

## **RAPPORT D'EXPERIMENTATION DE LA CARTE CINOC AU CINEMA DES CINEASTES**

AVRIL 2018

### **INTRODUCTION**

L'ARP et le Cinéma des Cinéastes sont particulièrement sensibles à l'accès au cinéma d'auteur par le public lycéen et étudiant compris dans la tranche d'âge des 15-25 ans.

Or, depuis de nombreuses années, en désertant inexorablement les salles indépendantes, cette partie de la population nourrit de moins en moins l'envie de voir les films d'Art et d'Essai, et leur découverte du cinéma se concentre – et se limite souvent – aux films de franchises exposés dans les circuits de multiplexes ou dans les autres salles contraintes de suivre cette tendance.

Dès lors, il nous est apparu urgent de tenter de réconcilier cette génération des « 4 écrans » avec un cinéma plus singulier.

En accord avec le CNC et la commission d'agrément pour les cartes illimitées, le Cinéma des Cinéastes est porteur d'une expérimentation qui propose une offre tarifaire fortement incitatrice.

Sans comparaison aucune avec les cartes d'abonnement illimitées que nous connaissons déjà (cartes UGC ou Pathé Gaumont) et loin d'imaginer un nouveau modèle économique d'abonnement illimité, nous avons, avant tout, souhaité expérimenter une formule d'accès et en tirer une analyse du comportement des spectateurs dans un cinéma tel que le nôtre.

Dans un premier temps, nous souhaitons que cette initiative puisse participer à l'amorçage d'une opération à plus grande échelle. Nous espérons que les résultats obtenus nous permettront d'apporter des éléments concrets afin qu'une réflexion collective puisse être menée pour fidéliser davantage encore les jeunes publics, et valoriser le cinéma Art et Essai auprès d'eux.

Ce dispositif traduit donc, avant tout, une démarche volontaire de politique culturelle destinée aux jeunes adultes, au-delà de tout objectif commercial.

## CONTEXTE

Le principe de la carte Cinoc s'appuie sur le concept d'une carte rechargeable pour 9 euros donnant un accès libre pendant 31 jours au Cinéma des Cinéastes.

Nous avons privilégié une formule libre et sans contrainte :

- Sans prélèvement automatique, le porteur de la carte Cinoc peut décider de ne plus venir pendant plusieurs mois : il n'en sera pas facturé. Le prix d'une place plein tarif dans notre établissement est de 9,5€ : cette opération a pour but de stimuler la curiosité du jeune spectateur sans impact financier important. Ainsi, le spectateur peut amortir les frais qu'il a engagés pour son adhésion dès la deuxième séance.
- L'abonné n'a pas de coût supplémentaire (notamment ceux habituellement liés au frais de dossier) lors de l'inscription à la formule.
- La période d'étude sur la carte Cinoc s'étend du 1<sup>er</sup> septembre 2016 au 31 août 2017.
- La carte Cinoc du Cinéma des Cinéastes est exclusivement destinée aux spectateurs du Cinéma des Cinéastes.
- Nous avons édité deux fois 250 cartes, soit 500 cartes d'abonnement au total.
- L'analyse se base sur un échantillon de 434 spectateurs et 1 868 entrées.

Afin de respecter un partage équitable, la redistribution des recettes pour le distributeur s'articule autour d'un ticket dont le montant garanti est de 5,50€ (supérieur au montant garanti d'UGC - 5,23€ et Gaumont Pathé - 5,19€).

- Les sommes perçues ont été principalement dédiées à assurer la rémunération des distributeurs, ainsi qu'à l'amortissement du coût de fabrication des cartes d'abonnement (1,30€).
- Les coûts de fonctionnement liés à la gestion des abonnés et à la répartition du versement des montants garantis aux distributeurs sont absorbés dans le fonctionnement habituel du Cinéma des Cinéastes.
- Avec l'ensemble des données réunies, nous nous sommes donnés pour objectif de trouver des réponses à un certain nombre d'interrogations :
  - Combien de spectateurs ont-ils été attirés par cette carte ?
  - Quelle tranche d'âge a été la plus réactive sur cette offre ?
  - A quelle fréquence les porteurs de carte l'ont-ils utilisée ? Et selon quelle typologie d'âge ?
  - Quel est le périmètre d'influence d'une telle opération ?
  - Sur quelle typologie de films les porteurs de carte l'ont-ils utilisée ? Et selon quelle tranche d'âge ?
  - Une offre tarifaire aussi avantageuse est-elle seule suffisante pour augmenter la fréquentation des spectateurs de 15 à 25 ans dans les salles Art et Essai, et pour les films d'auteurs les moins attendus ?
  - Quel impact économique et structurel une telle opération peut-elle avoir ?
  - Quelles sont les solutions à mettre en place pour créer un système équilibré couplant attractivité pour le public des 15-25 ans et répartition équitable des recettes entre distributeurs et exploitants ?

# Sommaire

|  |    |
|--|----|
| 1. Synthèse des résultats chiffrés.....                                      | 4  |
| 2. Données financières .....   | 5  |
| 3. Conclusion.....   | 7  |
| 4. Analyse du comportement des porteurs de carte                             |    |
| a) Données générales.....  | 8  |
| b) Comportements .....   | 9  |
| c) Reconduction de l'offre.....  | 10 |
| d) Fréquentation hebdomadaire.....   | 12 |
| e) Fréquentation par film .....  | 13 |
| 5. Analyse des spectateurs porteurs de carte                                 |    |
| a) En fonction de l'âge.....   | 17 |
| b) Par catégorie sociale.....  | 20 |
| c) Par sexe.....   | 23 |
| d) Localisation & temps de trajet.....                                       | 25 |
| 6. Analyse de la sensibilisation à l'opération par le mode de promotion..... | 26 |
| 7. Programmation.....  | 28 |

# 1. Synthèse des résultats chiffrés

- DONNEES GENERALES

**Nombre de cartes Cinoc vendues : 434**

**Nombre de recharges : 335**

Soit un **taux de recharge de 77%**

**Nombre de places Cinoc vendues : 1 868**

**Moyenne des films visionnés par spectateur : 2.4**

- ELEMENTS FINANCIERS

**Recettes garanties distributeurs : 2,25€ par entrée**

**Recettes brutes Cinéma des Cinéastes : 6 921 €**

**Recettes nettes Cinéma des Cinéastes par entrée : 0.38 €**

- ELEMENTS STATISTIQUES

**Répartition par sexe :**

63% de femmes

37% d'hommes

**Répartition par tranche d'âge :**

- 18 ans : 5%

18-22 ans : 43 %

23- 25 ans : 52%

**Répartition par catégorie sociale :**

Etudiants : 67%

Salarié(e)s : 29%

Demandeur d'emplois : 4%

**Part de marché en fonction des combinaisons de sorties :**

32% sont allés voir des films sortis sur moins de 10 copies Paris

32% : entre 10 et 16 copies Paris

32% : plus de 16 copies Paris

4% : autres (séances spéciales, festival etc.)

**Part de marché des films en sortie nationale : 97%**

## 2. Données financières

Afin de répondre aux critères visés par l'Article L 213-10 du code du cinéma et de l'image animée, nous nous sommes engagés à assurer un minimum garanti de rémunération auprès des distributeurs suivant une répartition comme suit :

- En partant sur un montant garanti à 5.50 € et en suivant le mode de calcul d'un bordereau, la base film est un montant de 4.62€.
- Compte tenu que nous nous acquittons de la part distributeur et des différentes taxes (sans percevoir la part exploitant), chaque billet émis nous a coûté **3.25€** (à 50% de taux de location). Le prix de la carte étant de 9€, le point d'amortissement est fixé à 2.8 films visionnés par le porteur de la carte sur sa période d'accès libre.

**Tableau prévisionnel d'amortissement**

|                               |               |               |               |               |               |               |               |
|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Prix unitaire / garanti       | 5,50 €        | 5,50 €        | 5,50 €        | 5,50 €        | 5,50 €        | 5,50 €        | 5,50 €        |
| Nombre de spectateurs         | 1             | 1             | 1             | 1             | 1             | 1             | 1             |
| Recette totale                | 5,50 €        | 5,50 €        | 5,50 €        | 5,50 €        | 5,50 €        | 5,50 €        | 5,50 €        |
| Taxe spéciale 10,72%          | 0,59 €        | 0,59 €        | 0,59 €        | 0,59 €        | 0,59 €        | 0,59 €        | 0,59 €        |
| TVA 5,5%                      | 0,29 €        | 0,29 €        | 0,29 €        | 0,29 €        | 0,29 €        | 0,29 €        | 0,29 €        |
| Recette hors tva              | 5,21          | 5,21          | 5,21          | 5,21          | 5,21          | 5,21          | 5,21          |
| Base Film (-tsa&tva)          | <b>4,62 €</b> | <b>4,62 €</b> | <b>4,62 €</b> | <b>4,62 €</b> | <b>4,62 €</b> | <b>4,62 €</b> | <b>4,62 €</b> |
| Taux de location              | <b>50%</b>    | <b>45%</b>    | <b>40%</b>    | <b>35%</b>    | <b>30%</b>    | <b>25%</b>    | <b>20%</b>    |
| Somme distributeur            | 2,31 €        | 2,08 €        | 1,85 €        | 1,62 €        | 1,39 €        | 1,15 €        | 0,92 €        |
| Sacem 1,21%                   | <b>0,06 €</b> | 0,06 €        | 0,06 €        | 0,06 €        | 0,06 €        | 0,06 €        | 0,06 €        |
| Part net distributeur         | <b>2,25 €</b> | <b>2,02 €</b> | <b>1,79 €</b> | <b>1,56 €</b> | <b>1,33 €</b> | <b>1,10 €</b> | <b>0,87 €</b> |
| Part net exploitant (fictive) | <b>2,31 €</b> | <b>2,54 €</b> | <b>2,77 €</b> | <b>3,00 €</b> | <b>3,23 €</b> | <b>3,46 €</b> | <b>3,70 €</b> |
| Coût net cdc                  | <b>3,25 €</b> | <b>2,96 €</b> | <b>2,73 €</b> | <b>2,50 €</b> | <b>2,27 €</b> | <b>2,04 €</b> | <b>1,80 €</b> |
| Amortissement                 | <b>2,8</b>    | <b>3</b>      | <b>3,3</b>    | <b>3,6</b>    | <b>4</b>      | <b>4,4</b>    | <b>5</b>      |

- Dans la mesure où 76% des films ont été vu les trois premières semaines et où la quantification des taux de location sur la durée n'est pas une donnée exploitable efficacement, nous avons basé nos calculs sur un taux de location à 50%

**Calcul de la recette bordereau**

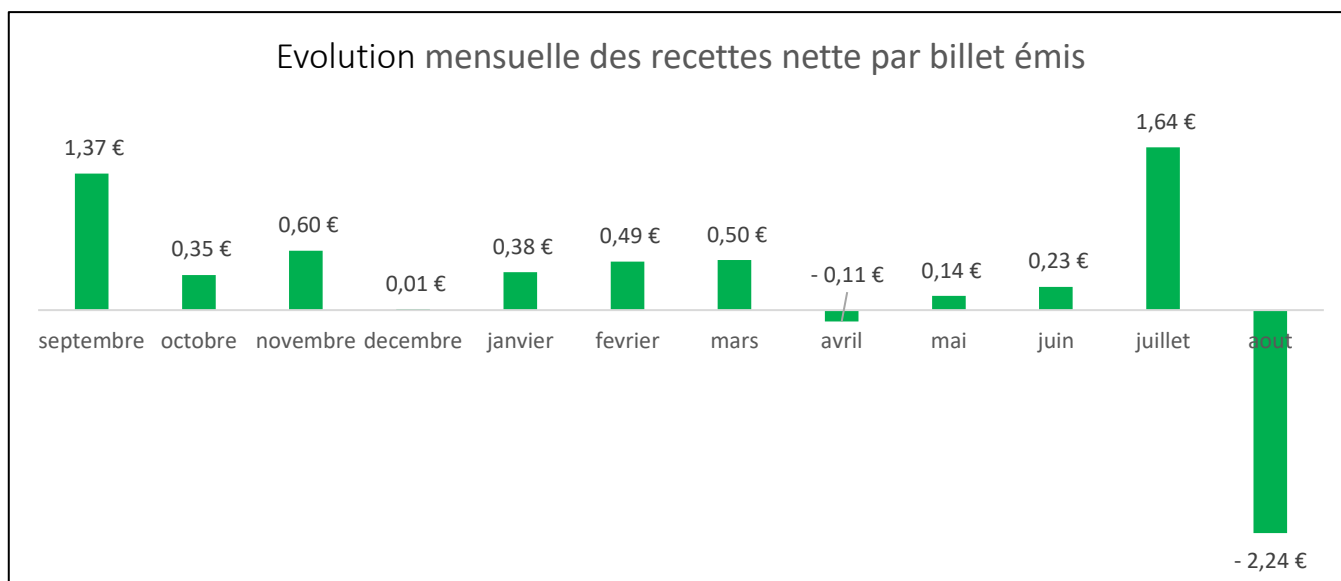
|                                   |                   |
|-----------------------------------|-------------------|
| Prix unitaire / garanti           | 5,50 €            |
| Nombre de spectateurs             | 1 868             |
| Recette totale (fictive)          | 10 274,00 €       |
| Taxe spéciale 10,72%              | <b>1 101,37 €</b> |
| TVA 5,5%                          | <b>544,52 €</b>   |
| Recette hors tva                  | 9 729,48          |
| Base Film (-tsa &tva)             | <b>8 628,11 €</b> |
| Taux de location                  | <b>50%</b>        |
| Somme distributeur                | 4 314,05 €        |
| Sacem 1,21%                       | <b>104,40 €</b>   |
| Part nette distributeur           | <b>4 209,65 €</b> |
| Part nette exploitant (fictive)   | <b>4 314,05 €</b> |
| Coût pour le Cinéma des Cinéastes | <b>5 959,95 €</b> |

- La recette réelle net par ticket nous montre que le mode de consommation des porteurs de la carte et les différentes charges acquittés qu'elles induisent nous ont tout de même permis de percevoir 0.38 € en moyenne par ticket. Ce montant, fluctuant sur la période, a pu atteindre 1.64€.

### Recette réelle nette par ticket

|                           |                   |
|---------------------------|-------------------|
| Nb de cartes + réa        | 769               |
| recette carte + réa HT    | <b>6 560,19 €</b> |
| taxe spéciale             | 1 101,37 €        |
| TVA 5,5%                  | 544,52 €          |
| part nette distributeur   | 4 209,65 €        |
| recette réelle nette      | <b>704,64 €</b>   |
| recette réelle par ticket | <b>0,38 €</b>     |

- Pour information voici un bilan mensuel de l'évolution des recettes nettes par billet pour la période de l'expérimentation.



### 3. Conclusion

Dans la mesure où nous avons pris le parti d'assurer un montant garanti aux distributeurs, nous attendions des **éléments concrets** issus de cette expérimentation afin de nous permettre de démontrer sa **viabilité**.

Une communication restreinte à notre zone de chalandise et une mise en circulation réduite du nombre de cartes nous a permis de **circonscrire les dangers potentiels pour l'équilibre économique de la salle**.

