

hot spot^(s)

hot spot^(s)



Le spectateur et le cinéma numérique : quels nouveaux scénarii ?

Novembre 2012



01 Bilan

02 Le spectateur

03 Les perceptions du spectateur

04 Conclusions

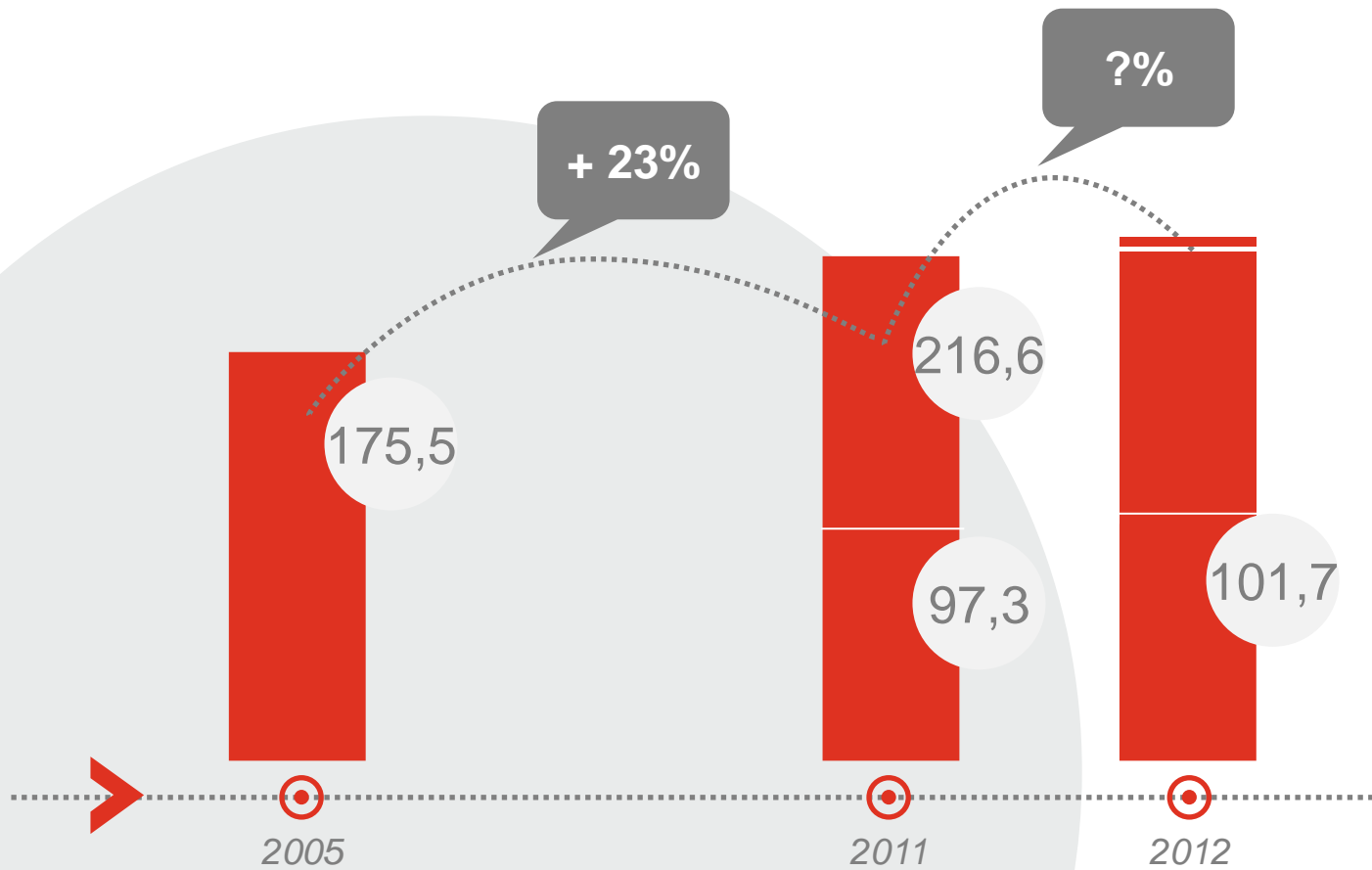
Sommaire

/01

2012, encore une
année record ?



2011: une année record pour le cinéma



Nombre de tickets vendus en France

Source : CNC

le numérique
se généralise...

/02

Et le spectateur ?



Qui est ce spectateur ?

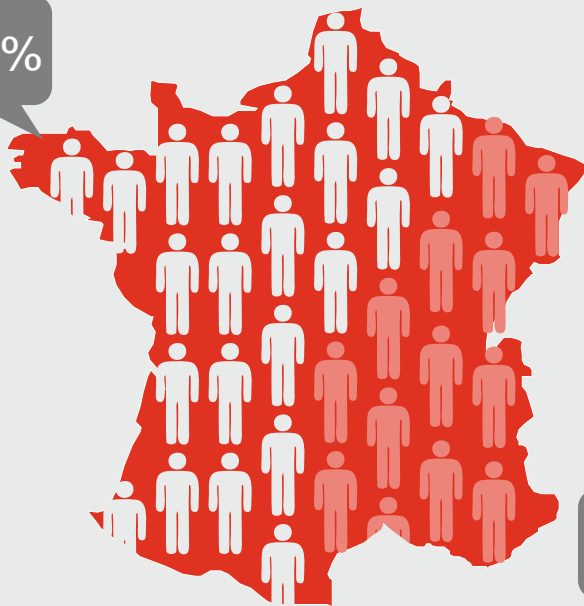
37,9 millions de spectateurs cinéma

Part de spectateurs dans la population française

Le spectateur moyen

Spectateurs

65,7%



34,3%

Non-spectateurs

Plutôt féminin...

...plutôt jeune...

