

DANS LES COULISSES DU GRAND FRISSON, LA WALLONIE EXPORTE SES TECHNOLOGIES

Publié le 28 septembre 2026



par Christian Du Brulle

À Londres, les monstres sortent des écrans, les karts se transforment en jeux vidéo et les visiteurs deviennent eux-mêmes les héros des attractions. Bienvenue au [salon IAAPA Expo Europe](#) ([International Association of Amusement Parks and Attractions](#)), le grand rendez-vous mondial des professionnels du divertissement. Dans cette immense vitrine, de multiples entreprises wallonnes brillent. Elles proposent des technologies indispensables aux grands frissons vécus par les visiteurs des parcs d'attractions, tant en Belgique qu'en dehors de ses frontières.

C'est particulièrement le cas cette année pour la PME Alterface Projects, de Wavre, qui fête ses 25 ans. Sur son stand, pas de montagnes russes géantes ni de manège à plusieurs millions d'euros. La technologie d'[Alterface](#) est beaucoup plus discrète. Elle tient parfois dans quelques centimètres. Pourtant, elle peut changer complètement une attraction.

« Notre technologie se cache dans une baguette ou un pistolet », explique Stéphane Battaille, son directeur. « L'utilisateur vise. Il tire. Une caméra détecte son geste. Quelques fractions de seconde plus tard, un personnage disparaît de l'écran ou le décor réagit. » Le visiteur n'est plus devant

l'attraction. Il y est immergé.



Au salon IAAPA Europe, tous les métiers créatifs et innovants en lien avec les parcs d'attraction sont présents © Christian Du Brulle

Une PME née dans un laboratoire

L'histoire commence en 2001. Alterface naît comme une spin-off de l'UCLouvain. À l'époque, ses fondateurs travaillent sur une idée qui paraît aujourd'hui presque banale : permettre à une personne d'interagir avec un monde numérique en utilisant ses mouvements.

Nous sommes au début des années 2000. À l'époque, les technologies capables de reconnaître les gestes sont loin d'être courantes. Alterface commence par travailler avec des musées et des centres scientifiques. Puis l'entreprise comprend que ses technologies pourraient trouver un terrain de jeu particulièrement spectaculaire dans les parcs d'attractions.

Dans un musée, quelques visiteurs peuvent tester une installation. Dans un parc, il faut que le système fonctionne toute la journée. Il faut faire passer beaucoup de monde, rapidement. Il faut que le dispositif soit fiable, précis et surtout suffisamment amusant pour donner envie de recommencer. « L'interactivité a été, depuis le début, notre '*core business*' », explique Giulia Florian, responsable du

marketing et de la communication chez Alterface.

Rendre la technologie invisible

Son résumé de l'entreprise tient en deux mots : « créativité et technologie ». Le principe est finalement assez simple. Un petit émetteur infrarouge est placé dans un objet tenu par le visiteur. Une caméra repère le signal et détermine où le joueur a visé. Un ordinateur traduit ensuite cette information en action. Tout cela se passe presque instantanément.

« La technologie reste vraiment toute petite », souligne Mme Florian. Et c'est probablement l'un des secrets du métier.

Le visiteur ne doit pas penser à la technologie. Il doit penser à l'histoire. Alterface travaille donc tant sur la technique que sur la manière de l'intégrer dans une attraction. Du sur-mesure, donc. Un parc veut raconter une histoire de pirates ? Le système doit s'y adapter. Un autre veut emmener ses visiteurs dans une usine de chocolat ? Même chose. « On est dans le storytelling, dans le faire quelque chose d'unique », résume Stéphane Battaille, le CEO d'Alterface. Cette combinaison entre ingénierie et imagination a permis à l'entreprise wallonne de se faire une place dans une industrie mondiale.



Salon IAAPA Europe à Londres © Christian Du Brulle

Des souris, du chocolat et des millions de visiteurs

Parmi ses multiples réalisations figure « Maus au Chocolat », à Phantasialand, en Allemagne. Le visiteur embarque dans un parcours consacré à une fabrique de chocolat envahie par des souris. Armé d'un pistolet, il doit viser les rongeurs qui apparaissent dans les différentes scènes. Le résultat est à mi-chemin entre le manège, le jeu vidéo et le cinéma. C'était en 2011... Et l'attraction fonctionne toujours, des années après son ouverture.

