Lost Odyssey

Jeu de rôle

Le 29 février

Dans la lignée des superproductions du genre jeu de rôle de type Final Fantasy, Lost Odyssey affiche une réalisation à la hauteur de la console nouvelle génération de Microsoft. Fort d'un excellent pédigrée (créateur et artiste de Final Fantasy, dessinateur de Slam Dunk), ce titre s'impose comme une nouvelle valeur sure du genre à côté de Blue Dragon et Mass Effect. Le joueur va ici suivre la destinée d'un immortel, sur plusieurs générations, qui devra faire face aux nombreux conflits s'engageant.

PLAN MARKETING

Microsoft va communiquer principalement sur Internet (sites spécialisés jeux vidéo, communautés de fans de jeux de rôle). L'éditeur a invité Hironobu Sakaguchi, créateur du jeu, pour une présentation du jeu aux journalistes à Paris fin janvier.

MISE EN PLACE

35 000 exemplaires.

Développeur	Feelplus
Editeur	Microsoft Games
Distributeur	Microsoft
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

16+

65€

Castlevania : The Dracula X Chronicles

Action

Le 14 février

Konami propose une version remise au goût du jour de l'un des meilleurs opus de la série Castlevania, paru au début des années 90 sur la console PC Engine de Nec. Selon l'éditeur, le titre a profité d'un sérieux coup de jeune avec une réalisation en 3D ainsi qu'une maniabilité revue et corrigée. Une fois de plus, Dracula a fait des siennes et un membre de la famille Belmont se rend dans le château macabre pour en découdre. A noter que l'UMD comprendra également la version originale du titre ainsi que l'épisode Symphony of Night à débloquer.

PLAN MARKETING

Konami va communiquer en presse, sur Internet ainsi qu'en TV (spots sur Game One). Des opérations sont prévues avec les éditions Soleil, qui publient le manga Castlevania.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Konami
Editeur	Konami
Distributeur	Konami
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

12+

NC

MX vs ATV Extreme Limite

Course

Le 28 février

La série de jeux Offroad de THQ accueille un nouvel opus et se positionne pour la première fois aussi sur consoles de nouvelle génération. Rappelons que le principe du jeu consiste à faire s'affronter sur deux et quatre roues (motos, quads, buggys…). Extreme Limite promet un nouveau moteur physique et permet aussi pour la première fois de modifier les véhicules. Côté multijoueurs, le nombre de participants simultanés est doublé pour atteindre le nombre de 12 en ligne ou quatre en écran divisé.

PLAN MARKETING

THQ a mis le jeu en avant au Supercross de Paris Bercy (novembre dernier) et une présentation presse a été organisée. L'éditeur est également partenaire de l'Enduropale du Touquet, de MBK… Une campagne est mise en place en presse (jeux vidéo, sports mécaniques), sur Internet et en TV (groupe Ab). Côté trade, THQ met en place de la PLV dédiée chez Micromania, Game ainsi qu'une niche chez Carrefour. Un championnat de France est prévu via Micromania.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Rainbow Studio
Editeur	THQ
Distributeur	THQ
Nombre de joueurs	1 à 12
Jeu en ligne	Non

3+

NC

Dragon Ball Z Budokai Tenkaichi 3

Action

Le 15 février

Quelques semaines après la version PlayStation 2, Namco Bandai propose l'adaptation sur Wii du dernier jeu de combat « un contre un » basé sur la licence du fameux dessin animé. En plus d'être l'un des épisodes les plus complets de la série (160 personnages, 30 arènes), cette version Wii se voit enrichie d'un tout nouveau mode multijoueurs en ligne. La réalisation a également été affinée par rapport à la PS2 et la maniabilité est moins rigide que le précédent opus sur Wii (plus besoin de se tenir face à l'écran).

