

 **CASTING**

 **CINÉ TARGET**



Pour rappel, depuis 2016 l'étude Cin**Expert** de l'institut  est la **1^{ère} 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

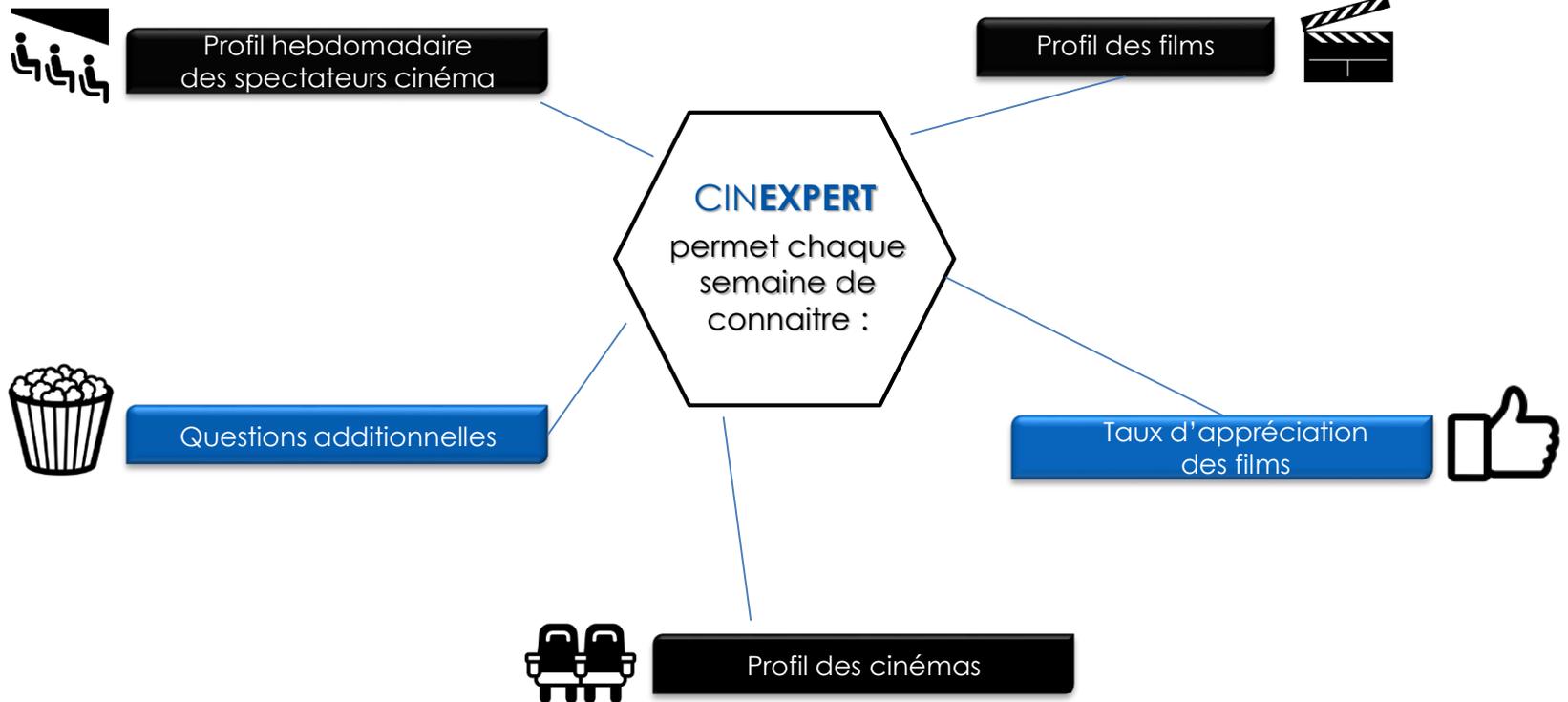


Cette méthode permet:

