Simulation sportive

FIFA 09

Le 2 octobre

La série Fifa avait marqué les esprits l'année dernière en passant avec brio le test du passage à la nouvelle génération, en partant sur de nouvelles bases techniques. Electronic Arts reste sur la même tendance pour cette nouvelle version avec un jeu qui accueille tout de même « 250 améliorations différentes ». Parmi celles-ci, on notera l'annonce de commandes simplifiées (possibilité de jouer avec deux boutons), des animations inédites mais aussi une nouvelle intelligence artificielle qui s'adapte aux méthodes de joueur. La version Wii, toujours spécifique, accueille pour la première fois un mode multijoueurs à huit.

PLAN MARKETING

Electronic Arts va communiquer en presse, radio, sur Internet. Des PLV sont également au programme, sans oublier des partenariats.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Electronic Arts
Editeur	Electronic Arts
Distributeur	Electronic Arts
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC

Jeu de rôle

Dragon Quest : L'Epopée des Elus

Disponible

Ce titre est l'adaption sur Nintendo DS du quatrième volet de la très populaire saga de jeux de rôle Dragon Quest. Publié au Japon sur NES en 1990, le jeu n'avait jamais été publié en version française et cette omission est désormais réparée avec ce portage sur la console portable qui profite d'une refonte sur les plans graphiques et sonores. L'éditeur souligne par ailleurs qu'il s'agit de l'un des rares jeux proposés sur la console qui se permet d'afficher de la 3D simultanément sur les deux écrans de la console, avec notamment rotation des décors. Via la connexion WiFi entre consoles, il est possible de s'échanger des personnages.

PLAN MARKETING

Ubisoft communique sur le titre via Internet et la presse. Les joueurs avertis et amateurs d'univers mangas sont la première cible de ce titre.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Square-Enix
Editeur	Square-Enix
Distributeur	Ubisoft
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	40€

Action

De Blob

Le 26 septembre

De Blob est une nouvelle franchise de THQ mettant en scène une créature capable de changer d'apparence et de couleurs et dont le but est de repeindre sa ville. Une armée a en effet envahi Chroma City et lui a retiré toutes ses couleurs. En prenant le contrôle du Blob (avec le nunchuck), le joueur repeint les murs de la cité en actionnant la wiimote. Le jeu profite d'une bande sonore de choc avec des rythmes funky qui évoluent avec la partie. Cette nouvelle franchise cible principalement les huit à 14 ans.

PLAN MARKETING

THQ va communiquer sur le titre en TV via une campagne de trois semaines en chaînes hertziennes. Un partenariat a également été signé avec Gulli. Des outils de PLV sont au programme et un programme de street marketing est annoncé, avec distribution de goodies à la clé.

MISE EN PLACE

Day one : 80 000 exemplaires.

Développeur	Blue Tongue
Editeurs	THQ
Distributeur	THQ
Nombre de joueurs	1 à 4
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	NC

Jeu massivement multijoueurs

Warhammer Online : Age of Reckoning

Disponible

Les créateurs de Dark Age of Camelot proposent un nouveau jeu massivement multijoueurs, basé cette fois-ci sur la licence du jeu de stratégie plateau Warhammer. Dans un univers médiéval gothique et fantastique, les joueurs devront ici choisir leur camp entre l'Ordre ou la Destruction. A l'instar de DAOC, le jeu permettra de prendre part à des affrontements massifs, avec un système royaume contre royaume. Envahir les terres ennemies et assiéger des forteresses sera donc le quotidien du joueur. Armes et magie seront de la partie pour parvenir à ses fins. Le prix de l'abonnement mensuel est de 12,99 euros, avec un tarif dégressif lorsque le joueur s'engage sur plusieurs mois.

PLAN MARKETING

L'éditeur communique principalement en presse spécialisée, en papier ou sur Internet.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Mythic
Editeur	GOA
Distributeur	GOA
Nombre de joueurs	NC
Jeu en ligne	Exclusivement
Prix public conseillé	49,99€

Action

Brothers in Arms Hell's Highway

Le 25 septembre

La série de jeux d'action en vue subjective dans l'univers de la Seconde Guerre mondiale d'Ubisoft fait ses premiers pas sur la dernière génération de consoles avec ce troisième opus. L'action se passe cette fois-ci en Hollande en septembre 1944, au moment de l'opération Market Garden, l'un des pires fiascos connus par les Alliés durant la guerre. Le joueur incarne un soldat à la tête d'une escouade à laquelle il pourra donner des ordres. Le titre devrait s'inscrire dans l'esprit des précédents opus avec des lieux fidèlement reproduits et une ambiance toute cinématographique.

PLAN MARKETING

Ubisoft va communiquer via une campagne TV cabsat, en presse spécialisée ainsi qu'en magasins sans oublier sur Internet (sites de jeux et cinéma).

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Gearbox
Editeur	Ubisoft
Distributeur	Ubisoft
Nombre de joueurs	1 à 20
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	70€ (consoles) 50€ (PC)

Jeu de rôle

Sonic Chronicles : La Confrérie des Ténèbres

Disponible

Développé par Bioware, des spécialistes du genre (Neverwinter Nights, Mass Effect), ce jeu sur Nintendo DS marque les tout premiers pas du personnage de Sonic dans le genre du jeu de rôle. Le hérisson bleu et ses amis vont devoir ici affronter un tout nouvel ennemi. L'éditeur annonce un titre mariant stratégie et vitesse, avec des combats « rythmés ». Une vingtaine de zones seront à explorer. La connexion WiFi entre consoles sera exploitée afin d'échanger des objets entre joueurs.

PLAN MARKETING

Sega va notamment communiquer en TV par le biais d'une campagne de trois semaines. D'un budget de 420 000 euros, celle-ci vise à toucher 14 millions de contacts.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Bioware
Editeur	Sega
Distributeur	Sega
Nombre de joueurs	1
Jeu en ligne	Non
Prix public conseillé	NC

Course

Pure

Le 25 septembre

Ce jeu de course de quads, signé par le studio Black Rock (ex-Climax Racing, auteurs de ATV Offroad Fury), mise sur l'action avec des circuits souvent très mouvementés. Le joueur a ici la possibilité de créer son propre quad et de participer à des courses dans sept environnements différents où il pourra essayer de réaliser les 80 figures disponibles dans le jeu.

PLAN MARKETING

DIS va communiquer largement sur ce titre, avec de la visibilité en TV (chaînes hertziennes, cabsat), sur Internet (sites de jeux, de sport…) et en presse (Sport). En radio, le jeu sera mis en avant sur quatre radios nationales. Des partenariats ont été signés avec Jetix, MTV et Yamaha.

MISE EN PLACE

Non communiquée.

Développeur	Black Rock Studios
Editeur	Disney Interactive Studios
Distributeur	Disney Interactive Studios
Nombre de joueurs	1 à 16
Jeu en ligne	Oui
Prix public conseillé	NC