Malgré un bénéfice net de 0.38€ par billets émis (après déduction des frais liés à la fabrication des cartes et la promotion de l'opération), nous accusons une perte de 0.69 € par ticket. Dans un contexte où l'on estime à 1€ par billet le montant des différentes aides dont nous bénéficions, nous considérons que **cette opération est restée neutre financièrement** et à **rempli pleinement les objectifs de politique culturelle** que nous lui avons fixés.

L'ensemble des données récoltées pendant cette expérimentation nous ont permis d'avoir une **lecture inédite sur le comportement des jeunes adultes** et le **rapport qu'ils entretiennent avec le Cinéma des Cinéastes et les films** qui y sont projetés.

Cette initiative, portée par le Cinéma des Cinéastes et L'ARP, souligne la nécessité d'avoir accès à des données similaires sur l'ensemble du territoire français : nos premiers constats révèlent un véritable potentiel d'analyse, d'interprétation et d'extrapolation lié aux usages du public. Les bases de données, malheureusement confidentielles, qu'on put se constituer les groupes à travers leurs cartes illimitées seraient, à ce titre, particulièrement **utiles à la conduite d'une politique culturelle éclairée**. Le retard pris par les exploitants et distributeurs indépendants dans ce domaine est par ailleurs particulièrement notable.

Au-delà du total des entrées générées par la carte Cinoc (qui a représenté 0.99% de la fréquentation globale dans notre établissement), cette expérimentation nous a surtout démontré qu'il était possible de créer des conditions propices visant à **stimuler la curiosité d'une partie des jeunes adultes pour les films d'auteur**, dans un environnement économiquement viable pour la salle de cinéma tout en respectant une remontée de recette pour les distributeurs.

Tout au long de cette opération, nous avons pu **tisser un réseau de jeunes cinéphiles**, avec qui nous entretenons désormais une communication régulière.

Cette **communauté de jeunes adultes** n'hésite plus à investir notre établissement et la perception qu'ils se font de notre cinéma et des films d'auteur qui y sont projetés s'en est trouvée radicalement changée.

L'expérimentation de la carte Cinoc n'est pas une fin en soi, mais elle reste une alternative afin de **concilier renouvellement du jeune public et équilibre économique d'une salle indépendante** majoritairement axée sur les films Art et Essai.

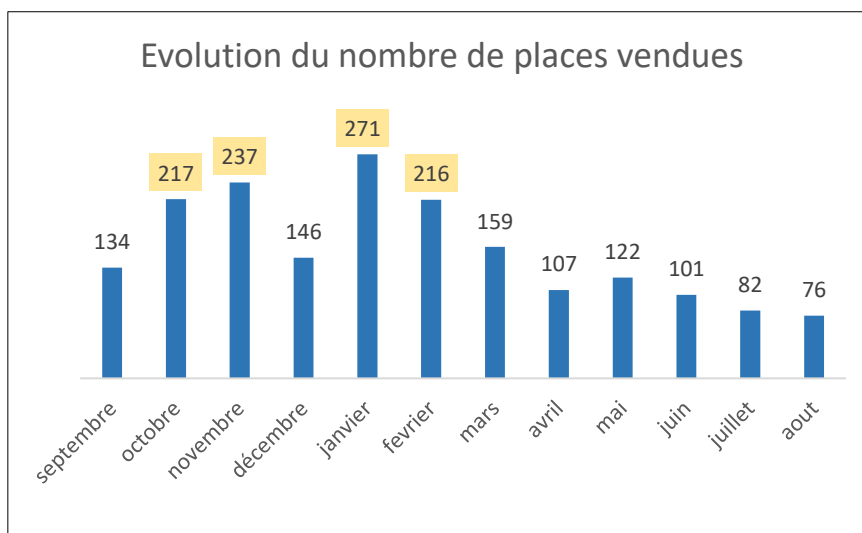
La déclinaison de ce type d'opération dans d'autres établissements pourrait constituer une **réponse crédible et viable afin d'endiguer la désertion des salles Art et Essai par les jeunes adultes**. Un tel dispositif pourrait bénéficier d'une **prise en charge partielle par les pouvoirs publics des frais inhérents au fonctionnement**, afin de sécuriser et stimuler les salles indépendantes à **développer ces initiatives sur tout le territoire**.

# ANNEXE

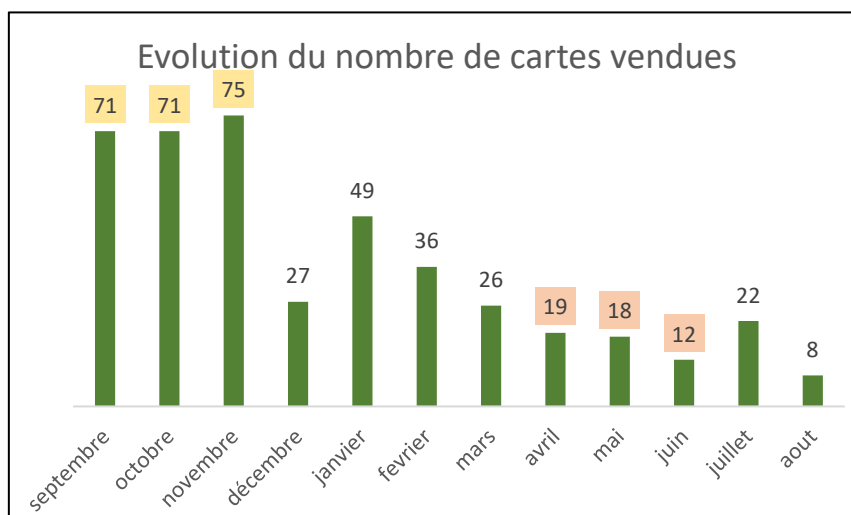
## 4. Analyses du comportement des porteurs de carte

### a) Données générales

- Du 1<sup>er</sup> septembre 2016 au 31 août 2017, **1 868 entrées** générées par la carte Cinoc ont été enregistrées. Plus de 50% des entrées ont été réalisées sur 4 mois cumulés (octobre, novembre, janvier et février). Sur les 31 films à l'affiche sur ces 4 mois, 6 films ont concentré 57% des entrées Cinoc : ***Captain fantastic*** de Matt Ross, ***Moonlight*** de Barry Jenkins, ***Daniel Blake*** de Ken Loach, ***Mademoiselle de Park Chan-Wook***, ***Paterson*** de Jim Jarmusch et ***Neruda*** de Pablo Larraín.



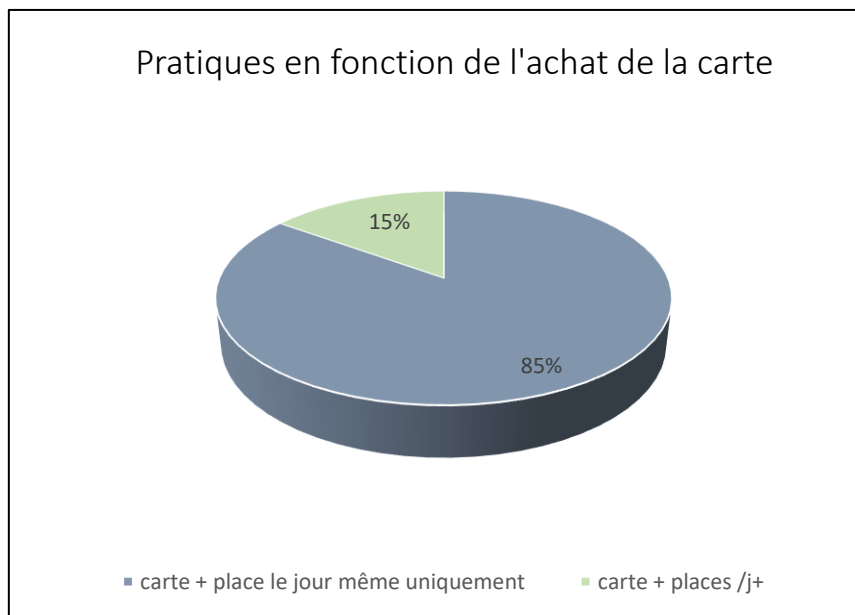
- Du 1<sup>er</sup> septembre 2016 au 31 août 2017, **434 cartes** Cinoc ont été vendues, dont 50% sur les 3 premiers mois (septembre 2016 à novembre 2016). Au-delà de la période des vacances d'avril et d'août, la baisse des ventes de carte enregistrée sur les mois de mai et juin correspond à la préparation et au passage des examens pour les étudiants. Le niveau très faible des enregistrements des cartes pour le mois d'août est dû au fait qu'il a été décidé seulement en août de reconduire l'expérimentation au-delà du 31 août.



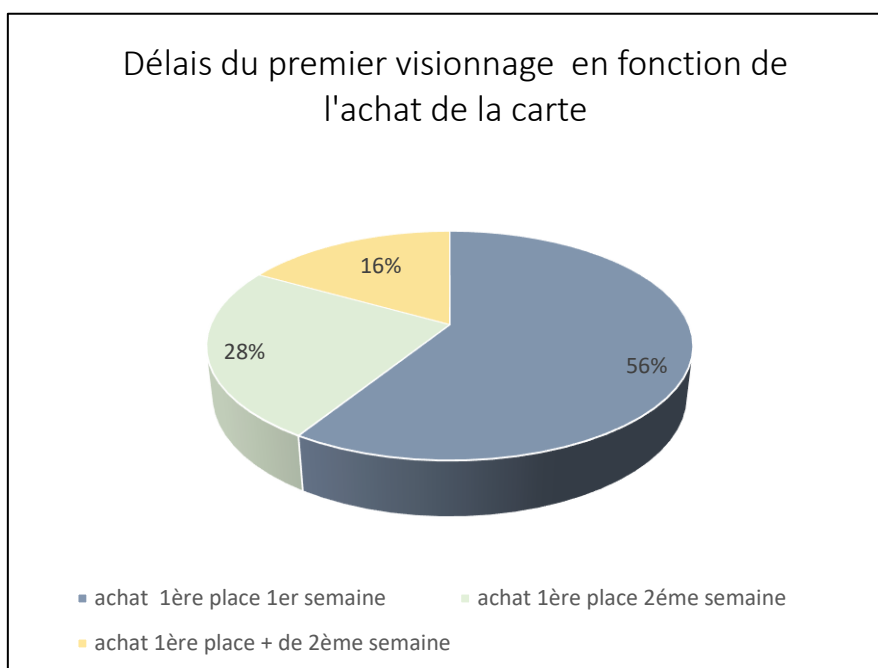


## b) Comportements

- Pour 85% des spectateurs qui ont adhéré à l'opération, le jour de l'achat de la carte Cinoc correspond avec celui du premier film vu grâce à elle.  
L'acte d'achat a donc été d'abord motivé par le film plutôt que par la formule elle-même.

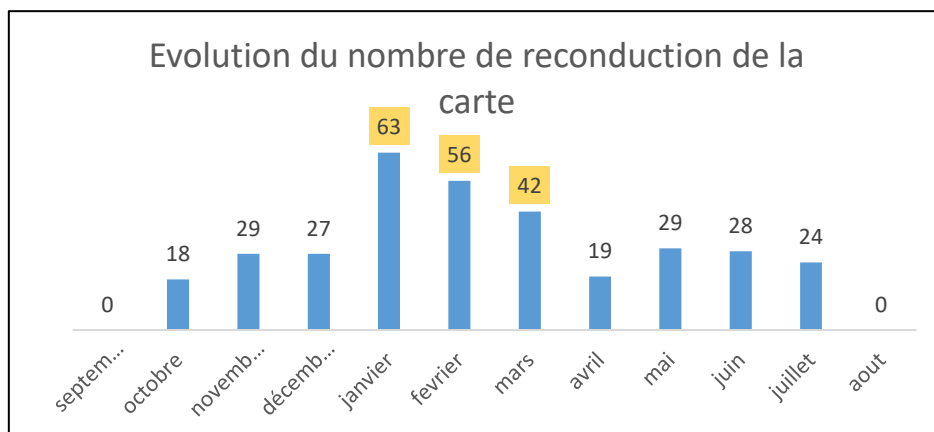


- Pour les 15% qui n'ont pas débité leur place le jour de l'achat de la carte, 56% l'ont fait dès la première semaine. Pour les 44% restant, les entrées ont été débitées à partir de la deuxième ou troisième semaine. Pour ces spectateurs, l'acte d'achat a donc été probablement motivé par la formule.

