



Présentation

“Oh voleurs”

PIERRE / SIMIN / LILLIAN / FANNY

Sommaire

01

PRÉSENTATION DU JEUX

02

SLOGAN / LOGO

03

CIBLE

04

PLAN DE COMMUNICATION

05

LIEUX DE COMMERCIALISATION

06

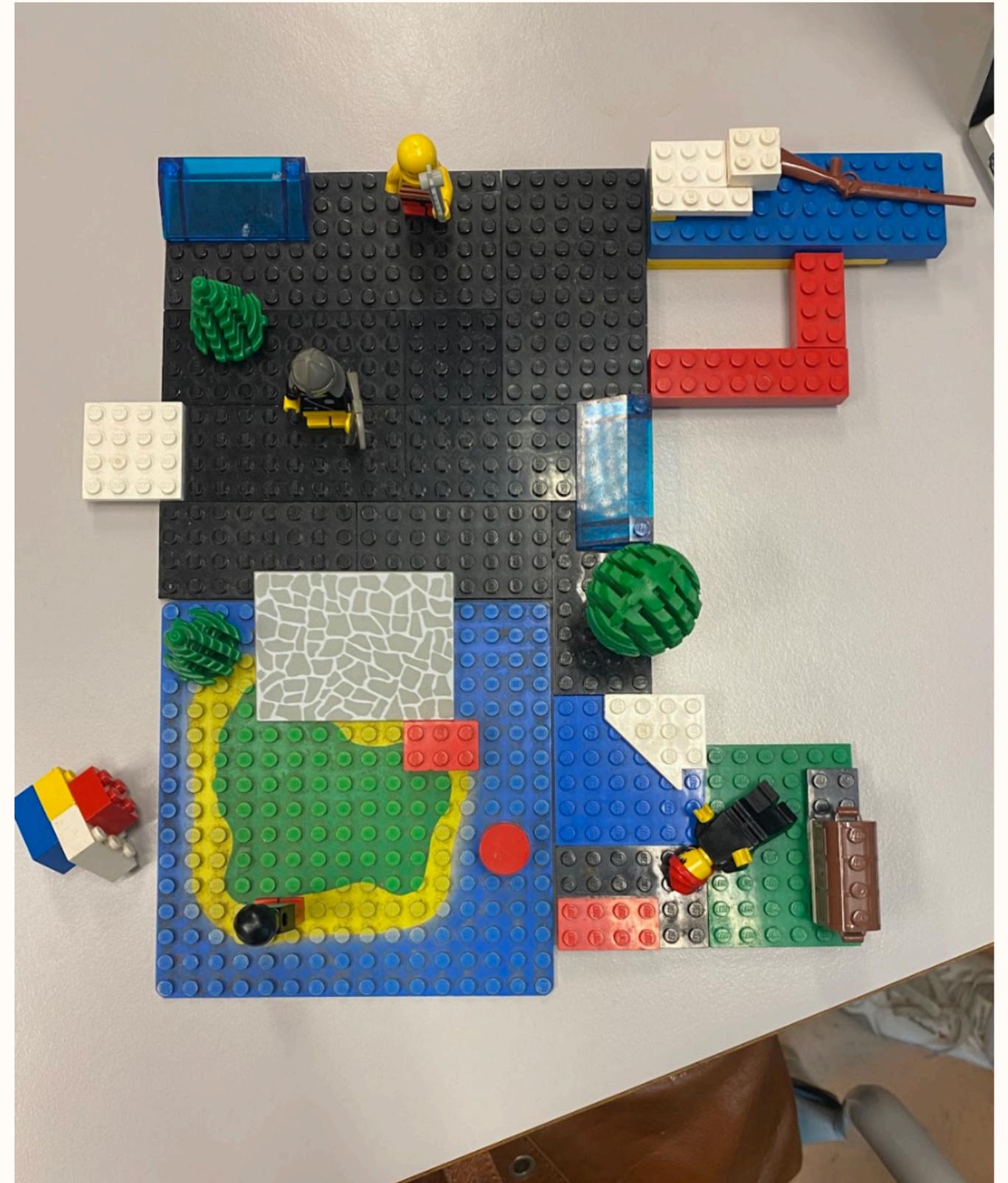
BUDGET PRÉVISIONELLE

I/- Présentation du jeux

HISTOIRE

À Paris, dans un musée, il fait nuit noire et trois voleurs décident de préparer le cambriolage du siècle ! Ils veulent dérober un trésor, le fabuleux bijou du roi. Problème un vigile surveille étroitement ce trésor d'ancienneté et d'histoire.

Votre objectif : Aidez les voleurs à rafler ce bijoux sans se faire capturer par le gardien.
Faites preuve de stratégie et d'ingéniosité.



RÈGLE DU JEU

Il y a 3 voleurs ainsi que 1 policier, les brigands doivent réceptionner un coffre surveillé par un policier, qui pourra se déplacer sur le plateau, son objectif est d'arrêter les voleurs avant qu'ils ne prennent le trésor. Tous les 3 tours, le policier à une information sur le placement d'un voleur, que le policier désignera. Cependant, il est possible d'être envoyé en prison si l'un des voleurs est attrapé, qui aura la possibilité d'être sauvé par un des voleurs (1 chance par voleur), si il se fait réattraper c'est la fin de partie.

- Les cases blanches représentent une opportunité pour les voleurs, car ils sont immunisés, ils sont donc protégés du policier.
- Les cases transparentes permettent au policier d'avoir un indice sur le positionnement sur le voleur le plus proche (en indiquant le nombre de cases)
- Les arbres sur le plateau sont des cachettes pour les voleurs.

Nombre de joueurs min = 4

Nombre max est de 6 voleur et 2 policiers.



II/- Slogan, logo (graphisme)



Packaging :

- Simple avec le logo au milieu en gros avec la charte graphique qui est respectée pour rappeler le côté intrigant.
- La boîte sera noire et les écritures seront en blanc et en rouge pour les plus importantes avec des petits dessins ludiques.
- Sur les côtés de la boîte on peut retrouver quelques avis clients ou de journaux, à l'intérieur on retrouve le plateau de jeu avec les différents personnages et un dépliant avec les règles du jeu qui respecte la charte graphique.

III/- Cible

Notre cible est destinée aux personnes de 9 à 99 ans, l'âge minimum est de 9 ans car c'est un jeu de stratégie où cela demande un peu de réflexion. C'est un jeu familial ou entre amis.

IV/-Plan de Communication

Site web

Notre but est de faire une page e-commerce de notre jeu, on pourra acheter notre jeu directement sur le site. Ce sera une page explicative du jeu ou il y aura un lien pour aller voir une vidéo qui montre des personnes jouer et qui explique les règles. Il y aura la maquette du jeu. La page sera simple et claire.

Télévision

- publicités sur les chaînes télés : TF1, Gulli, France 5, M6 (légo master) .
En effet notre jeu est pour les plus grand et plus jeune.
- Période :
 - 7h - 9h heure où les enfants déjeunent,
 - 11h - 12h heure de manger beaucoup de public,
 - 16h – 18h heure de fin des cours des enfants,
 - 19h - 20h heures de dîner.

Journaux

- les catalogues de Noël afin d'être dans les idées de cadeaux pour les enfants.

Pour ce qui concerne la communication nous allons augmenter notre communication à la **période de Noël**.

Réseaux sociaux



Sur Instagram, nous allons choisir de mettre des posts qui montrent le design du jeu (interne et externe), le plateau etc... Nous allons également prendre des photos avec des personnes qui sont en train de jouer à notre jeu. Nous allons également proposer des réels, sur notre page Instagram, où on filmiera des personnes en train de jouer sur un brief instant.



Sur YouTube, nous allons mettre en place des vidéos explicatives concernant les règles du jeu. De plus, il sera possible de mettre en ligne le trailer concernant le jeu de société.



Sur Tik Tok de simples vidéos comme les réels d'Instagram, mais également faire des vidéos de promotion comme expliquer "les raisons de jouer à notre jeu", faire du contenu adapté en fonction des périodes des fêtes comme Noël. Il faudra également faire des vidéos avec un ton humoristique pour que cela plaise au enfant.

