

Etude réalisée pour les Cinémas Indépendants Parisiens

Document confidentiel.
Ne peut être reproduit ni diffusé
sans l'autorisation de VERTIGO.

LES
CINÉMAS
INDÉPENDANTS
PARISIENS



Entertainment Marketing Research

Objectifs et méthodologie

OBJECTIFS DE L'ETUDE: CONNAITRE LE PUBLIC DES SOIREEES « THE BREAKFAST CLUB » ET « OPEN SCREEN CLUB » PAR :

L'analyse du profil des participants aux soirées « The Breakfast Club » et « Open Screen Club ».

L'identification des habitudes des participants vis-à-vis de ces soirées, de la fréquentation des Cinémas Indépendants Parisiens en dehors de ces soirées et de leurs attentes sur de prochaines soirées.

L'objectif sous-jacent est de savoir si les participants à ces soirées, notamment les jeunes, fréquentent également le cinéma en dehors, de ces soirées.

MÉTHODOLOGIE :

Questionnaire auto-administré par les spectateurs des soirées « The Breakfast Club » et « Open Screen Club » organisées par Les Cinémas Indépendants Parisiens entre le 17 octobre 2022 et le 6 juin 2023.

Nous avons posé aux spectateurs des questions de signalétique afin de récolter des informations sociodémographiques les concernant

Sexe, âge, lieu d'habitation, étudiants/non étudiants, habitudes de fréquentation cinéma

Nous leur avons demandé s'ils avaient déjà assisté à une soirée « The Breakfast Club » et/ou « Open Screen Club » avant de les questionner sur les raisons de leur venue *(le film, l'animation, les deux)* et les moyens par lesquels ils avaient eu connaissance de la soirée *(les réseaux sociaux, l'affichage, le bouche-à-oreille, la salle organisatrice).*

Nous les avons ensuite interrogés sur leurs habitudes de fréquentation du cinéma organisateur et s'ils venaient dans cette salle en dehors de ces soirées avant de leur demander le type de soirée à laquelle ils rêveraient de participer dans une salle de cinéma.



Structure du public des soirées des C.I.P

-
page 04

7



Habitudes du public des soirées « The Breakfast Club » et « Open Screen Club »

-
page 07

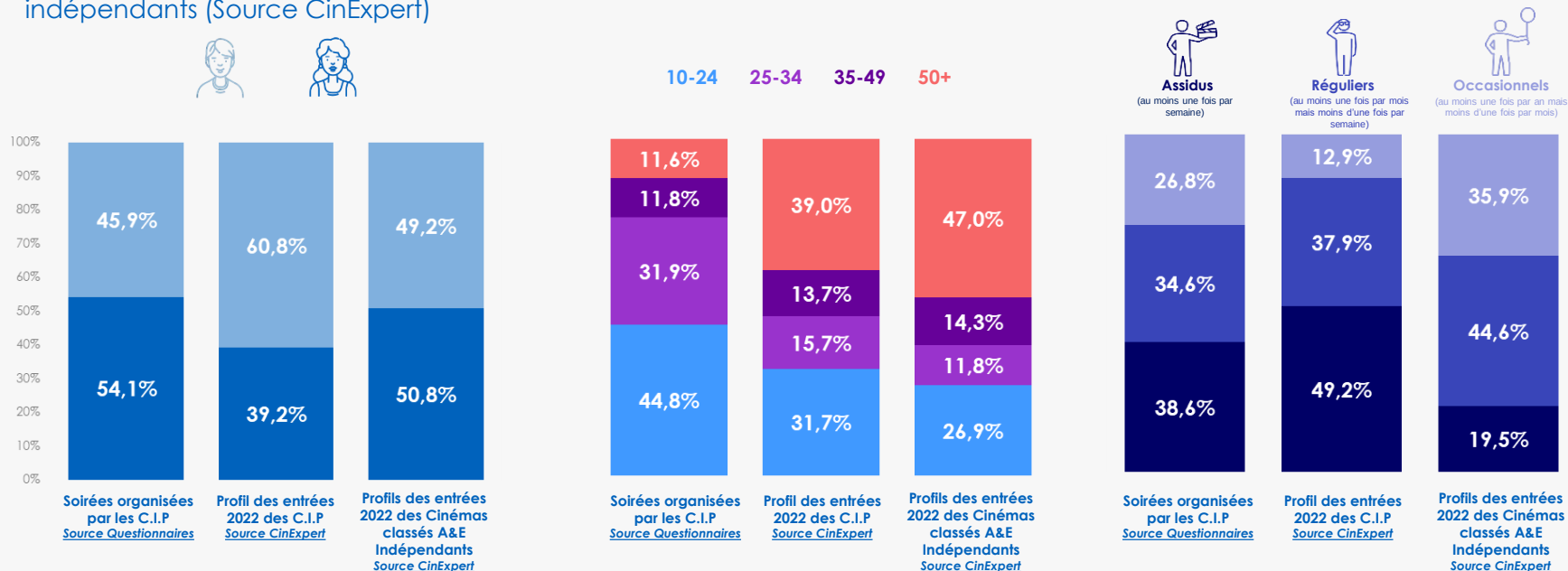


Profil du public des soirées « The Breakfast Club » et « Open Screen Club »



Entertainment Marketing Research

Profil du public des soirées des C.I.P. vs Profil des entrées 2022 des C.I.P vs Profils des entrées 2022 des cinémas A&E indépendants (Source CinExpert)

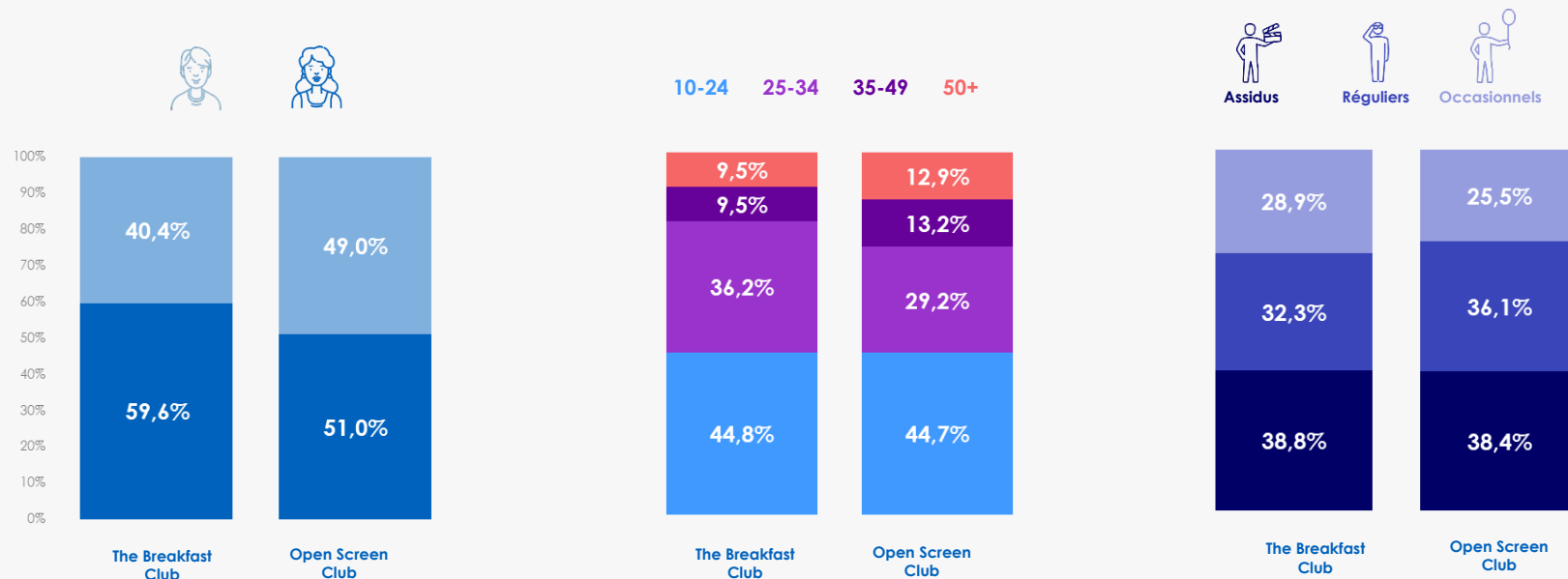


Le public présent lors des soirées organisées par les C.I.P. est majoritairement composé de femmes (54,1% vs 45,9%). C'est un public différent de celui qui a fréquenté les C.I.P. en 2022, puisque très masculin (60,8% vs 39,2% de femmes), tandis que celui des cinémas classés A&E indépendants est paritaire (50,8% - 49,2%).

L'analyse de la répartition par âge du public des soirées des C.I.P. permet de constater que celui-ci est très jeune, puisque 44,8% des participants ont entre 10 et 24 ans. La part de 25-34 ans est elle aussi très élevée (31,9%), deux voire trois fois supérieure à celle qu'elle représentait en 2022 chez les spectateurs fréquentant les C.I.P. (15,7%) et les cinémas classés A&E Indépendants (11,8%).

Concernant les habitudes de fréquentation, le public présent lors des soirées est plutôt cinéophile, puisque composé de près de ¾ de spectateurs habitués cinéma (assidus + réguliers). Il l'est tout de même moins que le public 2022 des C.I.P. mais davantage que les cinémas A&E indépendants.

Profil du public des soirées « The Breakfast Club » versus « Open Screen Club »



Les profils des publics des soirées « The Breakfast Club » et « Open Screen Club » présentent quelques disparités. Les participants des « The Breakfast Club » ont tendance à être majoritairement des femmes (59,6%) alors que la parité est quasiment respectée lors des « Open Screen Club ».

La répartition par âge permet d'observer une part de 10-24 ans prédominante et équivalente pour les 2 soirées. Notons cependant le poids plus important des 25-34 ans lors des soirées « The Breakfast Club » (36,2% vs 29,2%).



Habitudes du public des soirées « The Breakfast Club » et « Open Screen Club »



Entertainment Marketing Research

02 A

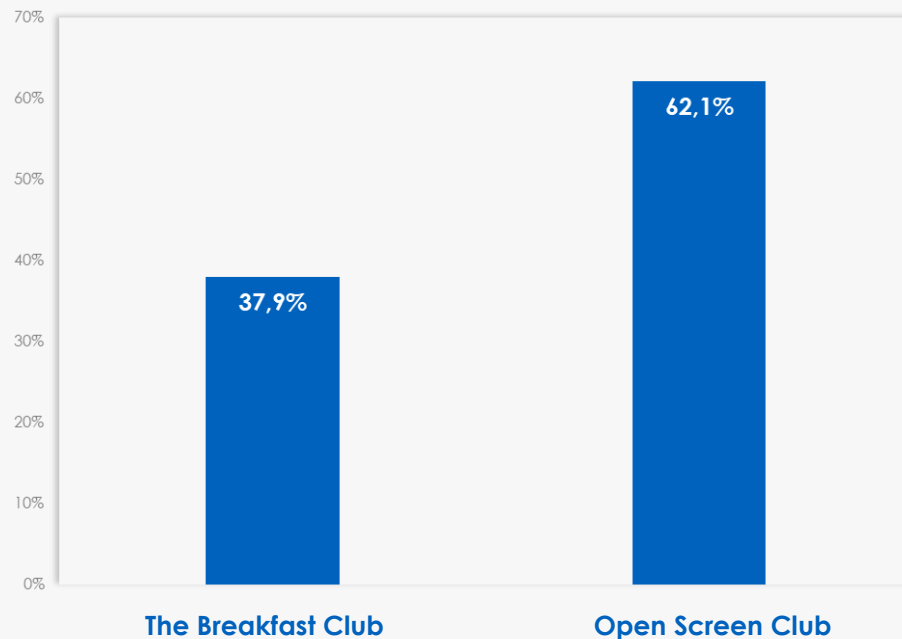
Habitudes du public des soirées « The Breakfast Club » et « Open Screen Club »

**Présence et taux de re-participation aux soirées
« The Breakfast Club » et « Open Screen Club »**



Taux de présence aux soirées « The Breakfast Club » et « Open Screen Club »

A quelle soirée assistez-vous ?

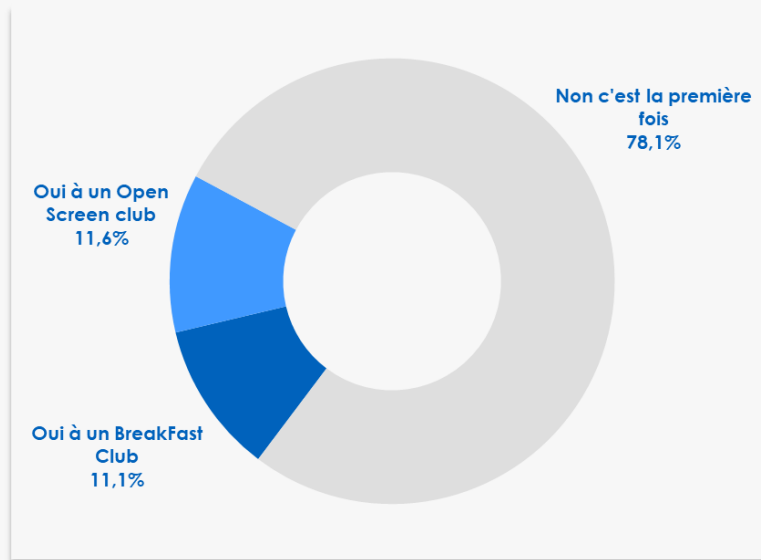


37,9% des personnes interrogées participaient à une soirée « The Breakfast Club » tandis que 62,1% étaient présentes lors d'un « Open Screen Club ».

Déjà venu à une soirée « The Breakfast Club » ou « Open Screen Club »

Avez-vous déjà assisté à une soirée « The Breakfast club » ou « Open Screen Club » ?

**TOTAL OUI
: 22,7%**

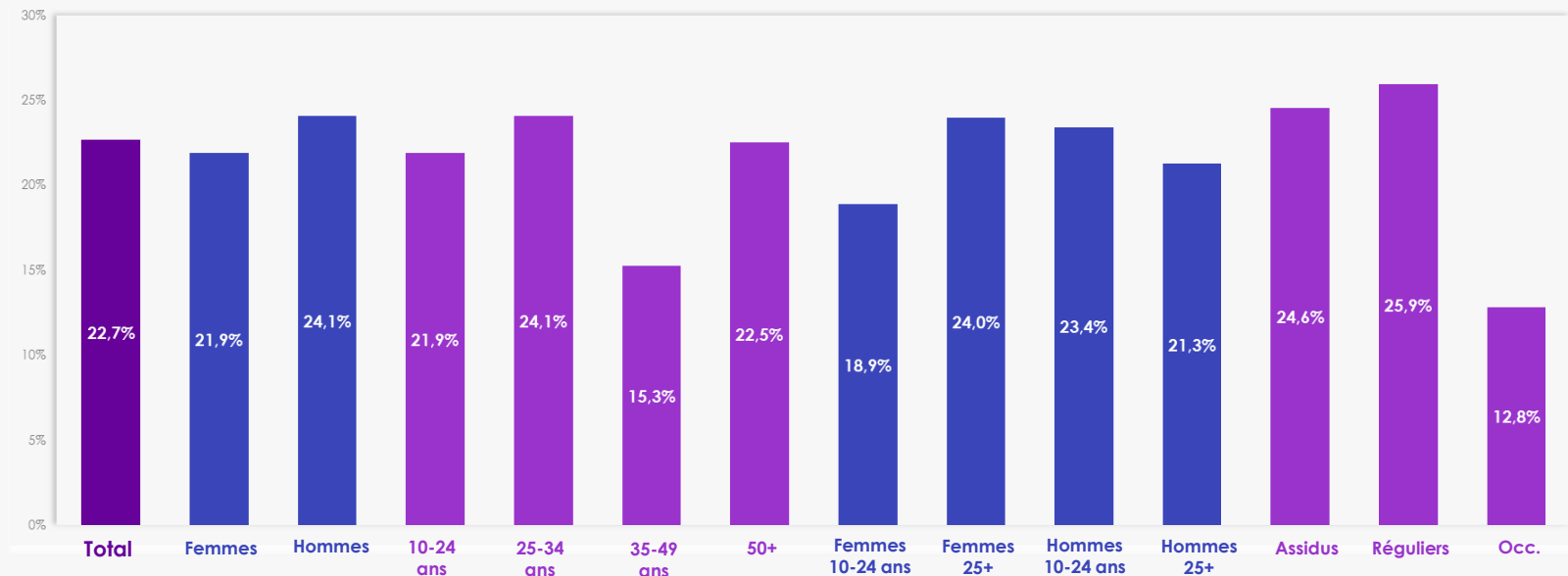


Près de 8 personnes présentes sur 10 participaient à l'une des soirées pour la première fois.

La part de personnes ayant déjà participé est identique quelle que soit la soirée (11,6% pour l'« Open Screen Club » et 11,1% pour le « The Breakfast Club »).

Présence à une précédente soirée « Breakfast Club » ou « Open Screen Club » – Détail par population

Avez-vous déjà assisté à une soirée « The Breakfast club » ou « Open Screen Club » ? Total OUI



Près d'un homme sur 4 (24,1%) est déjà venu lors d'une précédente soirée, contre 21,9% des femmes.

En termes d'âge, le taux de re-participation est proche quelle que soit la classe d'âge (entre 22 et 24%), excepté chez les 35-49 ans, qui ne sont que 15,3% à avoir déjà participé à une soirée.

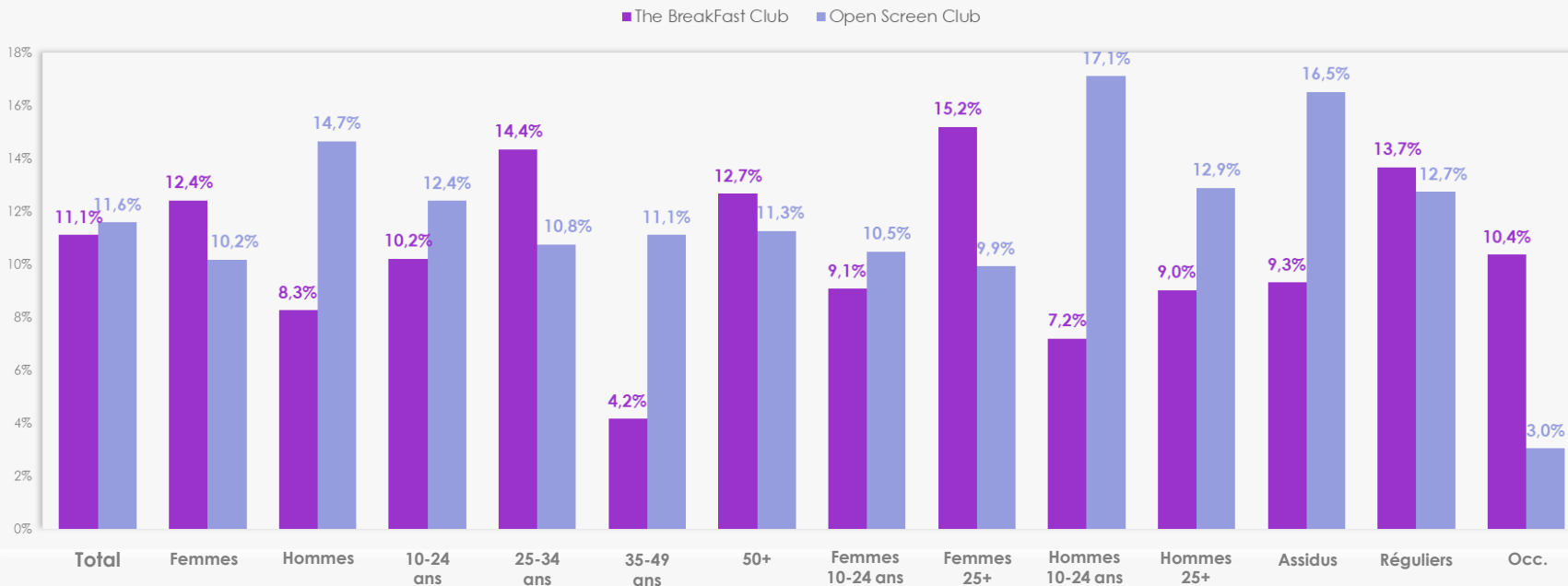
➤ Notons que le score est plutôt élevé chez les 50 ans et + mais ils ne composent qu'une très petite part du public de ces soirées.

Chez les jeunes, les hommes sont plus enclins à revenir à une soirée que ne le sont les femmes (23,4% des hommes de 10-24 ans vs 18,9% chez les femmes de 10-24 ans) alors que l'on observe l'inverse chez les 25 ans et +.

Par ailleurs, les personnes cinéphiles, davantage attirées par les événements liés à la salle de cinéma, reviennent beaucoup souvent que les spectateurs occasionnels.

Présence à une précédente soirée « The Breakfast Club » ou « Open Screen Club » – Détail par population et par soirée

Avez-vous déjà assisté à une soirée « The Breakfast club » ou « Open Screen Club » ?