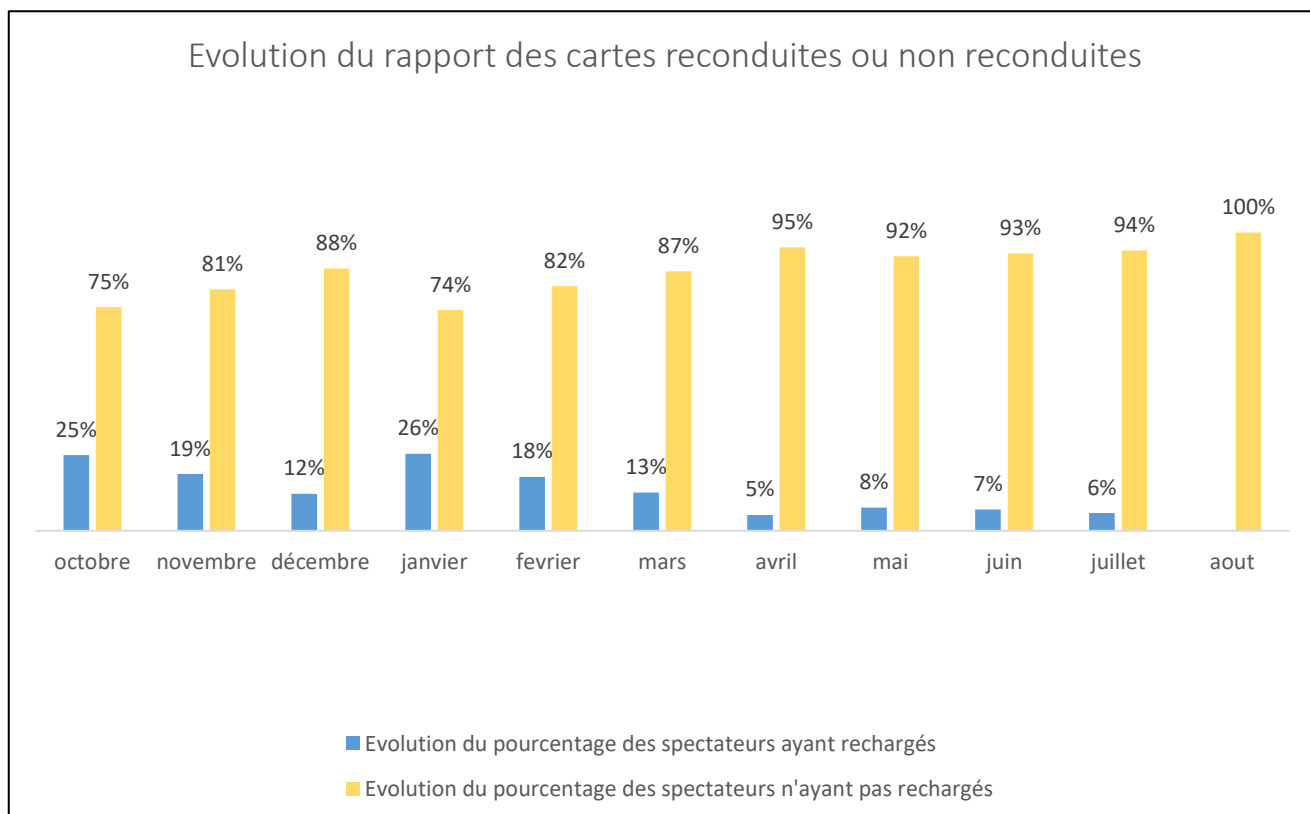


### c) Reconduction de l'offre

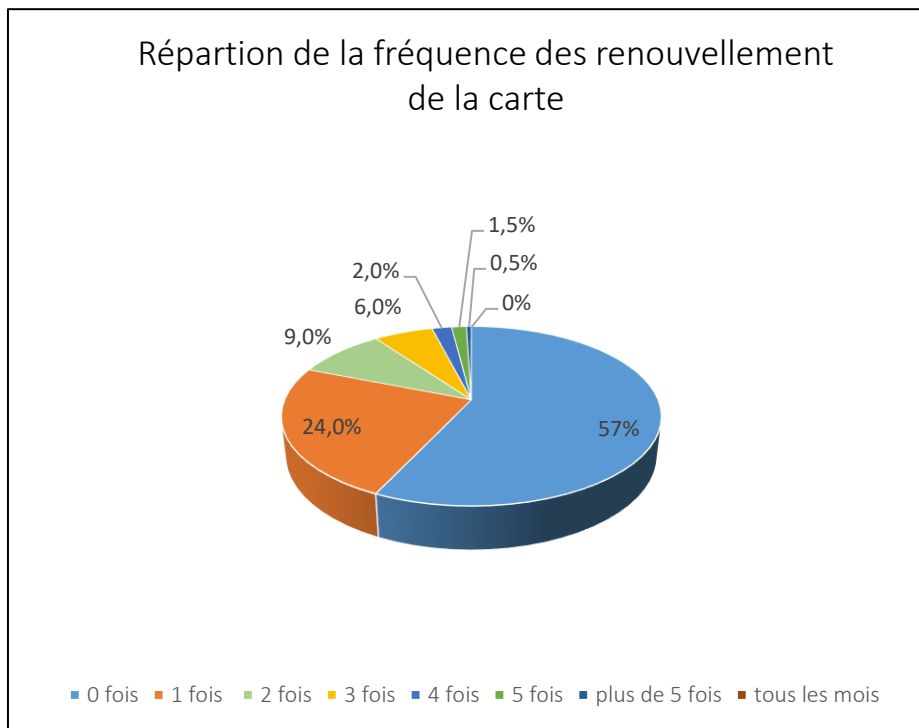
- Le 1<sup>er</sup> trimestre 2017 a enregistré le taux de reconduction le plus important. Il semble encore une fois que ce soit le film programmé qui ait stimulé l'acte de reconduction. Sur cette période, les 30 films à l'affiche ont enregistré 646 entrées Cinoc, soit 35% de l'ensemble des entrées réalisées par la formule. **Moonlight** de Barry Jenkins, **Paterson** de Jim Jarmusch, **Neruda** de Pablo Larraín, **Noces** de Stephan Streker, **La communauté** de Thomas Vinterberg, et **Gimme danger** de Jim Jarmusch ont représenté 60% de ces entrées.



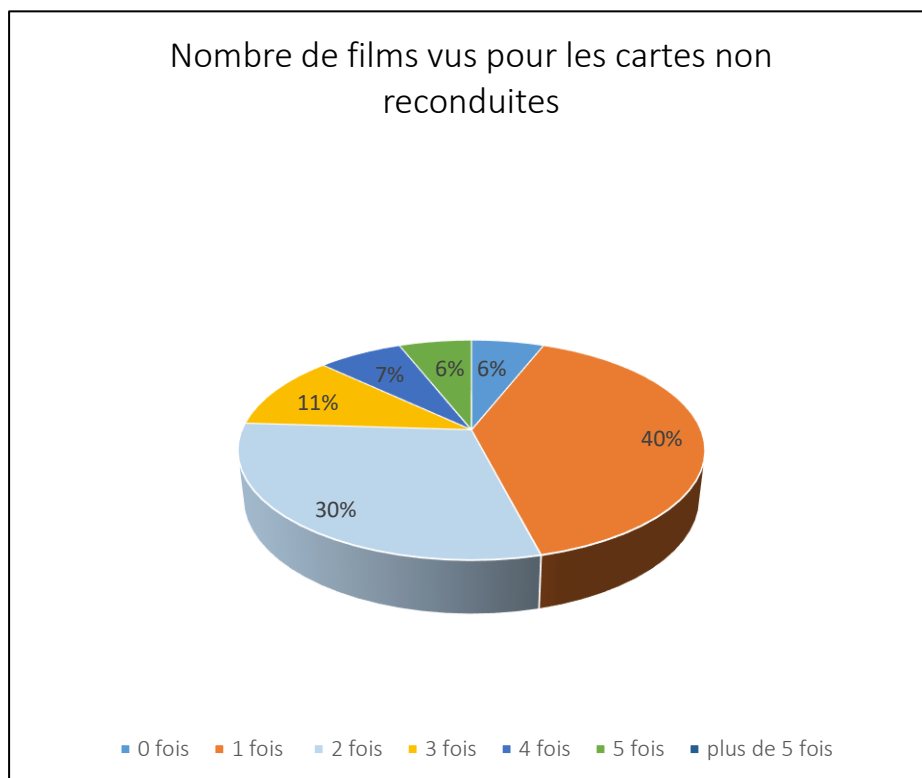
- Il apparaît que les porteurs de la carte sont plus enclins à ne pas reconduire systématiquement l'offre. Le modèle de l'opération n'obligeant pas de reconduire l'offre, les spectateurs ont surtout privilégié un usage occasionnel (plutôt que très régulier). Il est néanmoins à noter que l'absence de reconduction en août est liée à une fin de l'opération initialement fixée le 31 août 2017, avant d'être finalement reconduite pour l'année scolaire 2017/2018.



- Si 57% des porteurs de cartes n'ont jamais souhaité renouveler leur offre, 24% l'ont reconduite une seule fois et 19% plus d'une fois.

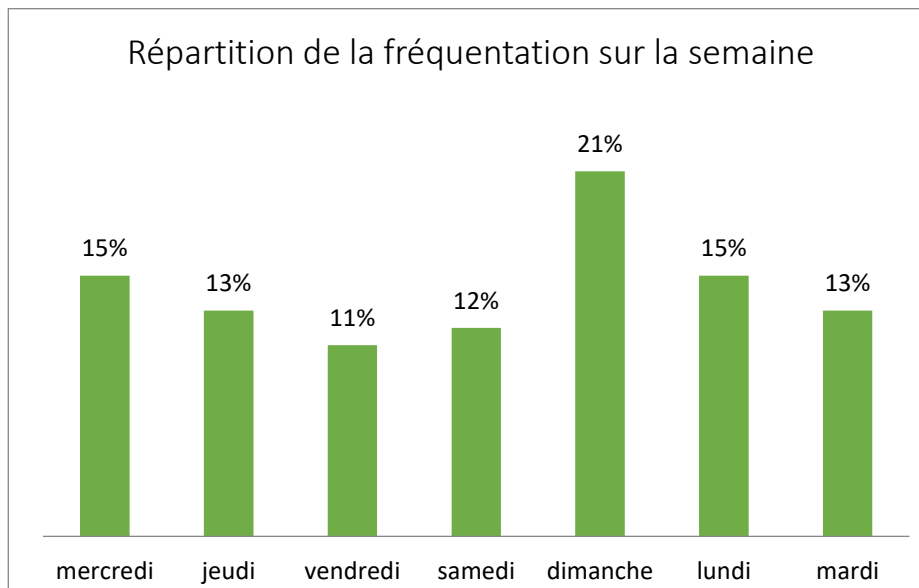


- Sur les 57% qui n'ont jamais reconduit l'offre, 6% ne sont allés voir aucun film, 40% sont allés voir un film et 30% sont allés voir deux films.

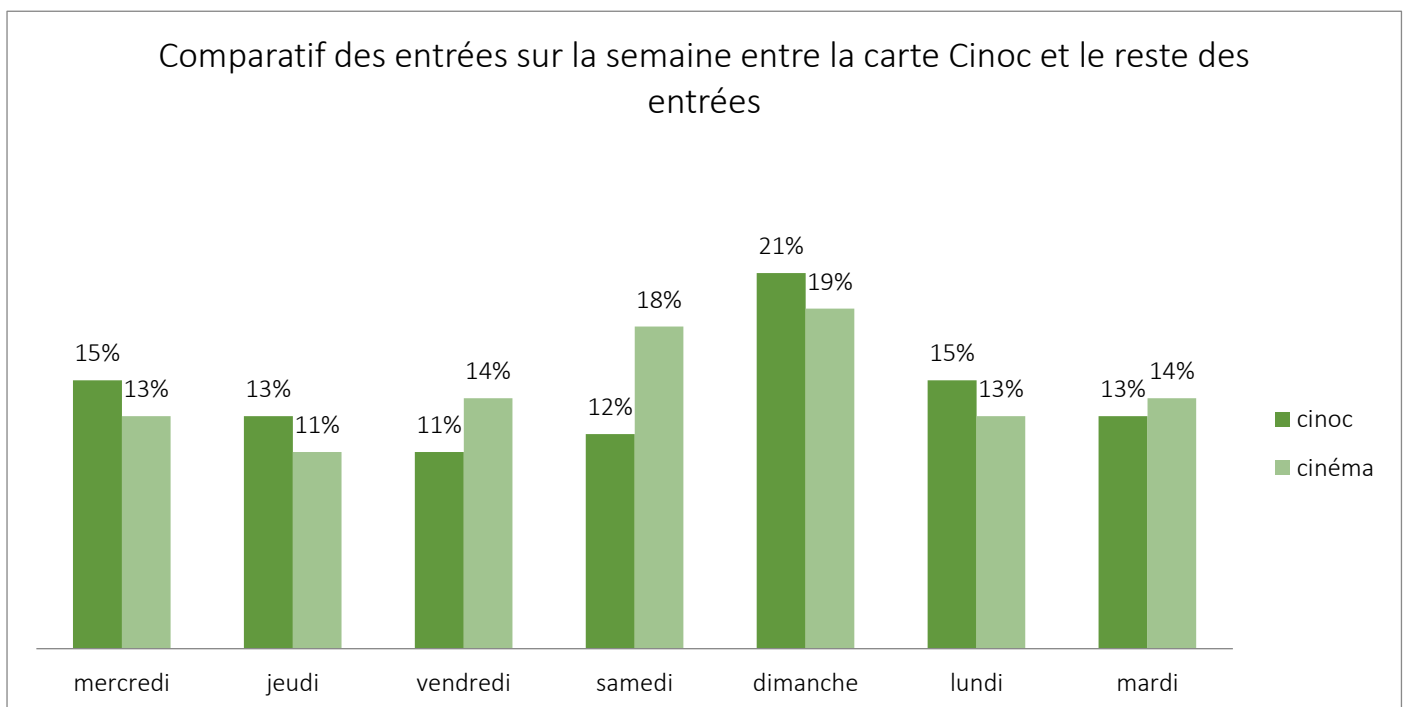


## d) Fréquentation hebdomadaire

- La répartition des entrées sur les jours de la semaine nous confirme que le dimanche reste le jour le plus porteur. Les vendredis et samedis restent les jours les moins attractifs pour les jeunes spectateurs.

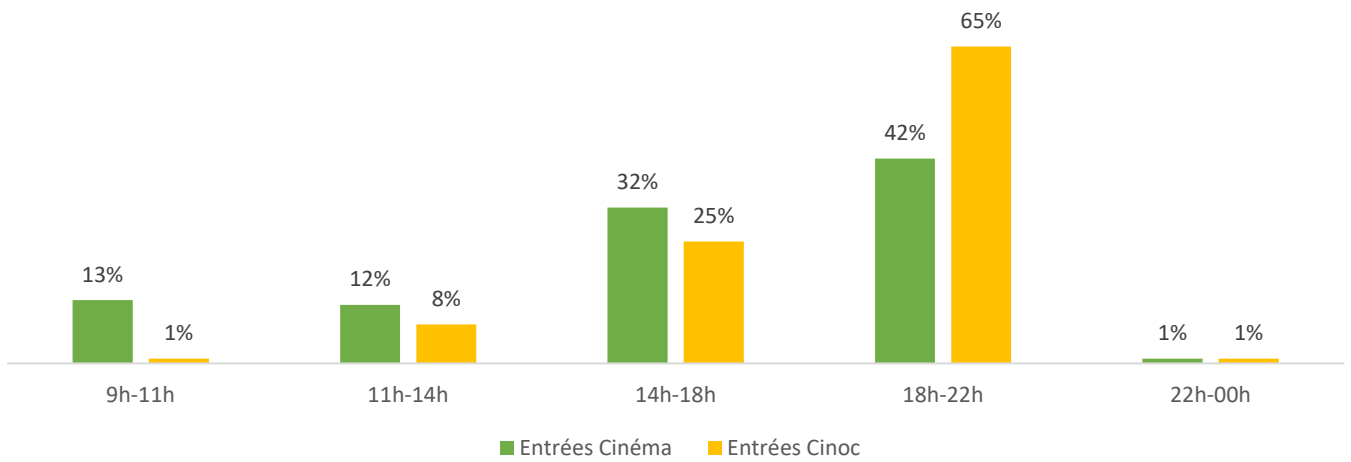


- On remarque qu'à l'inverse des porteurs de la carte, le vendredi et le samedi restent parmi les jours les plus attractifs pour les autres spectateurs du Cinéma des Cinéastes.



- **Le comparatif des entrées en fonction des horaires** nous montre que les porteurs de la carte sont plus susceptibles de venir pour les séances de 18h /19h et 20h30/21h30. Depuis trois ans, nous ne faisons plus de séances à 22h : la sortie tardive de ces séances était contreproductive. Nous préférons programmer des séances à 19h et 21h afin que les spectateurs aient le temps de venir se restaurer dans notre bistrot avant ou après les séances.

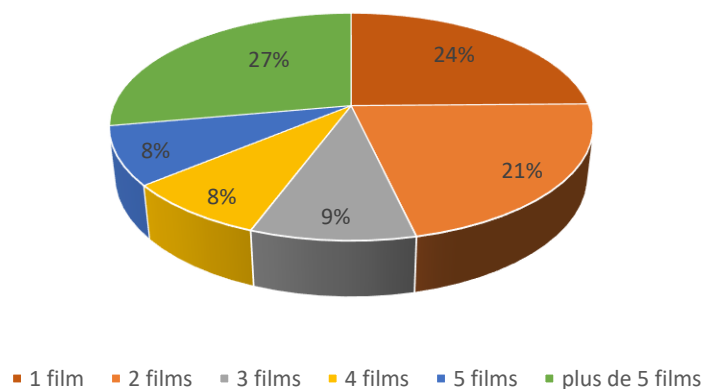
### Comparatif des entrées en fonction des horaires entre la carte Cinoc et le reste des entrées



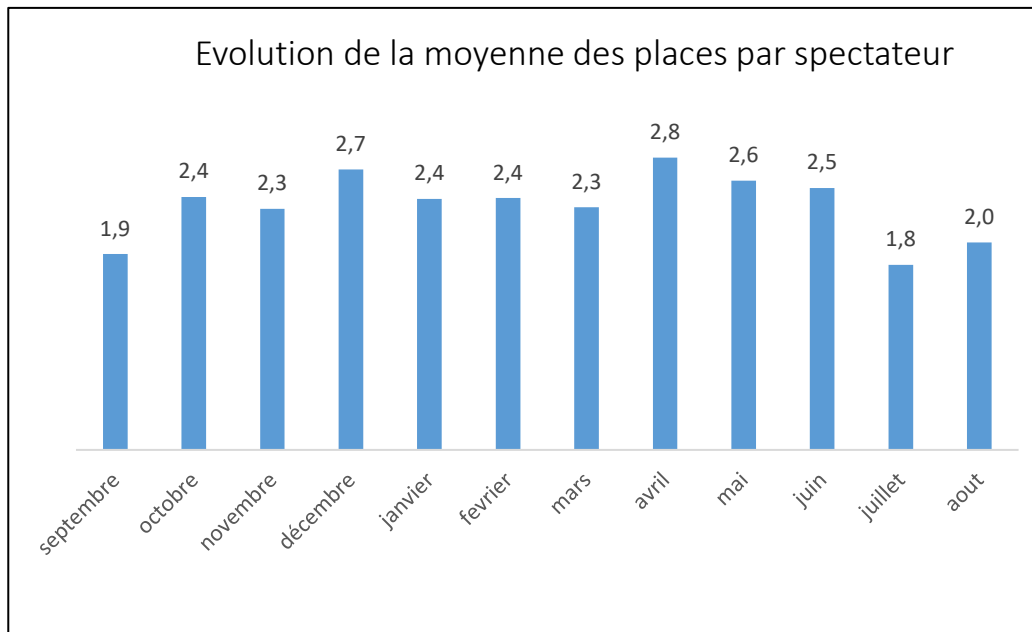
### e) Fréquentation par film

- 73% des porteurs de la carte ont vu plus d'un film sur l'ensemble de la période de leur adhésion à la formule dont 27% ont visionné plus de 5 films.

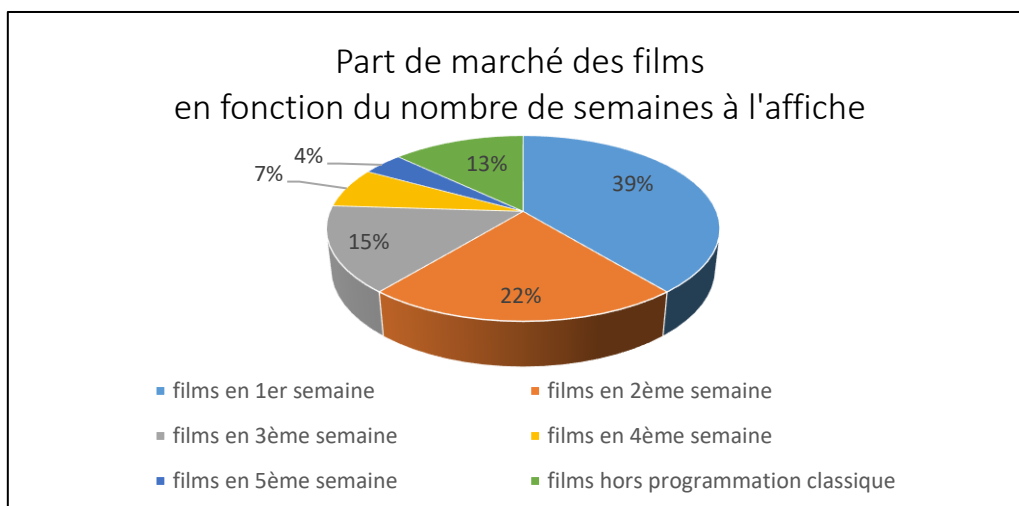
### Répartition globale de la fréquence des films visionnés



- **La moyenne des films visionnés par spectateur sur l'ensemble de la période est de 2.4 films.** Pour information, le point de rupture économique pour le cinéma portait sur 2.8 films (voir le détail dans le bilan financier page 24).

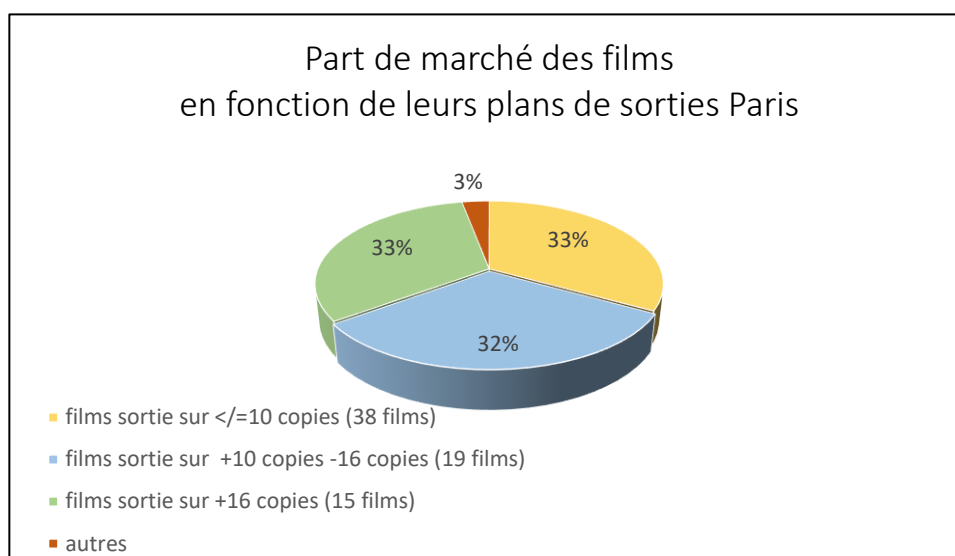


- **La part de marché des films en fonction du nombre de semaines à l'affiche** confirme les données du graphique sur les comportements en fonction de l'acte d'achat de la carte Cinoc (page 6). La majorité des jeunes spectateurs voient le film dès la première ou la deuxième semaine. Plus globalement, cette tendance reflète le désir des spectateurs en générale de voir les films dès leurs sorties. Cette tendance à l'immédiateté s'accroît depuis presque 2 ans. Nous constatons une perte significative des entrées entre les premières et deuxièmes semaines et un effondrement de la fréquentation des films en troisième semaine. Le dernier exemple en date s'articule avec le film *La Villa* de Robert Guédiguian qui a perdu près de 60% de ses entrées en deuxième semaine. Ce changement significatif de comportement apparaît comme l'une des conséquences d'une concentration des copies sur notre zone de chalandise et entraîne une rotation de plus en plus rapide des films. Les 13% des films hors programmation classique concernent les avant-premières, les séances spéciales ou le festival Télérama.



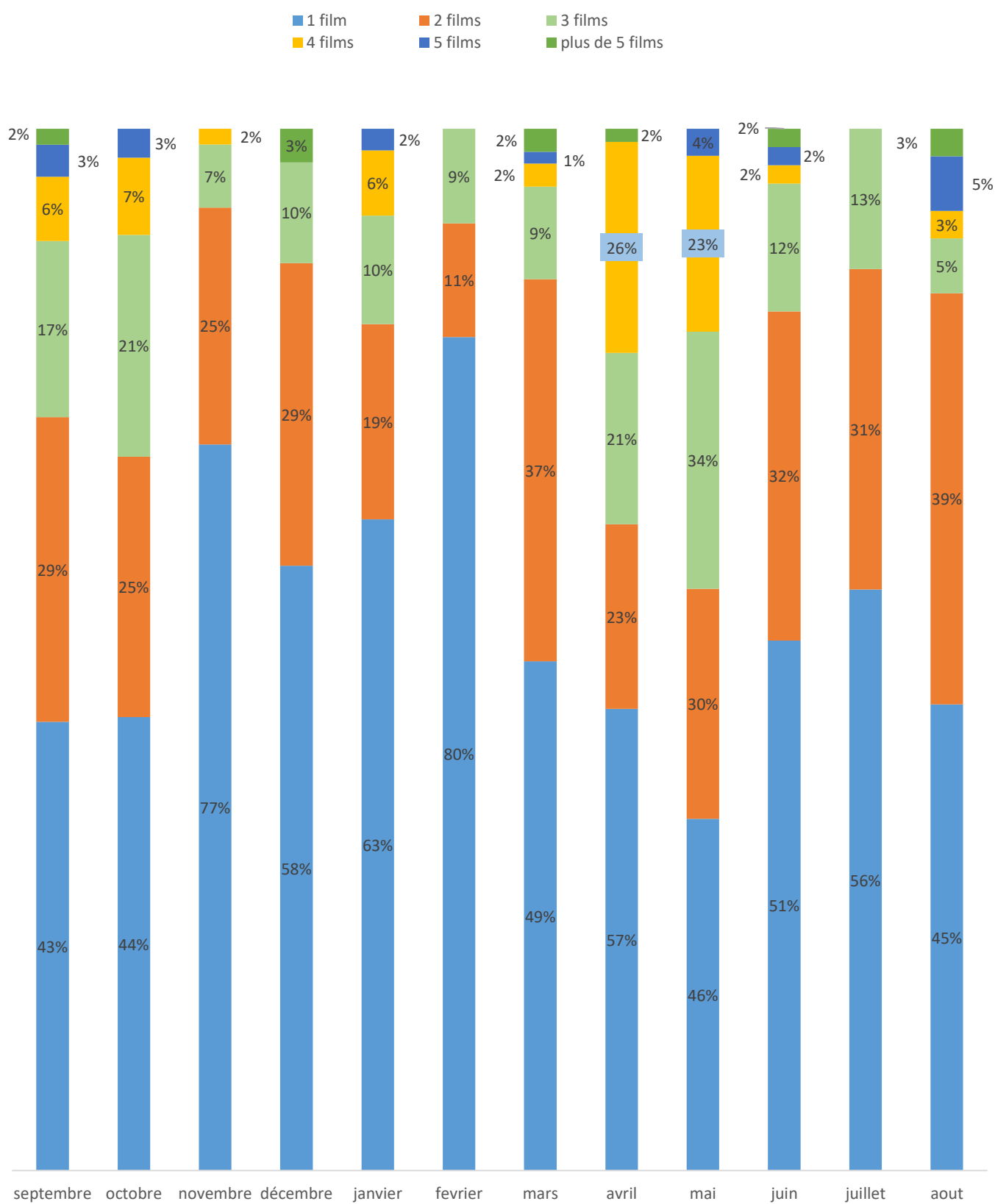
**La part de marché des films en fonction de leurs plans de sorties Paris** nous montre en valeur absolue que les films de moins de 10 copies Paris ont fait quasiment autant d'entrées que les films de moins ou plus de 16 copies Paris.

Cependant **33% des entrées portent sur 15 films de plus de 16 copies Paris, 32% des entrées portent sur 19 films entre moins de 16 à plus 10 copies Paris et 32% des entrées portent sur 38 films de moins de 10 copies Paris.** Ces chiffres reflètent l'impact du travail de promotion effectué par les distributeurs et le caractère prescripteur du Cinéma des Cinéastes pour son public. Les 3% restant sont des places enregistrées pour des séances spéciales (avant-première, festival etc...). Pour information, en 2016, 68% de notre programmation portait sur des films sortis sur moins de 10 copies Paris.



- **L'évolution mensuelle du nombre de films visionnés par mois** nous montre les spectateurs porteurs de la carte Cinoc visionne globalement entre un peu plus de 2 films par mois (2,4 en moyenne). On peut constater l'augmentation Les porteurs de cartes venus voir 4 films ont été plus nombreux en avril et mai. Sur cette période, ce sont principalement 5 films qui ont capté les entrées : **Je danserai si je veux** de Maysaloun Hamoud, **Après la tempête** de Hirokazu Kore-Eda, **Le fantôme d'Ismaël** d'Arnaud Desplechin, **l'Opéra** de Dario Argento et **Orpheline** d'Arnaud des Pallières. D'autre part, avec le mois de février et les vacances du 10 au 26 février, 52 % des entrées ont été captées par **Moonlight** de Barry Jenkins au détriment des 10 autres films à l'affiche.

## Evolution de la fréquence des films visionnés par mois

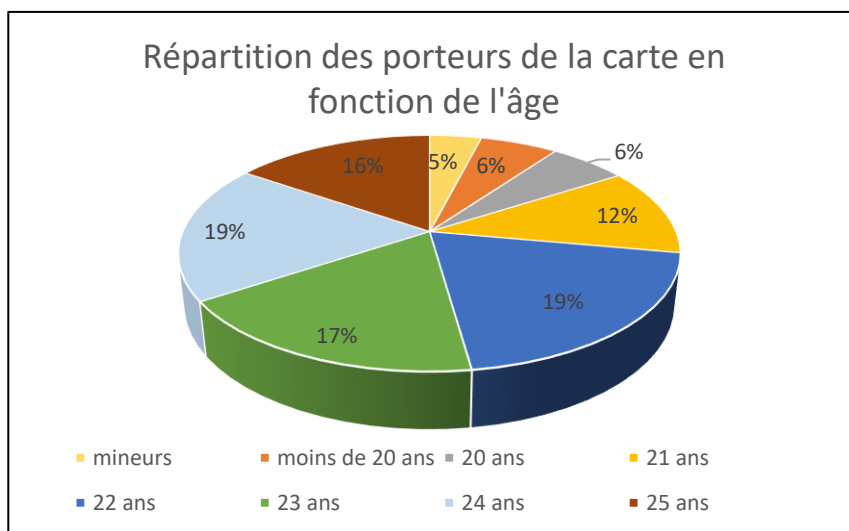




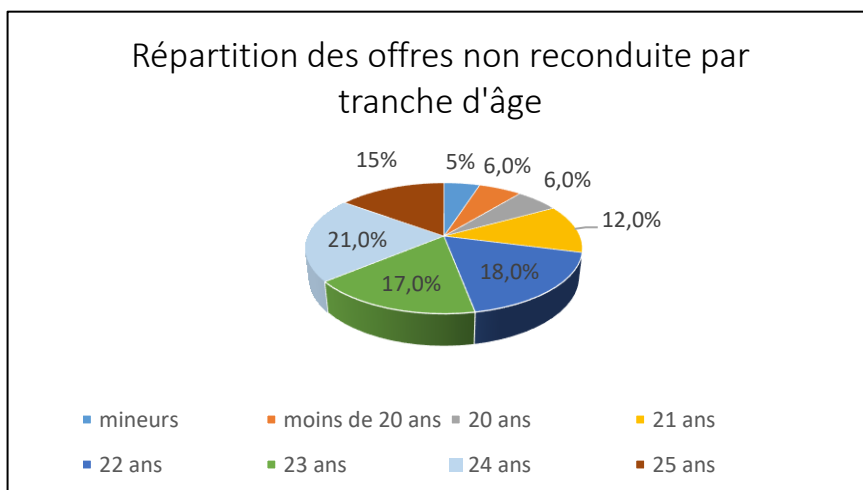
## 5. Analyse des spectateurs porteurs de carte

