



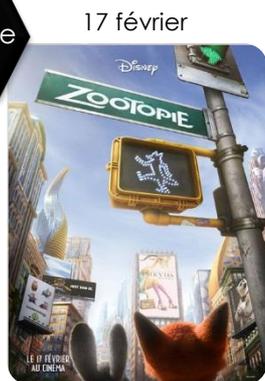
Avec plus de **600 films** projetés en salles chaque année, le cinéma offre une grande richesse de films permettant de s'adresser à tout type de public.



S'appuyer sur la programmation permet une communication en **AFFINITE** sur cible.

Le dispositif **VISION FILM** permet de toucher prioritairement un cœur de cible fortement représenté dans le public d'un long métrage.

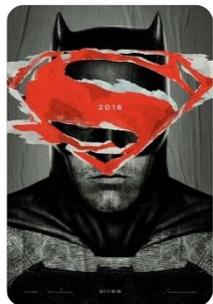
1^{er}
semestre
2016



Zootopie

Hommes	112
Adolescents	159
Jeunes	153

23 mars



Batman VS Superman

Hommes	137
Life beginners	184
Uppers	140

6 avril



Les Visiteurs La Terreur

Adultes	108
35-49 ans	112
Boomers	147

27 avril



Captain America
Civil War

Hommes	121
11-14 ans	148
Affaires- cadres	145

29 juin



Le Monde de Dory

Femmes	110
3-10 ans	216
11-14 ans	184

29 juin



Camping 3

Femmes	105
35-49 ans	130
Boomers	136





En 2016, mediavision propose son offre **VISION FILM...**

composée de plus de **470 cinémas maximum**, le dispositif permet de toucher près de 2/3* des spectateurs d'un film.

*Le dispositif est déclenché dans les salles où le long métrage est effectivement diffusé.
Le nombre de cinémas peut donc fluctuer en fonction de la programmation de chaque cinéma.*

Le dispositif **VISION FILM** s'appuie sur une **EXPERTISE** développée au fil des années par mediavision avec notamment :

RENTRAK 

Chaque semaine, Rentrak recueille et fournit à mediavision les entrées hebdomadaires de chaque film dans chaque cinéma



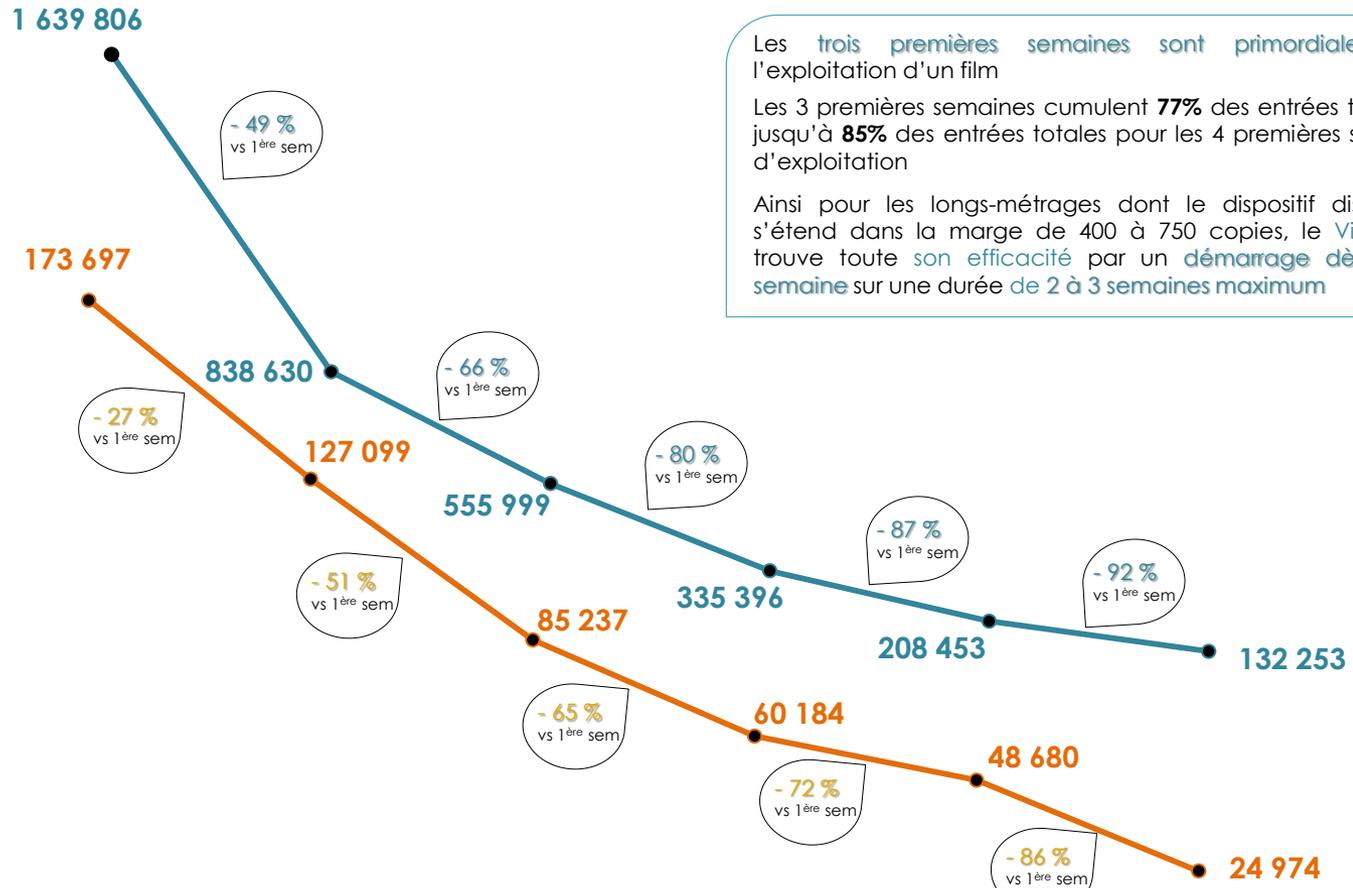
VERTIGO est une société spécialisée dans les études marketing et publicitaires pour le marché du loisir et des medias. La société, à la pointe des innovations en matière de recherche marketing, est devenue en quelques années un des leaders des études marketing cinéma en France