PLAN MARKETING

Atari va principalement communiquer sur Internet, en direction du cœur de cible des 12 à 25 ans (sites de jeux vidéo, site Skyrock) mais aussi vers une cible plus jeune (sites communautaires Pokémon notamment). De nombreuses opérations sont également prévues en retail avec des PLV dédiées dans différentes enseignes.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

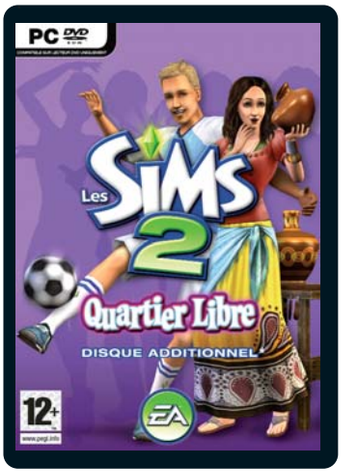
Développeur	Namco Bandai
Editeur	Namco Bandai
Distributeur	Atari
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Oui

12+

NC

Simulation de vie

Les Sims 2 : Quartier Libre



Le 6 mars

Une vie de Sims peut parfois paraître monotone mais pour changer cela, Electronic Arts propose une nouvelle extension du jeu dédiée à la version PC du jeu. Ce disque additionnel va permettre d'offrir tout un panel de nouvelles activités de loisirs aux personnages virtuels. Football, danse, jeux vidéo, train électrique… les occasions de se faire de nouveaux amis ne vont pas manquer. Attention, les Sims devront gagner des points de compétence dans leur domaine de prédilection pour être performants dans leurs loisirs !

PLAN MARKETING

Electronic Arts va communiquer sur le jeu via une campagne en TV, en presse, et sur Internet.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Electronic Arts
Editeur	Electronic Arts
Distributeur	Electronic Arts
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

12+

NC

Action

No More Heroes

Le 29 février

Le créateur de Killer 7 signe ce nouveau jeu d'action à la troisième personne, exclusif à la Wii. Le joueur va ici incarner un personnage mêlé contre lui à une histoire d'association d'assassins. Univers très coloré, personnage décalé, sabre laser du héros : No More Heroes ne peut laisser indifférent ! Le héros devra donc supprimer plusieurs cibles dans une ville américaine où le joueur pourra se déplacer librement. Comme dans un GTA, il sera possible d'emprunter des véhicules et de participer à de nombreuses missions plus ou moins facultatives.

PLAN MARKETING

Atari va principalement communiquer sur Internet : sites spécialisés jeux vidéo, mangas, divertissement. Des outils de PLV vont aussi être distribués.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Grasshopper Manufacture
Editeur	Red Star Rising
Distributeur	Atari
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

16+

NC

Action

Devil May Cry 4

Le 8 février

L'une des plus prestigieuses séries action de Capcom fait son grand retour sur consoles next-gen avec ce quatrième volet qui passe clairement à la vitesse supérieure. La signature de Devil May Cry a toujours été une chorégraphie très soignée de l'action : ce nouvel opus permet d'incarner deux personnages différents (Dante et Nero) pour des combats combinant armes à feu, épées et autres armes à débloquer. Dante peut désormais changer de style de combat en cours de saut, ce qui multiplie les possibilités de combos. Une nouvelle vitrine technologique pour les consoles next-gen.

PLAN MARKETING

Une campagne TV est prévue sur M6, W9, MTV et Game One. Sur Internet, l'éditeur prévoit une promo événementielle sur les principaux sites de jeux ainsi que sur MSN. Un « dispositif viral inédit » est annoncé sur Facebook. En presse, le jeu sera mis en avant dans les magazines spécialisés. Un programme de street marketing est aussi au programme.

MISE EN PLACE

Day one : 135 000 exemplaires.

Développeur	Capcom
Editeur	Capcom
Distributeur	Nobilis
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

16+

NC

Jeu de rôle

Persona 3

Le 29 février

Le héros de Persona 3 vient à peine d'intégrer son nouveau lycée, Gekkoukan High, qu'il observe des manifestations paranormales. Il va découvrir l'existence d'une heure secrète, au cours de laquelle le temps s'arrête et laisse la porte ouverte aux shadows, des démons. Au fil de son aventure, le héros apprendra à renforcer ses « personas », des esprits enfouis dans le subconscient. L'ambiance du jeu repose sur une alternance entre les phases de jour au lycée et les affrontements nocturnes dans la tour maléfique sans fin de Tartarus.

PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Atlus
Editeur	Atlus
Distributeur	Koei France
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non

40€