...plutôt inactif

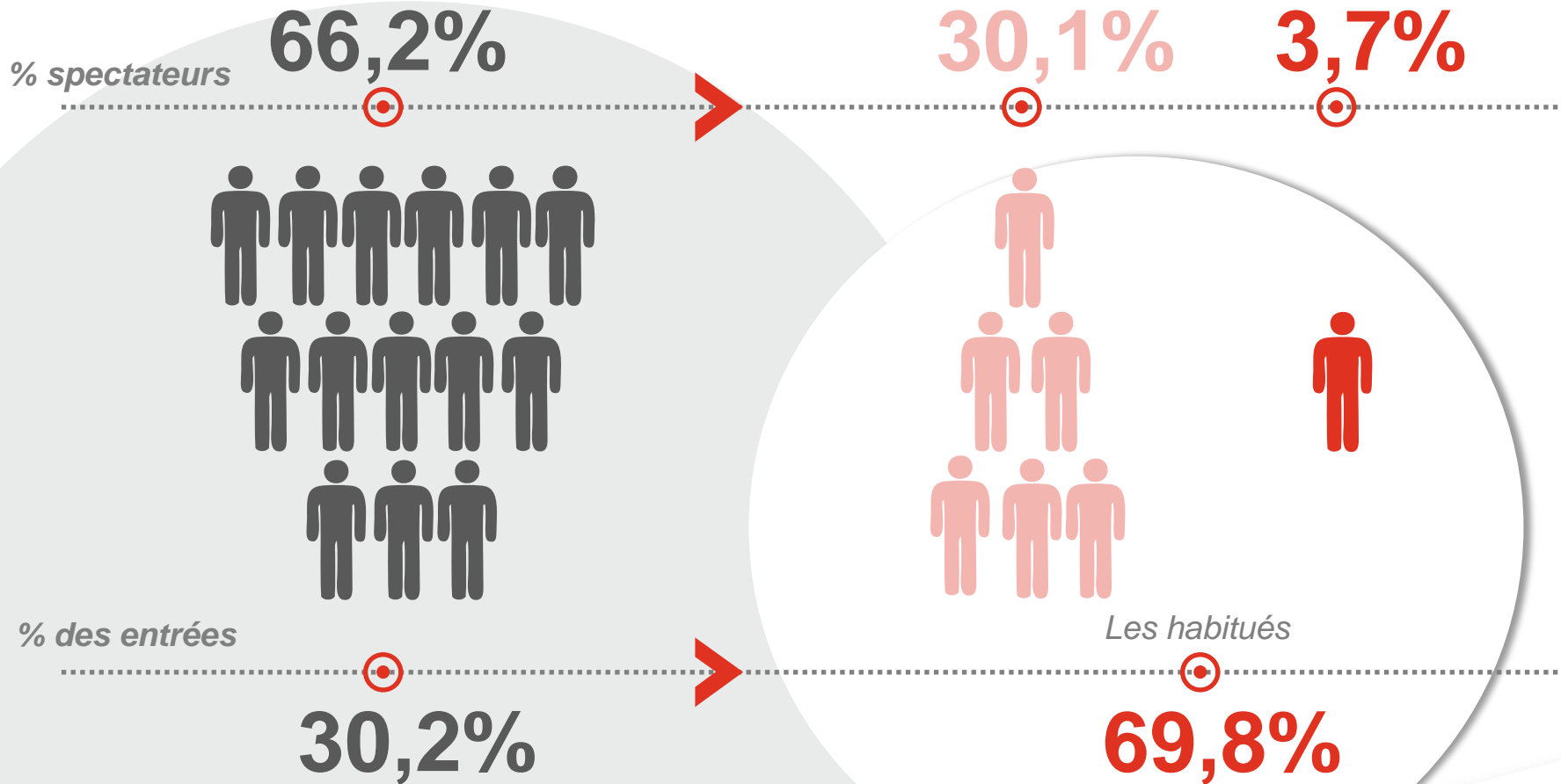


Un film, des spectateurs

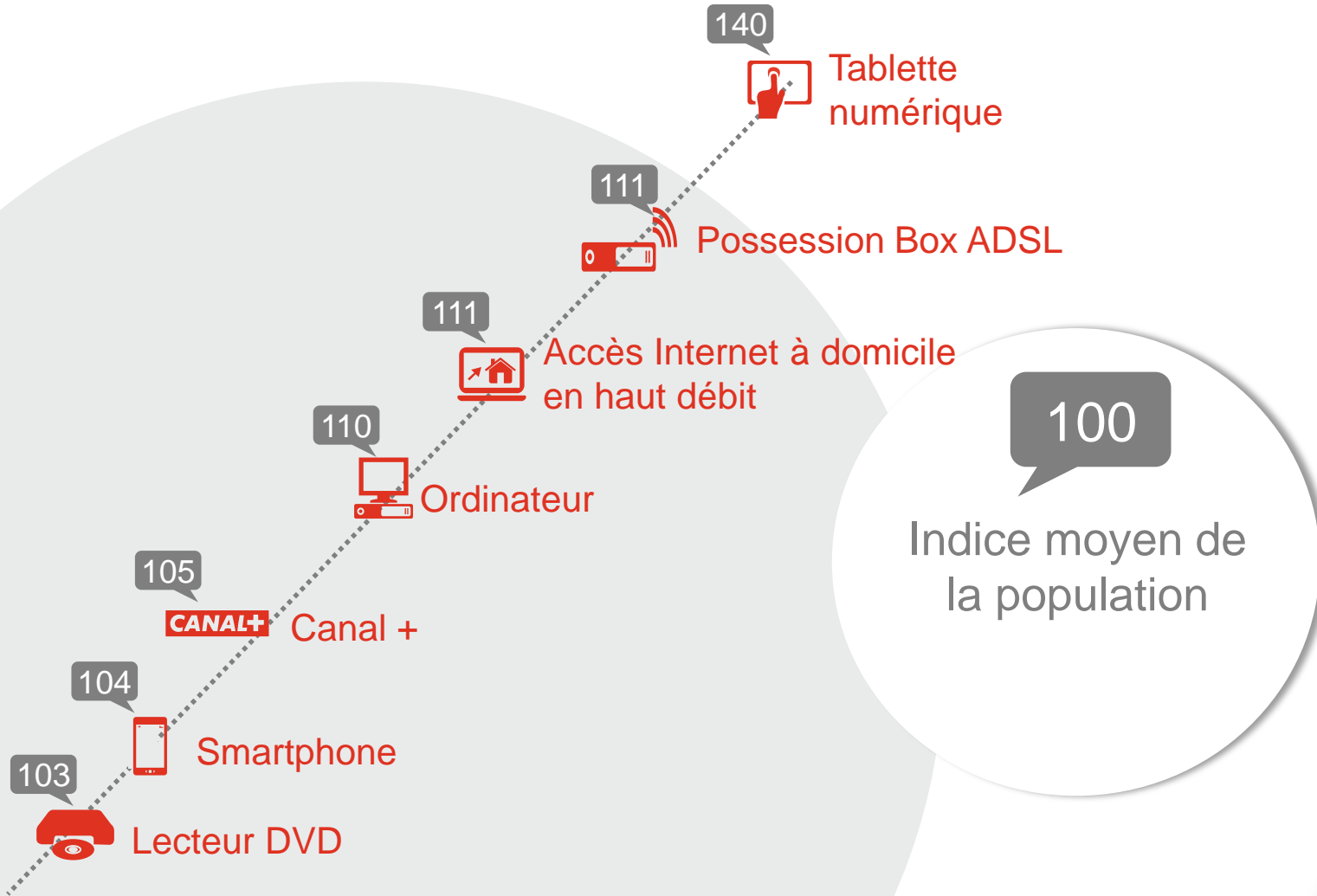
Les occasionnels

Les réguliers

Les assidus

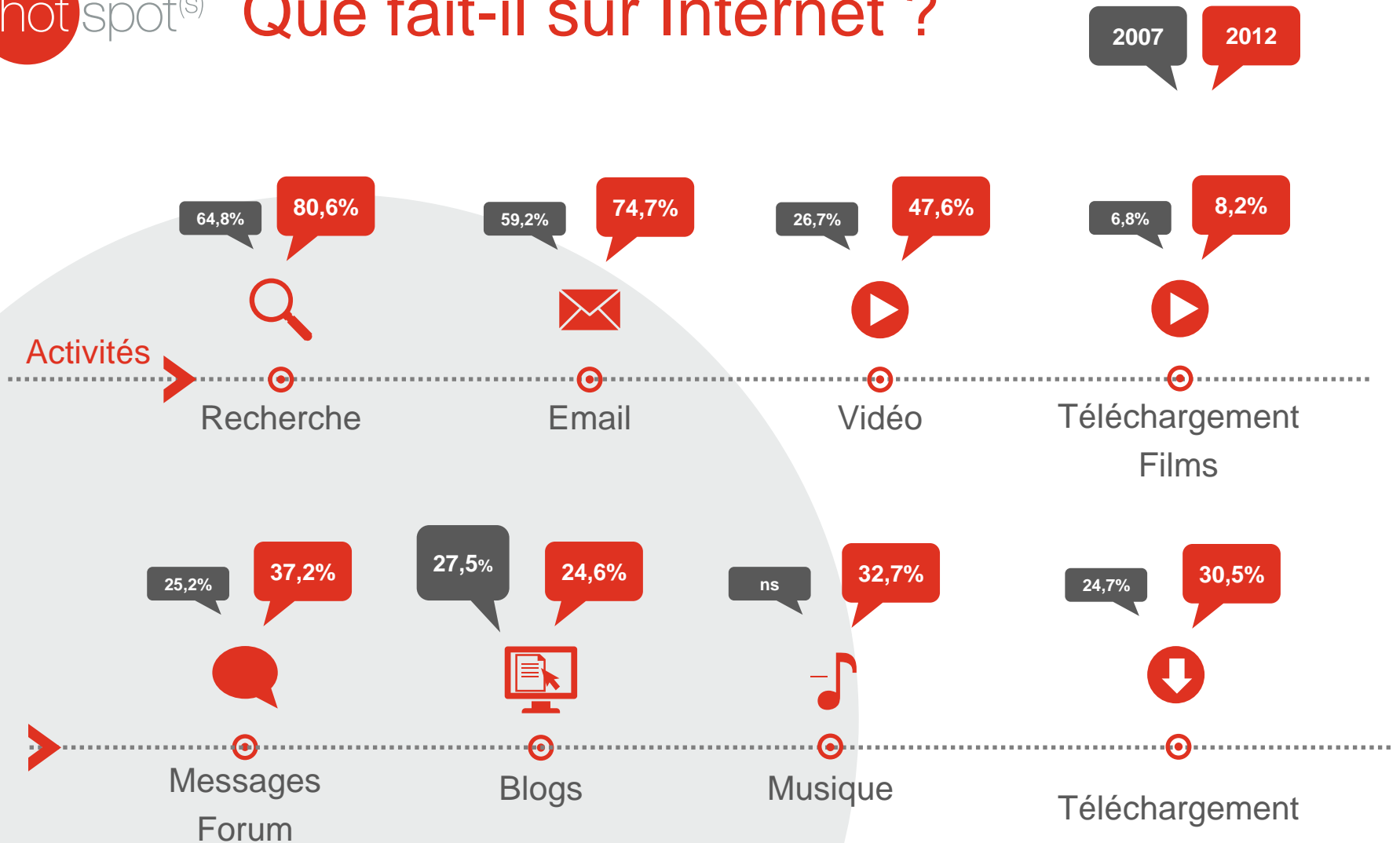


Et en dehors du Cinéma ?



Source : Médiamétrie – Observatoire des Usages Internet T1 2012, Individus 13 ans et +
Screen 360 - Mai 2012, Individus 15 ans et +

Que fait-il sur Internet ?



Source : Médiamétrie – Observatoire des Usages Internet T1 2012, Individus 13 ans et +
Screen 360 - Mai 2012, Individus 15 ans et +



Les spectateurs encore plus accros aux réseaux sociaux



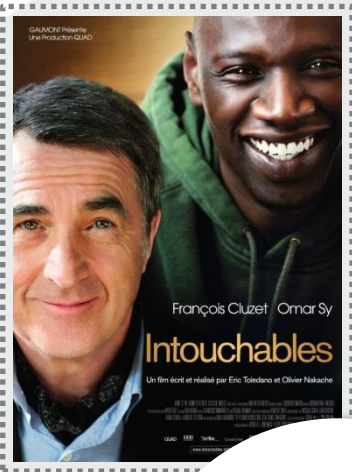
78% des spectateurs connectés aux réseaux sociaux

