

La grande attraction de la petite brique

LEGO Les parcs de loisirs surfent sur l'engouement pour la marque.

BERNARD PICHON, TEXTE
BP ET DR, PHOTOS

Autant prévenir les parents allergiques à la marque Lego et à sa stratégie commerciale addictive: ils risquent de souffrir en emmenant leur progéniture dans l'un des parcs d'attractions du groupe, comme celui du sud de l'Allemagne. Les enfants, eux, vont sans doute adorer. A Legoland, déclinés jusqu'à l'overdose, les petits modules de plastique colorés se retrouvent sans surprise assemblés en châteaux forts, bateaux de pirates et autres engins stratosphériques… autant de thématiques déjà exploitées chez Disney ou à Europa Park. Comme ailleurs, ces icônes se voient réparties en différents secteurs notamment dédiés à l'aventure, à la fantaisie ou à la science-fiction.

C'est le moment de rendre hommage au papa de Mickey qui – au sortir de la Seconde Guerre mondiale – fut le premier à revisiter ainsi les bons vieux manèges de foire pour les associer à ses personnages et produits dérivés. Inspirés par le succès de l'entreprise (et la philosophie d'Oncle Picsou!) les autres – Studios Universal, MGM, Parc Astérix, etc. – n'ont fait qu'emboîter le pas au pionnier, avec force voltigeurs et montagnes russes.


SAFARI A votre avis: combien de pièces pour une girafe?

Savoir-faire

D'aucuns ont pu parler de Tchernobyl culturel à l'ouverture de Marne-la-Vallée. Certes, le concept n'est pas d'un grand apport intellectuel, tant s'en faut. Il n'en demeure pas moins que chez Disney, le soin apporté aussi bien aux décors qu'à la logistique témoigne d'un incontestable professionnalisme, même si certains éléments n'échappent pas au vieillissement. Or, rien ne souffre plus de l'amateurisme qu'un parc d'attractions. Nombreux sont ceux qui – faute d'expertise, ont connu la faillite. Et l'affaire n'est jamais gagnée d'avance, puisque le parc parisien lui-même – pourtant première destination touristique d'Europe – ne cesse de se battre contre les chiffres rouges. Lego, de son côté, a dû céder les 70% de ses parts sur les parcs à un groupe spécialisé.

Les familles qui choisissent le Legoland de Günzburg se retrouvent en milieu rural. Cela sied à l'offre hôtelière forcément associée au domaine. La plupart des visiteurs appartiennent à une classe sociale en quête d'alternative à de plus coûteuses vacances. A en juger par le nombre d'immatriculations helvétiques relevées sur le parking, les Suisses sont bien représentés.

Adrénaline

A peine franchies les portes du site, on saisit que les attractions visent en priorité les bambins de moins de 12 ans. Ados et adultes amateurs de grands frissons n'éprouveront pas, à Legoland, les vertiges d'un Silverstar ou d'un Blue Flyer, engins diaboliques sévissant à Rust (Europa Park). Ils ne seront pas surpris par la généreuse implantation des boutiques à pacotilles (assortiments de la gamme Lego en tête de gondoles), ni par les débits de burgers et les nombreuses échoppes de crèmes glacées. Le plus touchant, au final, n'est-il pas de constater qu'aux installations et divertissements plus sophistiqués, les bambins semblent préférer les espaces ludiques simplement dévolus à l'assemblage traditionnel des fameuses briques de construction? Ils s'y retrouvent comme à la maison, et ce terrain connu paraît les rassurer.

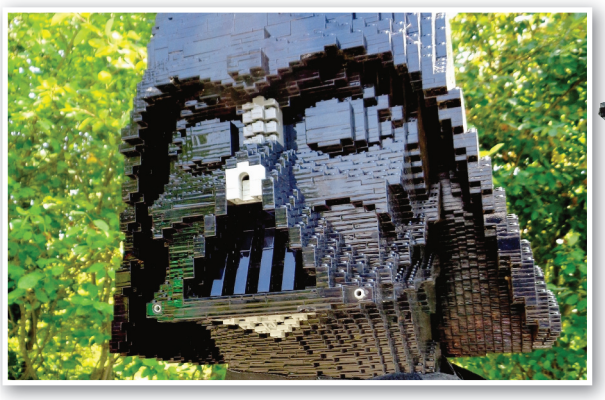
UNE AFFAIRE BIEN CONSTRUITE

L'histoire Lego commence dans les années 30, lorsqu'un certain Ole Kirk Christiansen – menuisier à Billund, au Danemark – a l'idée d'utiliser du plastique au lieu de son matériau traditionnel pour fabriquer de petits jouets. Il se met en tête de commercialiser des briques standardisées, bientôt équipées d'un système de cylindres autobloquants. Ce n'est qu'en 1958 que la brique contemporaine à huit saillies est développée. Vingt ans plus tard est lancée la première boîte à thème, celle du château fort. Suivent la ville et l'espace, avec la création de mini-figures (chevaliers, policiers, astronautes).

Les couleurs d'origine des briques sont le rouge, le jaune, le bleu, le noir et le blanc. D'autres vont apparaître à la fin des années 90 (vert, gris, rose). En 2003, le groupe danois essuie un déficit de 188 millions d'euros, avant de se relever de manière spectaculaire, à la suite notamment de la signature d'un contrat avec Disney pour des produits dérivés de films (comme le train de Toy Story). Dès 2011, Lego lance la gamme Ninjago, comprenant des personnages de ninjas, de samouraïs et de squelettes, puis Dino, pour les fans du Jurassique. Lego s'intéresse aussi aux fillettes, avec Friends. Les dernières nouveautés font référence à Star Wars, Indiana Jones, Batman et même Harry Potter. **BP**




MAQUETTE Le château de Neuschwanstein à l'échelle.


PERSONNAGES Les défis de la petite brique à tout faire.


CORSAIRES La version Lego des «Pirates des Caraïbes».


FRISSONS Le ballet des hydroglisseurs.


MONUMENTAL L'Allianz Arena de Munich à l'échelle.

PRATIQUE

Y ALLER
Compter 4-5 heures de route ou 6 heures de train pour gagner le Legoland de Günzburg, proche d'Ulm.
www.legoland.de

SÉJOURNER
Le parc dispose d'un hôtel au décorum médiéval et d'un village de bungalows familiaux thématiques au confort basique.

INFO+
www.pichonvoyageur.ch