C'est important pour la PME wavrienne qui compte 25 collaborateurs. Aujourd'hui, ses technologies sont utilisées dans plus de 150 attractions à travers le monde. En 2025, son chiffre d'affaires a atteint environ 6 millions d'euros. Pour une entreprise née dans un laboratoire universitaire wallon, le terrain de jeu est devenu particulièrement vaste.

TWIST, le trait d'union

Alterface est un des quelque cent membres du [cluster TWIST](#). Celui-ci regroupe les entreprises du secteur Technologies Wallonnes de l'Image, du Son et du Texte. Il vise à renforcer l'innovation et la croissance du secteur des technologies numériques audiovisuelles et multimédia.

Avec [l'Agence wallonne à l'exportation et aux investissements étrangers \(AWEX\)](#), TWIST a emmené quelques entreprises wallonnes au salon londonien. L'IAAPA Expo Europe 2026 rassemble plus de 870 exposants. On y trouve de tout : montagnes russes, manèges, systèmes de sécurité, décors, effets spéciaux, logiciels, jeux, solutions numériques... Pour les entreprises, c'est un gigantesque marché concentré en quelques jours.

En Belgique, TWIST travaille notamment en complémentarité avec Attractions et Tourisme, qui représente les exploitants de sites touristiques et de musées, lesquels sont, en quelque sorte, les clients des entreprises membres de TWIST. A noter qu'il existe 220 entreprises gestionnaires de plus de 250 attractions touristiques et musées en Wallonie et à Bruxelles.

« Une attraction ne peut plus simplement compter sur un beau décor », souligne Michaël Merchiers, d'[Attractions et Tourisme](#). « Les visiteurs veulent participer. Ils veulent être surpris. Ils veulent pouvoir raconter leur expérience une fois rentrés chez eux. Le secteur doit se renouveler. Le monde, les besoins et les attentes des clients changent tellement vite. Ceux-ci veulent toujours de nouvelles expériences », observe-t-il. Ce constat est identique à l'IAAPA.

Cette évolution ouvre des portes à des entreprises qui ne travaillaient pas nécessairement dans les parcs d'attractions il y a quelques années. Une société issue du cinéma peut apporter ses images. Une entreprise de télévision peut utiliser son savoir-faire ailleurs. Un spécialiste du jeu vidéo peut transposer ses mécaniques dans une attraction.

« Le secteur audio et multimédia, sur certains de ses aspects, est en décroissance. Ces entreprises viennent chercher de la croissance sur d'autres marchés, et celui des parcs d'attractions et du tourisme est clairement un secteur en croissance », explique Pierre Collin, directeur de TWIST.

« La Wallonie possède une particularité : certaines de ses entreprises développent leurs propres technologies. Elles ont la main sur l'IP (la propriété intellectuelle) », insiste-t-il. Autrement dit, elles ne vendent pas uniquement du temps ou des prestations. Elles possèdent aussi des technologies qu'elles peuvent commercialiser à l'étranger.



870 entreprises étaient présentes au salon IAAPA Europe 2026 © Christian Du Brulle

Une petite région, mais un marché mondial

Ce qui est vrai pour le marché wallon l'est aussi à l'exportation pour les entreprises de TWIST. Le Moyen-Orient illustre bien cette capacité à sortir des frontières. L'Arabie saoudite investit massivement dans les loisirs et le tourisme. Des parcs, des centres de divertissement et de nouvelles destinations touristiques sortent de terre. Alterface y a notamment participé à un projet de « dark ride » (une sorte de circuit très dynamique et interactif pour le visiteur) dans le cadre du développement de Qiddiya, près de Riyad.

L'IAAPA devient un lieu de travail presque aussi important qu'une vitrine commerciale pour l'écosystème wallon. On vient y chercher des clients, mais aussi des idées, des fournisseurs, des partenaires et parfois les prochaines collaborations.

Le marché mondial dans ce domaine est colossal. L'association IAAPA estime qu'en Europe, en 2025, le chiffre d'affaires global du secteur tournait autour de 156 milliards d'euros. En Belgique, Attractions et Tourisme parle d'un chiffre d'affaires de 375 millions environ (en 2024). Ce n'est évidemment pas négligeable. Pour les entreprises wallonnes qui innovent dans ce domaine, l'attrait de l'international est séduisant. Elles étaient une quinzaine à avoir fait le voyage à l'IAAPA Europe cette année, avec le cluster TWIST et l'AWEX.