### a) En fonction de l'âge

- 69% des cartes ont été utilisées par des spectateurs âgés de plus de 20 ans. Si ce sont les spectateurs âgés de 22 à 24 ans qui ont le plus utilisé la formule (19%), la répartition par tranche d'âge pour les spectateurs âgés de 21 à 25 ans reste sensiblement homogène.
- Seuls 5% de mineurs ont adhéré au dispositif. La dépendance familiale et les contraintes liées à l'emploi du temps d'un lycéen ne suffisent pas à expliquer le manque de fréquentation pour les films Art et Essai dans une salle de cinéma indépendante. Ce chiffre vient compléter les données nationales sur la fréquentation des jeunes adultes pour les films Art et Essai et nous montre le manque d'intérêt des mineurs pour cette typologie de films et de salles. (voir la programmation page 25).
- Pour information, voici une répartition nationale du public des films Art et Essai en 2016 (source CNC).
  - 3-14 ans 4.7%
  - 15-24 ans 11.6%
  - 25-49 ans 36.2%
  - 50 ans et + 47.5%

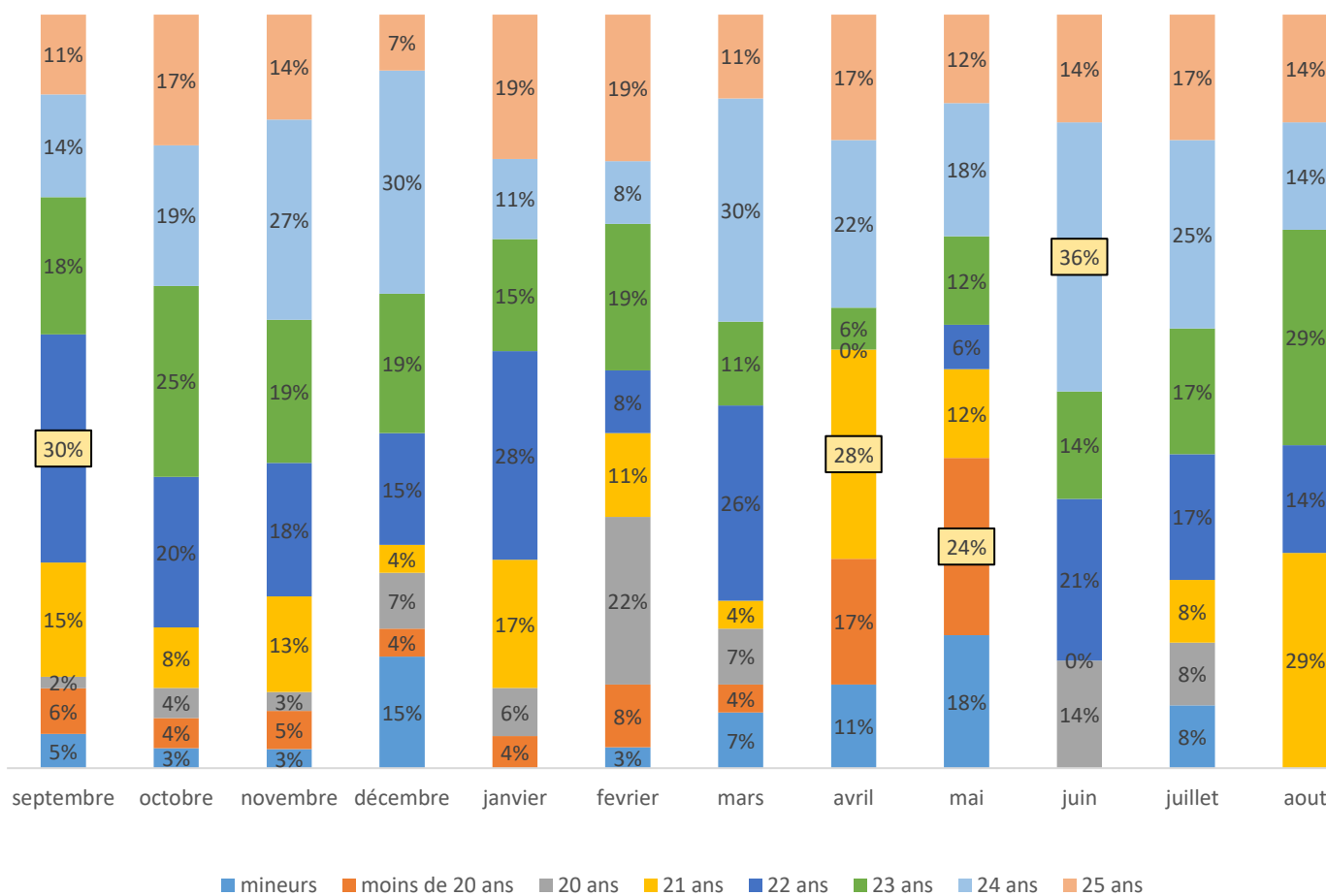


- Sur les 57% des spectateurs qui n'ont jamais reconduit l'offre, 15% ont atteint l'âge de 25 ans le mois de leur 1<sup>ère</sup> adhésion.

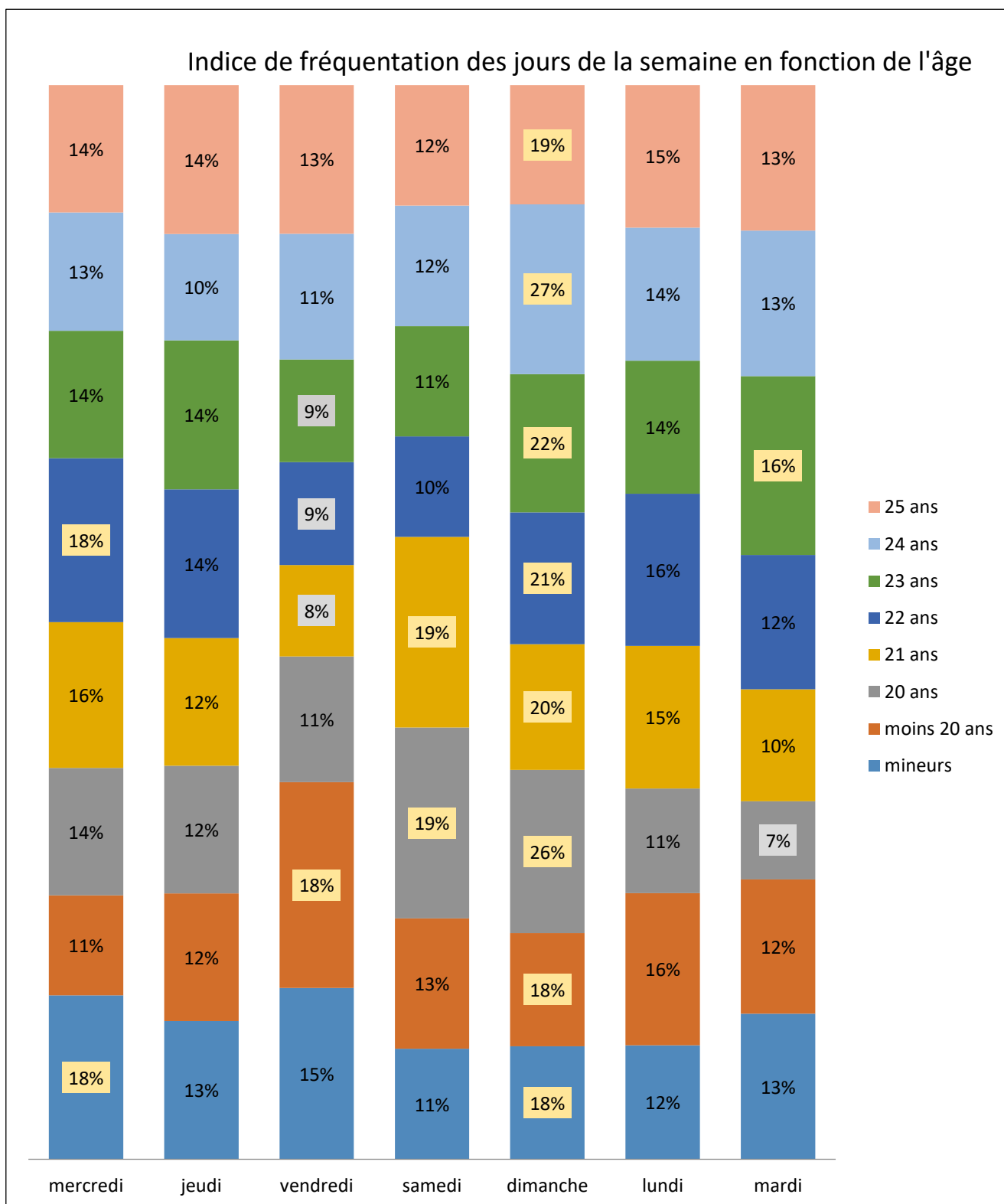


- De plus, l'analyse de l'évolution mensuelle des porteurs de la carte en fonction de l'âge montre que la tranche d'âge des 22 ans a représenté près d'un tiers des premiers adhérents à la formule. Les moins de 20 ans ont été plus nombreux à participer à l'opération en avril et en mai, contrairement aux spectateurs de 22 ans qui n'ont que très peu adhéré à la formule sur cette période.
- Pour les mois d'avril et mai, l'achat des cartes pour les moins de 20 ans a principalement porté sur 4 films : **Tunnel** de Kim Sheong-hun, **Psiconautas** de Pedro Rivero, **Je danserai si je veux** de Maysaloun Hamoud et **Après la tempête** de Hirokazu Kore-Eda.
- A noter également le pic d'achat de carte des spectateurs de 21 ans en avril qui porte sur les films **Opéra** de Dario Argento et **Paris la blanche** de Lidia Terki. En revanche le pic d'achat des spectateurs de 24 ans en juin ne semble pas avoir été motivé par les films proposés à l'affiche. La tranche d'âge des 25 ans est homogène dans sa participation à la formule tout au long de la période d'expérimentation.

Evolution mensuelle des porteurs de la carte en fonction de l'âge

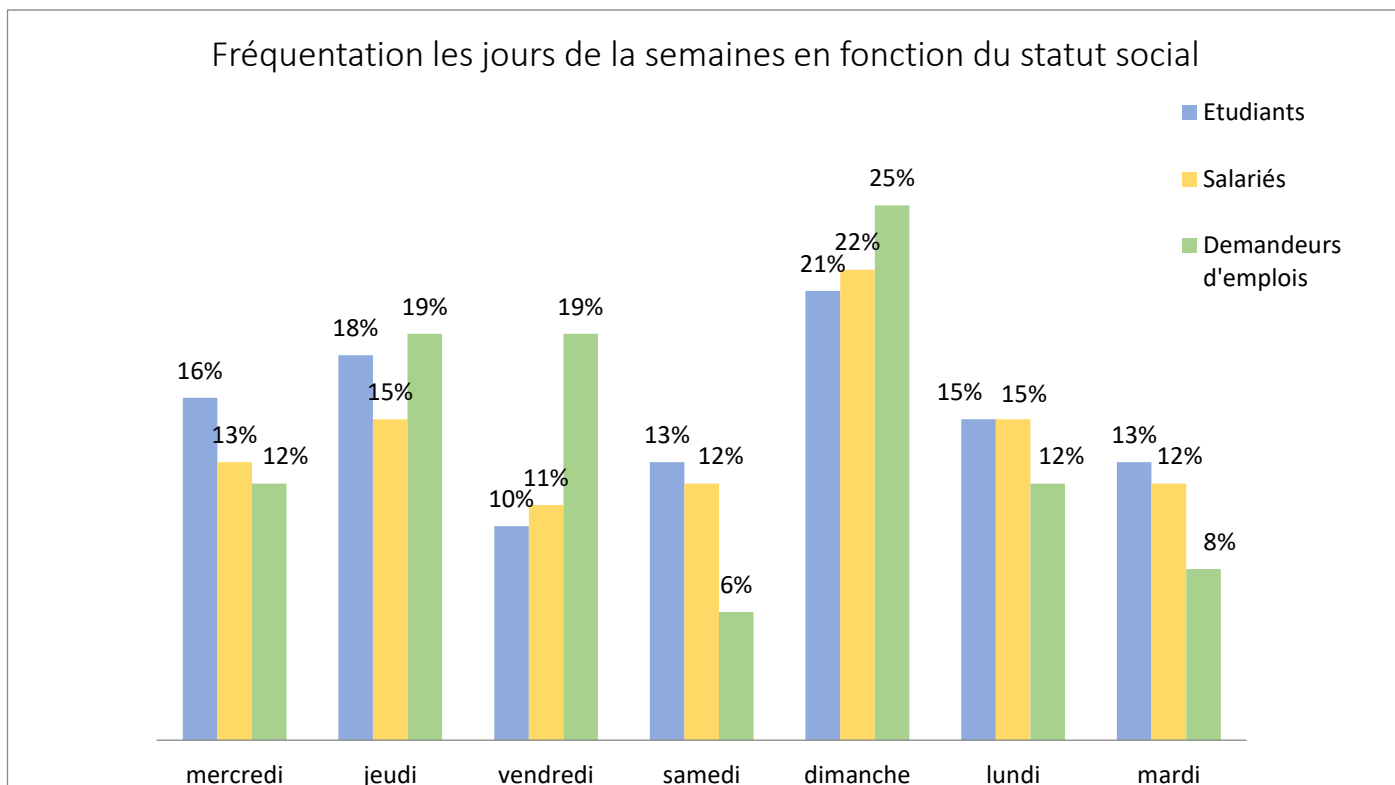


- L'indice de fréquentation des jours de la semaine montre que le dimanche capte le pic de fréquentation tout âge confondus. Il faut noter que le vendredi est un jour peu attractif pour la tranche d'âge des 20, 21, 22 et 23 ans qui privilégient d'autres formes de sorties. La fréquentation la plus basse porte sur les spectateurs de 20 ans pour les séances du mardi. Les spectateurs de 25 ans ont sensiblement utilisé de façon homogène sur l'ensemble des jours de la semaine.

