KidZania, parc pédagogique ou marketing extrême ?

05/11/2014 à 8h00



Le parc à thèmes Kidzania ouvrira ses portes à Londres en 2015. Cet espace gigantesque où les enfants pourront tester des métiers est présenté comme une expérience qui les prépare à la vraie vie, mais l'omniprésence des marques inquiète.

Par Stuart Jeffries, The Guardian.

"C'est révolutionnaire", s'enthousiasme Joel Cadbury, héritier des chocolats du même nom, et président de KidZania Londres. Cette cité miniature à 20 millions de livres ouvrira en 2015 au-dessus du Mark's & Spencer de l'immense centre commercial Westfield, dans l'ouest de la capitale britannique. Un univers à l'échelle des enfants qui, sur quelque 7 000 mètres carrés, permettra aux 4-14 ans de jouer aux grands.

Changer des pneus chez Renault

Au lieu de les envoyer sur des manèges à sensations comme un parc à thème lambda, KidZania reconstituera des lieux de travail, notamment des blocs opératoires, des cockpits d'avion, des chaînes de radio et des banques. Les enfants joueront à travailler et seront rémunérés en "KidZos" – au-dessus du salaire minimum, espérons-le. Ils pourront choisir entre plus de 60 rôles, pour des séances de 25 minutes chacune. Votre enfant pourra ainsi être éboueur le matin, pizzaiolo à l'heure du déjeuner et chirurgien l'après-midi.

Les gamins découvriront aussi comment piloter un avion de

British Airways, porteront des colis habillés en vrais petits livreurs DHL et fabriqueront des smoothies [de la marque] Innocent. Au centre technique Renault, ils apprendront à changer des pneus, tandis que l'académie H&M leur enseignera le B.A.-BA de la mode et du design. A l'hôtel Dorsett, ils pourront être manager, réceptionniste ou encore faire les chambres.

Réalités du système bancaire

"Il s'agit d'ouvrir les yeux des enfants aux réalités de la vie", estime Joel Cadbury, qui se réjouit des nombreux "partenaires industriels" qui se rallient peu à peu au projet et associent leur marque. Mais quel intérêt pour les enfants ? "Une banque qui s'appellerait 'La Banque', ça ne ferait pas très réaliste", explique-t-il.

> ***En effet, KidZania compte déjà de nombreux partenaires du monde entier (dont McDonald's, Waitrose, Epson, Sony, DHL, Walmart, Olay et Mitsubishi),***

mais le parc londonien n'a pas encore trouvé de banque. Peut-être un établissement en difficultés comme RBS [Royal Bank of Scotland, sauvé par l'Etat en 2009] pourrait faire comprendre aux enfants les réalités du système bancaire ? Je ne crois pas trop que Kidzania y songe.

La reconstitution la plus intéressante de KidZania tourne autour d'un simulacre d'incendie : là, les secours extrairont des fausses flammes une petite victime et vérifieront son pouls avant de la porter sur un brancard dans une ambulance miniature, direction les urgences, où des enfants infirmiers lui administreront des soins, tout "pour de faux". Pendant ce temps, des enfants pompiers éteindront l'incendie, des enfants policiers ouvriront une enquête et des enfants journalistes de radio et de presse écrite se perdront en conjectures sur l'origine du sinistre.

Puce de géolocalisation

Le tout premier KidZania a ouvert en 1999 à Mexico. A ce jour, 35 millions d'enfants ont visité un parc KidZania, que ce soit à Mumbai, à Tokyo, au Caire, à Istanbul, à Lisbonne ou à Séoul [il y actuellement 16 parcs KidZania dans le monde ; ils seront 23 en 2015].

Partout, la formule est la même. A Londres, précise Joe Cadbury, "le ticket le plus cher sera à 28 livres [35 euros]. C'est plus avantageux que le baby-sitting !"

> ***Les enfants sont équipés d'une puce de géolocalisation qui permet de les suivre en permanence pendant les quatre heures que dure la visite.***

Les parents les laissent vaquer à leurs occupations et peuvent s'installer au "Parents' Clubhouse" pour suivre les activités de leurs rejetons – mais il est plus probable qu'ils en profitent pour aller tranquillement faire leur shopping, puisque presque tous les KidZanias ont eu la bonne idée de s'installer à côté d'un centre commercial.

Gagner plus, "comme dans la vraie vie"

> ***A l'entrée des enfants dans le parc, le personnel leur remet un chèque et les accueille d'un "Que ta journée soit productive !"***

Les petits peuvent aller encaisser leur chèque à la banque et acheter, avec leurs kidzos, de la nourriture, un billet de kart ou des souvenirs. Et ils peuvent aussi en gagner en travaillant. Ceux qui auront décroché un diplôme universitaire gagneront davantage – "comme dans la vraie vie", souligne Xavier López Ancona, l'inventeur mexicain du concept. Ils peuvent aussi ouvrir un compte bancaire, y déposer leur chèque et avoir une carte bancaire qu'ils pourront utiliser aux distributeurs KidZania.

“Cauchemar capitaliste”
Mais personne ne trouve-t-il à redire au capitalisme et au consumérisme triomphants que prône KidZania, et à tout ce à quoi renvoie le concept en termes de travail des enfants ? “Moi, cela m’a l’air d’un vrai cauchemar capitaliste, réagit une maman contactée par e-mail. Je n’y enverrai pas mon enfant.”

Le dossier de presse que je me suis procuré ne s’adresse manifestement pas aux parents. L’idée que KidZania est

> ***“un moyen inédit et totalement novateur de consolider votre marque”***

me dérange franchement. Si l’on met les choses à plat, les parents paient pour permettre aux entreprises de mettre le grappin sur ceux que l’argumentaire présente comme

> ***“les clients de demain”.***

Les enfants, de petits êtres en formation ? Ici, plutôt des bénéfices potentiels sur pattes.

courrierinternational.com