

LES OFFRES
CINESCREEN



CINESCREEN
&
mediavision

PRESENCE UNIVERS L'OFFRE EXPERTISE



La fréquentation des salles de cinéma en 2017 atteint **209,2 millions d'entrées**, soit le 3ème plus haut niveau depuis 50 ans et **très au-dessus de la moyenne des dix dernières années (205 millions)**. Pour la quatrième année consécutive la fréquentation des salles de cinéma franchit les 200 millions. **Ainsi, la fréquentation en France demeure en 2017 la plus élevée d'Europe.**

L'audience des spectateurs

		indice d'affinité
Homme		68.2% 101
Femme		67.4% 99
CSP +		79.5% 117
Etudiants		82.1% 121
Retraités		63.1% 93
Actifs		73.8% 109

		indice d'affinité
6-14 ans		86.4% 127
15-24 ans		84.7% 125
25-34 ans		77.3% 114
35-49 ans		73.6% 109
50 ans et +		51.6% 76

La structure des spectateurs

		indice de représentativité
Homme		48.6% 101
Femme		51.4% 99
CSP +		27.5% 117
Etudiants		10.0% 121
Retraités		47.8% 93
Actifs		25.4% 109

		indice de représentativité
6-14 ans		15.3% 127
15-24 ans		15.8% 125
25-34 ans		14.5% 114
35-49 ans		22.6% 109
50 ans et +		31.8% 76



4,4%



LES ASSIDUS:

Au moins 1 séance
par semaine

31,8%



LES RÉGULIERS:

Au moins 1 séance par
mois mais moins d'une
séance par semaine

63,9%



LES OCCASIONNELS:

Au moins 1 séance par an
mais moins d'une séance
par mois

36,1%



LES HABITUÉS:

Au moins 1 séance
par mois

14,8 millions
d'individus

*Les grands succès se construisent
autour de personnes ne se rendant pas
régulièrement au cinéma. Donc Raid
Dingue, ou Les Tuches 2, en passant par
Vaiana et Star Wars Le Réveil de la
Force doivent leurs succès entre autre
aux spectateurs occasionnels.*



Les spectateurs cinémas considèrent les cinémas comme une **sortie conviviale**, près de **76%** en font un moment de partage et s'y rendent :



Et les spectateurs ne se rendent plus au cinéma uniquement voir des films, ils apprécient s'y déplacer aussi pour des retransmissions d'événements :



Les cinémas se modernisent et rendent chaleureux les zones d'accueil et d'attente :



Aéroville / Europa Corp



Etoile Lilas

Sachant que
91% des spectateurs
se déclarent
satisfaits de l'accueil
et des conditions
d'attente avant
d'entrer en salle



Kinépolis Nîmes

Et même quelques uns aménagent des boutiques « cinémas »...



Pathé Beaugrenelle



Aéroville / Europacorp



MK2 Bibliothèque



Par ailleurs des complexes sont à proximité des centres commerciaux :



CGR Le Paris /
Clermont Ferrand



Centre commercial
Jaude



Centre commercial
Les Passages



Pathé Boulogne

La proximité des centres commerciaux permet de prolonger la sortie cinéma en sortie « shopping » et réciproquement



Pathé Beaugrenelle



Centre commercial
Beaugrenelle



Centre commercial
Polygone Riviera

Cap Cinéma
Polygone Riviera



LES SPECTATEURS LE TEMPS D'ATTENTE DANS LES HALLS

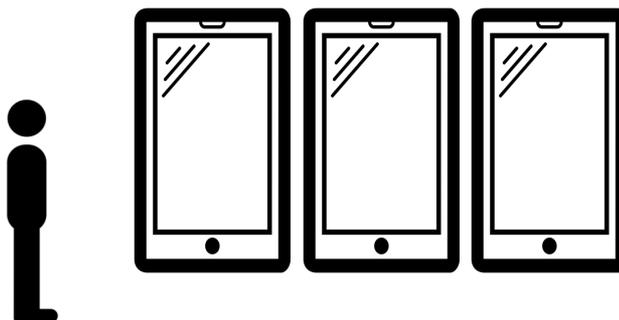
Les cinémas sont un **nouveau lieu d'exposition pour vos communications** sachant que les spectateurs passent **plusieurs minutes précieuses entre le moment où ils entrent dans le cinéma et leur entrée en salle** :