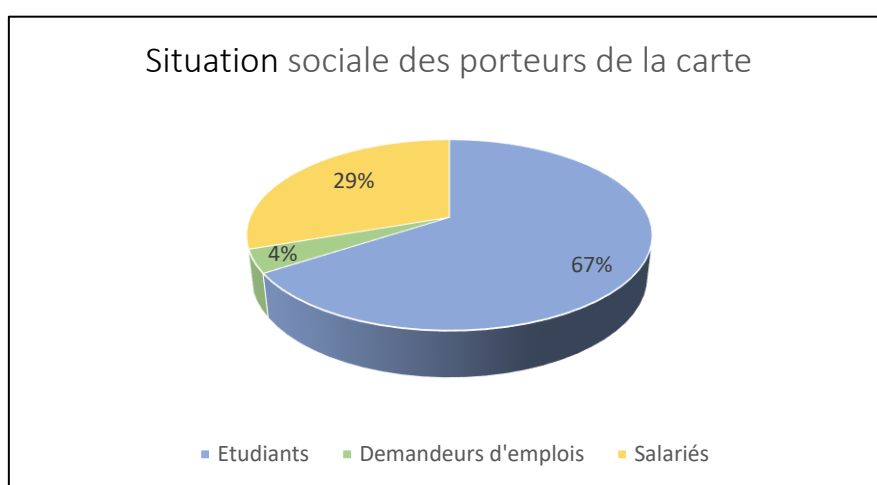


## b) Par catégorie sociale

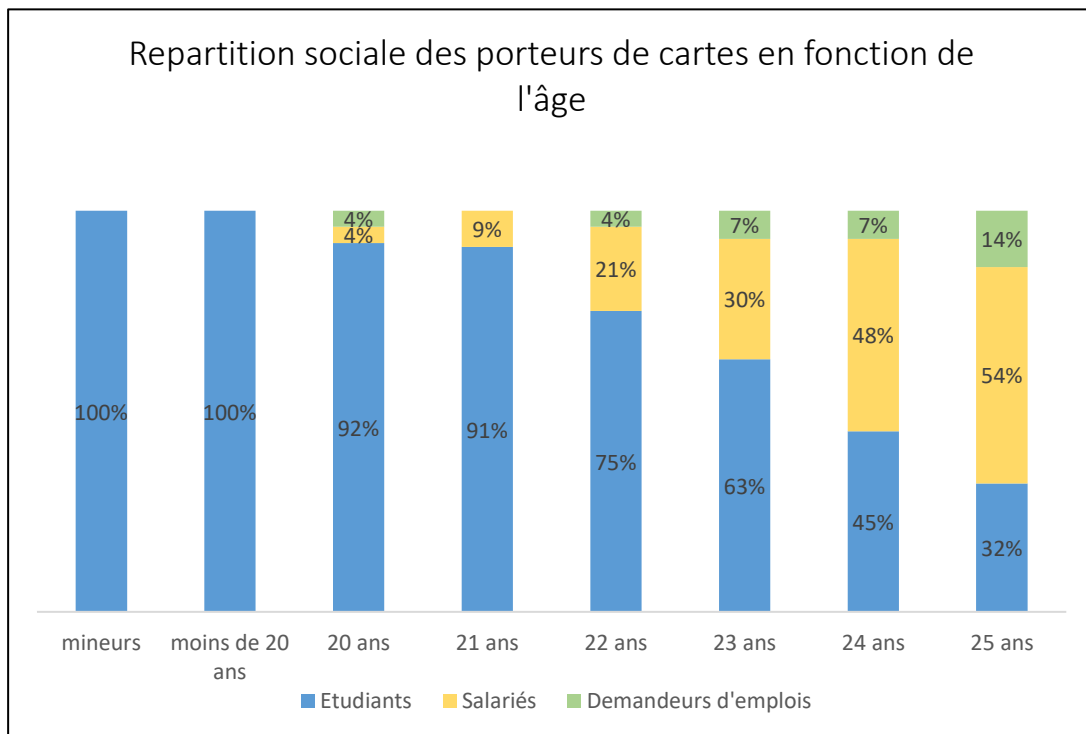
- La fréquentation des jours de la semaine en fonction de la catégorie sociale nous montre que la courbe des pourcentages reste cohérente avec le graphique de la fréquentation des jours de la semaine en fonction de l'âge.



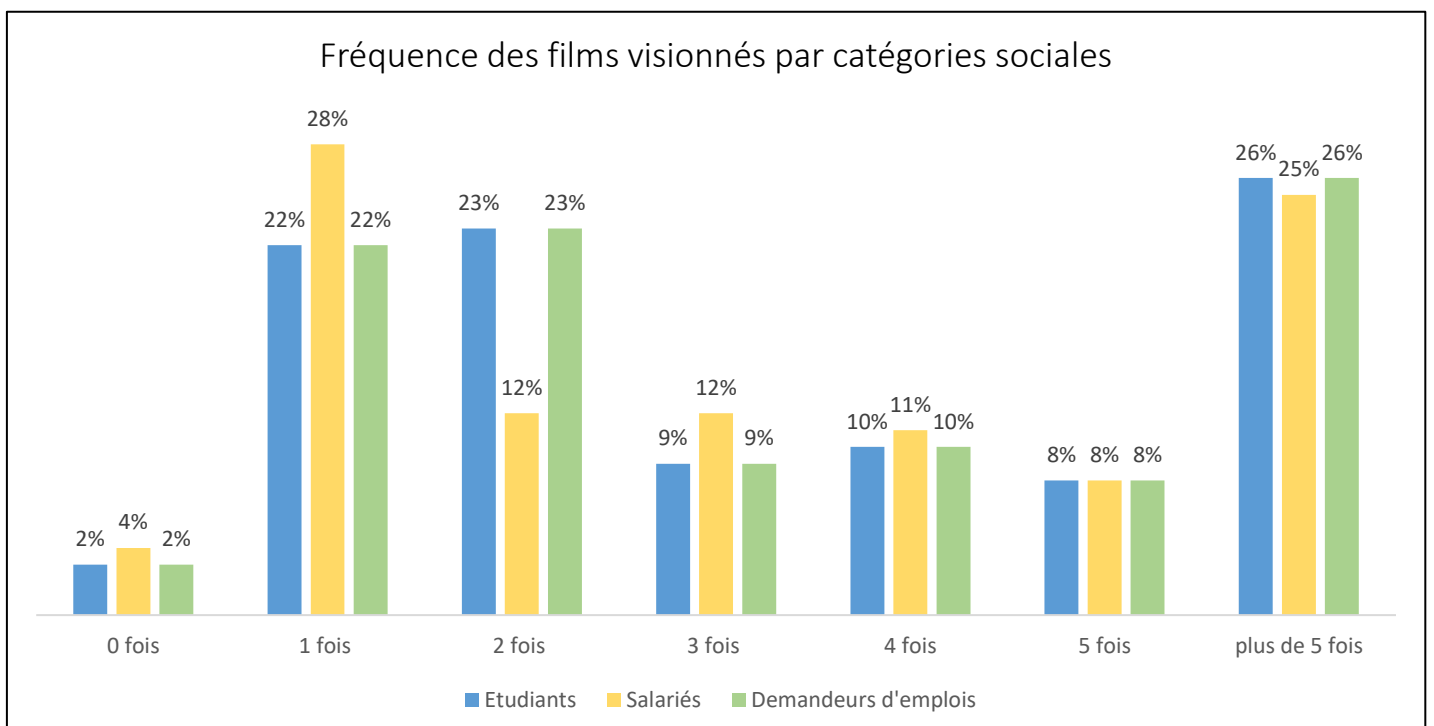
- 67% des cartes enregistrées l'ont été par des étudiants contre 29% pour des salariés.



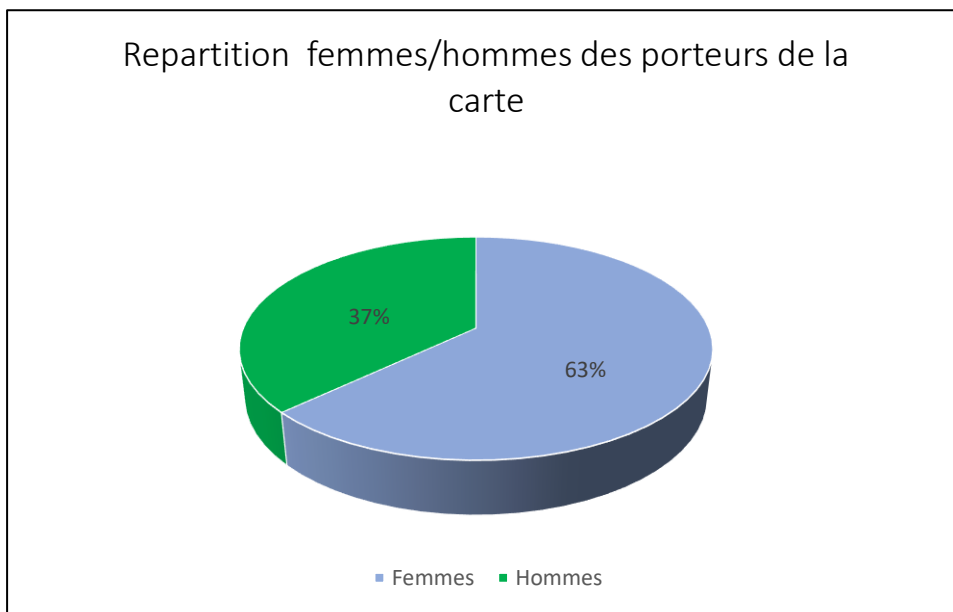
- La répartition sociale des porteurs de la carte en fonction de l'âge dessine une courbe classique de l'entrée progressive des étudiants dans la vie active et de l'apparition des demandeurs d'emplois au fil des âges.



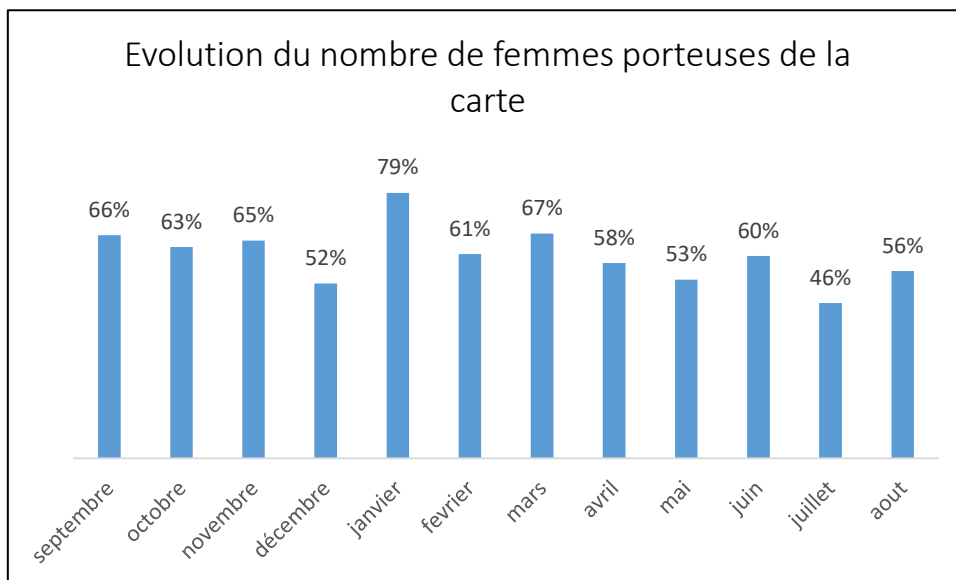
- Le nombre de films visionnés par catégorie sociale nous montre sensiblement qu'un quart des étudiants, des salariés et des demandeurs d'emploi ont utilisé la carte plus de 5 films. A noter tout de même qu'avec 28% ce sont les salariés qui ont été les plus nombreux à n'utiliser la carte pour qu'un seul film. Cette donnée est à comparer avec le fait vu plus haut que les 25 ans, pour la plupart salariés, sont à compter parmi les 15% de ceux qui n'ont pu reconduire leurs offres le mois suivant en dépassant l'âge requis.



- Avec un taux de 63% ce sont les femmes qui ont le plus adhéré à la formule. En 2016, au niveau national et tout âge confondu, les femmes représentaient 55.5% des entrées contre 44.5% pour les hommes (source CNC).

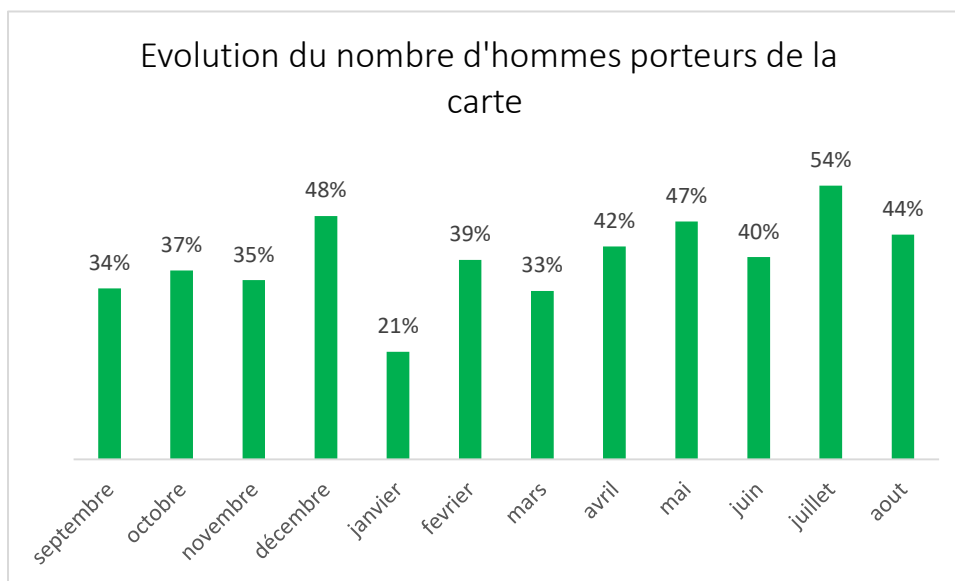


- Ce graphique nous montre que les femmes ont été majoritairement réceptives tout au long de la période de l'expérimentation. Seul le mois de juillet semble avoir été une période où les femmes ont moins adhéré à l'opération.

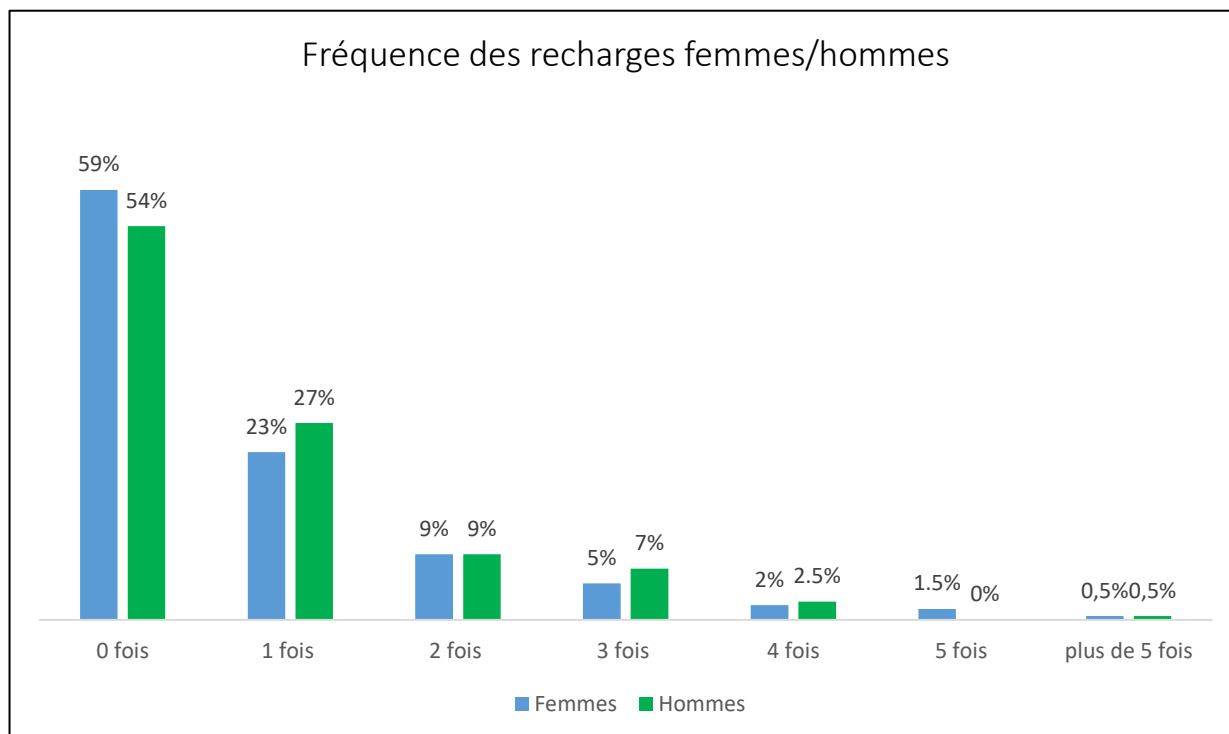


### c) Par sexe

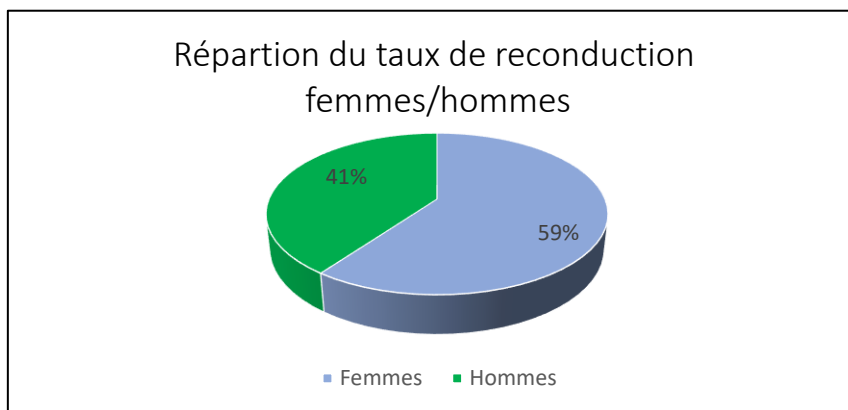
- L'évolution du nombre d'hommes porteurs de la carte est proportionnellement moindre tout au long de l'année sauf pour le mois de juillet.



