Al Pacino en vedette
88 minutes

Thriller

13 février

Dans ce thriller signé Jon Avnet (Personnel et confidentiel, Beignets de tomates vertes), un expert en psychiatrie apprend qu'il ne lui reste que 88 minutes à vivre et doit identifier son meurtrier pour échapper à cet ultimatum. Suspense, fausses pistes et rebondissements sont les atouts de ce film qui marque le retour d'Al Pacino (Le Parrain, Heat, Serpico) dans un premier rôle. 88 minutes a totalisé 350 000 entrées en France.

MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING
Investissement de 300 000 euros bruts en pub TV sur TF1 et 13ème Rue. Au dispositif télévision s'ajoutent de la pub radio sur RTL 2, une campagne presse dans Sport, New Look, Illimité et TV Envie et de la pub Web sur Lycos, Allociné, Commeau cinéma, Première et Evène.

Editeur **Metropolitan**
Distributeur **Seven 7**

19,99€

Un conte urbain japonais
Amer Béton

Animation

20 février

Deux orphelins sèment la terreur dans une ville, mais tout bascule lorsqu'un puissant yakuza décide de les éliminer, c'est le thème d'Amer Béton, adapté du manga de Taiyo Matsumoto paru en France en 1996. Grande innovation : pour la première fois un réalisateur américain, Michael Arias, prend les commandes d'un long métrage d'animation au Japon. Ce film dynamique et inspiré a réuni plus de 20 000 adeptes de mangas en salles. Il s'adresse en priorité aux connaisseurs et initiés au phénomène nippon.

MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING
GCTHV soutient le titre par des spots de pub sur NT1, AB1 et Manga TV, des spots radio sur Nova et des pages de pub dans Animeland et Coyote Mag.

Editeur **Columbia TriStar Home Vidéo**
Distributeur **Gaumont Columbia TriStar Home Vidéo**

19,99€
29,99€ (le DVD collector de luxe en édition limitée)

Délires en cascades
Hot Rod

Comédie

22 février

Sorti le 22 août 2007 en salles, Hot Rod n'a pas déchaîné les foules au cinéma et Paramount relève le défi en DVD. Cette comédie d'action raconte les mésaventures d'un cascadeur mythomane qui décide de s'inventer une carrière en voulant réaliser un saut à moto impossible. Issu de l'émission américaine de divertissement Saturday Night Live, le réalisateur Akiva Schaffer et les comédiens Andy Samberg et Jorma Taccone forment l'équipe de choc de ce film qui ne fait pas toujours dans la dentelle. Pour les amateurs de dérision !

MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING
10 jours de campagne TV sur MTV et des annonces presse dans FHM, Maximal et ADDX sont au programme de la promotion.

Editeur **Paramount Home Entertainment**
Distributeur **Paramount Home Entertainment**

14,99€

Une fable écologique
Evan tout-puissant

Comédie

26 février

Quatre ans après la sortie de Bruce tout-puissant avec Jim Carrey, Tom Shadyac, spécialiste des comédies avec notamment Ace Ventura, Détective pour chiens et chats et Le Professeur Foldingue, donne une suite au premier opus où Steve Carell (Little Miss Sunshine, 40 ans toujours puceau) tient le rôle-titre et se voit confier par Dieu la construction d'une arche de Noé. Destiné principalement à un public familial, cette histoire sur l'arche retrouvée a réalisé près de 208 000 entrées en salles.

MISE EN PLACE
45 000 DVD, 20 000 coffrets.

PLAN MARKETING
La campagne s'articule exclusivement en télévision avec des spots sur toutes les chaînes hertziennes (TF1, France 2, France 3, Canal + et M6), mais aussi sur le câble (Canal J et Gulli) avec un budget global de 150 000 euros. Cette campagne cible à la fois les enfants 4-14 ans et les ménagères avec enfants.

Editeur **Paramount Home Entertainment**
Distributeur **Paramount Home Entertainment**

14,99€
19,99€ (coffret Evan et Bruce tout-puissant)