En **journée**, le temps moyen passé entre l'entrée dans le cinéma et l'entrée dans la salle est de :

Près de
14 min

En **soirée**, le temps moyen passé entre l'entrée dans le cinéma et l'entrée dans la salle est de :

Près de
17 min



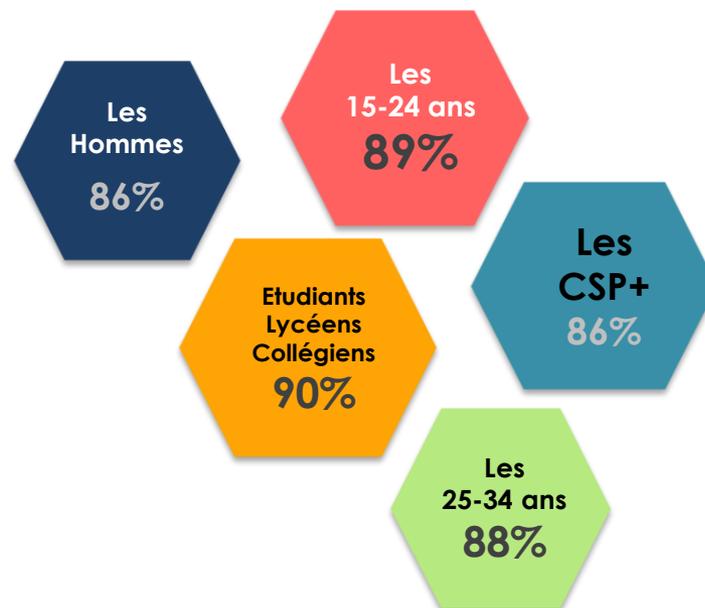
Sachant que le contenu d'une boucle dure environ **1 minute** et que le spot dure **10 secondes**

82% de spectateurs
ont pris le temps de regarder
le contenu présent sur les écrans numériques

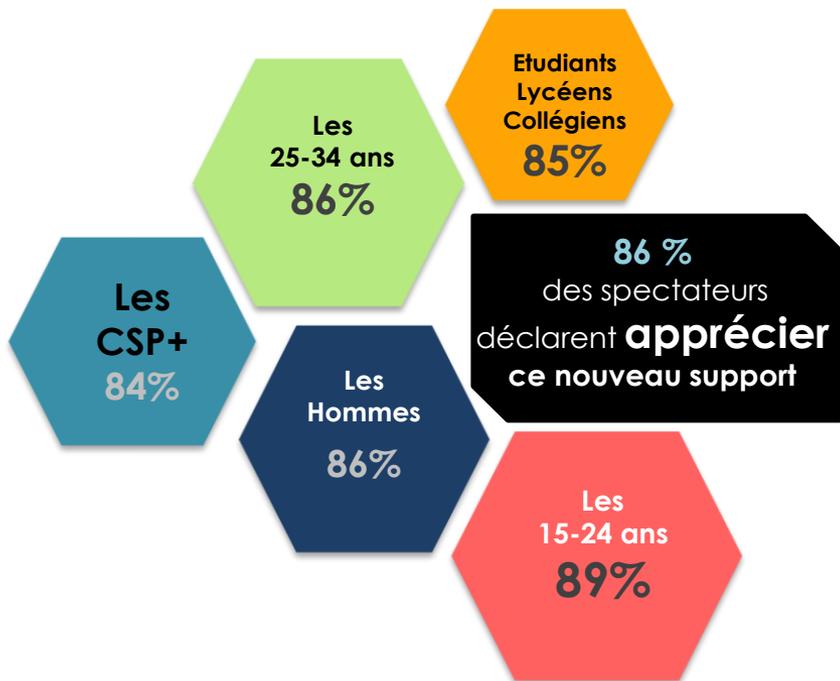
68% l'ont regardé jusqu'à 1 minute

14% l'ont regardé + d'une 1 minute

Les cibles qui observent ces contenus :



L'opinion des spectateurs sur les écrans numériques diffusant du contenu publicitaire présents dans les halls de cinémas :



