

PRESS RELEASE

Paris, 6th July 2026



## Looping Group becomes Looping Experiences: a new corporate identity reflecting the evolution of Europe's leading regional leisure parks operator

After growing into one of Europe's leading regional leisure park operators with 21 parks across eight countries, Looping Group today becomes Looping Experiences. The new corporate identity reflects the group's evolution into a diversified European leisure operator and supports its next phase of growth.

### A new identity for a business entering its next phase

Founded in 2011 with the acquisition of seven parks, Looping has grown into one of Europe's leading regional leisure operators. Today, the group comprises 21 parks across eight countries, welcoming more than 7 million visitors each year through a portfolio of amusement parks, water parks, animal parks, aquariums, edutainment destinations and immersive accommodation.

Over the past fifteen years, the group has completed more than 14 acquisitions while preserving the strong local identities of its parks. As the business has expanded and diversified, the corporate identity has evolved to better reflect the scale of the organisation, the breadth of experiences it offers and its long-term European growth ambitions.

The new identity aims to:

- increase awareness of the corporate brand across Europe
- strengthen the employer Brand
- reinforce a shared culture across the group's teams while preserving the unique identity of each park

### A brand that reflects the group's purpose

While visitors will continue to enjoy the local park brands, they know and trust, the corporate identity brings together the expertise, values and ambition that unite the group. Looping Experiences reflects the group's commitment to creating memorable experiences that are accessible, family-oriented and deeply connected to local communities. It also reinforces the entrepreneurial culture that has supported the group's successful expansion across Europe.

The identity is built around four core values:

- Fun and entertainment

- People and shared experiences across generations
- Entrepreneurship and authenticity
- Responsibility through environmental and social commitments

### A visual identity inspired by the diversity of the group's experiences

The transformation extends beyond a new name to a redesigned visual identity. Developed in partnership with Blackpizza®, the new logo centres around the double "o" of Looping, an organic shape inspired by movement and discovery. The symbol evokes both the variety of experiences across the group's parks and the continuous evolution of the business, while also suggesting connection and continuity.



### A brand architecture designed to support future growth

Alongside the new identity, Looping Experiences has introduced a redesigned brand architecture that brings greater consistency across the group while recognizing the diversity of its activities. A family of pictograms and a dedicated colour palette highlight the group's principal business segments, from amusement parks and aquariums to animal parks, water parks, accommodation and edutainment.



Watch the complete video presenting the new identity [Here](#) :



"Behind every visit to one of our parks lies much more than an attraction or an activity: there is an experience – a moment of emotion, discovery and connection shared with family and friends. With Looping Experiences, we are reaffirming what has always been at the heart of our group, while reflecting the scale and ambition of the business we have built across Europe. It is a shared identity for our teams, our expertise and our vision for the future, while preserving the unique character of every park."

**Laurent Bruloy, CEO, Looping Experiences**

**About Looping Experiences**

Founded in 2011 through the acquisition of seven parks from Compagnie des Alpes, Looping Experiences has grown into one of Europe's leading regional leisure park operators through a disciplined acquisition strategy and a commitment to delivering high-quality, accessible visitor experiences.

Today, the group operates 21 parks across eight European countries — France, the United Kingdom, the Netherlands, Germany, Spain, Portugal, Croatia and Switzerland — welcoming more than 7.5 million visitors annually. Its diversified portfolio spans amusement parks, water parks, animal parks, aquariums, edutainment destinations and immersive accommodation, while preserving the strong local identities that make each park unique. Since June 2023, PAI Partners has been the group's reference shareholder, supporting Looping Experiences' continued development and long-term European growth strategy.

**About BlackPizza®**

For more than 12 years, Blackpizza® has helped brands build strong and consistent identities. Their strategic and creative approach combines insight, design, and storytelling to reveal the DNA of projects and create a lasting presence. As a branding and graphic design studio, they develop distinctive visual worlds designed to capture attention, leave a lasting impression, and build meaningful long-term relationships with audiences. <https://blackpizza.com>

**Contact : Corporate Communication**  
[communication@looping-group.com](mailto:communication@looping-group.com)

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, 06 juillet 2026



# Looping Group devient « Looping Experiences » : une nouvelle identité pour accompagner le changement d'échelle du groupe européen de parcs régionaux

**Looping Group dévoile aujourd'hui sa nouvelle identité de marque et devient « Looping Experiences ». Cette évolution marque une étape structurante dans le développement du groupe, composé désormais de 21 parcs de loisirs dans 8 pays d'Europe, et reflète ses ambitions de croissance, de diversification et de renforcement de sa culture commune.**

### Une nouvelle identité pour incarner un groupe en transformation

Créé en 2011 avec le rachat de 7 parcs, Looping Group s'est imposé comme un acteur majeur des parcs de loisirs européens, avec un portefeuille de 21 sites répartis dans 8 pays et accueillant chaque année plus de 7 millions de visiteurs. Le groupe s'appuie sur des marques locales fortes, reconnues dans leurs territoires, et propose des expériences immersives accessibles, principalement destinées aux familles.

