



Pour rappel, depuis 2016 l'étude CinExpert 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

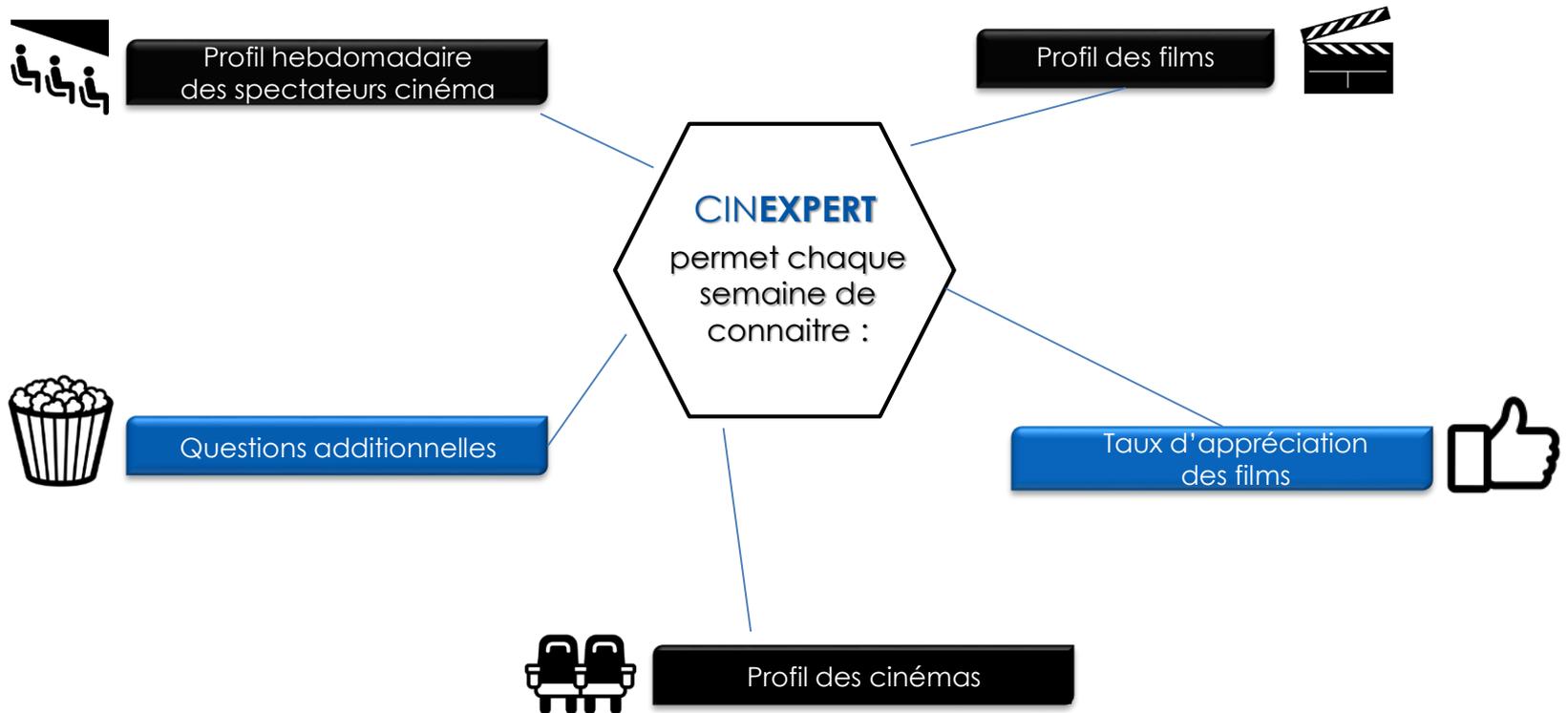


Cette méthode permet:

- 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 UPPERS

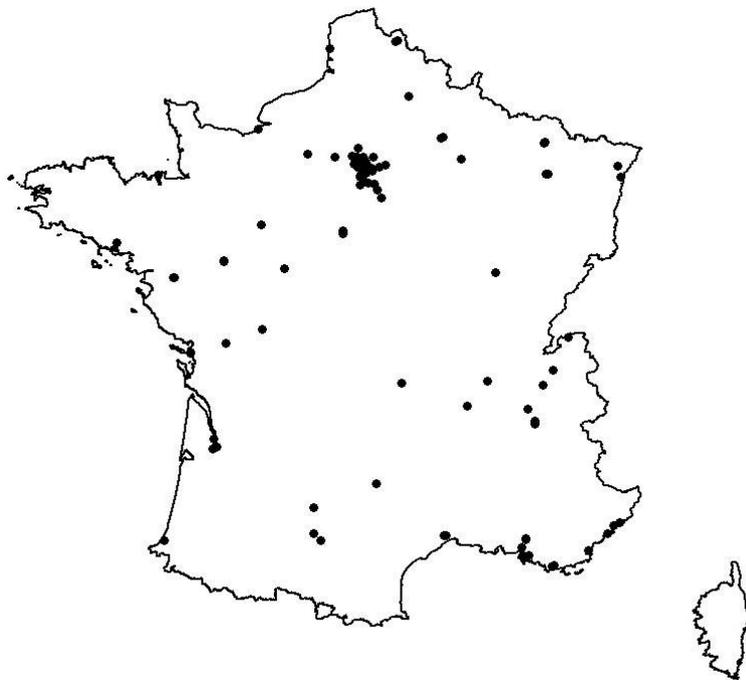




CINÉ TARGET UPPERS

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 **UPPERS** 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.