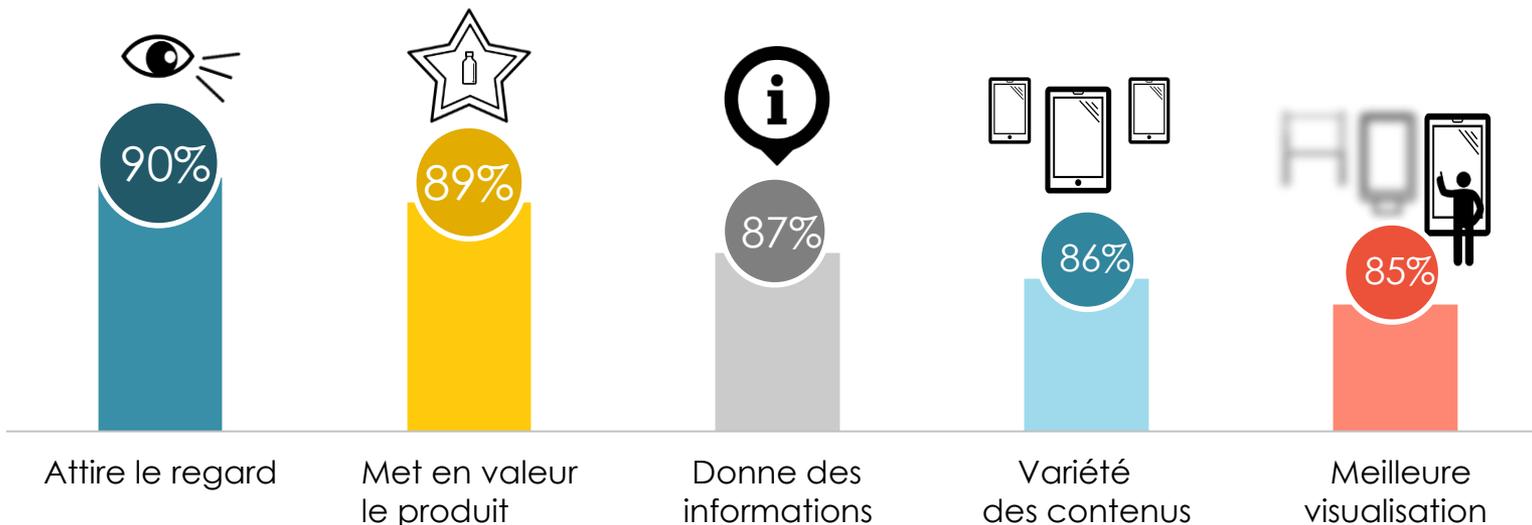
90% Le hall de cinéma est adapté aux publicités

78% Cela permet de se distinguer de la concurrence

63% des spectateurs se disent prêt à se renseigner sur le produit/ service mis en avant



L'appréciation des spectateurs sur les vidéos publicitaires diffusées sur les écrans numériques présents dans les halls de cinémas :



Le **contenu qualitatif** diffusé sur ces écrans est remarqué par les spectateurs ils sont **82%** à apprécier les vidéos publicitaires des écrans numériques