Les femmes, notamment celles de 25 ans et +, ont tendance à revenir plus souvent aux soirées « The Breakfast Club » que les hommes (12,4% vs 8,3%, 15,2% pour les femmes de 25 ans et +). Les hommes préfèrent revenir aux « Open Screen Club », surtout les 10-24 ans (14,7% vs 10,2% pour les femmes, 17,1% pour les hommes de 10-24 ans).

En affinant les classes d'âge au-delà de 25 ans, les soirées « The Breakfast Club » paraissent plus clivantes que les « Open Screen Club ». Les taux de participation sont très proches pour ces dernières (10-11%) quelle que soit la classe d'âge. Au contraire, elles fluctuent nettement plus pour les « The Breakfast Club », puisque les extrêmes oscillent entre 4,2% (pour les 35-49 ans) et 14,4% (pour les 25-34 ans).

Par ailleurs, alors que la consommation de cinéma est proportionnelle au fait de reparticiper aux soirées « Open Screen Club », ce n'est pas le cas des « The Breakfast Club », où la part de spectateurs réguliers et occasionnels déjà venue à une soirée est supérieure à celle des spectateurs assidus.

02 B

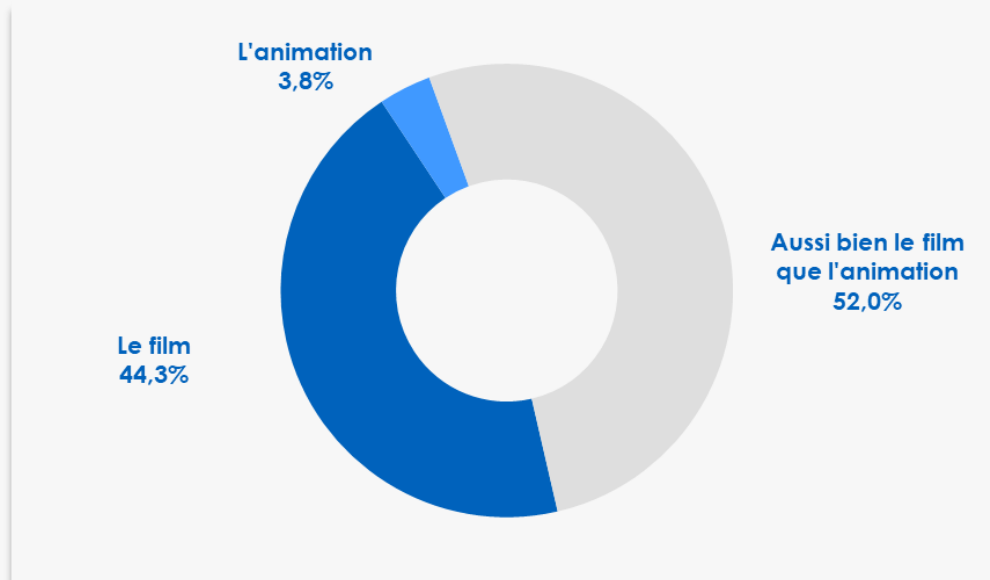
Habitudes du public des soirées » The Breakfast Club » et « Open Screen Club »

Raisons de la venue et moyens d'information



Raisons de la venue

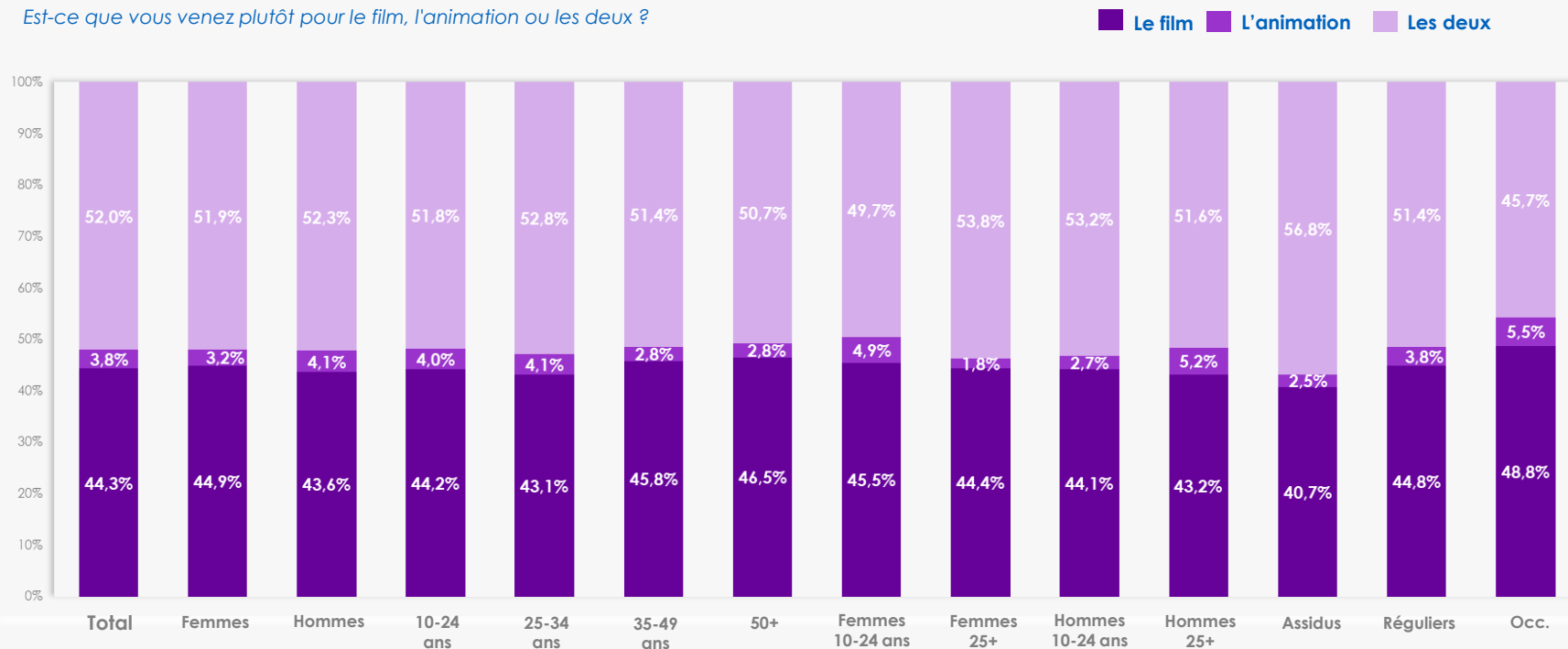
Est-ce que vous venez plutôt pour le film, l'animation ou les deux ?



Pour plus d'un participant sur deux (52,0%), le film est indissociable de l'animation. La quasi-totalité du reste vient principalement pour le film (44,3%) tandis que l'animation n'est le facteur incitatif majeur que pour 3,8% des participants.

Raisons de la venue

Est-ce que vous venez plutôt pour le film, l'animation ou les deux ?



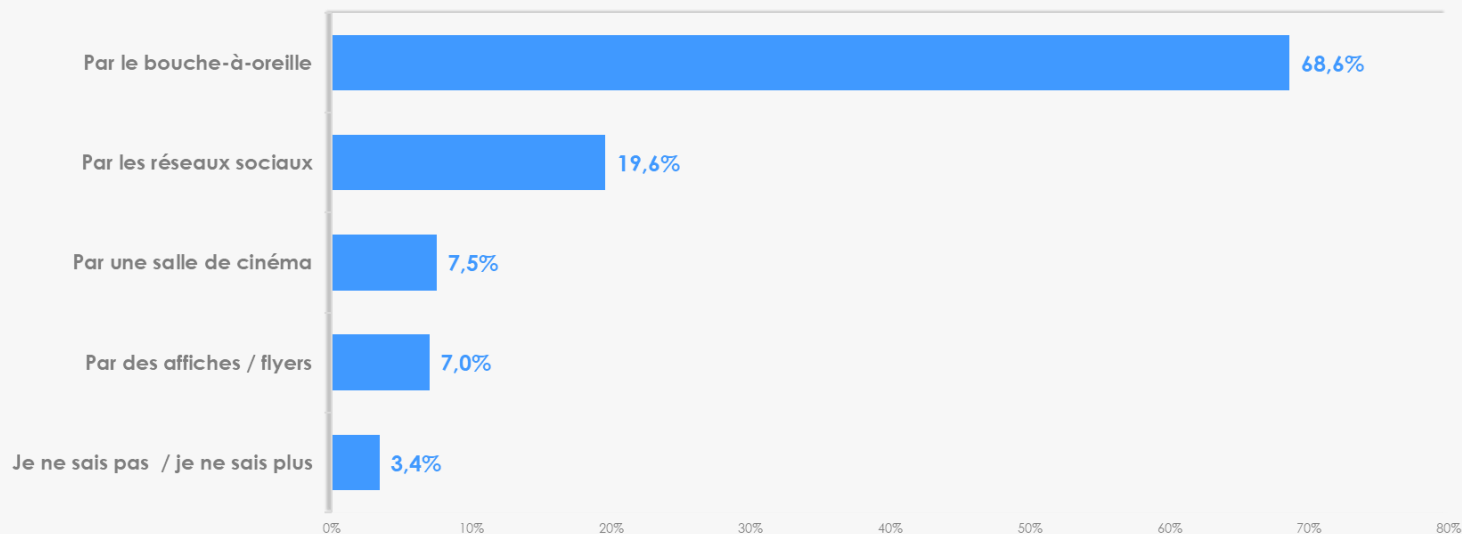
Copyright Veringo

Le constat est plutôt unanime en ce qui concerne les raisons de la venue aux soirées « The Breakfast Club » et « Open Screen Club ».

Tout juste peut-on noter une variation par rapport à la fréquentation cinéma, où les spectateurs assidus sont plus nombreux à considérer la soirée comme un tout et mettent l'animation au même niveau que le film. Plus la fréquentation cinéma diminue, plus les scores du film et de l'animation pris de manière séparée augmentent.

