Action

Alone in the Dark

Le 20 juin

En 1992, Alone in the Dark créait le genre du survival horror. Seize ans plus tard, la série fait son retour dans un titre où Carnby devra cette fois-ci faire toute la lumière sur les mystères entourant Central Park à New-York. Le titre se présente sous la forme d'un jeu d'action dans lequel la gestion du feu et les effets de lumière promettent d'être particulièrement probants. Le jeu affiche une structure comparable à une série TV, sous forme d'épisodes. Les versions Wii, Xbox 360 et PC sont déclinées en versions collector. Une version PlayStation 3 du jeu est prévue en fin d'année.

PLAN MARKETING

Atari va communiquer massivement sur le jeu, via une campagne TV (chaînes hertziennes, câble), en presse (spécialisée, généraliste) ainsi que sur Internet (Dailymotion, Skyrock…). Des opérations ont été mises en place avec les revendeurs comme un système de précommandes ou encore des outils de PLV et de théâtralisation.

MISE EN PLACE

Développeur	Eden Games
Editeur	Atari
Distributeur	Atari
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	NC

Action

L'Incroyable Hulk Le Jeu Vidéo Officiel

Fin juin

Alors que le nouveau film mettant en scène Hulk sort dans les salles le 23 juillet prochain, Sega en propose peu avant une adaptation sur la plupart des plates-formes du marché. Ce jeu d'action à la troisième personne reprendra les événements du film et permettra de retrouver le scientifique Bruce Banner qui a la fâcheuse habitude de se transformer en géant vert à la moindre contrariété. Dans une ville de New-York entièrement destructible et explorable à volonté, il s'agira d'empêcher la ville d'être réduite à néant par les ennemis du héros de Marvel.

PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Edge of Realty/ Amaze
Editeur	Sega
Distributeur	Sega
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	NC
Prix public conseillé	NC

Combat

Dragon Ball Z Burst Limit

Le 6 juin

La série des jeux de combat basés sur la licence Dragon Ball Z fait sa première apparition sur les nouvelles consoles avec ce volet qui accueille 21 personnages jouables (36 en comptant les transformations) parmi les plus populaires du dessin animé. Outre les graphismes en haute définition et des animations dignes de la série animée, le jeu comprend à la fois un mode scénario en solo et des modes multijoueurs à pratiquer via le Xbox Live ou le PSN. Ces combats pourront faire s'affronter des joueurs du monde entier.

PLAN MARKETING

Atari va principalement communiquer autour du Trophée Fnac dédié au jeu. Du 11 au 28 juin, une trentaine de magasins de l'enseigne vont accueillir des rencontres de joueurs. L'événement sera notamment relayée via une campagne sur les sites Internet orientés gamers, ainsi que sur des chaînes TV. Le jeu sera aussi mis en avant à l'occasion de la Japan Expo à Paris en juillet.

MISE EN PLACE

90 000 exemplaires.

Développeur	Dimps
Editeur	Namco Bandai
Distributeur	Atari
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC

Action

La Mémoire dans la Peau

Le 27 juin

Ce jeu d'action est l'adaptation du premier roman de la série Bourne, signée Robert Ludlumn, qui a été également adaptée en films avec Matt Damon. Dans le rôle d'un agent secret amnésique en quête d'identité, il s'agira de revivre des événements tirés à la fois du film, du livre ainsi que des flashbacks inédits dévoilant le passé du personnage. Le principal de l'action se présente à la troisième personne avec un focus important sur l'interaction avec les décors. Une section du jeu consiste également en une poursuite de voitures en plein Paris.

PLAN MARKETING

Vivendi Games met en place une campagne originale par le biais de laquelle le public sera invité à participer à une chasse à l'homme. Des indices seront communiqués au public via les points de vente, des opérations de street-marketing et un site dédié. Une surcouverture du quotidien 20 Minutes est notamment prévue.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	High Moon Studios
Editeur	Sierra Entertainment
Distributeur	Vivendi Games
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	NC

Action

Le Monde de Narnia : Le Prince Caspian

Le 19 juin

Alors que le deuxième film basé sur l'univers du Monde de Narnia sort en salles le 25 juin prochain, Disney propose quelques jours avant l'adaptation du long-métrage en jeux vidéo. Dans ce jeu mêlant action et puzzles, il s'agira d'aider le Prince Caspian à reprendre le trône des Temarins qui lui est dû, afin de sauver le royaume. La coopération entre joueurs est ici un élément important, sachant qu'une deuxième personne peut entrer à tout moment dans la partie en connectant une manette. Le premier jeu, basé sur le premier film sorti en 2005, s'est vendu à ce jour à 290 000 exemplaires selon l'éditeur.

