

Dossier de Presse

Bonne Presse

Bonne Presse est un jeu d'ambiance et de rédaction dès 3 joueurs.

Les participants sont des journalistes stagiaires qui devront rédiger le meilleur titre de presse pour un magazine donné, en incluant des mots pris au hasard.

Une bonne dose de fun pour qui sait rédiger et rigoler de tout !



Un jeu conçu par Vincent Miramon et développé par Débâcle Jeux

Direction artistique par Monsieur l'Oeil et illustrations par Claude Davancens

Sommaire

PRÉSENTATION DU JEU	P.3
CONTENU	P.4
RÈGLES DU JEU	P.5
ET SI ON JOUAIT ?	P.6
LA CONCEPTION	P.8
L'ÉQUIPE	P.9
DÉBÂCLE JEUX	P.10
OÙ TROUVER LE JEU ?	P.11
NOTRE COMMUNAUTÉ	P.12
INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES	P.14

Présentation du jeu

Bonne Presse est un jeu d'ambiance original. On ne connaît que peu de jeux sur ce thème, et peu de jeu de rédaction.

Bonne Presse est amusant de par sa nature incongrue. Rédiger des titres de presse pour de faux magazines stéréotypés avec une sélection de mots amusants promet de bons moments entre amis ou en famille.

Le but du jeu est de marquer le plus de points.



Bonne Presse est prévu pour 3 à 6 joueurs, à partir de 10 ans, et pour des parties d'environ 5 minutes par joueur.

Contenu

Bonne Presse comprend beaucoup de matériel malgré sa petite taille :

- 15 grandes cartes magazine, glacées.
- 225 cartes mot-clé.
- 1 sac en tissu floqué.

- 1 stylo personnalisé pour le Rédacteur en chef.
- 5 crayons à papier.
- 2 blocs-notes.
- Une règle du jeu.



BONNE PRESSE

LES RÈGLES DU JEU

Vincent Miramon Claude Davancens

MISE EN PLACE

- Assurez-vous que toutes les cartes Mot-clé soient bien dans le sac en tissu.
- Vérifiez que vous êtes tous d'accord pour jouer avec toutes les cartes Magazine. Retirez celles que vous ne souhaitez pas utiliser, puis mélangez les autres et mélangez-les bien.
- Le magazine *Le Journal de la Presse* est en présence de joueurs.
- Changez jouer le motif d'une feuille et d'un crayon.
- Le joueur à être joué dans un journal commence en tant que Rédacteur en chef et les autres joueurs sont tous des stagiaires.

Une partie de Bonne Presse se déroule en autant de tours qu'il y a de joueurs, puisque chaque joueur le Rédacteur en chef (Réd. Chef) une fois.

Le Rédacteur en chef (Réd. Chef) choisit le motif à jouer, et les autres joueurs choisissent le motif à jouer. Durant ces tours, chaque joueur remporte des points en fonction de la qualité des titres d'articles qu'il écrit.

DÉBUT DE TOUR

Le Rédacteur en chef choisit un motif à jouer et un stylo personnalisé pour le Rédacteur en chef (Réd. Chef) une fois.

Tandis que les stagiaires prennent connaissance des Motifs, le Rédacteur en chef choisit le motif à jouer et le motif à jouer.

C'est ainsi que le Rédacteur en chef choisit le motif à jouer et le motif à jouer.

RÉDACTION DES TITRES

Chaque stagiaire doit désormais rédiger le meilleur titre d'article pour ce magazine.

Ils ont des idées originales à mettre sur une feuille, mais ils ne peuvent pas utiliser les mots-clés qui ont été tirés et ne peuvent pas utiliser les mots-clés qui ont été tirés.

Il est conseillé aux stagiaires de les souligner sur leur feuille pour une meilleure lisibilité.

Le Rédacteur en chef est un observateur attentif durant cette phase du jeu, en notant que les stagiaires aient écrit et qu'ils aient écrit leurs titres.

Cette phase s'est plus chronométrée par défaut, mais si vous souhaitez des parties un peu plus rapides, nous vous recommandons de régler un timer sur 12 minutes.

VALIDATION DES TITRES

L'assistant vérifie tous les titres et les met à jour, avant de lire les propositions à l'assemblée des joueurs.

Quand le Rédacteur en chef a validé un titre, il doit d'abord décider s'il va le valider ou non. Les propositions validées se trouvent dans la boîte de jeu.

Le Rédacteur en chef choisit le motif à jouer et le motif à jouer.

NOTATION

Une fois que les titres ont été validés, le Rédacteur en chef va désigner le titre le plus drôle de la liste pour être noté, et le meilleur titre (celui qui fera la tête de l'assistant) dans les fiches au Rédacteur en chef qui reporte les points attribués sur les fiches de chaque stagiaire.

