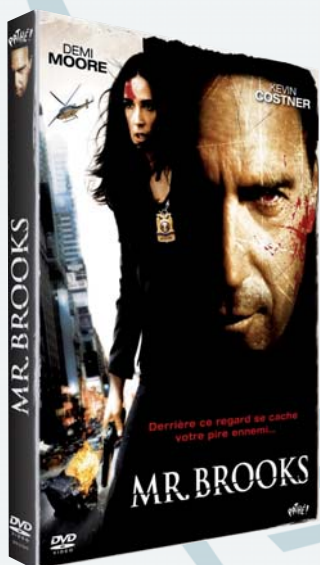


Tueur en série
Mr. Brooks

Policier



2 avril

Prix du public au Festival du Film Policier de Cognac 2007, Mr. Brooks offre un contre-emploi à Kevin Costner (Danse avec les loups, Les Incorruptibles). Il campe ici un père de famille et chef d'entreprise tranquille qui est en réalité un redoutable meurtrier. Face à lui, Demi Moore (À armes égales, Striptease), incarne la détective tenace qui se lance à la poursuite de cet homme particulièrement ambigu. Ce thriller efficace servi par un duo de choc a attiré plus de 330 000 spectateurs en salles.

MISE EN PLACE

70 000 exemplaires.

PLAN MARKETING

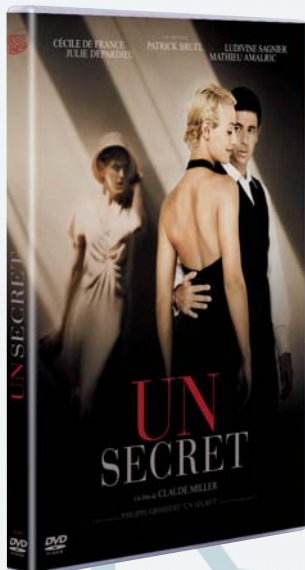
Fox Pathé Europa cible une clientèle masculine 25-34 ans adepte des films comme Hannibal Lecter ou Seven. 180 000 euros sont investis en TV sur M6, W9 et 13ème Rue. La carte du partenariat est jouée avec Virgin 17 et W9.

Editeur Pathé Distribution
Distributeur Fox Pathé Europa

19,99€

Histoire de famille
Un Secret

Drame



3 avril

Tiré du best-seller autobiographique de Philippe Grimbert, Un Secret ne dégage pas autant d'émotion que le livre. Le film est pourtant mis en scène d'une manière soignée et minutieuse par Claude Miller et les acteurs, Cécile de France et Julie Depardieu, en tête, sont impeccables. Le réalisateur évite toute sensiblerie dans la révélation d'un secret de famille à un adolescent dont les proches ont été victimes du nazisme. Un Secret a réuni plus de 1,6 million de spectateurs en France. Espérons qu'il trouve également son public en vidéo.

MISE EN PLACE

110 000 exemplaires.

PLAN MARKETING

La campagne marketing s'articule autour d'un plan TV sur TF1, TNT/câble/satellite, un partenariat TV avec TMC et un partenariat radio avec Chérie FM. Le tout est complété par un dispositif Internet.

Editeur UGC Vidéo
Distributeur Warner Home Vidéo

19,99€

Chassés-croisés amoureux
La Vérité ou presque

Comédie



9 avril

Troisième film réalisé par le comédien Sam Kermann après Kennedy et moi et À la petite semaine, La Vérité ou presque est l'adaptation à la française d'un roman de Stephen McCauley, True enough. Servi par un casting de choix, Karin Viard, André Dussollier et François Cluzet, le film explore les comportements du genre humain d'une manière caustique, voire même cynique. Le tout est pimenté par des répliques bien senties et un humour décapant. Cette étude de moeurs a totalisé plus de 305 000 entrées.

MISE EN PLACE

15 000 exemplaires.

PLAN MARKETING

Partenariats avec Le Figaroscope et Teva et campagne TV sur France Télévisions sont au programme de la promotion du film. Des dédicaces avec le réalisateur Sam Kermann sont également prévues à Paris et à Lyon.

Editeur France Télévisions Distribution
Distributeur Gaumont Columbia TriStar Home Vidéo

19,99€

Un futur dérivant
Bienvenue chez les Robinson

Animation



17 avril

Destiné à un public familial, ce film d'animation réalisé par Stephen J. Anderson qui avait déjà collaboré à Tarzan, Frère des ours et Kuzco. Dans cette production Disney, un jeune orphelin inventeur a mis au point un scanner de mémoire lui permettant de se souvenir de sa mère. Malheureusement, son invention est volée et un mystérieux garçon vient à son aide et l'entraîne dans sa machine à explorer le temps. Un spectacle divertissant qui séduira en priorité le jeune public friand d'aventure. Près de 450 000 spectateurs ont vu le film en salles.

MISE EN PLACE

150 000 exemplaires.

PLAN MARKETING

Le film est soutenu par une campagne TV sur les chaînes hertziennes et le câble pendant deux semaines (TF1, France 2, France 3, M6, Gulli, Télé Toon, Cartoon Network, Jetix, Canal J), une campagne de pub et une semaine spéciale sur RTL9, un partenariat avec 20 minutes et une campagne de pub dans la presse enfants, TV et people.

Editeur Walt Disney Home Entertainment
Distributeur Walt Disney Studios Home Entertainment

19,99€