PLAN MARKETING

Disney Interactive Studios va communiquer sur la plupart des supports, depuis la TV (hertzienne, câble) jusqu'à la radio (partenariat NRJ) en passant par les cinémas (suivi du film), le Web ou encore la presse enfants. De nombreuses synergies sont également au programme avec les autres licenciés du film.

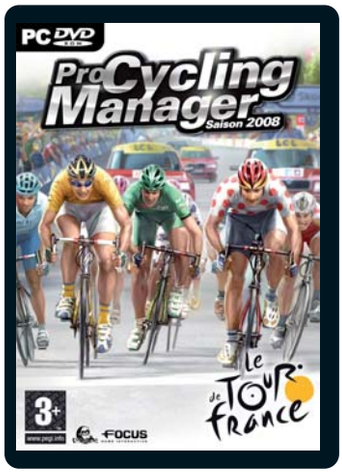
MISE EN PLACE

300 000 exemplaires.

Développeur	Traveller's Tales/ Fall Line Studio
Editeur	Disney Interactive Studios
Distributeur	Disney Interactive Studios
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	NC

Simulation

Pro Cycling Manager Tour de France 2008



Le 19 juin

Les français de Cyanide signent une nouvelle version de Pro Cycling Manager, la simulation de cyclisme estampillée de la licence du Tour de France. Combinant management d'équipe et simulation, la version PC permet de retrouver les 65 équipes officielles et les étapes du Tour. Au chapitre des nouveautés de cette année, on note les épreuves sur pistes et une gestion plus fine de l'évolution des coureurs. Sur PSP, le jeu se concentre sur la simulation puisque le joueur est plongé directement dans l'ambiance de la course. Un nouveau mode multijoueurs permet désormais de jouer à deux en WiFi.

PLAN MARKETING

Focus va communiquer en presse spécialisée jeux vidéo, cyclisme et sport. Sur Internet, l'éditeur opte pour les sites de jeux et de sport. Côté partenariats, Focus a signé avec RMC, France Télévisions et le gratuit Sport.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Cyanide
Editeur	Focus Home Interactive
Distributeur	Focus Home Interactive
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC

Simulation de vie

My Baby Boy/ My Baby Girl

Le 20 juin

On connaissait les simulations d'animaux sur Nintendo DS mais Nobilis innove en proposant la première simulation de nouveau-né sur la console portable. Après avoir choisi le nom du bébé, le joueur doit s'en occuper et le suivre au fil de son évolution. Celle-ci est ponctuée de diverses activités comme le bain, la promenade, la stimulation via les jouets… Un pédiatre et une puéricultrice interviennent pour prodiguer des conseils. Le titre est décliné en deux versions, garçon ou fille mais chacune permet de débloquer l'autre sexe une fois le jeu terminé.

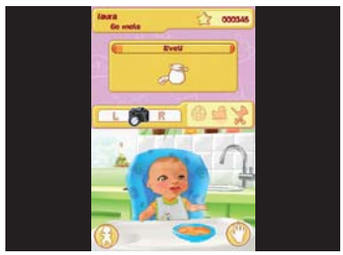
PLAN MARKETING

Nobilis va communiquer sur le titre en TV (TF1, Gulli, Télétoon) ainsi que sur Internet (via MSN). Des opérations de trade marketing sont également prévues. Nobilis va par ailleurs ouvrir un portail Internet dédié aux petites filles.

MISE EN PLACE

100 000 exemplaires.

Développeur	Dancing Dots
Editeur	Nobilis
Distributeur	Nobilis
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	NC



Jeu musical

Guitar Hero : Aerosmith

Visuel non définitif

Le 27 juin

Activision propose une édition de Guitar Hero spécialement dédiée au groupe de hard rock américain Aerosmith. Le titre permettra de revivre les temps forts de la carrière du célèbre groupe en participant à leurs concerts et en reprenant leurs chansons les plus populaires. Le jeu comprendra également une sélection de titres d'autres artistes repris par Aerosmith ou encore des chansons qui auront inspiré le groupe. Activision propose pour l'occasion un bundle comprenant le jeu et une édition spéciale de la guitare sans fil décorée aux couleurs du groupe.

PLAN MARKETING

Non communiqué.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Neversoft/Vicarious Visions
Editeur	Activision
Distributeur	Activision
Nombre de joueurs	1 à 2
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC