



Euro Attractions Show  
January 23-25, 2008

23-Jan-08 Mercredi  
17:00 - 18:15

Prolonger la saison des parcs d'attractions :  
la création de recettes supplémentaires grâce à  
des opérations saisonnières ponctuelles

Euro Attractions Show

23 janvier -25 janvier, 2008 Nice France





## Halloween chez Tivoli

**TIVOLI**  
.....

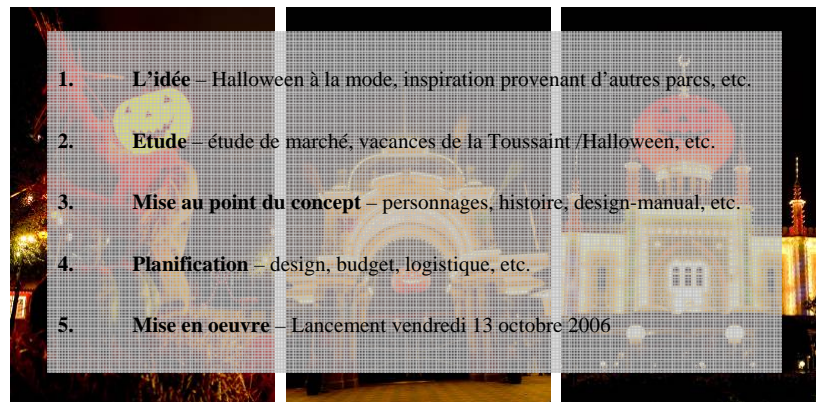
### Historique et contexte



- De 1843 à 1995, Tivoli a été exploité comme parc d'été, du 1<sup>er</sup> mai au 15 septembre
- L'ouverture pour Noël (depuis 1995) a permis de prolonger la saison. Aujourd'hui, Tivoli accueille près d'un million de visiteurs par an
- Noël fut une idée originale. Halloween a nécessité un processus d'adaptation et d'apprentissage

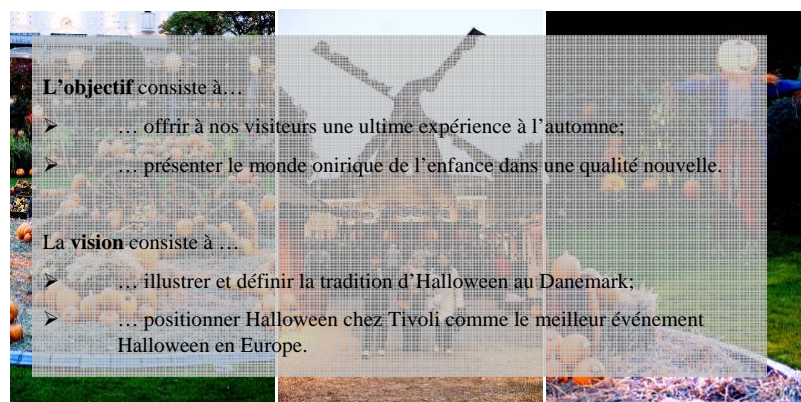
**TIVOLI**  
.....

## Le processus



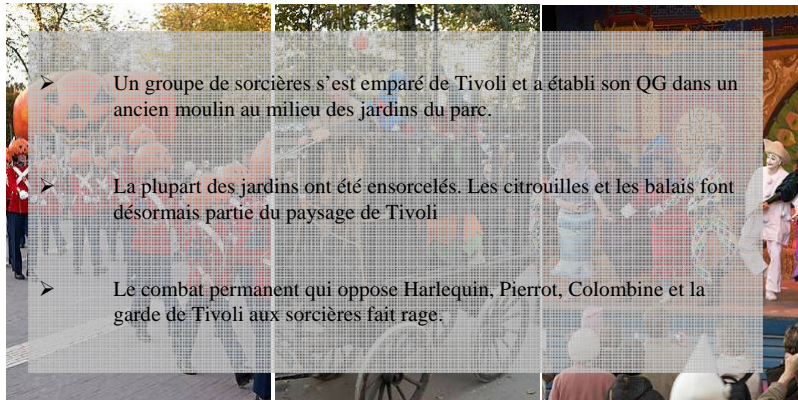
**TIVOLI**  
.....