81% des habitués cinéma

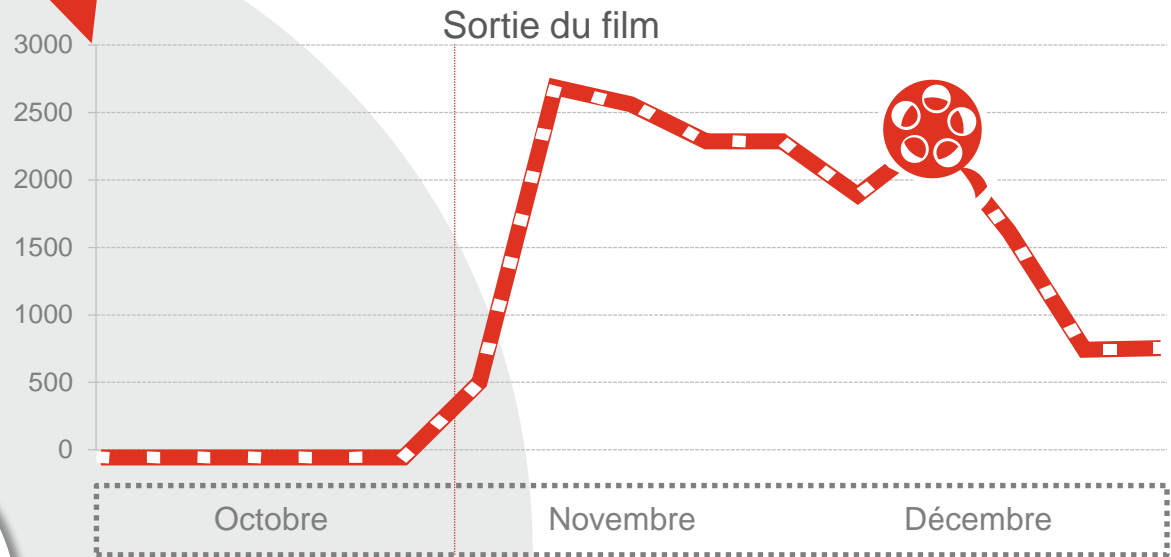
	Spectateurs	Habitué du Cinéma
Regarder une bande-annonce de film	106	125
Programmer/Organiser un évènement	107	125
Participer/S'inscrire à un groupe	105	110
Poster des vidéos	104	112
Effectuer une recommandation	104	108

Source : Médiamétrie - Etude Réseaux Sociaux Mai-Juin 2012, Individus 13 ans et +
 Base : Internautes 13 ans et plus, inscrits sur au moins un réseau social et le visitant au moins une fois par mois
 (base extrapolée : 24 125 000)

« Intouchables » crée le buzz



Nombre de messages

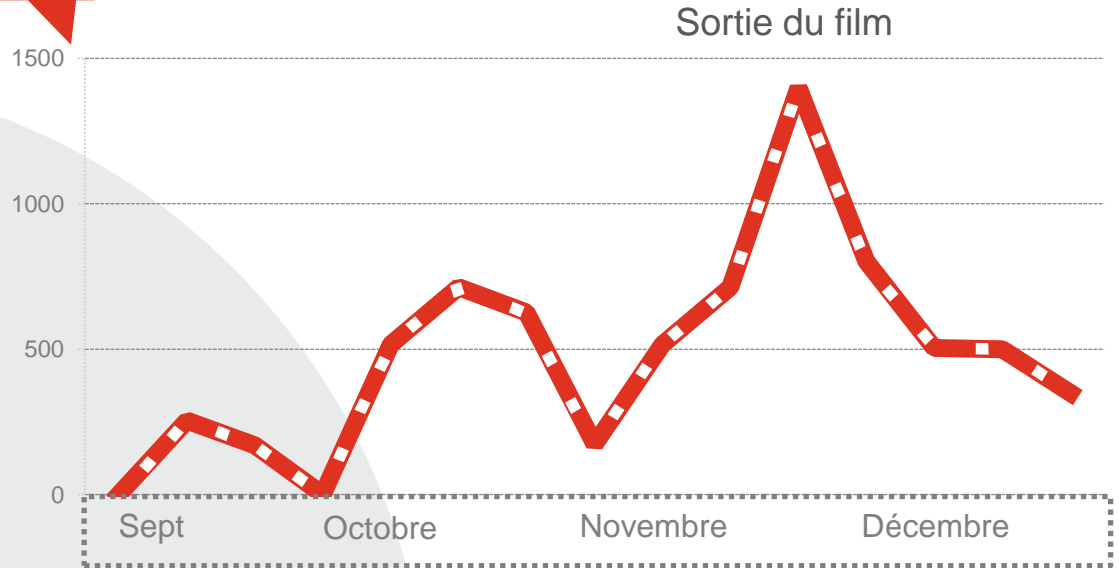


Avec près de 2 300 tweets le jour de sa sortie...

