



Communiqué de presse

Villeneuve-d'Ascq - Paris, le 11 mars 2026

Futuroscope Xperiences et DigitaLandmarks dévoilent une nouvelle génération de teaser immersif à vivre dans les centres commerciaux gérés par Nhood



Pour valoriser ses attractions emblématiques auprès du grand public, le Futuroscope renforce son partenariat avec DigitaLandmarks, le studio créateur de La Fenêtre Immersive – un dispositif média novateur qui transforme l’affichage traditionnel en expérience immersive, ludique et récompensante.

Ce projet est accompagné par Nhood, société de solutions immobilières, qui pilote également le développement commercial d’animations singulières à vivre au cœur des espaces marchands.

C’est dans plusieurs centres Aushopping, gérés par Nhood, que les visiteurs pourront être les tout premiers à découvrir cette nouvelle expérience, déployée au printemps et au début de l’été 2026 dans quatre villes françaises :

- **Aushopping V2 (Lille)** – du 18 au 21 mars 2026
- **Aushopping Lyon Saint-Priest** – du 25 au 28 mars 2026
- **Aushopping Bordeaux Lac** – du 17 au 20 juin 2026
- **Aushopping Plaisir** – du 24 au 27 juin 2026

L’immersion au cœur du dispositif pour vivre un avant-goût des attractions du Futuroscope

Grâce à La Fenêtre Immersive, les spectateurs sont intégrés en temps réel à la scène et se retrouvent, via les technologies de réalité augmentée, au cœur de l’action.

Trois attractions sont mises en avant :

- **Chasseur de Tornades** : Les participants se retrouvent projetés dans l’attraction, entourés de débris qui surgissent tout autour d’eux, avant que la tornade ne les emporte, “numériquement” bien sûr !
- **L’Aquascope** : immergés dans l’univers merveilleux du parc aquatique, les visiteurs sont invités à patauger dans l’eau et interagir avec des lucioles féériques.
- **Mission Bermudes** : Les participants se retrouvent directement à bord du bateau de l’attraction, au cœur des rapides, et embarqués dans la descente.

« L’immersion est au cœur de l’ADN du Futuroscope et nous recherchions un moyen de transcrire dans notre communication l’expérience que nous offrons à nos visiteurs. La technologie de DigitaLandmarks nous a tout de suite séduit », déclare **Laure Mosseron, Directrice Marketing de Futuroscope Xperiences**.



Une nouvelle manière de communiquer, ludique et récompensante

Avec La Fenêtre Immersive, Futuroscope Xperiences transforme son message en expérience vécue. Le public ne se contente pas de regarder : il participe, il réagit, il ressent.

Pour Lilian Rabin, fondateur du studio DigitaLandmarks : « L’objectif est simple : faire passer le spectateur passif au statut d’acteur pour créer un engagement émotionnel inédit. Le visiteur est intégré en temps réel dans la scène, et l’immersion devient visible, partagée et collective. »

Et ce n’est pas tout. Dans chacun des centres commerciaux Aushopping, les visiteurs pourront également participer à un jeu concours via QR code, avec à la clé des séjours pour 4 personnes pour découvrir toute l’offre de Futuroscope Xperiences “en vrai”.

« Nous sommes ravis de collaborer avec le Futuroscope et d’accueillir dans les centres gérés par Nhood cette activation de marque immersive, imaginée et produite par DigitaLandmarks. Cette opération illustre pleinement l’ADN du Specialty Leasing chez Nhood : concevoir et déployer des dispositifs différenciants qui contribuent à l’animation des lieux de vie tout en enrichissant l’expérience des visiteurs. Nous considérons les centres commerciaux comme de véritables plateformes d’expression pour les marques. À travers des activations innovantes et à forte dimension expérientielle, ces espaces deviennent aussi des leviers efficaces de retail média, créateurs de valeur »

*pour les marques, les propriétaires et les visiteurs», déclare **Angélique Julie, Leader Specialty Leasing, sous la direction d'Emilie Pernot, Directrice Specialty Leasing France & Luxembourg chez Nhood.***

Nhood est une société internationale de solutions immobilières spécialisée dans la gestion, le développement et la transformation d'actifs immobiliers, notamment commerciaux. Présente dans plusieurs pays d'Europe, l'entreprise accompagne propriétaires et marques dans la valorisation et l'animation des sites, avec l'objectif de renforcer leur attractivité et leur rôle de lieux de vie.

L'activité Specialty Leasing de Nhood consiste à proposer aux marques des dispositifs temporaires au sein des centres commerciaux : pop-up stores, opérations événementielles ou expériences immersives. Ces formats permettent aux enseignes de tester des concepts, de lancer des produits ou de rencontrer directement leur public, tout en contribuant à dynamiser les espaces commerciaux et à enrichir l'expérience proposée aux visiteurs.

Contacts presse

Futuroscope Xperiences : Jérôme NEVEUX - 06 82 83 63 20 - jerome.neveux@futuroscope.fr
DigitaLandmarks : Sophie Liebermann - 06 16 55 80 29 - sophieliebermann@fox-and-co.com
Nhood : RUMEUR PUBLIQUE – RP - Nhood@rumeurpublique.fr - Samy Cherifia 06 14 65 74 99 et Olivier Astorg 06 16 31 35 09

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.

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 expérientiel 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...

À propos de Nhood

Nhood est un opérateur international de services et de solutions immobilières qui conçoit et déploie une offre intégrée couvrant le conseil stratégique aux propriétaires et investisseurs, la transformation et le développement de leurs actifs, leur gestion et leur exploitation, ainsi que l'accompagnement des opérations d'investissement et de cession. Assembleur d'expertises, Nhood fédère plus de 1 500 collaborateurs au service de plus de 300 clients et gère plus de 1 000 actifs en Europe et en Afrique. Nhood tire sa force de son ADN commerçant et de son ancrage local. C'est d'ailleurs l'origine de son nom : Nhood est la contraction de l'anglais neighborhood (le quartier, le voisinage), qui définit son ambition et son engagement à créer « des lieux en mieux », durables, ouverts et attractifs, où la mixité des usages et la proximité humaine sont au coeur de chaque projet.

Si vous ne souhaitez plus recevoir nos messages, suivez ce lien :
[Veuillez me retirer de votre liste de diffusion](#)