## Le contexte stratégique



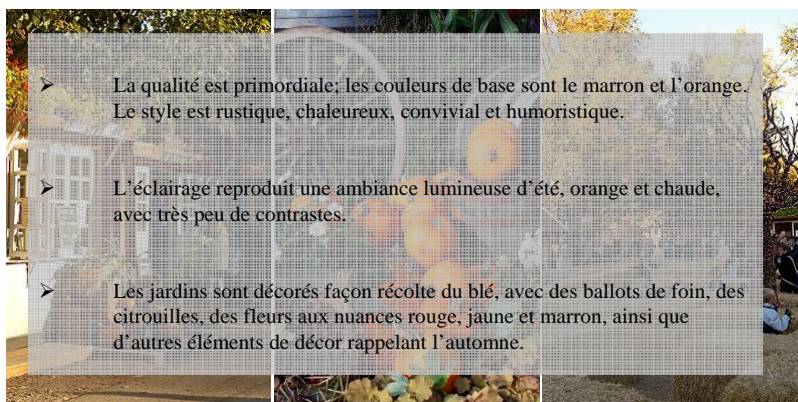
**TIVOLI**  
.....

## L'histoire

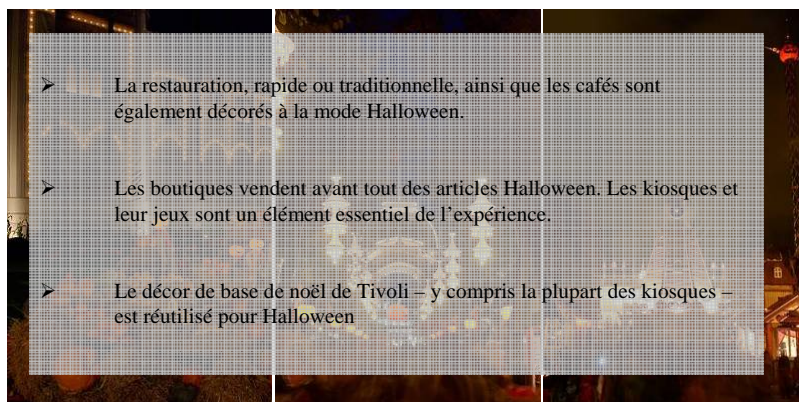


**TIVOLI**  
.....

## The visual identity

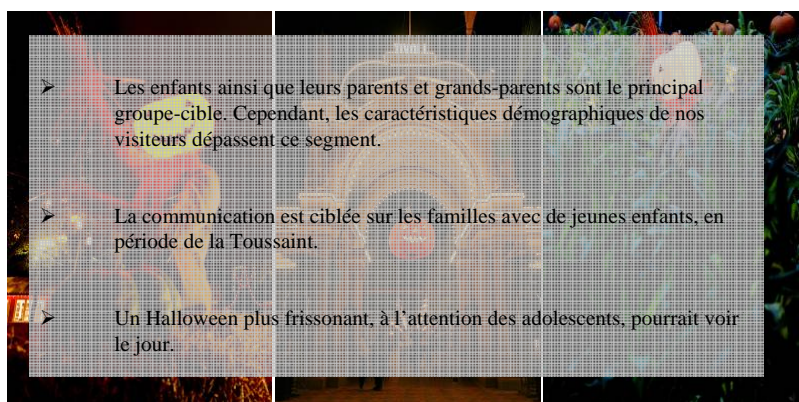


**TIVOLI**  
.....



- La restauration, rapide ou traditionnelle, ainsi que les cafés sont également décorés à la mode Halloween.
- Les boutiques vendent avant tout des articles Halloween. Les kiosques et leur jeux sont un élément essentiel de l'expérience.
- Le décor de base de Noël de Tivoli – y compris la plupart des kiosques – est réutilisé pour Halloween

### The target groups



- Les enfants ainsi que leurs parents et grands-parents sont le principal groupe-cible. Cependant, les caractéristiques démographiques de nos visiteurs dépassent ce segment.
- La communication est ciblée sur les familles avec de jeunes enfants, en période de la Toussaint.
- Un Halloween plus frissonnant, à l'attention des adolescents, pourrait voir le jour.

## The end result



**TIVOLI**  
.....



**TIVOLI**  
.....



**TIVOLI**  
.....