Moyens d'informations

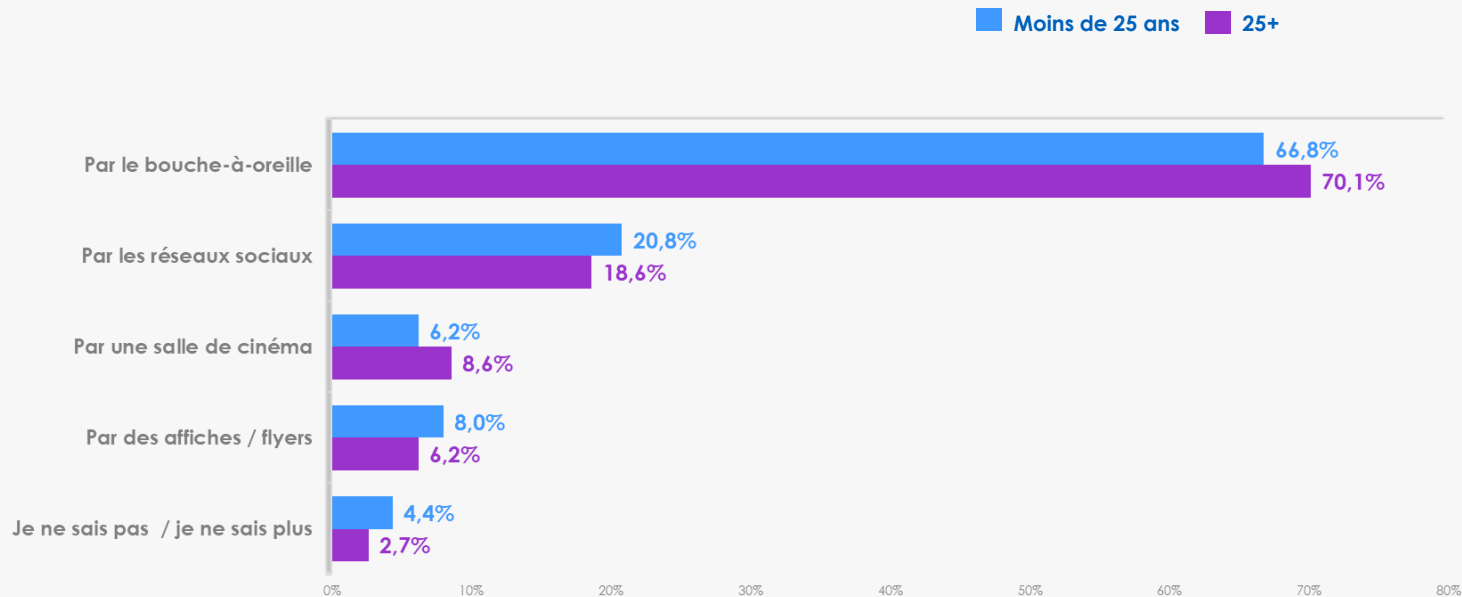
Comment avez-vous eu connaissance de cette soirée ?



Plus de 2/3 des participants (68,6%) ont entendu parler de ces soirées grâce au bouche-à-oreille. Ce moyen d'information arrive loin devant les réseaux sociaux (19,6%), la salle de cinéma (7,5%) ou une affiche/un flyer (7,0%). **Cela laisse augurer de la marge possible en termes de communication pour promouvoir ces soirées.**

Moyens d'informations – Moins de 25 ans vs 25+

Comment avez-vous eu connaissance de cette soirée ?



Quel que soit l'âge, le bouche à oreille reste prédominant comme moyen d'information privilégié pour se rendre aux soirées. Les réseaux sociaux mais également les affiches/flyers ont un poids légèrement supérieur chez les 10-24 ans, au contraire de la salle de cinéma.

02



Habitudes du public des soirées « The Breakfast Club » et « Open Screen Club »

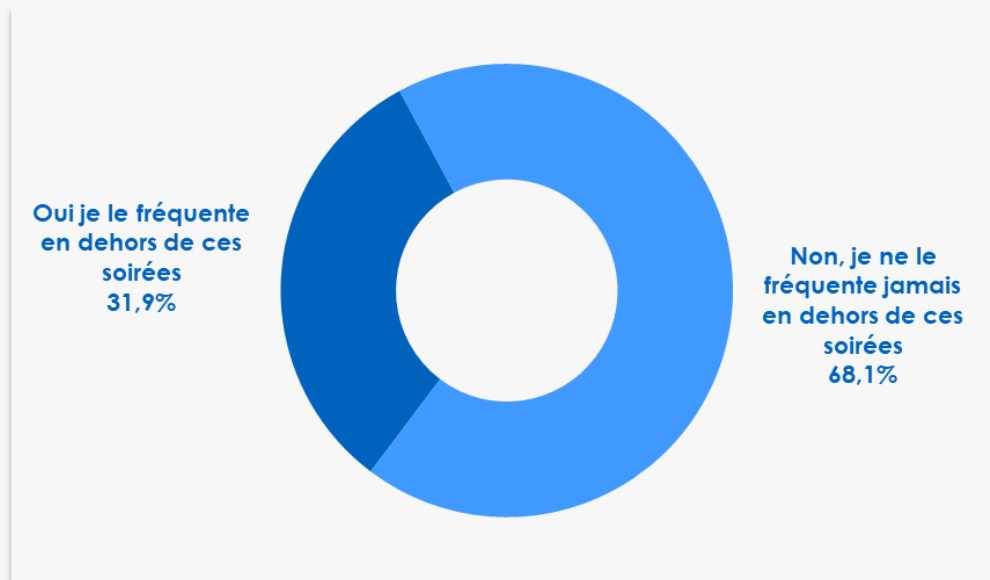
Fréquentation cinéma et attentes des participants



