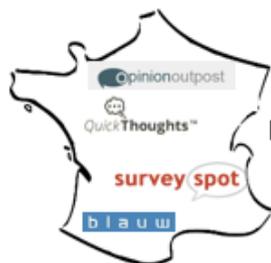


 **CASTING**

 **CINÉ TARGET**



Pour rappel, depuis 2016 l'étude Cin**Expert** de l'institut  est la **1<sup>ère</sup> mesure d'audience hebdomadaire** du cinéma



Les répondants sont recrutés dans toute la France à travers **différents panels**

Ces différents panels sont regroupés sur **une même plateforme** et peuvent être **gérés** comme s'ils constituaient **un seul panel virtuel**

Quand un individu **répond à une invitation**, il répond à **une série de questions de qualifications** parmi lesquelles figurent la **fréquentation cinéma 7 derniers jours**

En fonction de ses réponses il est **redirigé ou non** sur l'étude **CINEXPERT**

**2 000 visites** cinéma peuvent être qualifiées



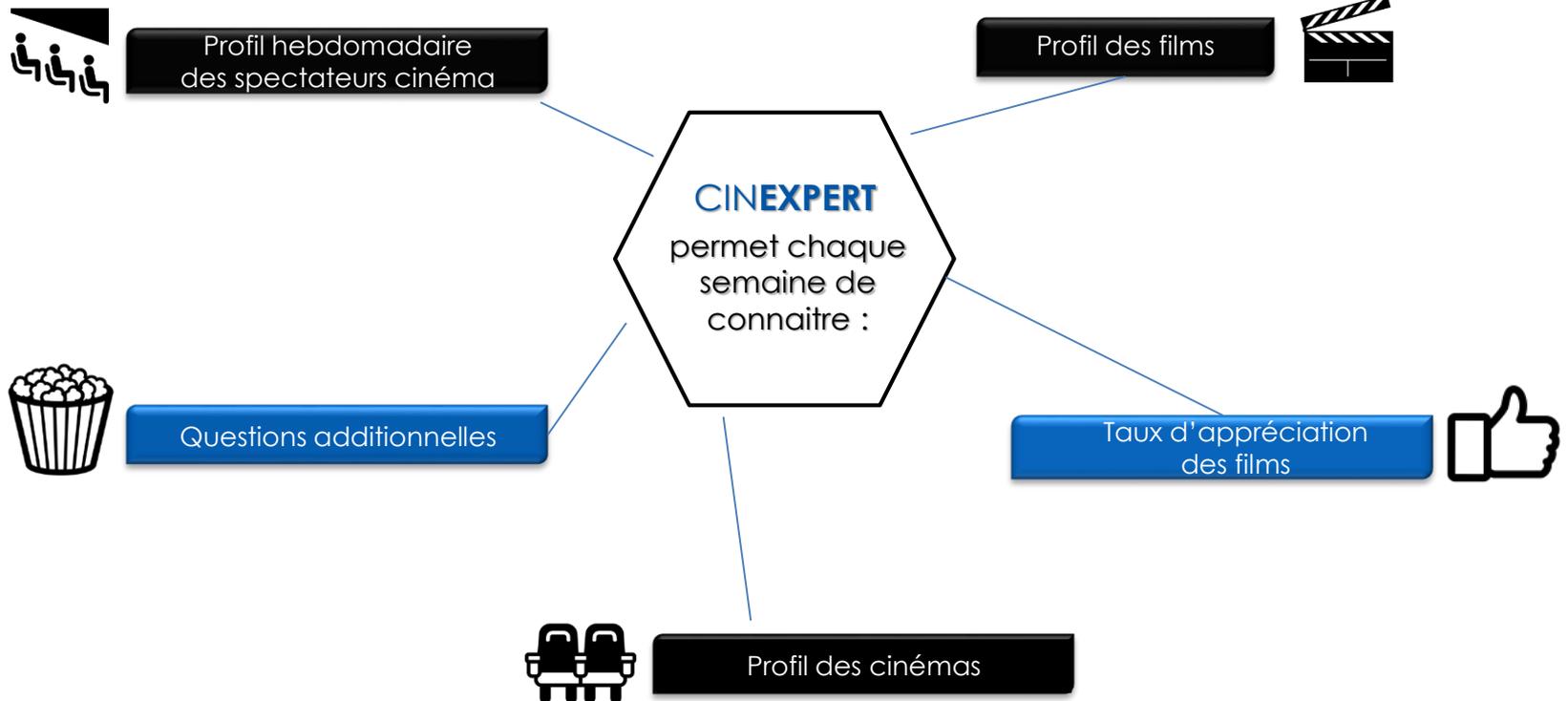
Cette méthode permet:

- La **diversification des sources**
- D'**optimiser la représentativité** des échantillons
- D'accéder à plus de répondants
- Un **engagement plus important** et de **meilleurs taux de retour**



Cette étude permet de recueillir et d'analyser  
un détail d'informations qui

**affine la connaissance du public Cinéma**





Les produits **CINÉTARGET** étant des produits commercialisés sur cible à noter les particularités de vente suivantes:

- **Les entrées ciblées** seront différentes chaque semaine:

effectivement le médiaplanning s'appuie sur les résultats CINEXPERT

et donc permet de **fusionner le potentiel d'entrées d'une semaine** (coefficient d'entrées) mais aussi le **profil de celle-ci**

- **Le tarif** sera différent chaque semaine:

Car les tarifs sont calculés **en fonction des entrées** ainsi que du **coefficient tarifaire**



 CINÉ TARGET BOOMERS CSP +

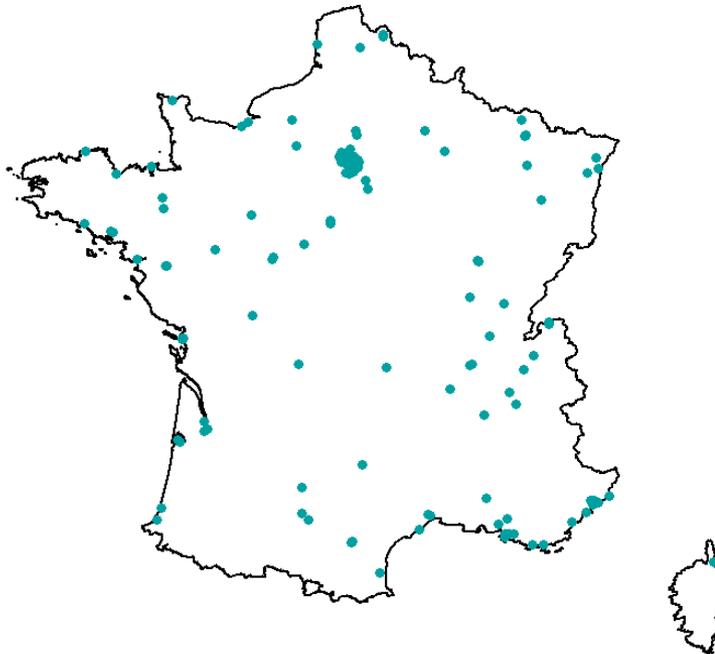




## CINÉ TARGET BOOMERS CSP +

Au moyen de l'innovante **étude CINEXPERT** nous connaissons **le profil des cinémas**  
et nous avons pu **déterminer une sélection complexes en affinité**  
avec la cible **BOOMERS CSP+** avec un indice affinitaire de **120**

Grâce à cette étude nous sommes en mesure de **connaître le profil réel d'une semaine cinéma**  
et donc de **GARANTIR de façon inédite** sur cette sélection des **ENTRÉES CIBLÉES** par semaine.



**193**  
cinémas



**117**  
villes



Environ  
**95 000 entrées BOOMERS CSP +**  
hebdo en moyenne



Environ  
**80 000 €**  
Brut / hebdomadaire



**842 €**  
CPM brut / cible





PHANTOM THREAD

14 février



LA FORME DE L'EAU

21 février



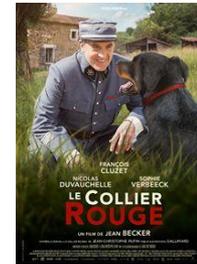
EVA  
7 mars



LE JOUR DE  
MON RETOUR  
7 mars

LE COLIER ROUGE

21 mars



MARIE  
MADELEINE  
28 mars



RED SPARROW  
4 avril



WONDER WHEEL  
31 janvier

ESCOBAR  
18 avril



LES PRINCIPALES SORTIES DE L'ANNÉE :