« Le Chat Potté » du buzz avant sa sortie



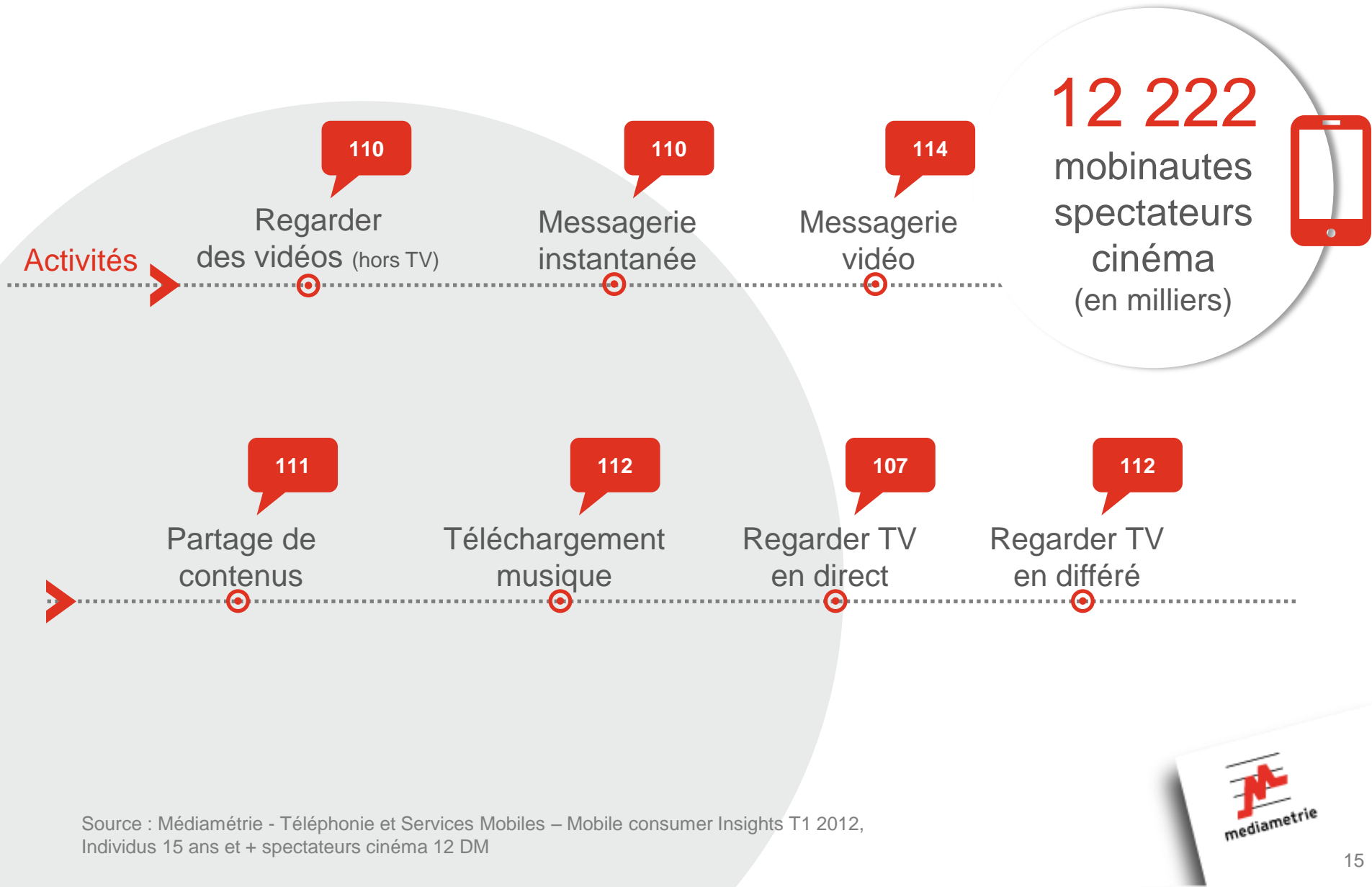
Nombre de messages



Plus de
1000
tweets le
jour de sa
sortie...

Source : Médiamétrie – BuzzExchange données du 21 septembre 2011 au 3 janvier 2012
Toutes origines - blogs, forums, pages publiques FB, Twitter, Friendsfeed, Picassa, Youtube

Et sur son Mobile ?



/03

Les perceptions du spectateur ?



Quels bénéfices perçus de la nouvelle offre digitale ?