- 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 GÉNÉRATION α



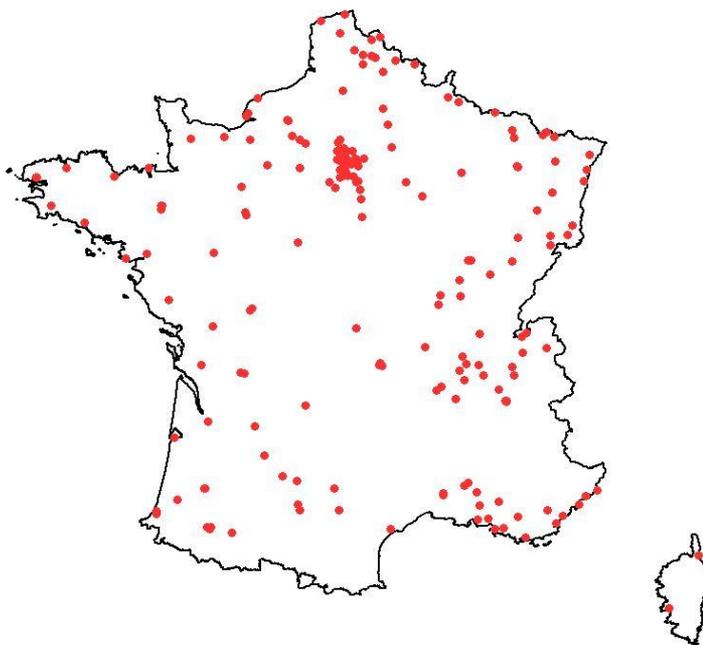


CINÉ TARGET GÉNÉRATION α

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 **GÉNÉRATION α** 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.



203
cinémas



185
villes



Environ
305 000 entrées GÉNÉRATION α
hebdo en moyenne



Environ
240 000 €
Brut / hebdomadaire



787 €
CPM brut / cible





LE LABYRINTHE
REMEDE MORTEL
7 février

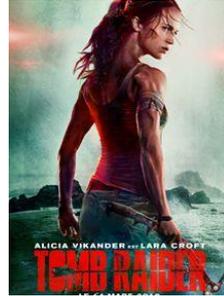
BLACK PANTHER
14 février



DEADPOOL 2
16 mai



TOMB RAIDER
14 mars



PACIFIC RIM
UPRISING
21 mars



READY PLAYER ONE
28 mars



TAXI 5
11 avril

LOVE ADDICT
18 avril



LES PRINCIPALES SORTIES DE L'ANNÉE :