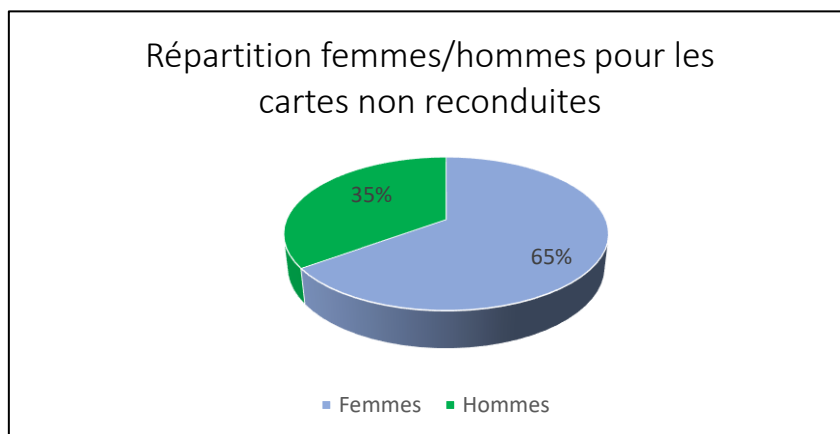
- Il n'y a pas de différences notables pour la fréquence de recharge entre les femmes et les hommes.



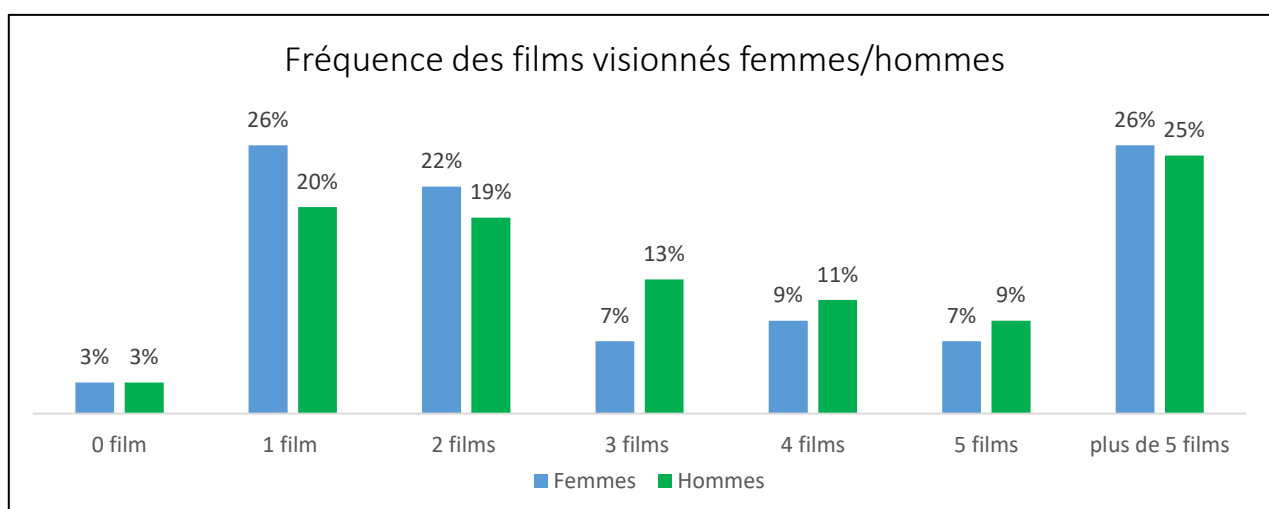
- Mais avec un taux de 59% ce sont tout de même les femmes qui ont le plus sensiblement reconduit l'offre au moins une fois.



- Sur les 57% qui n'ont jamais reconduit l'offre (voir le graphique page 8) 65% étaient des femmes. Ce chiffre respecte la proportionnalité de différentes analyses graphiques entre les deux sexes.



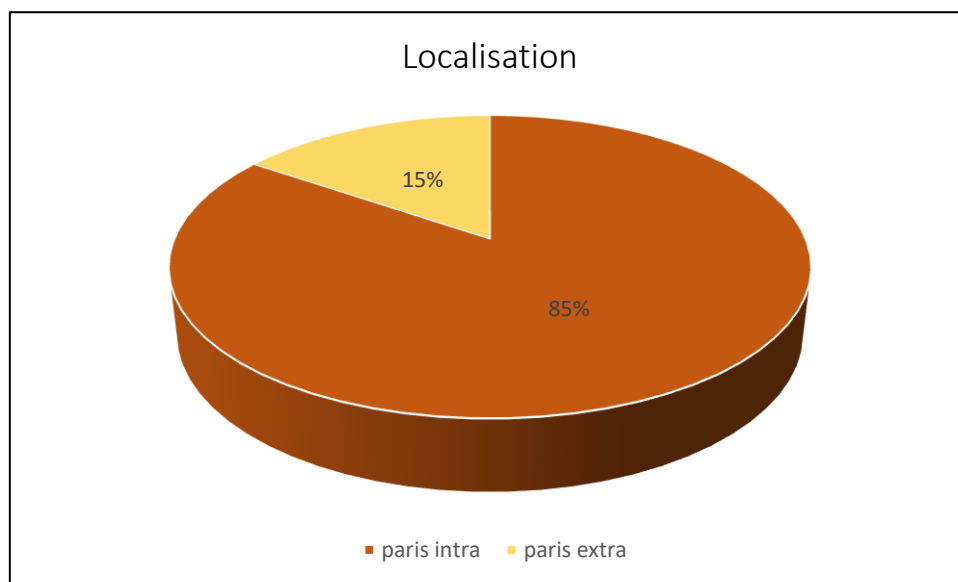
- La fréquence des films visionnés ne nous montre pas un indicateur de comportement différent notable entre les deux sexes.



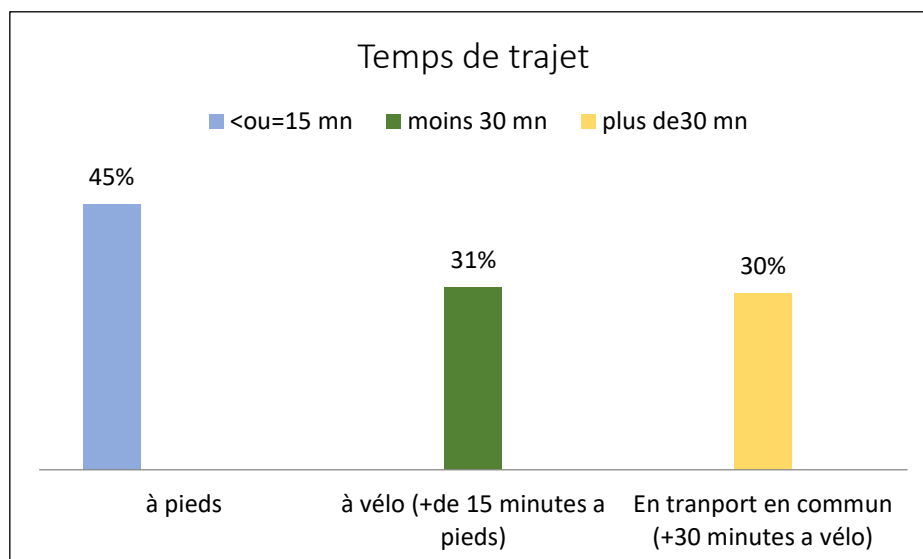


#### d) Localisation & temps de trajet

- 85% des spectateurs résident dans Paris intra-muros et 15% en dehors. Le Cinéma des Cinéastes étant situé dans le Nord-Ouest parisien, ce chiffre n'induit pas que les spectateurs extra-muros soient plus éloignés de notre établissement que ceux vivant à Paris.

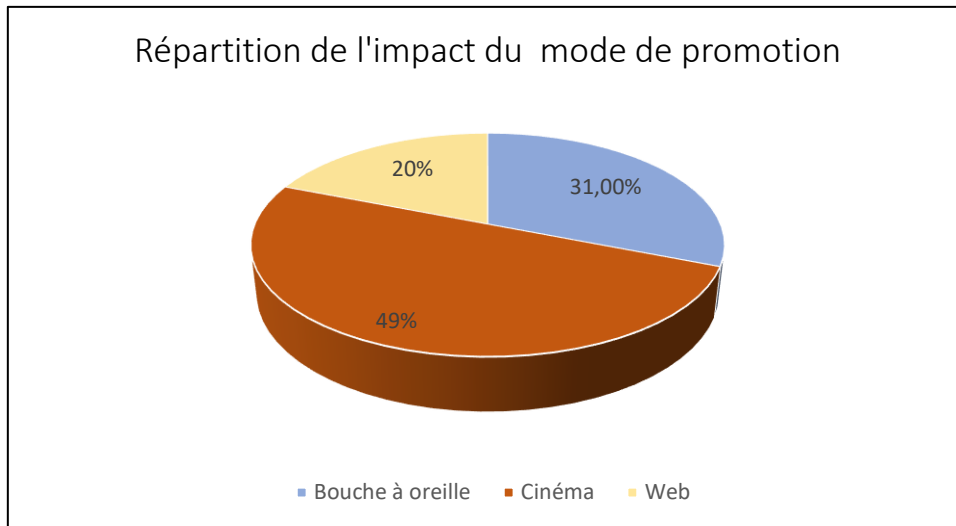


- , Nous avons pu constater que 45% des porteurs de la carte sont à moins ou 15 minutes à pied du cinéma. Considérant qu'au-delà de ces 15 minutes à pied, ils prennent un moyen de locomotion, 31% sont à plus de 15 minutes à pied et moins de 30 minutes à vélo, et 30% à plus de 30 minutes à vélo et moins de 30 minutes en transport en commun (bus et métro). Ces chiffres - corrélés avec les indices de fréquentation pour les jours de la semaine (page 12) - nous montrent qu'un nombre non-négligeable de porteurs de la carte se sont déplacés en dehors de leur trajet scolaire ou de de travail habituel.