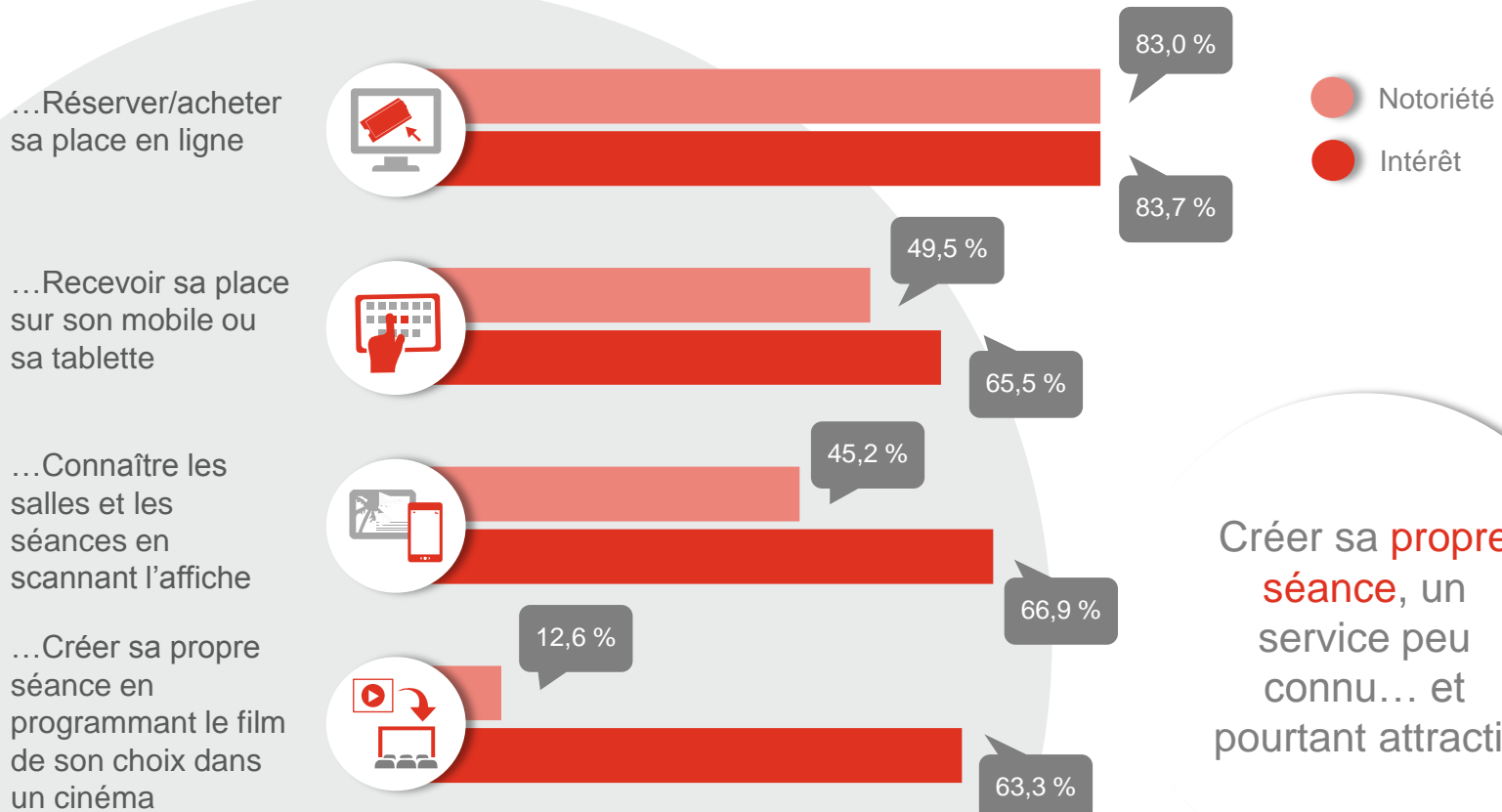
Avant la salle



- Faciliter l'accès à l'information
- Faciliter la commande

L'avant salle

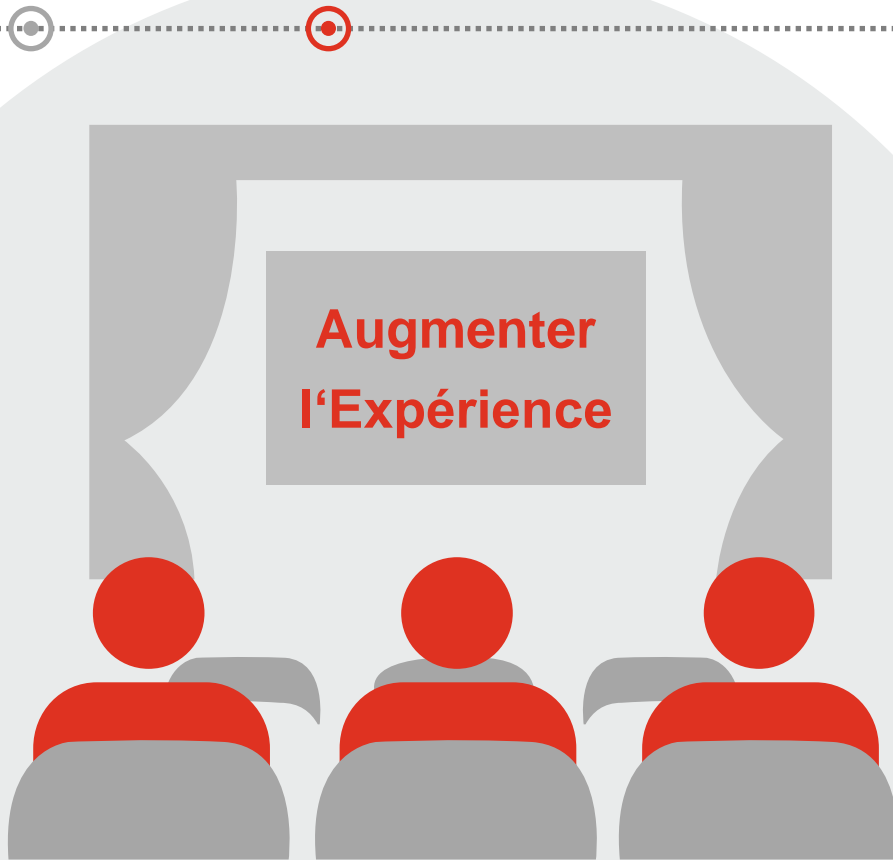
Un spectateur au fait des services que lui propose le « numérique »..... et intéressé par ces offres !



Créer sa **propre séance**, un service peu connu... et pourtant attractif

Quelle est la perception de la nouvelle offre digitale pour le spectateur ?

Dans la salle



➤ L'avant séance

La publicité- « spectacle »
Les bonus

➤ La séance

La séance pour tous
Amélioration des effets numériques
Nouveaux spectacles, concerts...

Dans la salle : la publicité et sa perception

Publicité adaptée au public du film



41,4%

Publicité qui interagit avec le public



36,3%

Publicité en 3D pour une expérience d'hyper réalisme



36,2%

Dans la salle : une envie d'appropriation ou d'accès à des informations « bonus »

BA du même genre de film



75,1%

Anecdotes sur les coulisses et tournage du film



73,1%

Interview des acteurs et réalisateurs



63,5%

Proximité

Dans la salle : le hors film

Retransmission en direct d'un opéra ou d'un ballet



44,2 %

40,0 %

● Notoriété
● Intérêt

Retransmission en direct d'un concert ou spectacle humoristique



38,1 %

54,7 %

Retransmission en direct d'un évènement sportif

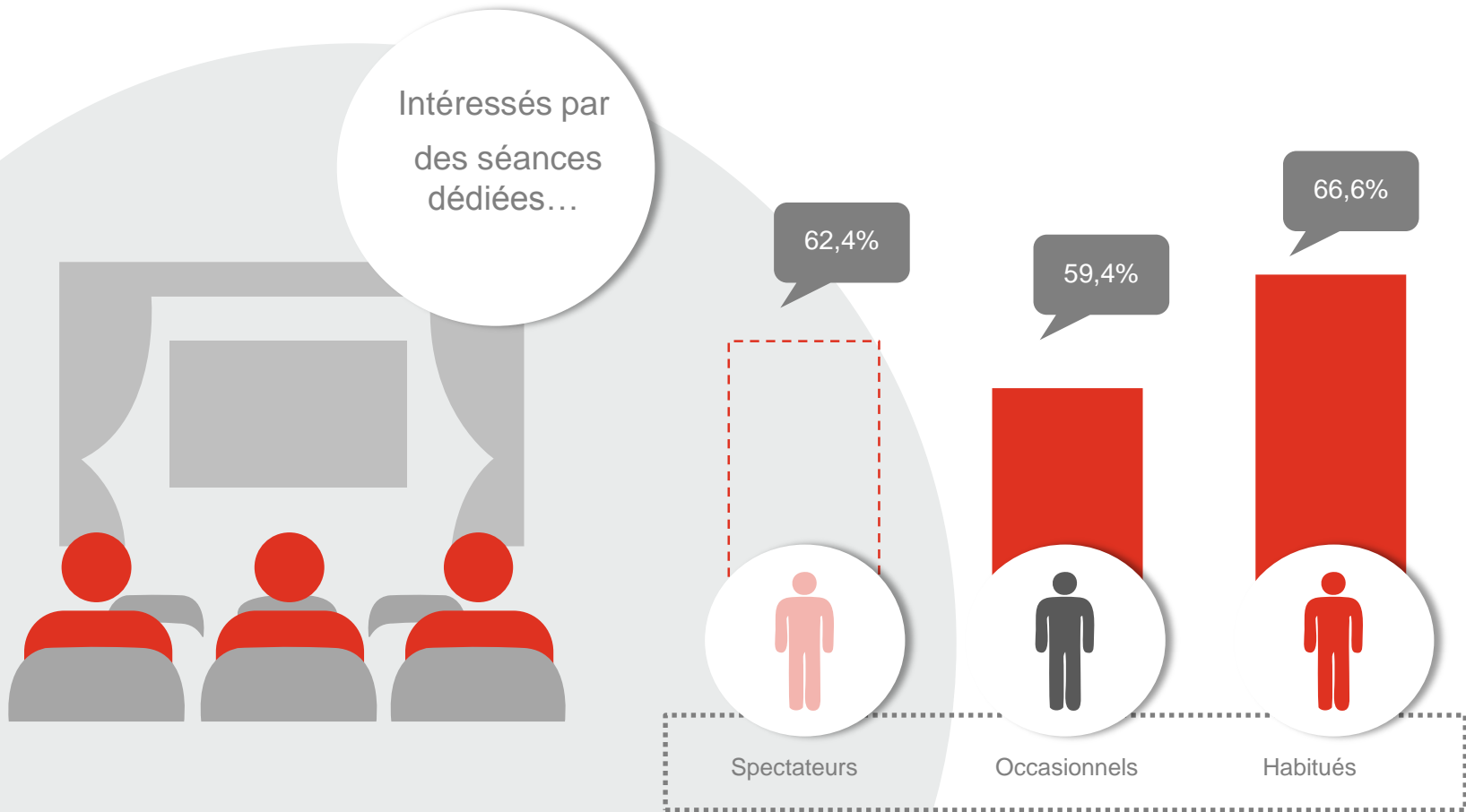


42,6 %

36,0 %

Aller voir
la **retransmission**
en direct...