AVENGERS
INFINITY WAR
25 avril

SOLO A STAR
WARS STORY
23 mai



JURASSIC WORLD 2
6 juin



OCEAN'S 8
13 juin



LOVE, SIMON
20 juin



INDESTRUCTIBLES 2
4 juillet



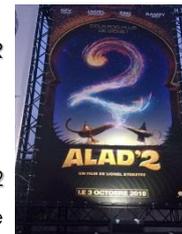
AQUAMAN
19 décembre



BUDAPEST
4 juillet



THE
PREDATOR
15 août



ALAD'2
3 octobre



HALLOWEEN
24 octobre



ANT MAN ET
LA GUEPE
18 juillet



AMERICAN
NIGHTMARE 4
4 juillet



2018

PRODUITS

CASTING

CINÉ TARGET GÉNÉRATION α

mediavision

CINÉ TARGET GÉNÉRATION α 

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

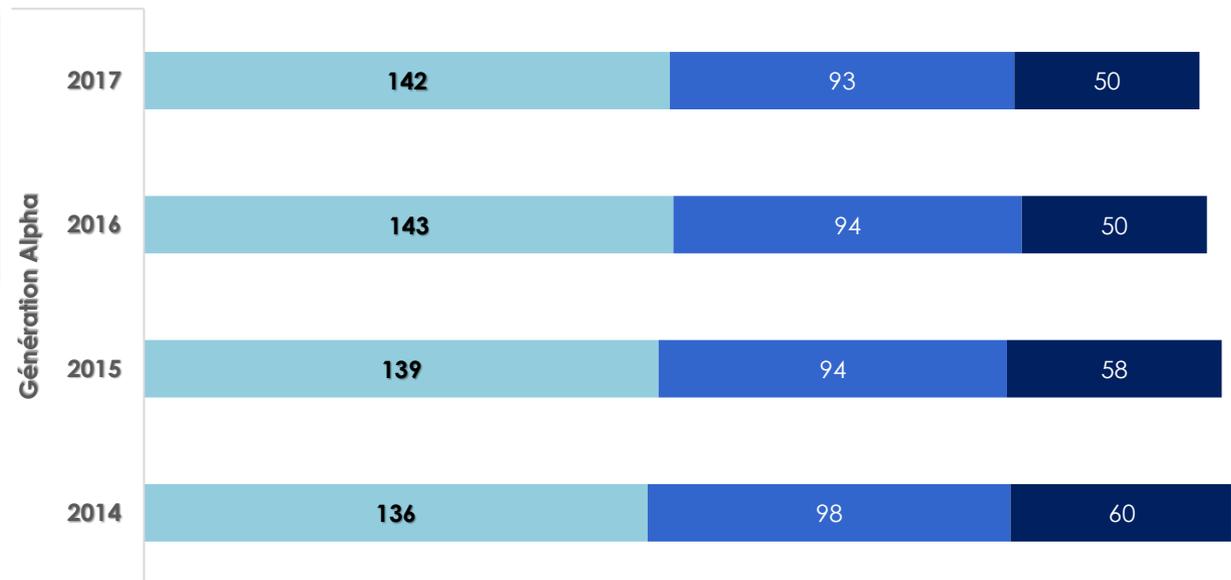


MOYEN TV durée moyenne d'écoute
TV entre 2h30 et 3h20 / jour



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

LA CONSOMMATION TV DES GÉNÉRATION α



Cette cible jeune **regarde peu la télévision** contrairement à leurs aînés, et opte pour une consommation délinéarisée du média.

Ils sont donc **difficiles à toucher par le biais de ce support, à l'inverse du média cinéma** puisqu'il s'agit d'un public omniprésent des salles obscures.



2018

PRODUITS

CASTING

CINÉ TARGET GÉNÉRATION α

mediavision 



CINÉ TARGET GÉNÉRATION α



Déclarant avoir
installé un Ad Blocker
sur leurs device internet:

15-24 ans
Ind 153

Spectateurs 15-24 ans
Ind 155

Les plus jeunes sont de

grands utilisateurs

d'Ad Blocker,

ce qui témoigne de l'impact

parfois néfaste d'une **surexposition**

aux publicités sur internet.

Je ne clique
jamais sur
les **bannières**
publicitaires
sur internet

15-24 ans
Ind 115

Spectateurs
15-24 ans
Ind 121





CINÉ TARGET GÉNÉRATION α

J'aime **arriver à l'heure** de la séance pour voir les publicités:

15-24 ans
Ind 119

Spectateurs 15-24 ans
Ind 129

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

15-24 ans
Ind 125

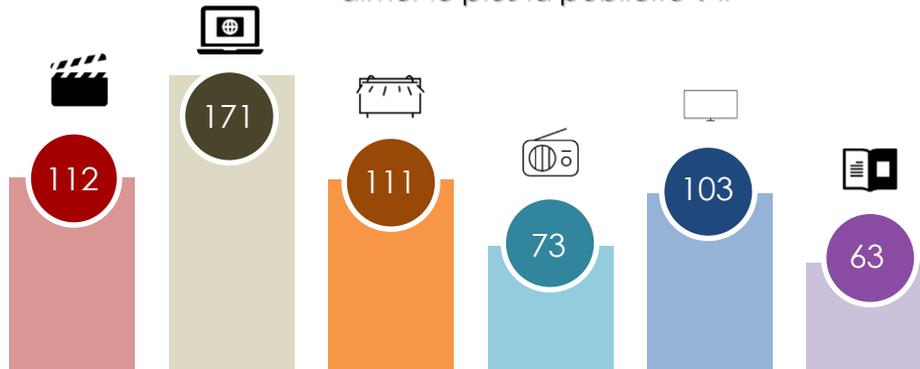
Spectateurs 15-24 ans
Ind 142

Je suis **passionné(e) de cinéma**:

15-24 ans
Ind 133

Spectateurs 15-24 ans
Ind 148

« Sur quel média **les 15-24 ans** déclarent aimer le plus la publicité ? »



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

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 :

TARIF
CINÉ TARGET
GÉNÉRATION α

305 000
entrées/cible

240 000 €
brut

787 €
CPM/cible

TARIF
VENTE DÉTAIL DU
TARGET GÉNÉRATION α

305 000
entrées/cible

248 484 €
brut

815 €
CPM/cible

