

## LE PUY DU FOU INVITE SES FANS A GAGNER UN SEJOUR DE REVE ET RENFORCE SA STRATEGIE DIGITALE

N°1 des parcs à thème français sur les réseaux sociaux, le Puy du Fou propose la 2<sup>ème</sup> édition de son jeu-concours « Séjour de Rêve », à partir de ce vendredi soir et jusqu'au 26 avril 2015. Le gagnant remportera un séjour dans des conditions exceptionnelles au Puy du Fou.

Depuis deux ans, le Puy du Fou développe sa présence digitale, et les résultats obtenus en 2014 prouvent le succès de cette stratégie : +80% de fans sur Facebook et un nombre de followers multipliés par 8 sur Twitter. Le Puy du Fou a ainsi conquis la première place des parcs placés sous pavillon français.

En 2015, le Puy du Fou, accompagné par l'agence Santa BlaBla, accélère son programme dont le fil rouge est l'Histoire, prolongement naturel de sa nouvelle signature « L'Histoire n'attend que vous ». On y trouvera l'Histoire avec un grand H, mais aussi l'histoire du parc, et les petites histoires qui font le sel quotidien du 2<sup>ème</sup> parc à thème de France.



### « Séjour de rêve » : une découverte exceptionnelle et exclusive du Puy du Fou

Après une 1<sup>ère</sup> édition qui a réuni 11 286 participants en seulement 10 jours, le Puy du Fou propose à nouveau à ses 560 000 fans Facebook de participer au jeu-concours « [Séjour de Rêve](#) » pour tenter de gagner un séjour de deux jours / 1 nuit pour 4 personnes.

Mais il ne s'agit pas d'un séjour classique puisqu'ils pourront choisir, tour à tour, les coulisses qu'ils rêveraient de découvrir (uniquement des lieux fermés au public), le rôle qu'ils s'imaginent jouer pour entrer en scène, les animaux qu'ils aimeraient approcher, etc. Pour chacune de leurs découvertes, les équipes du Puy du Fou auront à cœur de leur faire partager leur savoir-faire et répondre à toutes leurs questions.

Pour parfaire ce séjour, les visiteurs seront plongés dans une ambiance unique en choisissant leur siècle pour dormir dans l'un des hôtels du parc et la gastronomie de leur choix. Bref, un véritable voyage dans le temps sur mesure !

### 2015 : l'Histoire digitale

La communauté digitale du Puy du Fou est très singulière. Elle aime ce qui est brut, authentique et simple. Et quand elle aime, elle s'engage. En 2014, le taux d'engagement moyen était de 10%, un taux remarquable face à la moyenne des pages françaises.

Avec le lancement de sa nouvelle signature « L'Histoire n'attend que vous », le Puy du Fou et Santa BlaBla ont imaginé un dispositif autour de l'Histoire en gardant un lien avec son actualité et la vie de la communauté (photos, commentaires, vidéos, anecdotes).

Les réseaux sociaux continueront à relayer l'actualité du parc et la vie de ses fans et pour aller encore plus loin, le Puy du Fou permettra à la communauté d'apprendre, de découvrir, de s'enrichir grâce à des contenus exclusifs autour de 3 axes :

- L'Histoire avec un grand H : La grande Histoire et de courtes anecdotes historiques et toujours ludiques
- L'histoire du parc : la révélation d'informations inédites sur l'histoire du Puy du Fou. Par ex. : saviez-vous que le plus grand rideau de spectacle au monde se trouvait au Puy du Fou ? Saviez-vous qu'il n'a fallu que six mois pour construire la Cité Médiévale ?
- Les petites histoires : les histoires passionnantes dont regorge le Puy du Fou. Par ex. : Les raisons qui ont poussées Olivier à devenir talmelier, un métier aujourd'hui disparu ou le récit de la rencontre entre la dernière chouette née au sein du parc et son compère du zoo de Londres.

Le Puy du Fou souhaite imprimer sa marque sur les réseaux sociaux, celle qui fait le succès de ses spectacles. Il est convaincu que sa communication digitale doit apporter des contenus exclusifs qui permettent de s'enrichir et d'apprendre. L'objectif est de nourrir la relation de confiance qui existe avec sa communauté en permettant aux fans de mieux connaître l'origine des créations du Puy du Fou.

### **2014 : retour sur une année digitale de tous les records**

L'année 2014 a fait exploser tous les compteurs des réseaux sociaux : +80% de fans Facebook, un nombre de followers multiplié par 8 sur Tweeter en l'espace d'un an, +24% d'abonnés sur Youtube, +74% de followers sur Pinterest et des abonnés Instagram multiplié par 3 durant la saison, entre mars et août 2014.

L'analyse des résultats démontre aussi que la communauté de fans sur Facebook est plus féminine (60%) que sur Twitter où les hommes sont présents à 52%. Leurs posts préférés sur Facebook ? Tout ce qui a trait aux animaux et le replay des sujets tv. Quant à Twitter, les tweets préférés sont en premier lieu les concours dédiés au réseau social, puis les photos de spectacles. D'ailleurs, sur Instagram, les photos plébiscitées sont celles des spectacles des *Vikings* puis du *Secret de la Lance* et enfin l'impressionnant Bronx, lion au *Signe du Triomphe*.

Pour tous les détails, une infographie est disponible dès à présent sur le blog [Histoires de Ouf](#) et [en téléchargement](#).

### **A propos du Puy du Fou**

Créé en 1978, le Puy du Fou est un parc à thème complètement atypique. Elu meilleur parc du monde en mars 2012 à Los Angeles (Thea Classic Award) et de nouveau en novembre 2014 à Orlando (Applause Award), il a été également désigné parc préféré des Français en juin 2013 par un sondage IFOP pour la 3ème année consécutive. Il est aujourd'hui le 2ème parc à thème français avec 1 912 000 visiteurs en 2014. Le Puy du Fou est un groupe composé principalement d'une association loi 1901 et d'une SAS (Société par Actions Simplifiées). L'association organise le spectacle de la Cinéscénie avec 3400 bénévoles et détient la SAS qui gère le Grand Parc (60 spectacles de jour et de nuit, 4 villages d'époque, 25 restaurants et 4 hôtels à thèmes). Les deux structures contribuent à financer l'Académie Junior avec ses 24 écoles, qui forme chaque année plus de 550 jeunes aux arts et techniques du spectacle. Avec Puy du Fou International, le parc déploie son savoir-faire à travers le monde en conseillant des porteurs de projet dans la création de parcs et de spectacles sur le modèle du Puy du Fou. Depuis sa création, le Puy du Fou connaît une progression annuelle d'environ 10% de l'ensemble de ses activités (Grand Parc et Cinéscénie).

[www.puydufou.com](http://www.puydufou.com)

Service de presse  
ALCHIMIA 

Ingrid Brégeon-Fall – 01 44 70 12 31 – [ibf@alchimia-communication.fr](mailto:ibf@alchimia-communication.fr)  
Florence Bénard – 01 44 70 12 34 – [fb@alchimia-communication.fr](mailto:fb@alchimia-communication.fr)