Dans la salle : des séances pour tous

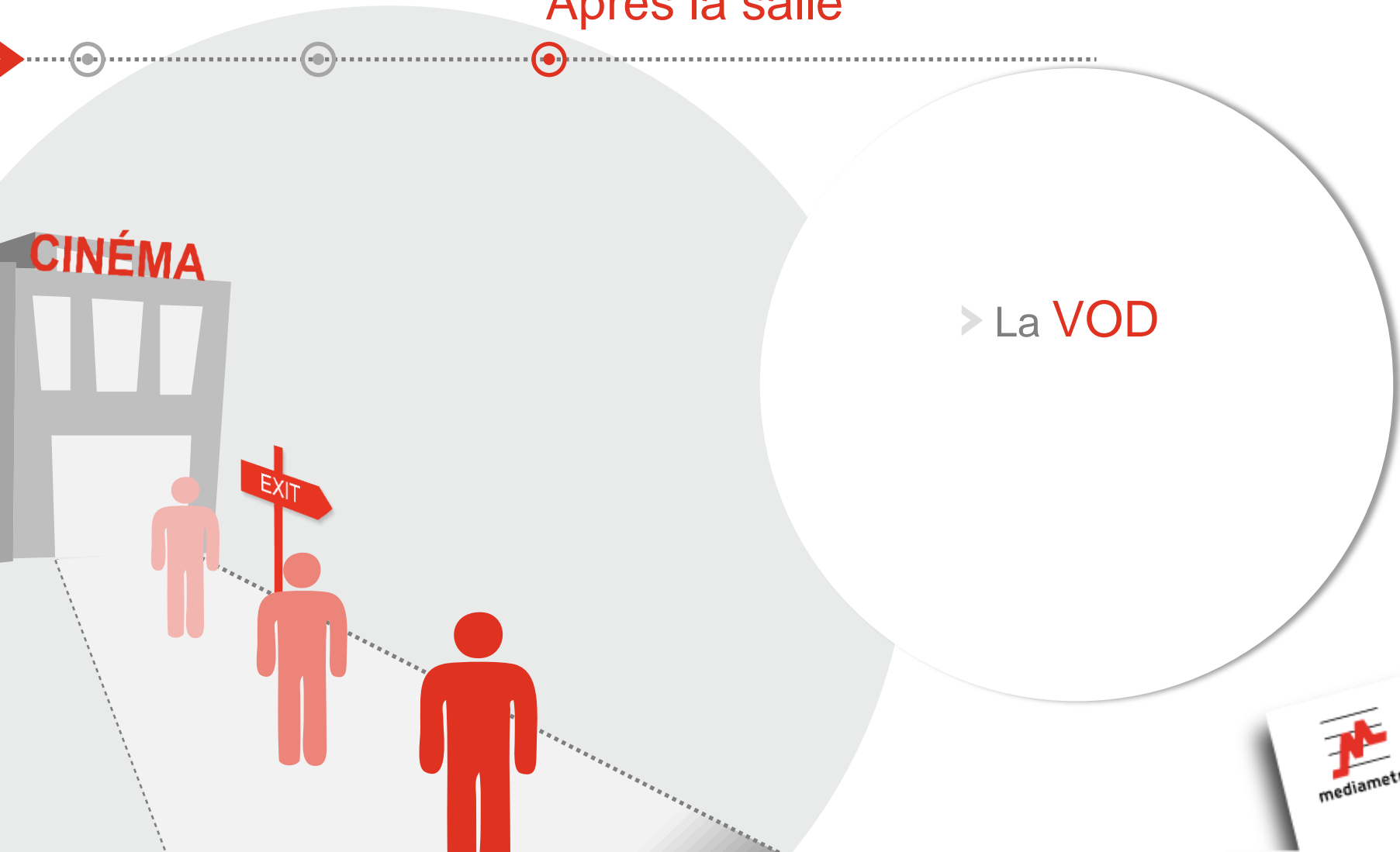


Source : Médiamétrie - Etude Numérique au Cinéma – MediaFit- Septembre 2012
Base : spectateurs

Quelle est la perception de la nouvelle offre digitale pour le spectateur ?

Après la salle

➤ La VOD



L'après salle : une bonne connaissance des services VOD...

Savez-vous qu'il est possible de visionner des Vidéos à la Demande via des services payants



OUI

93,5%

91,0%

Savez-vous comment accéder à des services de Vidéo à la Demande payants?



OUI

78,4%

71,8%



- Spectateur
- Non-spectateur

Source : Médiamétrie - Etude Numérique au Cinéma – MediaFit- Septembre 2012
Base : ensemble, et base connaît la VOD

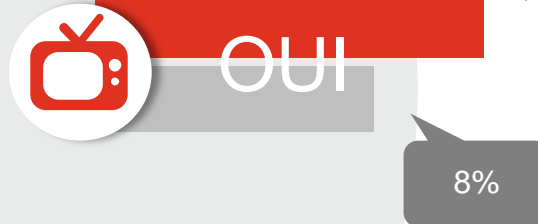


L'après salle une pratique en deçà de la notoriété

Avez-vous déjà
visionné une
vidéo via de la
VOD ?