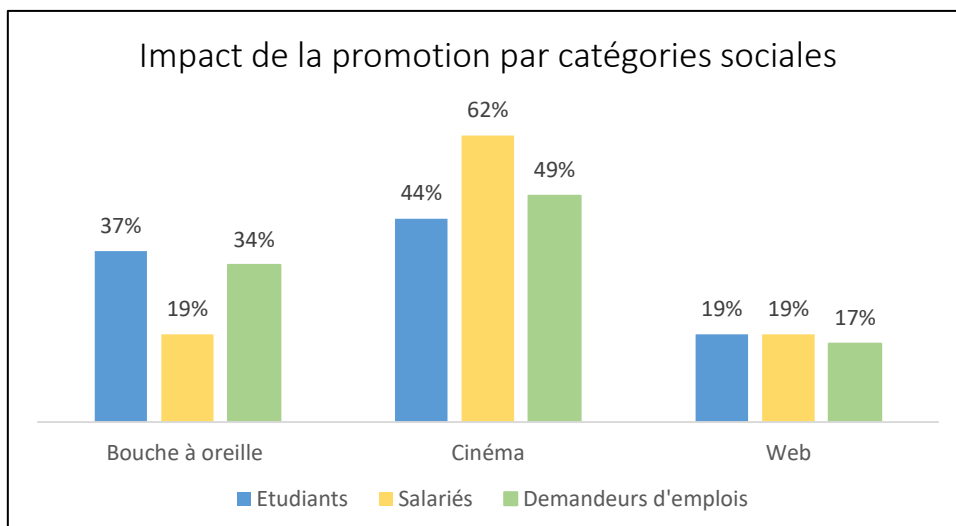


## 6. Analyse de la sensibilisation à l'opération par le mode de promotion

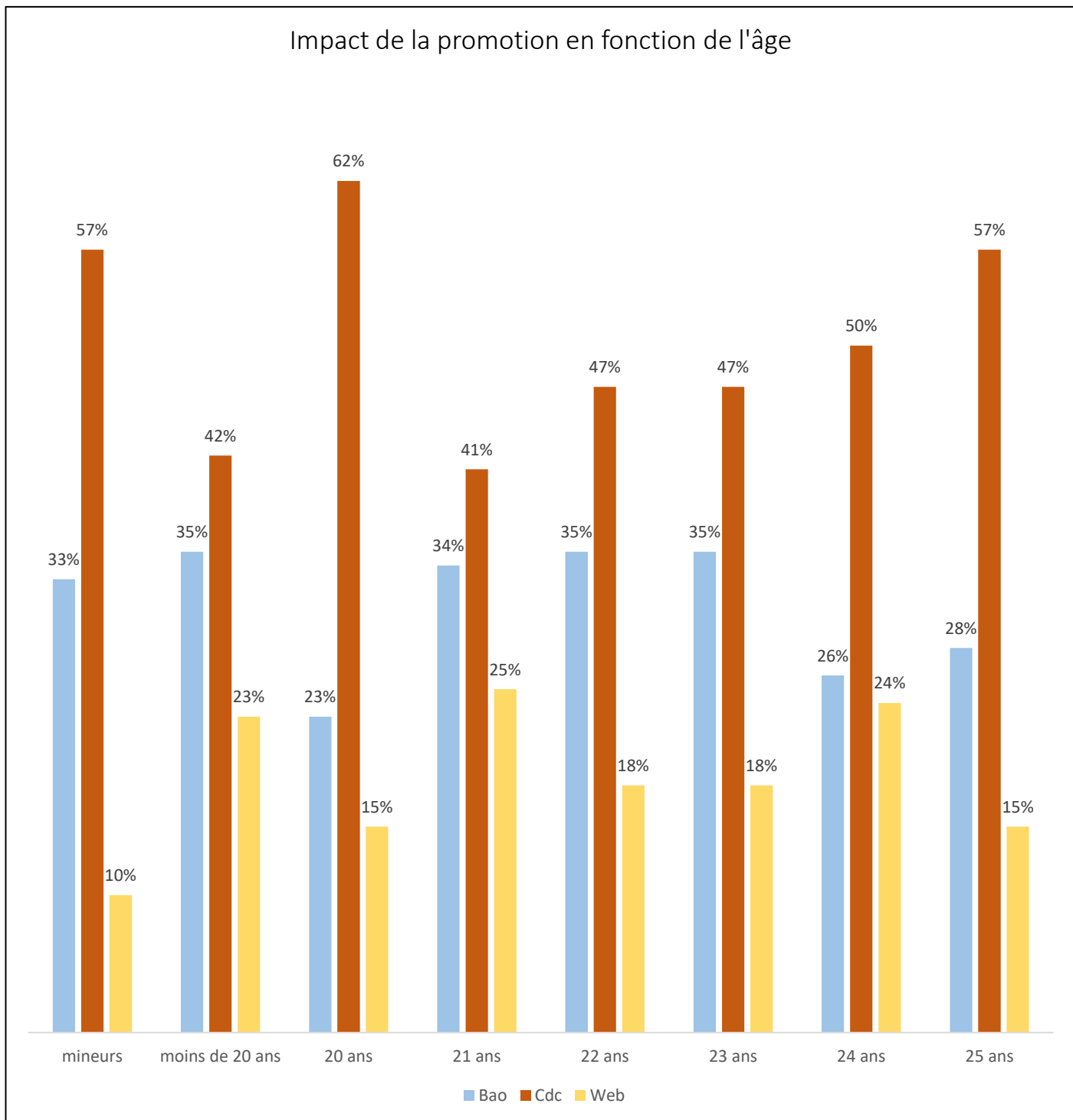
- C'est le cinéma qui a été le vecteur de communication principale. Grâce à l'affichage publicitaire mis à disposition dans le hall d'accueil et sur le panneau en façade, couplé à la diffusion de carton d'information avant la projection des films, nous avons pu promouvoir l'opération auprès de l'ensemble de nos spectateurs. Nous avons constaté que de nombreux parents et grands-parents ont acheté des cartes pour leurs enfants et petits-enfants.



- Par ailleurs, une part non négligeable d'étudiants a pris connaissance de la formule à travers les dispositifs scolaires. Notre communication auprès des professeurs et accompagnants avant les séances ont fortement contribué à sensibiliser les élèves.
- Concernant les salariés, si l'on s'en réfère à l'analyse du graphique des pratiques en fonction de l'achat de la carte (page 6), beaucoup sont venues voir un film et ont profité opportunément de l'occasion pour adhérer au dispositif. Le bouche à oreille a également été une source de diffusion non négligeable auprès des étudiants mais aussi des demandeurs d'emplois. En revanche, l'information sur les réseaux sociaux et sur l'ancien site du Cinéma des Cinéastes n'a pas été probante. Ce chiffre nous montre que la mise en avant de l'opération sur ces médias n'a pas bénéficié d'une stratégie éditoriale appropriée ou suffisante.



- L'impact de la promotion en fonction de l'âge nous confirme l'efficacité du Cinéma à promouvoir l'opération à l'intérieur de ses murs, ainsi que l'importance du bouche-à-oreille pour transmettre l'information. En revanche, nous devons améliorer notre stratégie de communication sur les réseaux sociaux, ainsi que sur le site Internet, afin de mieux diffuser l'information relative à cette formule.



## 7. Programmation

| Films                                | distributeur         | Entrées | PM    | Nb copies Paris | Séances spéciales |
|--------------------------------------|----------------------|---------|-------|-----------------|-------------------|
| MOONLIGHT                            | Mars films           | 134     | 7,18% | 17              |                   |
| CAPTAIN FANTASTIC                    | Mars films           | 133     | 7,12% | 17              |                   |
| I, DANIEL BLAKE                      | Le Pacte             | 103     | 5,52% | 27              |                   |
| MADemoiselle                         | Bac films            | 94      | 5,03% | 14              |                   |
| PATERSON                             | Le Pacte             | 91      | 4,87% | 15              |                   |
| NERUDA                               | Wild Bunch           | 64      | 3,43% | 14              | Fest              |
| L'AUTRE COTE DE L'ESPOIR             | Diaphana             | 44      | 2,36% | 19              | Fest              |
| BROOKLYN VILLAGE                     | Condor Distribution  | 44      | 2,36% | 12              |                   |
| NOCES                                | Jour2fête            | 43      | 2,30% | 14              | Fest              |
| LA COMMUNAUTE                        | Le Pacte             | 42      | 2,25% | 11              |                   |
| POESIA SIN FIN                       | Le Pacte             | 41      | 2,20% | 6               | Fest              |
| GIMME DANGER                         | Le Pacte             | 40      | 2,14% | 4               |                   |
| JE DANSERAI SI JE VEUX               | Paname Distribution  | 39      | 2,09% | 9               |                   |
| DIAMOND ISLAND                       | Les Films du Losange | 38      | 2,04% | 7               | Fest              |
| TEMPLETE DE SABLE                    | Pyramide Dist        | 35      | 1,87% | 9               | Fest              |
| LES FANTOMES D'ISMAEL                | Le Pacte             | 34      | 1,82% | 25              |                   |
| TONI ERDMANN                         | Haut et court        | 33      | 1,77% | 25              |                   |
| LE CAIRE CONFIDENTIEL                | Memento              | 31      | 1,66% | 18              |                   |
| LE VOYAGE AU GROENLAND               | Ufo Distribution     | 31      | 1,66% | 8               |                   |
| FUKUSHIMA MON AMOUR                  | Bodega films         | 31      | 1,66% | 4               |                   |
| APRES LA TEMPLETE                    | Le Pacte             | 29      | 1,55% | 11              |                   |
| BACCALAUREAT                         | Le Pacte             | 28      | 1,50% | 13              |                   |
| VISAGES VILLAGES                     | Le Pacte             | 26      | 1,39% | 15              |                   |
| LE DISCIPLE                          | Arp Selection        | 26      | 1,39% | 5               |                   |
| ORPHELINE                            | Le Pacte             | 24      | 1,29% | 14              |                   |
| AVA                                  | Bac Films            | 23      | 1,23% | 17              |                   |
| CIGARETTES ET CHOCOLAT CHAUD         | Diaphana             | 23      | 1,23% | 13              |                   |
| L'OPERA                              | Les Films du Losange | 22      | 1,18% | 18              |                   |
| CITOYEN D'HONNEUR                    | Memento              | 22      | 1,18% | 9               |                   |
| APNEE                                | Shellac              | 22      | 1,18% | 6               |                   |
| 120 BATTEMENTS PAR MINUTE*           | Memento              | 21      | 1,12% | 27              | Fest              |
| VOIR DU PAYS                         | Diaphana             | 21      | 1,12% | 13              |                   |
| YOUR NAME                            | Eurozoom             | 21      | 1,12% | 10              |                   |
| TUNNEL                               | Condor Distribution  | 19      | 1,02% | 14              |                   |
| L'AMANT D'UN JOUR                    | Sbs Distribution     | 19      | 1,02% | 13              |                   |
| SUNTAN                               | Asc Distribution     | 19      | 1,02% | 3               |                   |
| A VOIX HAUTE - LA FORCE DE LA PAROLE | Mars films           | 18      | 0,96% | 7               |                   |
| UNE FEMME FANTASTIQUE                | Ad vitam             | 17      | 0,91% | 13              |                   |
| FUOCOAMMARE PAR DELA LAMPEDUSA       | Météor films         | 17      | 0,91% | 7               |                   |
| PARIS LA BLANCHE                     | Arp Selection        | 17      | 0,91% | 5               |                   |
| NOTHINGWOOD                          | Pyramide Dist        | 15      | 0,80% | 10              | Fest              |
| LE JOUR D'APRES                      | Capricci Films       | 14      | 0,75% | 10              |                   |
| UNE FAMILLE HEUREUSE                 | Memento Films        | 14      | 0,75% | 10              | Fest              |
| DERNIERES NOUVELLES DU COSMOS        | Pyramide             | 14      | 0,75% | 6               |                   |
| LES FLEURS BLEUES                    | Kmbo                 | 14      | 0,75% | 6               |                   |
| SOY NERO                             | Sophie Dulac Dist    | 14      | 0,75% | 6               |                   |
| GLORY                                | /                    | 13      | 0,70% | 5               |                   |
| HOTEL SINGAPURA                      | Condor Distribution  | 11      | 0,59% | 9               |                   |
| MR OVE                               | Paradis films        | 11      | 0,59% | 4               |                   |
| QUE DIOS NOS PERDONE                 | Le Pacte             | 10      | 0,54% | 19              |                   |
| RESTER VERTICAL                      | Les Films du Losange | 9       | 0,48% | 18              |                   |

|  |                           |   |       |    |           |
|--|---------------------------|---|-------|----|-----------|
| HOSTAGES                                     | Kinovista                 | 9 | 0,48% | 7  |           |
| LA JEUNE FILLE SANS MAINS                    | Shellac                   | 8 | 0,43% | 6  |           |
| PSICONAUTAS                                  | Eurozoom                  | 7 | 0,37% | 7  |           |
| TORIL  | La belle compagnie        | 7 | 0,37% | 7  |           |
| LE CONCOURS                                  | Sophie Dulac distribution | 7 | 0,37% | 4  |           |
| UNE VIE AILLEURS                             | Haut et court             | 6 | 0,32% | 8  |           |
| WALLAY                                       | Rezo films                | 6 | 0,32% | 7  | cycle été |
| MULHOLLAND DRIVE                             | Tamasa Distribution       | 6 | 0,32% |    | cycle été |
| MAL DE PIERRES                               | Studio canal              | 5 | 0,27% | 22 | AP        |
| MA VIE DE COURGETTE                          | Gébéka films              | 5 | 0,27% |    | festival  |
| VICTORIA                                     | Le Pacte                  | 5 | 0,27% |    |           |
| ROCK'N'ROLL... OF CORSE !                    | To be continued           | 4 | 0,21% | 5  |           |
| BLOW OUT                                     | /                         | 4 | 0,21% |    | cycle été |
| ELLE   | /                         | 4 | 0,21% |    | festival  |
| NOCTURAMA                                    | Wild Bunch                | 4 | 0,21% |    |           |
| LOLA PATER                                   | Arp Selection             | 3 | 0,16% | 17 |           |
| LA TORTUE ROUGE**                            | Wild Bunch                | 3 | 0,16% | 15 |           |
| AQUARIUS                                     | Sbs Distribution          | 3 | 0,16% |    | festival  |
| BLUE VELVET                                  | Amlf                      | 3 | 0,16% |    | cycle été |
| IVAN TSAREVITCH ET LA PRINCESSE CHANGEANTE   | 7ème factory              | 3 | 0,16% |    |           |
| L'HISTOIRE DE L'AMOUR                        | Wild Bunch                | 2 | 0,11% | 19 | AP        |
| GABRIEL ET LA MONTAGNE                       | Condor Distribution       | 2 | 0,11% | 12 |           |
| SONITA                                       | 7ème factory              | 2 | 0,11% | 8  |           |
| LE MYSTERE JEROME BOSCH                      | Epicentre                 | 2 | 0,11% | 6  |           |
| GOLDSTONE                                    | /                         | 2 | 0,11% |    | festival  |
| HAPPY END                                    | Sophie Dulac Dist         | 2 | 0,11% |    |           |
| LE VIOLENT                                   | Park Circus               | 2 | 0,11% |    | cycle été |
| M LE MAUDIT                                  | Tamasa Distribution       | 2 | 0,11% |    | cycle été |
| POLINA DANSER SA VIE                         | UGC                       | 2 | 0,11% |    | Echange   |
| WILLY WONKA AU PAYS ENCHANTE                 | Walt Disney               | 2 | 0,11% |    |           |
| AVRIL ET LE MONDE TRUQUE                     | Studio canal              | 1 | 0,05% | 13 |           |
| L'EFFET AQUATIQUE                            | Le Pacte                  | 1 | 0,05% | 12 |           |
| BELIERS                                      | Arp Selection             | 1 | 0,05% | 8  |           |
| IQBAL : HISTOIRE D'UN ENFANT QUI N'AVAIT PAS | Eurozoom                  | 1 | 0,05% | 7  |           |
| LE GOUT DU TAPIS ROUGE                       | Destinity film            | 1 | 0,05% | 4  |           |
| NUAGES EPARS                                 | Les Acacias               | 1 | 0,05% | 3  |           |
| A BOUT DE SOUFFLE                            | Carlotta Films            | 1 | 0,05% |    | cycle été |
| ASSURANCE SUR LA MORT                        | Théâtre du Temple         | 1 | 0,05% |    | cycle été |
| BAD LIEUTENANT                               | Wild Bunch                | 1 | 0,05% |    | cycle été |
| BOULEVARD DU CREPUSCULE                      | Splendor films            | 1 | 0,05% |    | cycle été |
| CORNICHE KENNEDY                             | UGC                       | 1 | 0,05% |    | echange   |
| DROLE DE FRIMOUSSE                           | CinéSORbonne              | 1 | 0,05% |    |           |
| JULIUS ET LE PERE-NOEL                       | les films du préau        | 1 | 0,05% |    |           |
| L'ETOILE DU JOUR                             | Wide Distribution         | 1 | 0,05% |    | AP        |
| L'ILE DE BLACK MOR                           | Gébéka film               | 1 | 0,05% |    |           |
| LA DAME DE SHANGHAI                          | Park Circus               | 1 | 0,05% |    | cycle été |
| LE SECRET DE LA FLEUR GLACEE                 | Kmbo                      | 1 | 0,05% |    |           |
| LE VOYAGE EN BALLON                          | CPF                       | 1 | 0,05% |    |           |
| MIDNIGHT SPECIAL                             | Warner                    | 1 | 0,05% |    | festival  |
| QUAI DES BRUMES                              | Carlotta Films            | 1 | 0,05% |    | cycle été |
| QUARTIER LOINTAIN                            | Wild Bunch                | 1 | 0,05% |    | Echange   |
| QUI VEUT LA PEAU DE ROGER RABBIT             | Walt Disney               | 1 | 0,05% |    |           |
| SIN CITY                                     | Wild Bunch                | 1 | 0,05% |    | cycle été |
| SPEAR  | /                         | 1 | 0,05% |    | festival  |
| TOUT EN HAUT DU MONDE                        | Diaphana                  | 1 | 0,05% |    |           |
| TRAITE DES BLANCHES                          | Unzéro Films              | 1 | 0,05% |    | cycle été |
| UNE SURPRISE POUR NOEL                       | Les Films du Préau        | 1 | 0,05% |    |           |