Entertainment Marketing Research

Fréquentation du cinéma en dehors des soirées

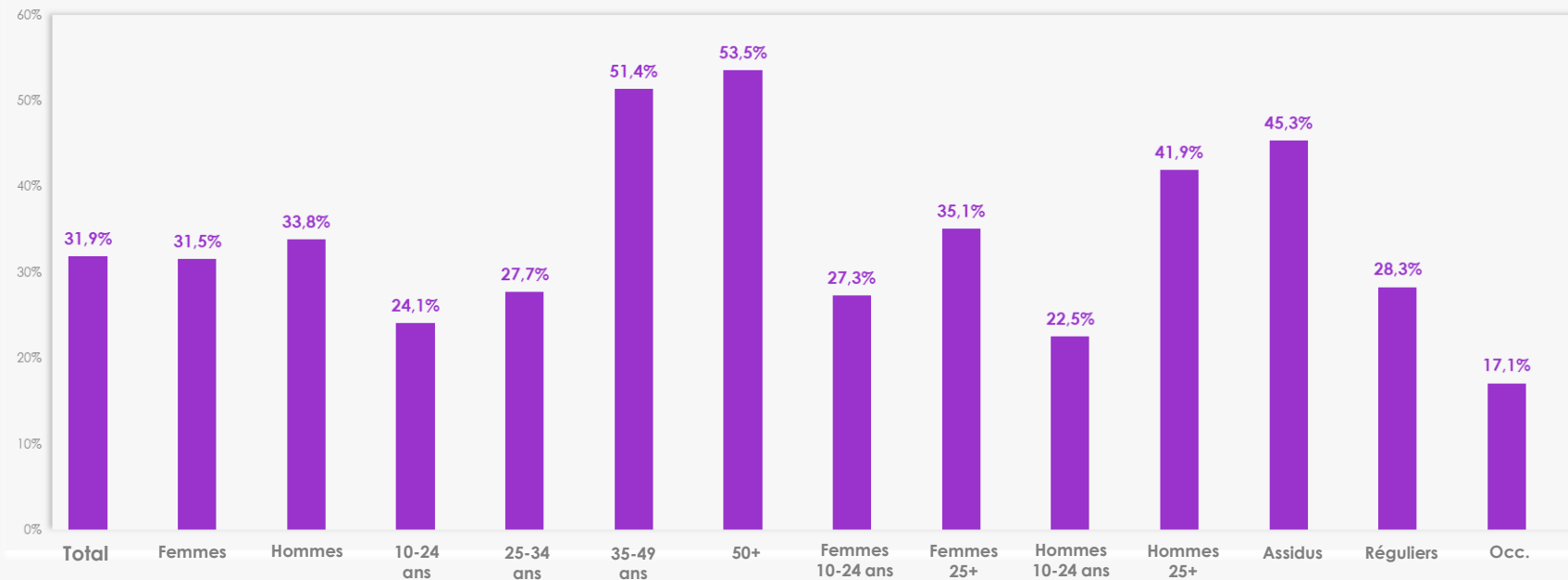
Vous arrive-t-il de fréquenter ce cinéma en dehors des soirées « The Breakfast club » ou « Open Screen Club » ?



Si près d'1/3 des participants aux soirées « The Breakfast Club » et « Open Screen Club » fréquentent le cinéma organisateur en dehors de ces événements, la très grande majorité d'entre eux ne viennent que dans le cadre de ces soirées.

Fréquentation du cinéma en dehors des soirées par population

« Spectateurs qui fréquentent le cinéma en dehors des soirées » « The Breakfast club » ou « Open Screen Club »



Copyright Vertigo

Au détail par population, alors que plus de la moitié des 35 ans et + fréquentent le cinéma en dehors de la soirée à laquelle ils étaient présents, ils sont deux fois moins chez les 10-24 ans (24,1%) et les 25-34 ans (27,7%).

Rappelons tout de même que les moins de 25 ans sont, en volume, plus nombreux à assister aux soirées, ils sont donc plus nombreux à fréquenter le cinéma organisateur en dehors des soirées que les participants plus âgés.

La soirée idéale

Dans vos rêves les plus fous, à quel type de soirée voudriez-vous participer dans une salle de cinéma ?

Types de soirées spontanément citées	% de citations
Projection d'un titre de film souhaité en particulier	14,9%
Des Soirées Marathon / Nuits spéciales / Pyjama Party	12,9%
Des Soirées thématiques, sans préciser	11,6%
Des Soirées avec une boisson incluse avec le ticket, la possibilité de consommer de l'alcool	9,6%
Des Projections en présence des réalisateurs	6,6%
Des Soirées Karaoké	6,6%
Passer une soirée (dansante, musicale, alcoolisée) dans le cinéma	6,3%
Des Soirées de projection de courts et moyens métrages	5,9%
Des Soirées Costumées / Déguisées	5,6%
Diffusion d'un de mes films / du film d'un proche / d'un film non distribué	5,0%
Des Ciné-Concerts	5,0%
Des Soirées Danse et Cinéma	4,0%

Les participants à ces soirées ont des avis assez hétérogènes à propos de la soirée à laquelle ils voudraient participer dans une salle de cinéma. La projection d'un film en particulier, un marathon/une nuit spéciale/une pyjama party et une soirée thématique se détachent avec plus de 10% de citations.

Contacts

Michaël COLLE

mcolle@vertigoresearch.fr

Yann ILY

yily@vertigoresearch.fr

Michaël SAYAG

msayag@vertigoresearch.fr



Entertainment Marketing Research