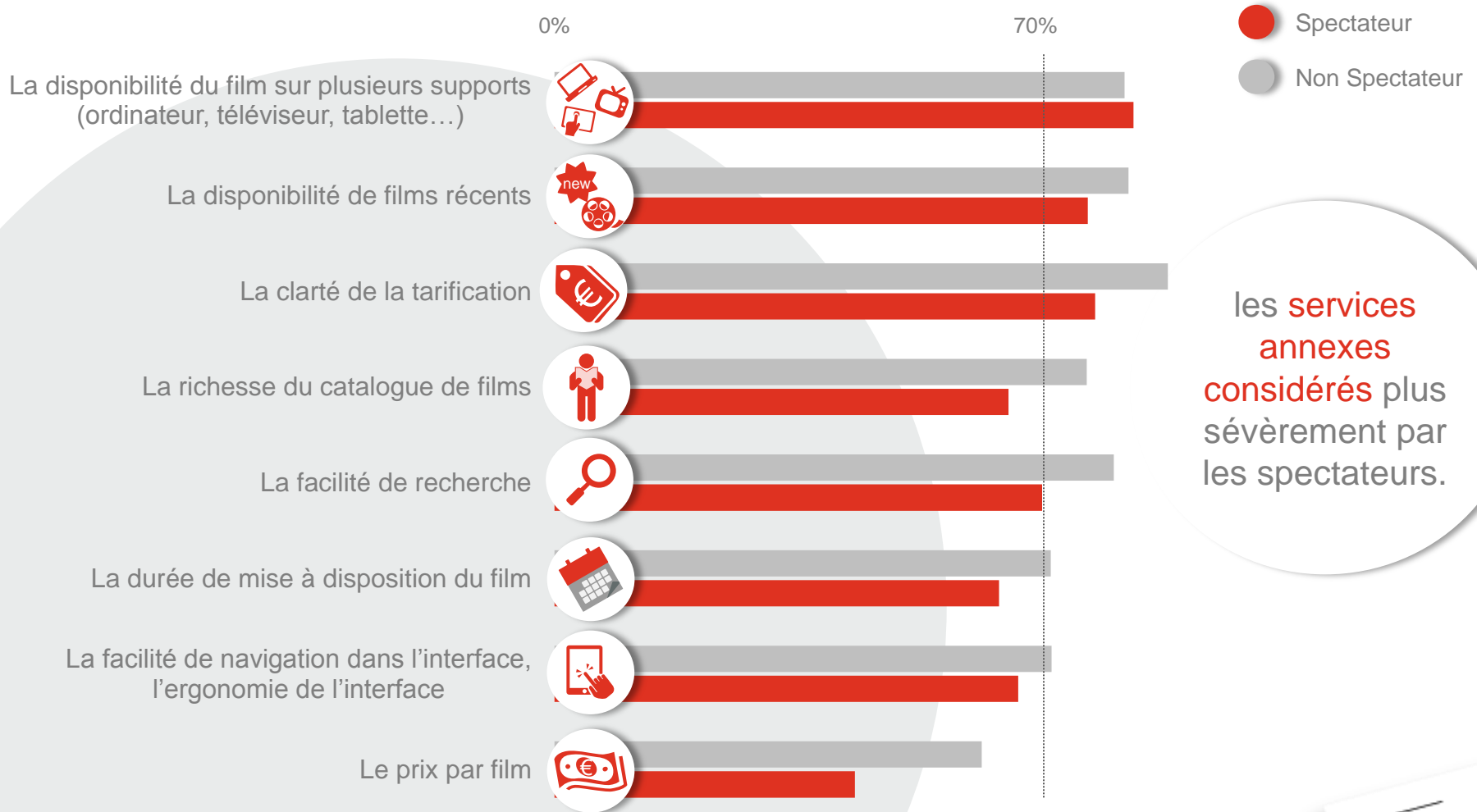


Depuis votre
poste de TV



● Spectateur
● Non-spectateur

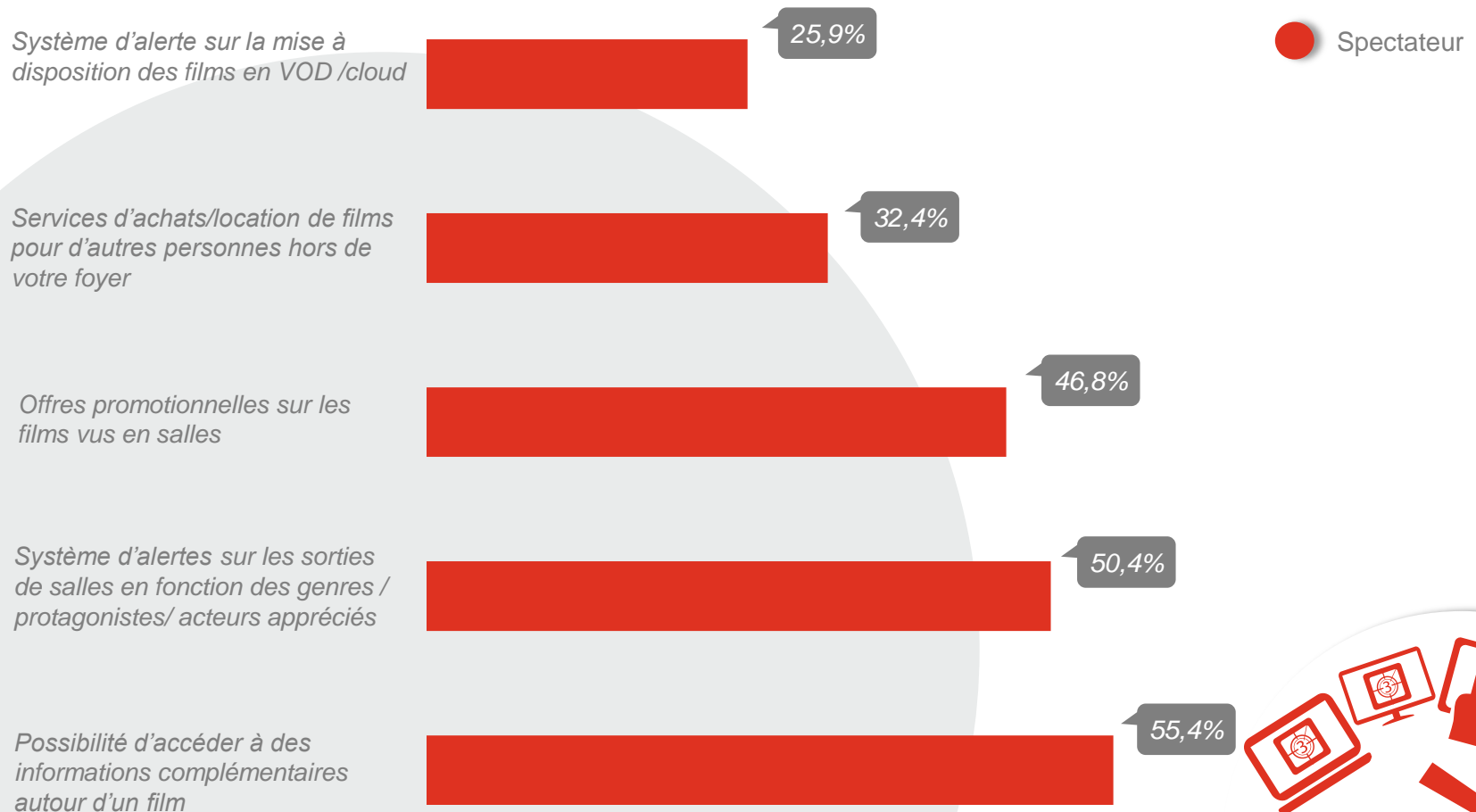
VOD : le spectateur exigeant



les services annexes considérés plus sévèrement par les spectateurs.

Source : Médiamétrie - Etude Numérique au Cinéma – MediaFit- Septembre 2012

TV connectée : quelle vision du futur pour les accès vidéos de demain ?



Et notre non spectateur ?

Créer sa propre séance de cinéma en choisissant de programmer le film de son choix dans un cinéma



15,2%

Aller voir la retransmission en direct d'un événement sportif / opéra / spectacle



19,6%

Aller voir un film en 3D



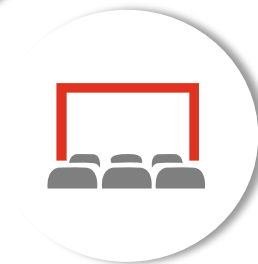
21,0%

Aucune de ces raisons me pousserait à retourner au cinéma



61,3%

Reviendra-t-il dans les salles ?



/04

Conclusions



Une bonne année
qui s'augure pour
le **cinéma**

2012

Un contexte marqué par la
généralisation du numérique
à tous les niveaux


DIGITAL

Attrait des salles

face à la multiplicité des écrans
et des modes d'accès

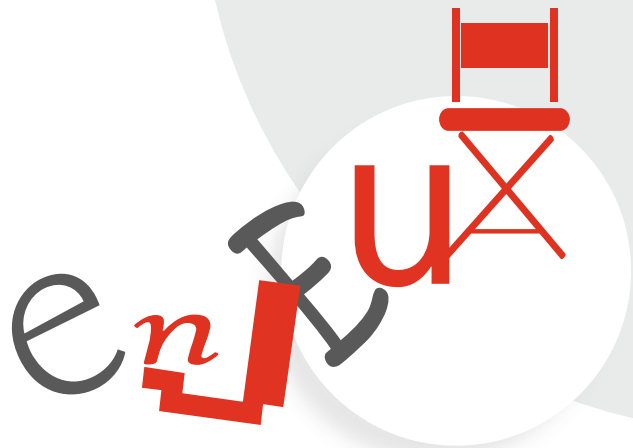
en **V**ie

...où les **nouveaux services** sont très attendus par le spectateur pour lui faciliter son accès