Partenaires avec des maisons de jeu de société comme Matagot, qu'on identifiera sur chaque publication sur les réseaux sociaux.

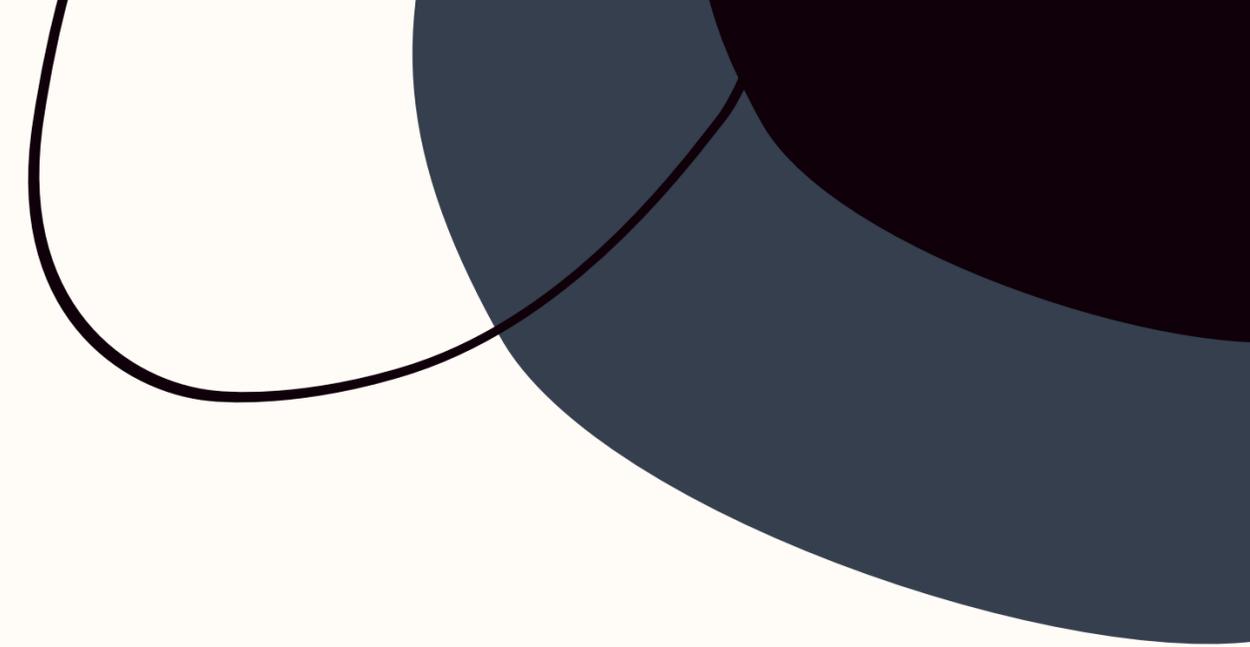
Rencontre en réel (événements et concours)



- Nomination au AS d'or 2024
- Les trophées FLIP
- On se déplacera au festival international des jeux à Cannes durant 3 jours en février et à Pau le 13 et 14 avril pour le lancement de notre projet.
- Du 4 au 5 novembre l'association des Pions de fer organise le premier salon du jeu de société à Tarbes
- Affichage dans la rue type arrêt de bus et là où il y a du passage
- QRcode à l'entrée d'une chaîne de magasin en partenariat (Toysrus) ou il y a la possibilité d'avoir notre jeu gratuit ou des réductions ou rien.

On le fera les 5 premières années, grâce à ces salons on espère trouver des partenaires pour financer le projet et le faire connaître.

V/-Lieux de commercialisation



Magasin de grande distribution



Bar de jeux de société

29,99€

VI/-Budget prévisionnelle

COMMUNICATION	65 000€
COÛT DE PRODUCTION	10€ / JEUX
COÛT DE DISTRIBUTION	3€ / JEUX
MATIÈRES PREMIÈRES	7 000€
SALAIRES	10 000€
PRIX DE VENTE	29,99€ / JEUX
TOTAL	81 983,01€

**Merci de votre
écoute**