

## Bilan du SELI 2023

# Les loisirs indoor : un secteur protéiforme en pleine expansion, moteur d'une mutation sociologique

Le SELI, Salon des Espaces de Loisirs Indoor, organisé par le SPACE, la première association professionnelle des acteurs du secteur, a réuni les 12 et 13 juin à Lyon exploitants de centres de loisirs, fournisseurs et experts. L'occasion pendant ces deux jours de partager leurs expériences et de dessiner les contours d'un marché qui se démarque par sa capacité d'innovation et sa diversité. Mais également par son exceptionnelle santé : une croissance de 15% depuis 2019. Le secteur attire désormais les investisseurs.

Espaces de jeux en intérieur pour les enfants, trampolines parcs, laser-games, bowlings, escape-games, kartings, immersions en réalité virtuelle... : **les 2 000 entreprises des loisirs indoor en France et leurs quelques 13 000 employés comptabilisent chaque année plus de 13 millions de visites, sur un secteur estimé à plus d'1 milliard d'euros.**

Jamais le jeu n'a autant eu le vent en poupe, auprès des enfants mais également des adultes. S'il s'invite désormais dans les sphères professionnelles (recrutement, vie d'équipe...) et publiques (sensibilisation, prévention), le jeu est d'autant plus ancré dans la vie privée. Avec l'augmentation du temps passé sur les écrans au quotidien, le besoin de se retrouver en famille et entre amis autour d'activités récréatives n'en est que plus fort.

## Vers des expériences toujours plus interactives et immersives

Le secteur des loisirs indoor l'a bien compris : il innove sans cesse pour développer des offres toujours plus diverses et interactives, mêlant activités « IRL » (In Real Life) et technologies, à destination de tous les publics.

Ainsi, les grands classiques tels que le bowling, les fléchettes, la pétanque ou le karting se réinventent pour des modes de jeux hybrides et immersifs : ils se parent d'effets sons et lumières calqués sur les actions des joueurs, intègrent des challenges ou des bonus en cours de partie. Quant à la réalité virtuelle (VR), elle fait son entrée dans les jeux d'arcade et les laser-game. Les karaoké ont aussi fait leur mûe, avec des box privés qui proposent des catalogues rassemblant des milliers de titres, introduits en France par BAM Karaoké.

Côté nouvelles activités, on retrouve les jeux d'aventure inspirés de Fort Boyard, dans lesquels s'affrontent plusieurs équipes, en situation réelle comme en VR. La scénarisation d'univers de jeux se déploie, à travers des créations originales comme des licences célèbres – escape-game Batman, aventures Fort Boyard, parcs de jeux pour enfants Gulli etc.

Derniers arrivés sur le secteur, les quizz game imaginent déjà des concepts novateurs . C'est le cas de GameShow Studios qui propose une expérience immersive comme sur un plateau de jeu TV, avec son animateur et son public.

Cette vitalité de l'offre séduit : selon un récent sondage du SPACE\*, les loisirs indoor font désormais partie du **TOP 3 des activités les plus pratiquées par les Français (46%)** derrière le cinéma (64%) et les musées (50%). Une véritable évolution sociologique.

[Retrouvez ici les résultats de l'enquête OpinionWay-SPACE](#)



**Evelyne Villame**  
Présidente du  
SPACE

« La forte croissance que connaît le secteur des loisirs indoor tient à sa capacité à innover, à se réinventer sans cesse. Ce sont aussi des loisirs de proximité qui restent très accessibles pour tous les publics. C'est pourquoi ils occupent une place grandissante dans la vie des Français. Les usagers associent d'ailleurs la pratique de ces loisirs à une respiration dans leur quotidien, un moment de partage et de plaisir. »

## Le « retailtainment » : une tendance de fond qui se consolide

Initialement caractérisé par l'implantation de centres d'activités récréatives au sein de lieux dédiés, propres à chaque enseigne, le secteur des loisirs indoor investit depuis quelques années les centres commerciaux partout en France.