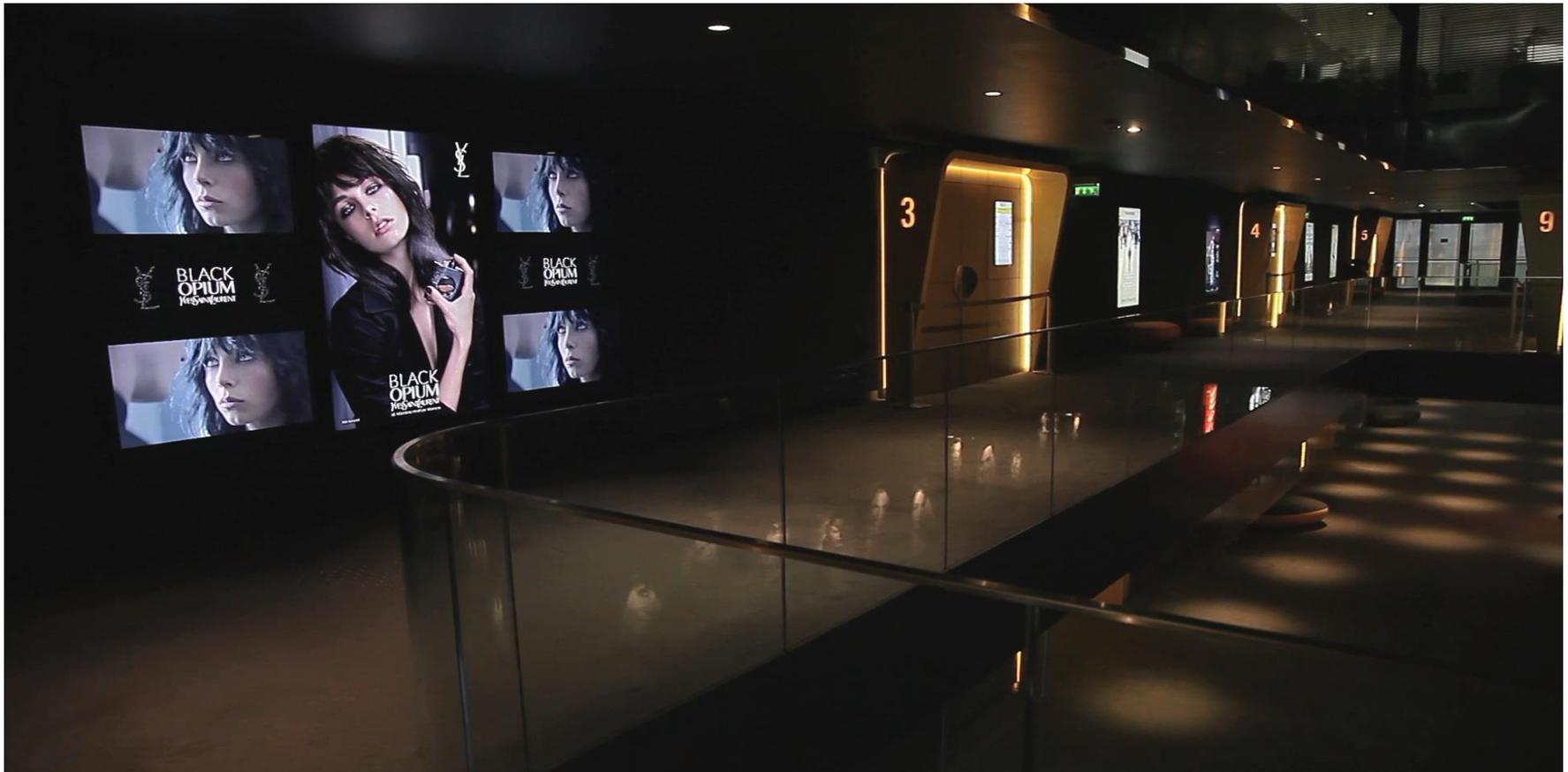


Près de 9 spectateurs sur 10 sont convaincus des qualités présentées par les écrans numériques.

Face à ce **dispositif media** on constate l'attrait tout particulier du jeune public, des CSP + et des Hommes.



Cet **espace vidéo** inédit (spot de 10 sec.) de **groupes d'écrans** numériques est **un nouvel** outil de communication qui permet aux annonceurs **d'accompagner le spectateur tout au long de sa sortie cinéma** :



Déjà sur NOS écrans ...



L'ORÉAL



SAMSUNG



Instagram



Disneyland
PARIS



ARMANI



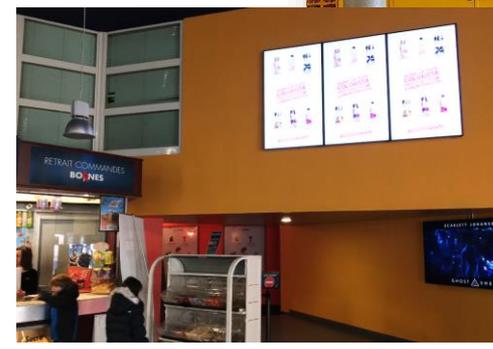
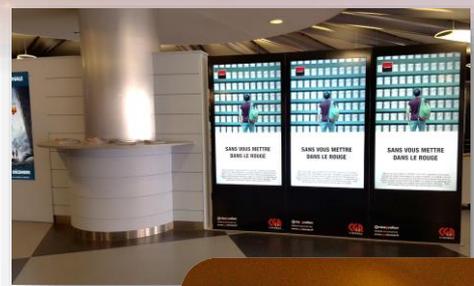
NETFLIX



