

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris,
le 18 mars 2026

DigitaLandmarks et le Futuroscope confirment l'émergence d'un nouveau standard d'affichage immersif en France

Pour la deuxième année consécutive, le parc valide un format média expérientiel capable de transformer un simple écran en scène immersive interactive — et en levier direct de conversion.

Lien vers vidéo de la précédente campagne immersive 2025 : https://youtu.be/KCwpFpe3B_E

Un outil de captation... au service de la conversion

Dans un environnement saturé de messages et d'écrans, capter l'attention ne suffit plus. Il faut désormais la retenir suffisamment longtemps pour déclencher une émotion, la rendre visible et l'orienter vers une action. C'est précisément l'ambition de La Fenêtre Immersive : transformer un point d'affichage en point d'activation.

Cette technologie propriétaire développée par DigitaLandmarks est d'ailleurs reconduite en 2026 par le Futuroscope Xperiences pour valoriser trois de ses attractions phares, Chasseurs de Tornades, Mission Bermudes et l'Aquascope.

Ce renouvellement n'est pas anodin. Il traduit une validation stratégique : le dispositif ne sert pas uniquement à créer du spectacle. Il répond à un enjeu d'attractivité et de conversion.



Transformer le spectateur passif en acteur... puis en visiteur

La Fenêtre Immersive repose sur un traitement logiciel avancé permettant :

- Le détournage en temps réel du participant
- Son intégration directe dans le moteur graphique 3D des univers Futuroscope
- Des interactions immédiates (débris, tornade, eau, embarcation)
- Une immersion visible par l'ensemble du public environnant

Contact presse :

Fox & Co / Sophie Liebermann

T. 06 16 55 80 29

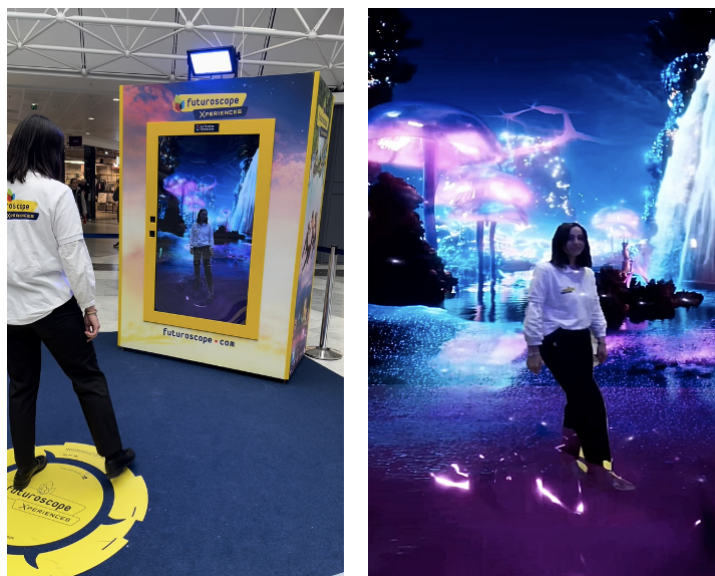
M. sophieliebermann@fox-and-co.com

Mais au-delà de la performance technologique, le dispositif fonctionne selon une mécanique en deux cercles :

1. **Premier cercle** : le participant devient acteur de l'expérience.
2. **Second cercle** : les spectateurs s'arrêtent, observent, puis veulent à leur tour participer.

L'attention n'est plus seulement captée. Elle est propagée.

Lilian Rabin, fondateur de DigitalLandmarks : « *La Fenêtre Immersive n'est pas seulement un média. C'est un outil de conversion. Nous captions l'attention en transformant le spectateur en acteur. L'émotion déclenchée devient un levier d'attractivité pour la destination.* »



Un média expérientiel qui récompense l'engagement avec un gain

À l'issue de l'expérience, un QR code s'affiche à l'écran. Accessible uniquement aux participants, il permet d'accéder à un jeu concours pour gagner des séjours au Futuroscope Xperiences. L'expérience ludique devient ainsi un tunnel de conversion mesurable. Cette dimension transactionnelle renforce le positionnement du dispositif comme outil de performance, au-delà de l'image.



Contact presse :

Fox & Co / Sophie Liebermann

T. 06 16 55 80 29

M. sophieliebermann@fox-and-co.com

Un levier stratégique pour une destination à la pointe de la technologie : Futuroscope Xperiences

Pour le Futuroscope Xperiences, dont l'ADN repose sur l'innovation immersive, la technologie développée par DigitaLandmarks constitue un prolongement cohérent de son positionnement.

« L'immersion est au cœur de notre ADN. La Fenêtre Immersive nous permet de transposer dans notre communication l'expérience que nous proposons dans nos parcs, tout en répondant à un enjeu d'attractivité concret », déclare Laure Mosseron, Directrice Marketing Futuroscope Xperiences.

En reconduisant le dispositif, le Futuroscope confirme l'émergence d'un nouveau standard d'affichage immersif : un écran qui ne diffuse plus un message, mais qui devient le lieu d'une expérience.



Une reconnaissance internationale pour une innovation française

L'impact de ce dispositif dépasse d'ailleurs le seul cadre de la campagne 2026. En 2025, l'activation immersive conçue par DigitaLandmarks pour le Futuroscope Xperiences a été distinguée à l'international en obtenant la **3^e place des Blooloop Innovation Awards dans la catégorie Marketing**.

Ce concours international récompense chaque année les innovations les plus marquantes dans l'univers des parcs d'attractions, musées et expériences immersives. Pour DigitaLandmarks, cette distinction confirme la pertinence de son approche mêlant technologie temps réel, narration immersive et activation des publics dans l'espace physique.

La campagne récompensée avait notamment permis de donner un avant-goût de l'expérience Futuroscope dans les centres commerciaux Klépierre, générant **plus de 50 000 interactions sur site, 250 000 vues sur les réseaux sociaux et près de 43,8 millions de contacts presse**.



Contact presse :

Fox & Co / Sophie Liebermann

T. 06 16 55 80 29

M. sophieliebermann@fox-and-co.com

À propos de DigitaLandmarks

DigitaLandmarks est un studio de communication nouvelle génération qui transforme la manière dont les entreprises captent et engagent leur public. Grâce à son dispositif La Fenêtre Immersive, le premier affichage immersif et interactif, DigitaLandmarks crée des expériences à forte valeur émotionnelle, marquant durablement les esprits, à la fois au bon endroit et au bon moment. De la stratégie de diffusion à la création et l'implantation des expériences, DigitaLandmarks accompagne ses clients avec des solutions clés en main, adaptées aux lieux et aux audiences ciblées.

Leurs références : Atout France, Futuroscope, Irlande Tourisme, Région Pays de la Loire, SNCF...

<https://digitalandmarks.com/>

À propos de Futuroscope Xperiences

Situé dans la Vienne, près de Poitiers, Futuroscope Xperiences réunit deux parcs complémentaires : le Futuroscope, 1er parc d'attractions créé en France en 1987, offrant plus de 40 attractions et spectacles, et l'Aquascope, parc aquatique indoor inauguré en juillet 2024 et déjà élu meilleur parc aquatique au monde (Thea Awards). Avec son parc hôtelier thématique et ses 2,5 millions de visiteurs annuels, Futuroscope Xperiences se distingue par son offre immersive et innovante, affirmant son positionnement de destination européenne majeure.

www.futuroscope.com

Contact presse :

Fox & Co / Sophie Liebermann

T. 06 16 55 80 29

M. sophieliebermann@fox-and-co.com