ERVICES

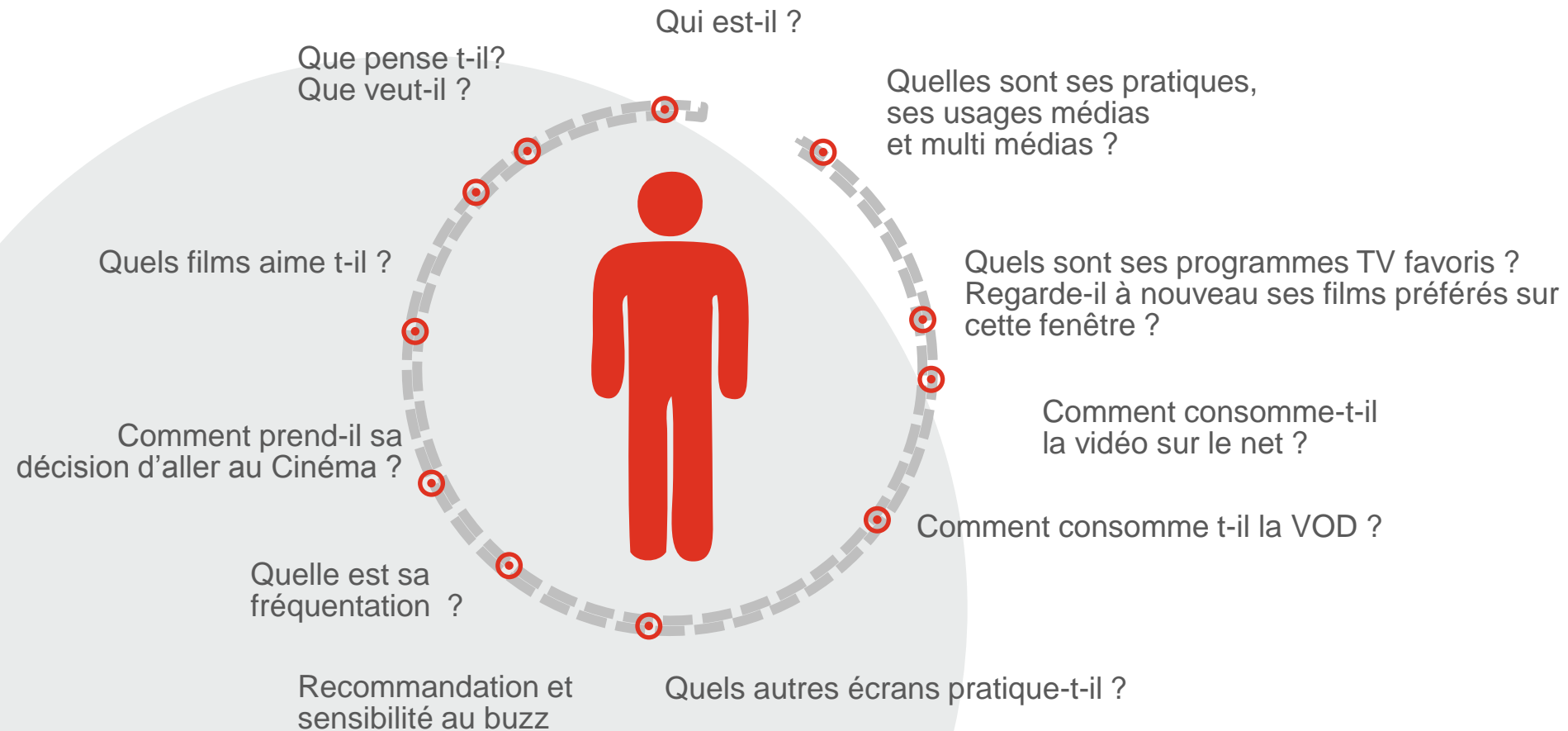
Orchestration du **buzz**
Reconquête de
l'avant-séance



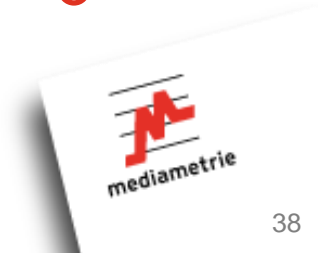
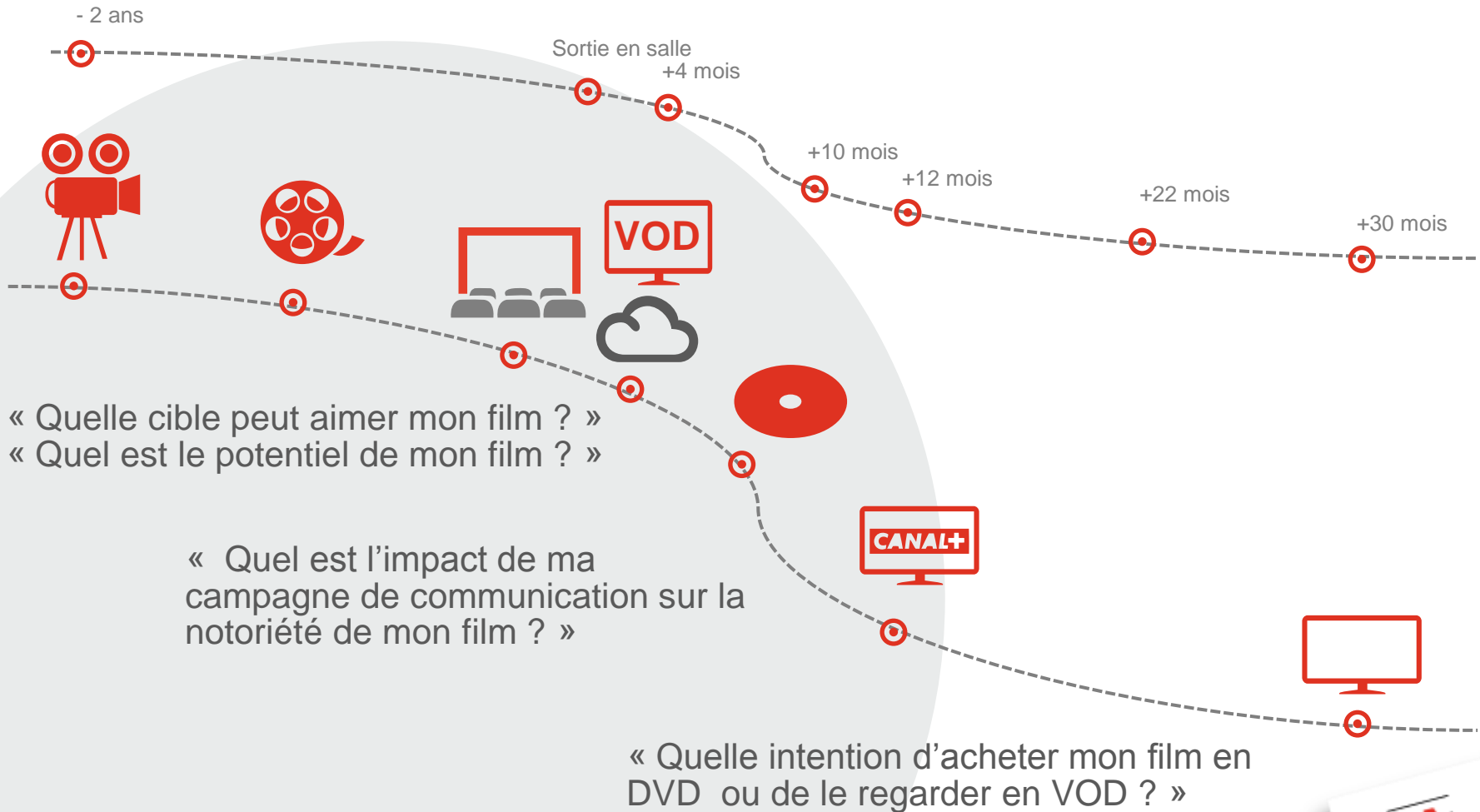
Le cinéma se renouvelle
après la salle, la VOD perce

EX  **périence**

Suivre le spectateur : un enjeu commun



Accompagner la vie du film



Merci !

hot spot^(s)