150
cinémas



90
villes



Environ
420 000 entrées UPPERS
hebdo en moyenne



Environ
245 000 €
Brut / hebdomadaire



583 €
CPM brut / cible





WONDER WHEEL
31 janvier

PHANTOM THREAD



14 février

ESCOBAR
18 avril



L'ILE AUX CHIENS
11 avril



LES CHATOUILLES
26 septembre



UN PEUPLE
ET SON ROI
26 septembre



LA FORME DE L'EAU



21 février

LA FORME DE L'EAU

LES PRINCIPALES SORTIES DE L'ANNÉE :



CINÉ TARGET UPPERS



KINGS
25 avril



SOLO A STAR
WARS STORY
23 mai



JE VAIS MIEUX
30 mai



THE GIRL IN THE
SPIDER'S WEB
21 novembre



CALL ME BY
YOUR NAME
28 février



EVA
7 mars

LE JOUR DE
MON RETOUR

7 mars



MISSION
IMPOSSIBLE 6
1^{er} août

RED SPARROW

4 avril



PREMIERE
ANNÉE
12 septembre



L'EMPEREUR
DE PARIS
12 décembre



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

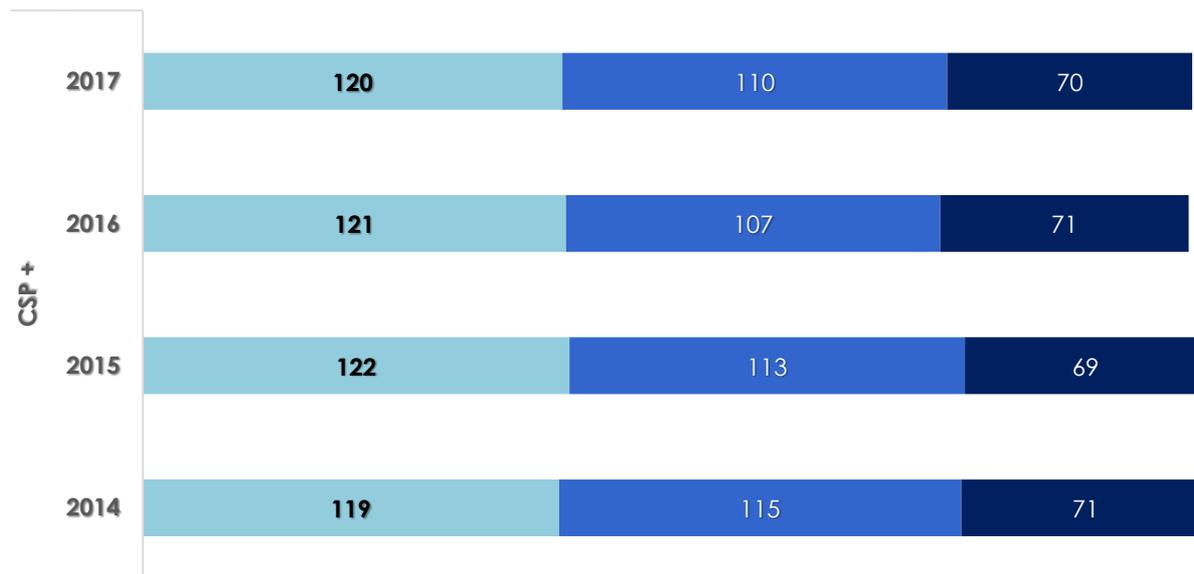


MOYEN TV durée moyenne d'écoute
TV entre 2h30 et 3h20/ jour



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

LA CONSOMMATION TV DES UPPERS



Ce cœur de cible du cinéma est composé de **petits consommateurs TV**
depuis plusieurs années, avec des indices au alentour de 120.

De plus, **78,8%** de cette cible fréquente les salles de cinéma,

il paraît donc indispensable de combiner ces deux médias afin de les toucher efficacement.





CINÉ TARGET UPPERS



Déclarant avoir
installé un Ad Blocker
sur leurs device internet:

CSP+
Ind 128

Spectateurs CSP +
Ind 133

Les Uppers
ont des réserves vis-à-vis
de la publicité sur internet.

Il s'agit donc d'un **public plutôt hostile**
à la publicité sur ce support.

Je ne remarque **pas** souvent
les publicités sur internet

CSP+ **Ind 115**
Spectateurs CSP + **Ind 113**



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

CSP+
Ind 115

Spectateurs CSP +
Ind 117



Je trouve que les publicités
sur les réseaux sociaux
sont **intrusives**

CSP+ **Ind 126**
Spectateurs CSP + **Ind 124**





CINÉ TARGET UPPERS

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

CSP+
Ind 111

Spectateurs CSP +
Ind 123

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

CSP+
Ind 117

Spectateurs CSP +
Ind 141

Je suis **passionné(e) de cinéma**:

CSP+
Ind 124

Spectateurs CSP +
Ind 149

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



■ Cinéma ■ 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 UPPERS | TARIF VENTE DÉTAIL DU TARGET UPPERS |
|---------------------------------|---|
| 420 000 entrées/cible | 420 000 entrées/cible |
| 245 000 € brut | 270 917€ brut |
| 583 € CPM/cible | 645 € CPM/cible |

