

**extreme+
Sensio**



COMMUNIQUE DE PRESSE

30 octobre 2013

Le Futuroscope confie à Extreme Sensio le lancement digital de sa nouvelle attraction 5D, inspirée de l'univers des Lapins Crétins.

Dès le 21 décembre prochain, le Futuroscope invite ses visiteurs à embarquer à bord de « La Machine à Voyager dans le Temps », la nouvelle attraction 5D inspirée de l'univers des Lapins Crétins.

Pour accompagner sa promotion en amont et créer du buzz, la direction marketing du Futuroscope a confié à Extrême Sensio, l'Agence qui accompagne le parc depuis 3 ans pour sa stratégie globale web, la mise en place de tout le dispositif digital permettant d'événementialiser le lancement de l'attraction, de créer du trafic vers le site futuroscope.com et de générer des visites sur le parc.

« Les digital mums, les young adults et les gamers sont les publics cibles prioritaires de cette communication ». soulignent Laure Mosseron, directrice marketing et Yves Petit, responsable web. « L'attraction résulte des savoir-faire du Futuroscope et des studios de création d'Ubisoft qui signent ensemble la première attraction en Europe entièrement thématisée sur l'univers de personnages de jeu vidéo. Un univers adapté pour innover sur le web. »

L'opération s'orchestre en 3 phases :

1. Octobre : Phase de teasing afin de créer du buzz autour du débarquement mystérieux des Lapins Crétins quelque part dans le monde...

Un mini-site dédié, <http://www.ilsdebwaaarquent.com>, invite l'internaute à visionner une vidéo montrant l'invasion de la Terre par les Lapins Crétins, puis à localiser sur une Google Maps le lieu du débarquement des Lapins Crétins: le Futuroscope. Des places pour l'avant-première de l'attraction sont à gagner. En parallèle, des posts sponsorisés Facebook et des campagnes e-mailings drainent du trafic vers le mini-site pour favoriser la viralité et le partage.

2. Novembre : Phase de révélation de l'attraction.

Pour cela, Extrême Sensio a proposé une évènementialisation complète du site futuroscope.com : les Lapins Crétins ont envahi la home page, déstructuré le site et la page dédiée à l'attraction emmène l'internaute dans un véritable voyage dans le temps (avant celui à vivre en réel sur le Parc). Un jeu-concours très crétin « le Scroll-Travel » permet la collecte d'adresses et de viraliser l'opération en invitant ses amis à remonter le temps le plus vite possible.

L'ensemble est relayé par une campagne media : habillages exclusifs et notamment une journée d'habillage du site Jeuxvideo.com et diffusion de vidéos sur les sites Prisma.

**extreme+
Sensio**



COMMUNIQUE DE PRESSE

30 octobre 2013

En parallèle, une stratégie de community management Facebook est menée afin de faire découvrir l'attraction aux fans du Futuroscope et des Lapins Crétins.

3. le samedi 7 Décembre : avant-première de l'attraction.

Une journée exceptionnelle pour découvrir au Futuroscope la véritable Machine à Voyager dans le Temps. Les invités blogueurs, gagnants du jeu-concours ainsi que les journalistes et VIP présents sur le Parc ce jour-là seront incités à partager les images les plus crétines du parc et de l'attraction et à les relayer sur les réseaux sociaux avec le #cretinoscope.

A la clé un cadeau « crétin » pour les images jugées les plus loufoques...

A propos d'Extrême Sensio

Extrême Sensio, www.extreme-sensio.com, est une agence 360 digital indépendante. Extrême Sensio accompagne plus de 50 annonceurs de différents secteurs tels que Citroën, E.Leclerc, Optic 2000, Boots Laboratories, Parc Astérix, Mutuelle Bleue, Bacardi-Martini, Freedent, ... et les aide à s'adapter aux enjeux de l'ère digitale avec des dispositifs innovants, intégrés et créateurs de valeur. L'agence est organisée autour de 4 pôles d'expertise : conseil et channel planning ; créations ; solutions techniques ; media & activation.

Composée de 80 collaborateurs, Extrême Sensio a réalisé 65% de croissance en 2 ans et 10M€ de CA en 2012. Elle a été élue Agence interactive indépendante en 2010 et agence de communication intégrée de l'année avec Extrême en 2012.

A propos du Futuroscope

Le Parc du Futuroscope (Département de la Vienne, près de Poitiers), 2ème parc de loisirs en France en terme de chiffres d'affaires, doit son succès en grande partie à un positionnement unique sur le marché des loisirs, répondant à une double vocation ludique et pédagogique. Le renouvellement des contenus, avec une offre toujours plus interactive et sensorielle («Arthur, l'Aventure 4D », élue meilleure attraction du monde en 2012, « Le Petit Prince »...) a permis au Parc d'accueillir depuis son ouverture, en 1987, plus de 42 millions de visiteurs. Plus de 30 expériences attendent les visiteurs pour un séjour inoubliable en famille ou entre amis. A découvrir sur www.futuroscope.com

Contact Presse Agence Extrême Sensio

Clotilde Ravin - Responsable Développement Extrême Sensio - clotilde.ravin@extreme-sensio.com

01 40 99 82 23

Ethel Bachellerie - Attachée de presse - ethel.bachellerie@yahoo.fr - 06 62 79 19 21

Contact Presse Futuroscope

Laure Mosseron, Directrice marketing ; lmosseron@futuroscope.fr 05 49 49 20 09

Jérôme Neveux, Responsable Presse, jneveux@futuroscope.fr 06 82 83 63 20