Le titre le plus drôle gagne 1 point par Mot-clé utilisé.

Le meilleur titre gagne 2 points supplémentaires.

Il y a un point d'égalité possible. A chaque tour, un titre est le plus drôle et un titre est le meilleur. Par contre, rien n'empêche le plus drôle d'être aussi le meilleur, et vice versa.

FIN DE PARTIE

Quand tout le monde a joué le rôle de Rédacteur en chef, on passe à la notation.

Chaque joueur a une fiche de notation. On compte les points inscrits en rouge sur chaque fiche de notation.

Le joueur qui a le plus de points remporte la partie.

En cas d'égalité, alors tous les joueurs qui se trouvent sur le même score, vont continuer à jouer pour le joueur qui a le plus de points durant la partie.

Comment être un bon stagiaire ?

Gardez à l'esprit que le titre le plus drôle n'est pas forcément le plus drôle, mais qu'il est le plus drôle pour les autres joueurs.

Ne soyez pas trop sûr de vous, car les autres joueurs peuvent avoir de bonnes idées.

Utilisez les mots-clés de la liste pour enrichir vos titres.

Le Rédacteur en chef choisit le motif à jouer et le motif à jouer.

Quel est le rôle de l'assistant ?

Assurez-vous que les titres sont bien écrits, et que les titres sont bien écrits.

Le Rédacteur en chef choisit le motif à jouer et le motif à jouer.

Quid du Rédacteur en chef ?

Le Rédacteur en chef choisit le motif à jouer et le motif à jouer.

Le Rédacteur en chef choisit le motif à jouer et le motif à jouer.

Autres : Vincent Miramon, Illustrations : Claude Davancens, Développement : Martina Michel, André Bérthelot, L'auteur de la règle du jeu : Vincent Miramon, Illustrations : Claude Davancens, Développement : Martina Michel, André Bérthelot, L'auteur de la règle du jeu : Vincent Miramon, Illustrations : Claude Davancens, Développement : Martina Michel, André Bérthelot.



Règles du jeu

Les règles de Bonne Presse sont assez simples.

La partie se termine quand tous les joueurs ont été Rédac'chef une fois chacun. Celui ou celle qui a le plus de points remporte la partie.

À chaque tour, le Rédac' Chef :

- Se munit de son stylo.
- Pioche au hasard 5 cartes Mot-clé.
- Pioche 3 cartes Magazine et en choisit une.

L'ensemble des joueurs prend connaissance du tirage du tour. Ceux qui ne sont pas Rédac'Chef (les stagiaires, donc), rédigent un titre de presse pour le magazine fictif en question.

Quand tout le monde a terminé, le Rédac'Chef attribue les points de la manière suivante :

- Tous les titres qui ne sont pas hors-sujet marquent 1 point par mot-clé utilisé.
- De plus, le titre le plus drôle remporte 2 points.
- Enfin le titre le plus réaliste marque 2 points.



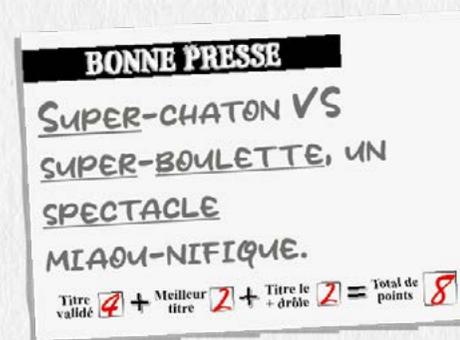
Spectacle

Super

Boulette

Bête

Bataille



Et si on jouait ?

Essayez de trouver un titre de presse qui contient les mots suivants pour le magazine L'Artychoc, l'hebdo art & culture :

**SITE - CANICHE - GRATUIT -
PÊCHE - 8**



Quelques exemples se trouvent sur la page d'après, pas de triche ;-)

8 caniches entrent par effraction sur un site culturel : «c'est là que la sécurité a pêché...»

Tout savoir sur la nouvelle expo gratuite qui a lieu le 8 septembre sur le site des arènes romaines.

Vous connaissiez la pêche à la mouche ?
Découvrez la pêche au caniche, tout un art !

Ivre, il ingurgite 8 pêches en 10 secondes et devient une véritable oeuvre vivante : visitez son site gratuitement !



La conception

Bonne Presse a été conçu en étroite collaboration entre l'éditeur et l'auteur.