Mediavision use de toute son expertise pour :

- Estimer le profil spectateur de chaque long métrage
- Estimer les entrées par semaine de chaque film
- Fournir à l'annonceur les entrées réelles du film à la fin de la campagne



— Courbe d'entrées des films « Blockbuster »
— Courbe d'entrées des « Film d'auteur »



Les trois premières semaines sont primordiales dans l'exploitation d'un film
Les 3 premières semaines cumulent **77%** des entrées totales et jusqu'à **85%** des entrées totales pour les 4 premières semaines d'exploitation
Ainsi pour les longs-métrages dont le dispositif distributeur s'étend dans la marge de 400 à 750 copies, le Vision Film trouve toute son efficacité par un démarrage dès la 1^{ère} semaine sur une durée de 2 à 3 semaines maximum

Pour les longs-métrages de type "film d'auteur" dont le dispositif distributeur s'étend dans les 150/300 copies, le Vision Film rencontre évidemment un volume moindre d'entrées.
L'optimisation de tels films se concentre sur les 2 premières semaines d'exploitation.



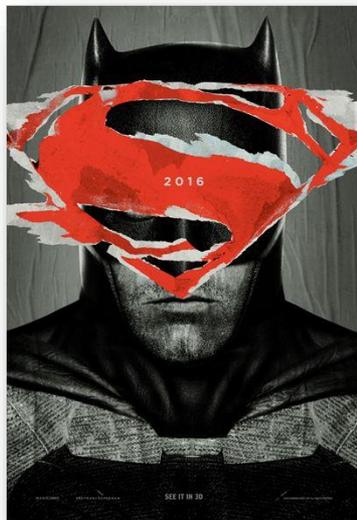


Cette cible représente les jeunes soit les **15-24 ans**, l'un des cœurs de cible du cinéma



AMIS PUBLICS
17 février 2016

BATMAN VS SUPERMAN
23 mars 2016



LE CHASSEUR ET
LA REINE DES GLACES
20 avril 2016



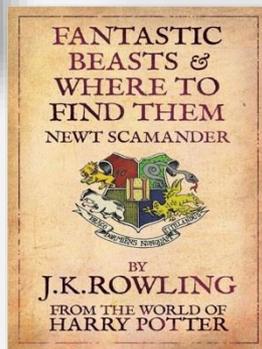
VENDREDI 13
13 mai 2016



NINJA TURTLES 2
3 août 2016



THE SINISTER SIX
9 novembre 2016



LES ANIMAUX FANTASTIQUES
16 novembre 2016

ROGUE ONE: A STAR WARS STORY
14 décembre 2016



ASSASSIN'S CREED
21 décembre 2016



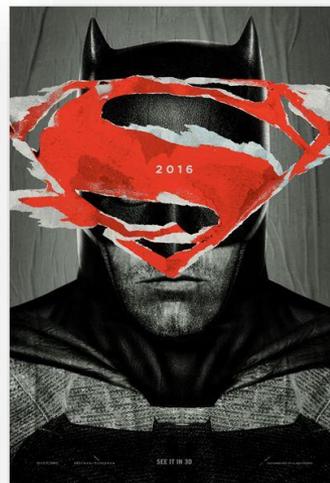
Life
Beginners

Premiers engagements, **premier job**, **première consommation autonome**, les life beginners prennent leurs marques et réalisent des choix décisifs pour leur avenir. Cette étape de la vie constitue un **moment clé pour la consommation** et confère aux **25-34 ans** une **importance stratégique** pour les marques qui souhaitent s'installer dans les **habitudes de ces consommateurs**