Voyant dans ces activités une opportunité de revitaliser leurs centres et de fidéliser une clientèle, les foncières et bailleurs commerciaux intègrent systématiquement les offres de loisirs dans leurs stratégies de développement. En effet, les loisirs indoor leur permettent d'attirer 300 000 visiteurs par an, qui restent en moyenne 4h sur site pendant les heures creuses.

Cette tendance s'accélère : preuve en est, le MAPIC, salon mondial de l'immobilier commercial, a créé **LeisureUp**, une entité dédiée à la mise en relation des foncières avec des acteurs des offres de loisirs.

Le complexe **Seven Squares**, implanté au cœur du centre commercial Steel à Saint-Etienne, en est un exemple emblématique : le plus grand centre de loisirs indoor de la région Auvergne-Rhône-Alpes sur une surface de plus de 5 700 m<sup>2</sup>, avec un large panel d'activités pour tous les publics et tous les âges.

Cette tendance s'illustre également à travers des projets de grande envergure : accompagné par BPI, Hugo Perpère, fondateur du trampoline parc **Nikito** situé à Alfortville (Val-de-Marne), projette l'installation d'un complexe multi-loisirs de 10 000 m<sup>2</sup> au sein du centre commercial Domus de Rosny-sous-Bois (93).



©SevenSquares



## Un potentiel économique qui attire les investisseurs publics et privés

Les investisseurs privés sont également de plus en plus nombreux à s'intéresser aux loisirs indoor. Si ce phénomène était déjà d'actualité avant la crise Covid, il connaît un regain d'intérêt depuis 2022 : les levées de fonds se succèdent, ouvrant la voie à une consolidation du secteur autour de grands réseaux.

Dès 2020, le réseau **La Boîte aux Enfants-Gulli Parc**, présent dans les centres commerciaux, et **Seven Squares**, un des plus grands centres de loisirs de la région Rhône-Alpes, basé à Saint-Etienne, ont ouvert leur capital à BPI France. Cette démarche permet à **Gulli Parc** d'étendre son réseau par acquisition et à **Seven Squares** de développer son concept à travers de nouveaux lieux.



©Up2Play

Les investisseurs privés, bien que majoritaires, ne sont pas les seuls à s'intéresser de près aux loisirs indoor. Les territoires et collectivités émergent également sur le marché à travers des fonds dédiés, dans l'optique de dynamiser des territoires en reconversion.

C'est le choix qui a été fait à Tarbes, avec la création d'un complexe de loisirs **Up2Play** dans la zone du centre commercial du Méridien à Ibos.

Financé à hauteur d'1,5 millions d'euros par le **Fonds Tourisme Occitanie**, créé à l'initiative de la **Région**, ce projet a élu domicile dans un bâtiment de près de 4 000 m<sup>2</sup> qui abrite un bowling, un kids parc, un trampoline parc, une salle de karaoké, des salles de séminaire et un restaurant.

### À propos du SPACE

Fondée en 2008, le SPACE est la première association professionnelle représentant le secteur des loisirs indoor récréatifs en France. Ce secteur regroupe plus de 2 000 entreprises, emploie environ 13 000 salariés et affiche 13 millions de visites par an. Les espaces de loisirs Indoor proposent des activités récréatives diverses, de proximité, populaires et accessibles à tous : parcs de jeux pour enfants, Laser game, Escape game, trampoline parcs, réalité virtuelle, bowling etc. pour un rapport qualité-prix abordable. Les sites sont majoritairement implantés dans des villes de taille moyenne et constituent des outils de développement locaux : ils offrent des emplois aux jeunes (étudiants ou premier emploi avec ou sans diplôme). Les adhérents du SPACE sont des professionnels, dirigeants de TPE et PME, qui ont investi personnellement et se sont endettés pour offrir à leurs clients, petits et grands, ces moments de détente et de loisirs, en fin de semaine ou pendant les vacances, dans un environnement de qualité.

### Contacts presse – Agence Hikou

Anne-Florence Blangier – 06 59 49 20 58 – [anneflorence.blangier@hikou.fr](mailto:anneflorence.blangier@hikou.fr)

Marion Chanson - 06 15 71 16 76 - [marion@hikou.fr](mailto:marion@hikou.fr)