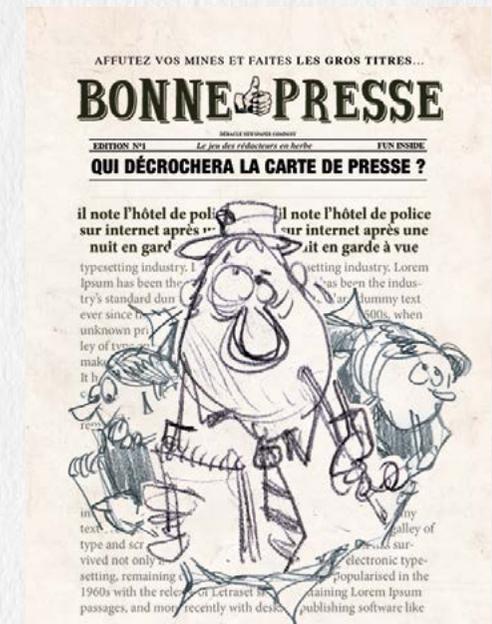
La présentation du jeu ayant été un coup de coeur, il a été réalisé assez rapidement, en un an environ.

À l'origine, il comprenait une règle supplémentaire : la possibilité d'ajouter des contraintes ou des primes à chaque tour de jeu. Nous avons retiré cette règle par souci de simplicité, mais elle pourrait apparaître dans une édition future ou grâce à une potentielle extension.

Une fois que les règles ont été fixées, nous nous sommes penchés sur la sélection des mots et des magazines, en faisant des sondages mais surtout beaucoup de tests. Il y a eu une recherche légale de ce côté-là.

Enfin, nous avons opté pour un matériel de qualité, dans l'optique que Bonne Presse serait beaucoup joué à la maison, mais aussi en festival et en bar à jeux.

BONNE PRESSE



L'équipe



Vincent Miramon, le concepteur du jeu, a fait appel à **Débâcle Jeux**, dont **Emmanuel** est le président, pour éditer Bonne Presse.

Le jeu était pratiquement bon à produire en l'état, mais **Marianne** et **Aurélie**, cheffes de projet, l'ont développé pour rester en accord avec la cible et le rendre le plus ergonomique et équilibré possible.

Par la suite, Monsieur l'Oeil alias **Éric**, a créé les cartes magazine, ce qui n'était pas un challenge pour ce graphiste qui avait déjà conçu de vrais catalogues.

Enfin, pour ajouter une note attrayante et fun, nous avons fait appel à **Claude Davancens** pour les illustrations, un moniteur de ski qui est aussi graphiste avec un style vintage qui nous plaisait bien.

Ludistri, le distributeur, s'est beaucoup impliqué dans le projet. Ils ont d'ailleurs déjà trouvé un partenaire pour une version américaine du jeu.



Où trouver le jeu ?

Bonne Presse est distribué par Ludistri, distributeur français de jeux de société modernes et d'accessoires de jeux de rôle. Ce jeu sort fin octobre 2023 et sera donc disponible dès le mois de novembre dans le canal de distribution de Ludistri, qui comprend :

- Principalement des boutiques spécialisées.
- Les grandes enseignes de vente en ligne.
- Mais aussi la grande distribution via notamment les Cultura, JouéClub, Hyper U, FNAC...
- Enfin, Bonne Presse rejoindra les rayonnages de quelques librairies partenaires.



Débâcle Jeux

Débâcle Jeux est un éditeur de jeux de société modernes depuis 2018. Fondée par Julien Teilhet et Emmanuel Soulié, mais surtout par passion, la société a depuis accueilli Marianne qui est en charge de l'avancement des projets et des productions.

Notre nature «geek» promet des jeux pleins d'humour et décalés, mais nous tenons à créer des jeux accessibles à tous, et à mettre en avant le talent d'auteurs locaux, ou a minima français.

En pleine expansion, Débâcle Jeux a déjà travaillé plusieurs types de projets :

- Top 50 - le jeu : Un jeu à licence
- Deadlines : Exporté depuis aux USA et en Pologne
- Hades Trap : Un jeu qui a fait appel au financement participatif et qui comprend une campagne narrative
- Balade en Archipel de Thau : Conçu en partenariat avec la JCE de Sète et du bassin de Thau
- Le puzzle Notre-Dame : Un objet ludique un peu particulier

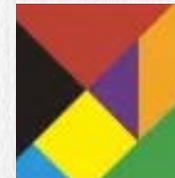
Et bien d'autres...



Débâcle Jeux ne s'arrête pas là et développera dans les années à venir une gamme de jeux enfants, quelques jeux à Licence tels que celui-ci, du jeu coopératif, et beaucoup de fun !

Notre communauté

Paris est
Ludique !