En devenant **Looping Experiences**, le groupe affirme sa volonté de mieux refléter la richesse de ses activités et la diversité des expériences proposées : parcs d'attractions, parcs aquatiques, parcs animaliers et aquariums, parcs ludo-éducatifs, ainsi que des offres d'hébergement immersifs. De plus, Looping Experiences entend consolider sa position d'acteur de référence des loisirs régionaux en Europe et accompagner sa dynamique de croissance, marquée par plus de 14 acquisitions depuis sa création et une expansion continue de ses activités.

Ainsi, cette nouvelle identité a pour principaux objectifs :

- Accroître la visibilité de la marque au niveau européen,
- Soutenir la marque employeur,
- Renforcer le sentiment d'appartenance des collaborateurs.

### Une marque qui exprime l'essence du groupe

Looping Experiences a pour but d'aller au-delà d'une logique de collection de parcs pour construire une véritable **communauté d'expériences et de savoir-faire**, portée par ses équipes sur l'ensemble des territoires.

La nouvelle identité de Looping Experiences incarne les valeurs fondamentales du groupe :

- Le plaisir et le divertissement, cœur de son activité,
- L'humain, au centre des expériences proposées et des liens créés entre les générations,
- L'entrepreneuriat et l'authenticité, moteurs de son développement,
- La responsabilité, notamment à travers ses engagements environnementaux et sociaux.

## Une identité graphique pour incarner la pluralité des expériences

La transformation de l'identité du groupe passe par un nouveau nom, mais aussi une nouvelle identité graphique. L'historique carrousel bleu marine initialement utilisé prend une forme plus organique, contemporaine et statutaire.

Développé avec l'agence créative **Blackpizza®**, le nouveau logo du groupe est centré autour d'une nouvelle forme positionnée comme le double « o » de Looping et volontairement évocatrice de multiples images. En effet, cette courbe organique et singulière évoque la symbolique du grand huit, mais aussi la pluralité des expériences proposées par le groupe, ou encore la transformation et le développement via un mouvement de croissance visible dans l'asymétrie de la petite boucle devenant grande. Plus largement, cette forme évoque le signe infini, symbole fédérateur et de durabilité ou encore un poisson ou un dôme, clins d'œil aux différentes activités du groupe.



## Une architecture de marque retravaillée pour incarner les multiples expériences du groupe et ses engagements

Au-delà du nom et du logo, le groupe a repensé l'intégralité de son architecture de marque, avec une attention toute particulière donnée à ses différentes verticales. Ainsi, la forme organique présente dans le logo prend vie à travers différents pictogrammes présentant chacune des activités du groupe. Une palette de couleurs a également été développée pour s'adapter à chacune des expériences proposées aux visiteurs des parcs.



Voir la vidéo complète de la nouvelle identité [ici](#) :



« Derrière chaque visite dans l'un de nos parcs, il y a bien plus qu'une attraction ou une activité : il y a une émotion, une découverte, un moment partagé en famille ou entre amis. Avec Looping Experiences, nous affirmons ce qui fait l'essence de notre groupe depuis sa création : concevoir et faire vivre des expériences qui créent des souvenirs et du lien. Cette nouvelle identité raconte notre histoire, notre ambition et notre vision de l'avenir. »

**Laurent Bruloy, CEO Looping Experiences**

### A propos de Looping Experiences

Fondé en 2011 suite à l'acquisition de sept parcs auprès de la Compagnie des Alpes, Looping Experiences s'est imposé comme l'un des principaux exploitants de parcs de loisirs régionaux en Europe, grâce à une stratégie d'acquisition rigoureuse et à la volonté d'offrir aux visiteurs des expériences de grande qualité et accessibles. Le groupe exploite aujourd'hui 21 parcs répartis dans huit pays européens — France, Royaume-Uni, Pays-Bas, Allemagne, Espagne, Portugal, Croatie et Suisse — et accueille plus de 7,5 millions de visiteurs par an. Son portefeuille diversifié comprend des parcs d'attractions, des parcs aquatiques, des parcs animaliers, des aquariums, des sites ludo-éducatifs et des hébergements immersifs, tout en préservant les fortes identités locales qui rendent chaque parc unique. Depuis juin 2023, PAI Partners est l'actionnaire de référence du groupe, soutenant le développement continu de Looping Experiences ainsi que sa stratégie de

croissance européenne à long terme.

**A propos de BlackPizza®**

Depuis plus de 12 ans, Blackpizza® accompagne les marques dans la construction d'identités fortes et cohérentes. Leur approche, à la fois stratégique et créative, conjugue réflexion, design et storytelling pour révéler l'ADN des projets et leur donner une présence durable. En tant que studio de branding et design graphique, ils façonnent des univers singuliers, pensés pour capter l'attention, marquer les esprits et engager vos audiences dans une véritable relation à long terme.  
<https://blackpizza.com>

**Contact : Service Communication Corporate**  
[communication@looping-group.com](mailto:communication@looping-group.com)