DEADPOOL
10 février 2016



ZOOLANDER 2
2 mars 2016



BATMAN VS SUPERMAN
23 mars 2016

LE CHASSEUR ET LA REINE DES GLACES
20 avril 2016



CAPTAIN AMERICA CIVIL WAR
27 avril 2016



VENDREDI 13
13 mai 2016



X MEN APOCALYPSE
18 mai 2016



INDEPENDENCE DAY 2
27 juillet 2016

NINJA TURTLES 2
3 août 2016



Uppers

Cette cible définit les individus **CSP +**, grâce à leur **régularité dans leur fréquentation cinéma**, ils sont **l'un des cœurs de cible du cinéma**

CHOCOLAT
3 février 2016



THE REVENANT
24 février 2016

INFERNO
19 octobre 2016



BATMAN VS SUPERMAN
23 mars 2016



INDEPENDENCE DAY
27 juillet 2016



L'ODYSEE
12 octobre 2016



DOCTEUR STRANGE
26 octobre 2016



Working
Girls

Cette cible représente les **femmes actives**



ET TA SŒUR
6 janvier 2016



THE REVENANT
20 janvier 2016

CHOCOLAT
3 février 2016



**LE CHASSEUR ET
LA REINE DES GLACES**
20 avril 2016



ZOOLANDER 2
2 mars 2016



SOS FANTOME 3
20 juillet 2016



**ALICE DE L'AUTRE
COTE DU MIROIR**
1 juin 2016



Tribus

Cette cible désigne les **foyers avec enfants** de moins de 15 ans. Le **statut de parents** de cette cible est un **déterminant majeur dans leur choix de programmation**, ils s'orientent vers des **films d'animation** le plus souvent américains



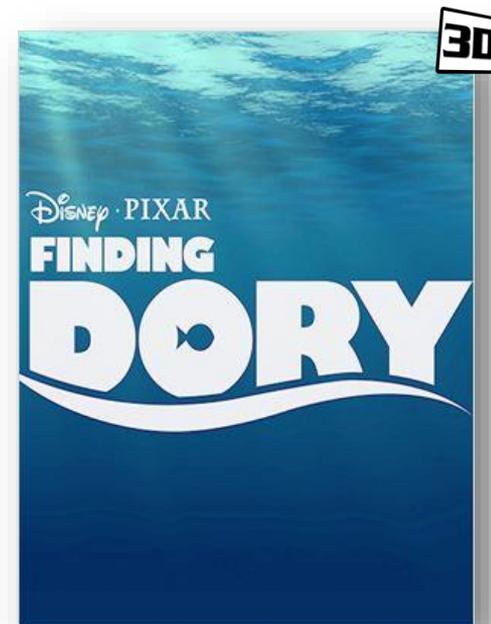
ALVIN ET LES CHIPMUNKS 4
3 février 2016



ZOOPIE
Février 2016



KUNG FU PANDA 3
30 mars 2016



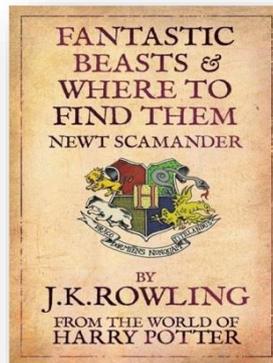
LE MONDE DE DORY
29 juin 2016



L'AGE DE GLACE 5
13 juillet 2016



MONSTER HIGH
19 octobre 2016



LES ANIMAUX
FANTASTIQUES
16 novembre 2016



LA PRINCESSE DU
BOUT DU MONDE
30 novembre 2016



Boomers

Cette cible regroupe les **50 ans et plus**, et désigne des **personnes en activité ou non, dynamiques, qui croquent la vie à pleine dents**

THE REVENANT
20 janvier 2016



LES NAUFRAGES
17 février 2016



AVE CAESAR !
17 février 2016



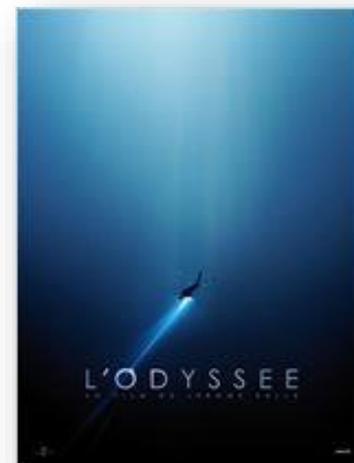
QUAND ON A 17 ANS
30 mars 2016

CHOCOLAT
3 février 2016



LES VISITEURS 3 LA TERREUR
6 avril 2016

KING ARTHUR
3 août 2016



L'ODYSEE
12 octobre 2016