Débâcle Jeux communique de bien des façons, rendant la marque visible sur plusieurs niveaux :

- Les festivals

Débâcle Jeux et Ludistri sont présents sur les principaux festivals de jeux de société :

Cannes, Vichy, Paris, Essen, mais aussi des festivals locaux comme celui de Toulouse, Castelnaudary, Nîmes, Boujan-sur-Libron...

- Facebook

Nous publions sur Facebook plusieurs fois par semaine, en faisant participer notre communauté à des mini-jeux et en communiquant l'avancée des projets.

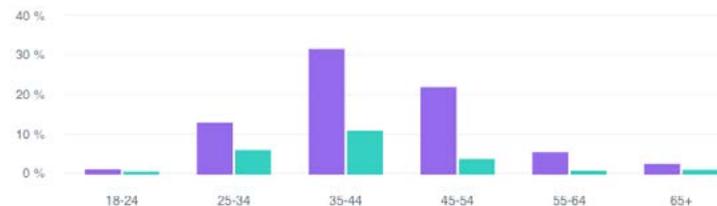


Audience

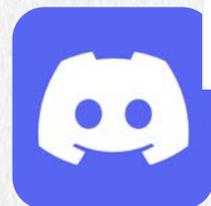
2 165 followers Facebook

Âge et genre

■ Hommes 76.40%
■ Femmes 23.60%



[See Details](#)



• Instagram

Nous avons une partie de la communauté qui commente régulièrement sur nos réseaux. De plus, quelques boites sont envoyés aux influenceurs pour plus de visibilité et parfois des jeux concours.

• Youtube

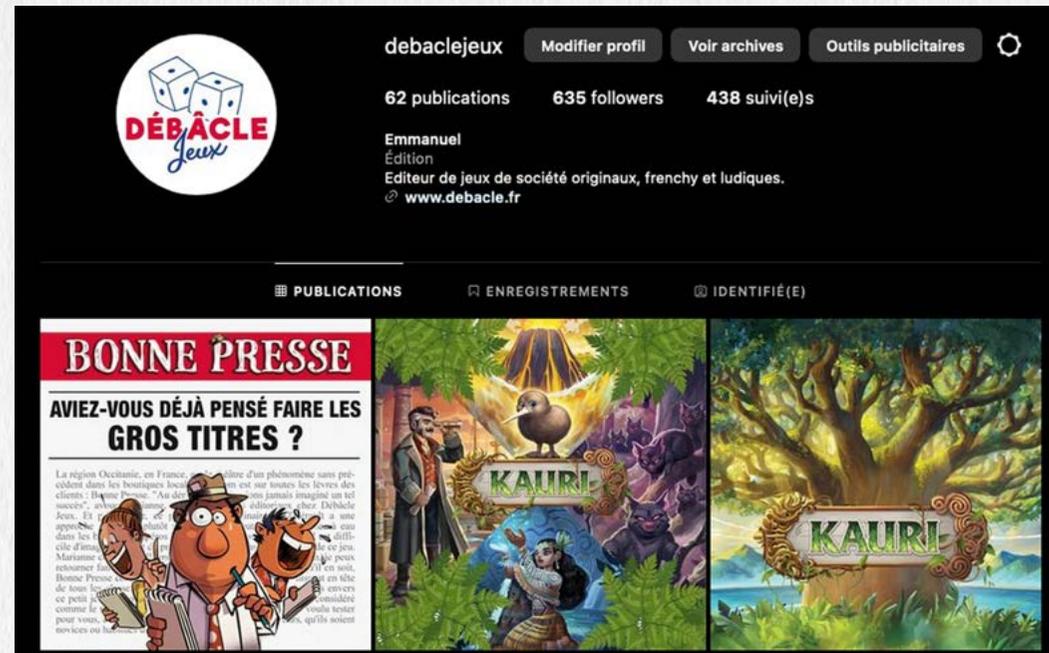
En plus de notre chaîne qui abrite nos vidéos, nous travaillons avec l'aide de Ludovox pour créer des Ludochronos. Plus récemment, nous avons développé des partenariats sur Twitch également.

• Discord

Un Discord privé, professionnel, est utilisé chaque jour pour la gestion des projets. Nos auteurs, illustrateurs, relecteurs, traducteurs... y sont présents et peuvent donner leurs avis sur les projets en cours.

• Les médias

Beaucoup de partenariats auprès d'influenceurs accompagnent la sortie de chacun de nos jeux.



Informations complémentaires

Pour plus d'informations, et pour toute demande d'envoi presse, veuillez contacter Morgane :

communication@ludistri.fr

Si vous êtes un professionnel, veuillez vous rapprocher de Cyril afin de passer commande :

cyril@ludistri.fr

Si vous êtes un particulier, n'hésitez pas à vous rapprocher de votre magasin habituel pour pré-commander le jeu.

