

Infogrames mise sur Matrix – nouveau marketing?

La nouvelle a fait bondir le titre à la Bourse de Paris. Il a d'ailleurs pris la tête des valeurs en hausse. Le groupe Infogrames compte bien sur ce titre pour relancer son chiffre d'affaires et réduire sa dette.

Bruno Bonnell, le président d'Infogrames, a déclaré : « *'Enter the Matrix est le plus grand jeu de notre catalogue, et il est à la hauteur des espérances de tous. Les fans de Matrix et les amateurs de jeux vidéo du monde entier sont sur le point de faire une expérience inédite, mêlant intimement Hollywood et le loisir interactif.* » **Le marketing Matrix, une approche originale**

Si la suite cinéma de Matrix,

Matrix Reload, est déjà assurée d'un succès au box office, la démarche marketing originale qui accompagne sa sortie risque de rapporter gros à ses producteurs et réalisateurs. Les frères Wachowsky ont conçu les films et les produits dérivés dans une approche non plus restrictive, limitée à la reproduction du film, mais au contraire dans une approche ouverte, qui les prolonge. Le jeu 'Enter the Matrix', par exemple, reprend bien évidemment l'environnement du film, mais avec un scénario propre. Le joueur ne va donc pas revivre l'aventure du film, mais au contraire vivre une nouvelle aventure. Autre exemple, la sortie d'un DVD réunissant plusieurs courts métrages d'animation qui viennent compléter la projection des films. Après le succès du premier film, Matrix, la sortie des deux suites prend une forme pour le moins originale, en s'accompagnant d'un marketing décalé au succès assuré.