CINÉ TARGET BOOMERS CSP+



L'ÎLE AUX CHIENS  
11 avril



KINGS  
25 avril



AMOUREUX  
DE MA FEMME  
25 avril



JE VAIS MIEUX  
30 mai



L'EXTRAORDINAIRE  
VOYAGE DU FAKIR  
30 mai



PREMIÈRE  
ANNÉE  
12 septembre



MISSION  
IMPOSSIBLE 6  
1<sup>er</sup> août



LES CHATOUILLES  
26 septembre



UN HOMME PRESSÉ  
10 octobre



MARY, QUEEN  
OF SCOTS  
7 novembre



THE GIRL IN THE  
SPIDER'S WEB  
21 novembre



L'EMPEREUR  
DE PARIS  
12 décembre



UN PEUPLE  
ET SON ROI  
26 septembre



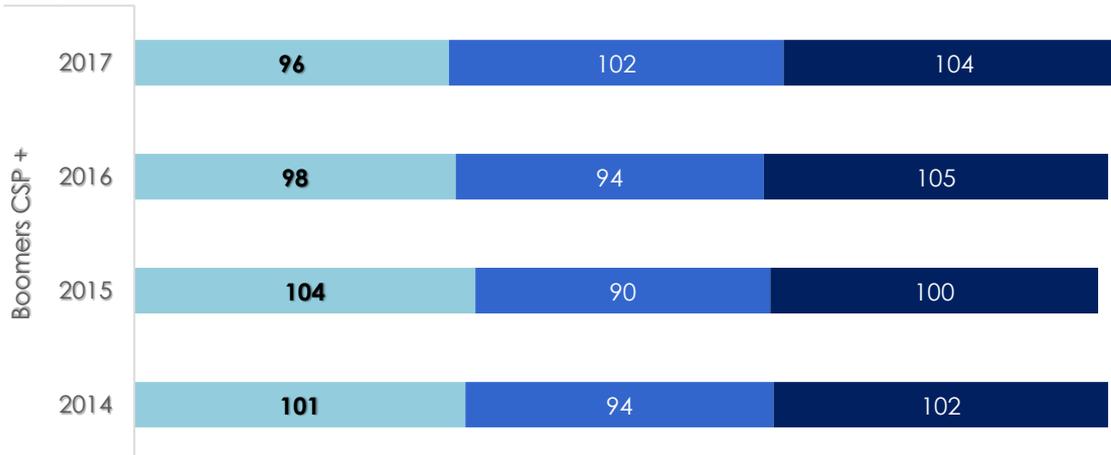
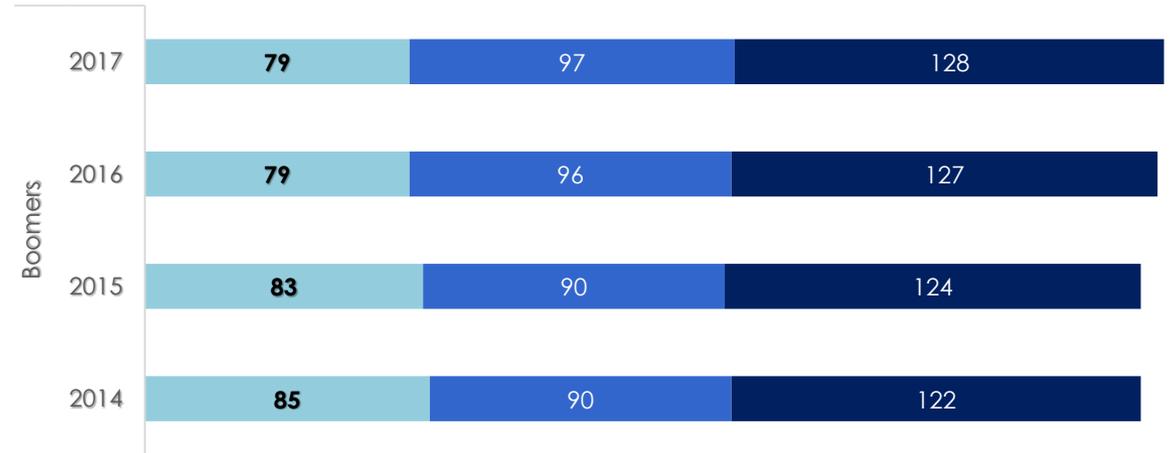
 **CINÉ TARGET BOOMERS CSP +**

