Pleins feux sur les trentenaires
Ce soir, Je dors chez Toi

Comédie

21 mai

Premier film d'Olivier Baroux, le complice de Kad Merad, Ce soir, Je dors chez Toi est adapté de la BD Monsieur Jean. Alliant à la fois drôlerie et humour, cette comédie pose l'éternel problème d'un trentenaire qui a des difficultés à s'engager totalement dans sa vie amoureuse. Mené par un trio sympathique, Jean-Paul Rouve (Podium, Sans arme ni haine ni violence), Mélanie Doutey (Clara Sheller, La Fleur du mal) et Kad Merad (Les Choristes, Bienvenue chez les Ch'tis), ce film a réuni plus de 500 000 spectateurs en salles.

MISE EN PLACE
25 000 exemplaires.

PLAN MARKETING
StudioCanal mise sur une campagne TV de 50 000 euros sur W9. Un bugdet Internet de 85 000 euros est également alloué sur commeaucinema.com et teva.fr. Ce dispositif est complété par un plan presse de 50 000 euros avec Matinplus et Villeplus. Des opérations sont aussi organisées avec meetic.fr, avendrealouer.fr et les éditions Les Humanoïdes Associés.

Editeur **StudioCanal**
Distributeur **Universal StudioCanal Vidéo GIE**
Prix public conseillé 19,99€

Un musical qui décoiffe
Hairspray

Film musical

3 juin

Inspiré du film culte de John Waters et de la comédie musicale de Broadway, Hairspray remet au goût du jour les sixties. Conduite sous la direction d'Adam Shankman (Un Mariage trop Parfait), cette comédie musicale drôle, colorée et kitsch bénéficie d'un casting de premier ordre avec John Travolta en big mama, Michelle Pfeiffer, Christopher Walken et Queen Latifah. Ce film haut en couleurs et tonique a attiré 500 000 spectateurs en France.

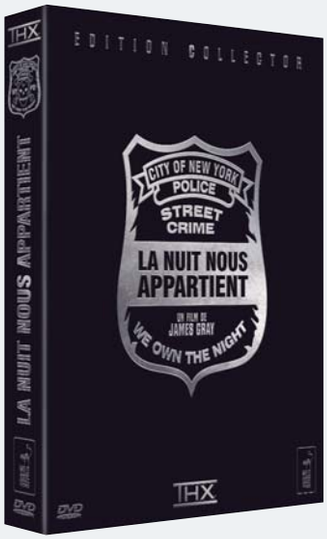
MISE EN PLACE
Non communiquée.

PLAN MARKETING
Le plan de lancement s'articule autour d'une campagne TV de 400 000 euros sur MTV et M6, de la radio sur Nostalgie, de la presse avec Public, Ciné Live, Dimension Cinéma, Têtu, TéléObs et de l'Internet avec Teemix.

Editeur **Metropolitan**
Distributeur **Seven Sept**
Prix public conseillé 19,99€ (édition simple)
24,99€ (le DVD édition collector)

Affrontements police-mafia
La Nuit nous Appartient

Thriller



4 juin

Présenté en compétition officielle au Festival de Cannes 2007, La Nuit nous Appartient a totalisé 860 000 entrées en salles. Après Little Odessa et The Yards, le réalisateur new-yorkais James Gray signe un thriller particulièrement sombre sur la famille et la mafia. Porté par un casting de choix, Joaquin Phoenix, Mark Wahlberg, Robert Duvall et Eva Mendes, le cinéaste rend un vibrant hommage aux films des années 1970 dans la lignée du Parrain, Police Fédérale LA et French Connection.

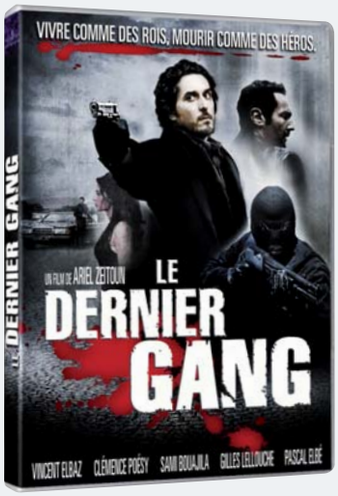
MISE EN PLACE
150 000 exemplaires.

PLAN MARKETING
Ce film policier bénéficie d'une campagne TV de 650 000 euros sur toutes les chaînes hertziennes et 6-7 chaînes de la TNT et du câble, un plan radio de 180 000 euros sur RMC, de la presse avec notamment 20 Minutes et Le Monde et de la presse magazine ainsi qu'une campagne Web de 100 000 euros.

Editeur **Wild Side Vidéo**
Distributeur **Universal StudioCanal Vidéo GIE**
Prix public conseillé 19,99€ (édition simple)
24,99€ (édition collector 2 DVD + CD audio)

Fric, flingues et frime
Le Dernier Gang

Policier



4 juin

Librement inspiré de l'histoire du Gang des Postiches, une bande de braqueurs qui sévissait dans les années 1980, Le Dernier Gang d'Ariel Zeitoun (Yamakazi) relate l'ascension spectaculaire de Simon incarné par Vincent Elbaz et de son équipe. Sorti à la fin octobre 2007, le film n'a pas remporté le succès escompté avec 287 000 entrées et sa sortie en DVD devrait lui permettre de reconquérir un public. Gilles Lellouche, Sami Bouajila et Pascal Elbé font partie du casting de ce polar nerveux et violent.

MISE EN PLACE
100 000 exemplaires.

PLAN MARKETING
350 000 euros sont investis en TV sur M6, W9 et NT1. Le plan de lancement s'oriente également sur Skyrock avec 50 000 euros et 30 000 euros investis sur Lycos.

Editeur **EuropaCorp**
Distributeur **Fox Pathé Europa**
Prix public conseillé 19,99€