 **PETIT TV** non téléspectateur et durée moyenne d'écoute TV - 2 h30 / jour

 **MOYEN TV** durée moyenne d'écoute TV entre 2h30 et 3h20/ jour

 **GROS TV** durée moyenne d'écoute TV + de 3h20 / jour

LA CONSOMMATION TV DES BOOMERS & BOOMERS CSP +



Les boomers sont de gros consommateurs du média télévision, (indice culminant à 128) tandis que les **Boomers CSP+ sont plus modérés** perdant une vingtaine de points en affinité. Afin de toucher cette cible croisée, le cinéma offre une belle opportunité puisque les Boomers CSP+ tiennent une part importante des spectateurs avec une consommation assidue du média.





CINÉ TARGET BOOMERS CSP +

Pour moi, la publicité sur internet n'est pas plus pertinente que les autres formes de publicités :

50 ans et +  
**Ind 95**

50 ans et + CSP+  
**Ind 111**

Spectateurs 50 ans et + CSP  
+ **Ind 114**

Je ne remarque pas souvent les publicités sur internet :



50 ans et + **Ind 102**  
50 ans et + CSP+ **Ind 119**  
Spectateurs 50 ans et + CSP + **Ind 119**

les boomers csp+  
ne sont **pas sensibles**  
aux publicités sur internet  
qu'ils jugent **intrusives**

Pour accéder à appli/vidéos/musiques/articles gratuitement, cela **me dérange** si précédé de pub :

50 ans et + **Ind 104**  
50 ans et + CSP+ **Ind 121**  
Spectateurs 50 ans et + CSP + **Ind 127**





### CINÉ TARGET BOOMERS CSP +

J'apprécie de voir les films au cinéma plutôt qu'à la télévision:

50 ans et +  
**Ind 92**

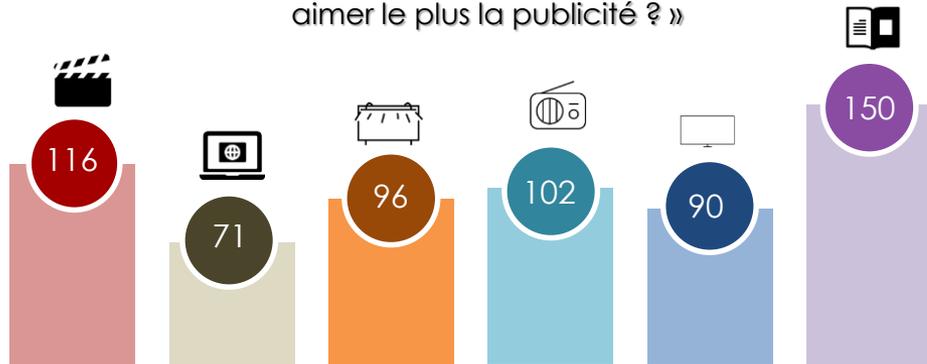
50 ans et + CSP+  
**Ind 112**

Spectateurs 50 ans et + CSP +  
**Ind 147**

Je suis passionné(e) de cinéma:  
50 ans et +  
**Ind 84**  
50 ans et + CSP+  
**Ind 102**  
Spectateurs 50 ans et + CSP+  
**Ind 135**

Les produits Ciné Target répondent donc à une **volonté de toucher une cible pertinente** pour le média cinéma. Ce produit permet de **façon inédite et avantageuse** de garantir des entrées hebdomadaires sur cible sur des complexes sélectionnés :

« Sur quel média **les 50 ans et + CSP+** déclarent aimer le plus la publicité ? »



TARIF  
**CINÉ TARGET**  
BOOMERS CSP +

**95 000**  
entrées/cible

**80 000 €**  
brut

**842 €**  
CPM/cible

TARIF  
VENTE DÉTAIL DU  
TARGET BOOMERS CSP +

95 000  
entrées/cible

237 684 €  
brut

2 502 €  
CPM/cible

■ Cinema ■ Internet ■ Affichage ■ Radio ■ Television ■ Presse / Magazine