SOCIETE
GENERALE

VISA





Produits CINESCREEN à février 2018

**CINESCREEN
GAUMONT PATHE**

122 triptyques
+ 1 groupe de 5 écrans

371 écrans

64 cinémas

5 471 847 ODV moyen/sem

42 680 € brut moyenne/sem

XL VIEW

132 triptyques

396 écrans

77 cinémas

3 494 092 ODV moyen/sem

19 580 € brut moyenne/sem

FULL VIEW

254 triptyques
+ 1 groupe de 5 écrans

767 écrans

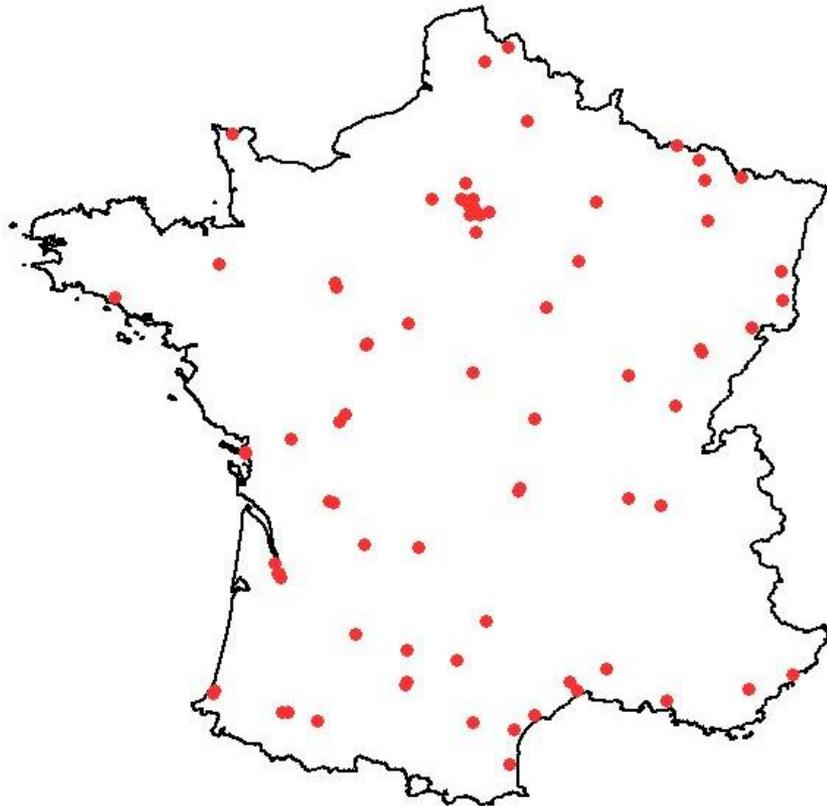
141 cinémas

8 965 939 ODV moyen/sem

62 260 € brut moyenne/sem



OFFRE CINESCREEN XL VIEW



 Cinémas du dispositif CINESCREEN XL VIEW

XL VIEW

77
COMPLEXES

73
villes

396 ECRANS



132 TRIPTYQUES

Pour un volume moyen de 3 494 092 ODV / sem



XL VIEW



par boucle agrémenté de contenu cinéma (film annonce)

Boucle Type : **spot de 10 sec** et environ 3 bandes annonces max de 15 sec

Validation et **mise en place** minimum **10 jours**

À partir du 1^{er} janvier 2017, les produits mediavision sont commercialisés avec l'application d'une saisonnalité hebdomadaire.

Afin de **calculer le tarif brut de votre campagne CINESCREEN** en fonction de la **période choisie** vous pouvez dorénavant vous servir de la **calculatrice produits MEDIAVISION**

- En sus **frais de mise en ligne de 5%** du montant facturé
- Environ **1 663 200 diffusions** par semaine



Il faut fournir impérativement **une création sous les 2 formats suivants**:

- encodage MP4 en H264 (Main ou High) avec une fréquence d'images de 30ips
Bit rate Max = 5Mo
- dimensions spécifiques de l'animation, pour une qualité optimale : 3240x1920 pixels | ratio = 1.6875 (1.69)
- 1 fichier (sans son) par triptyque de 10 secondes

Contraintes de composition

Afin d'optimiser la création au support de diffusion triptyque TV verticales, il est recommandé de prendre en compte 2 lignes de rupture verticales à 1080 et 2160 pixels

1 fichier par écran soit 3 fichiers à livrer pour les triptyques

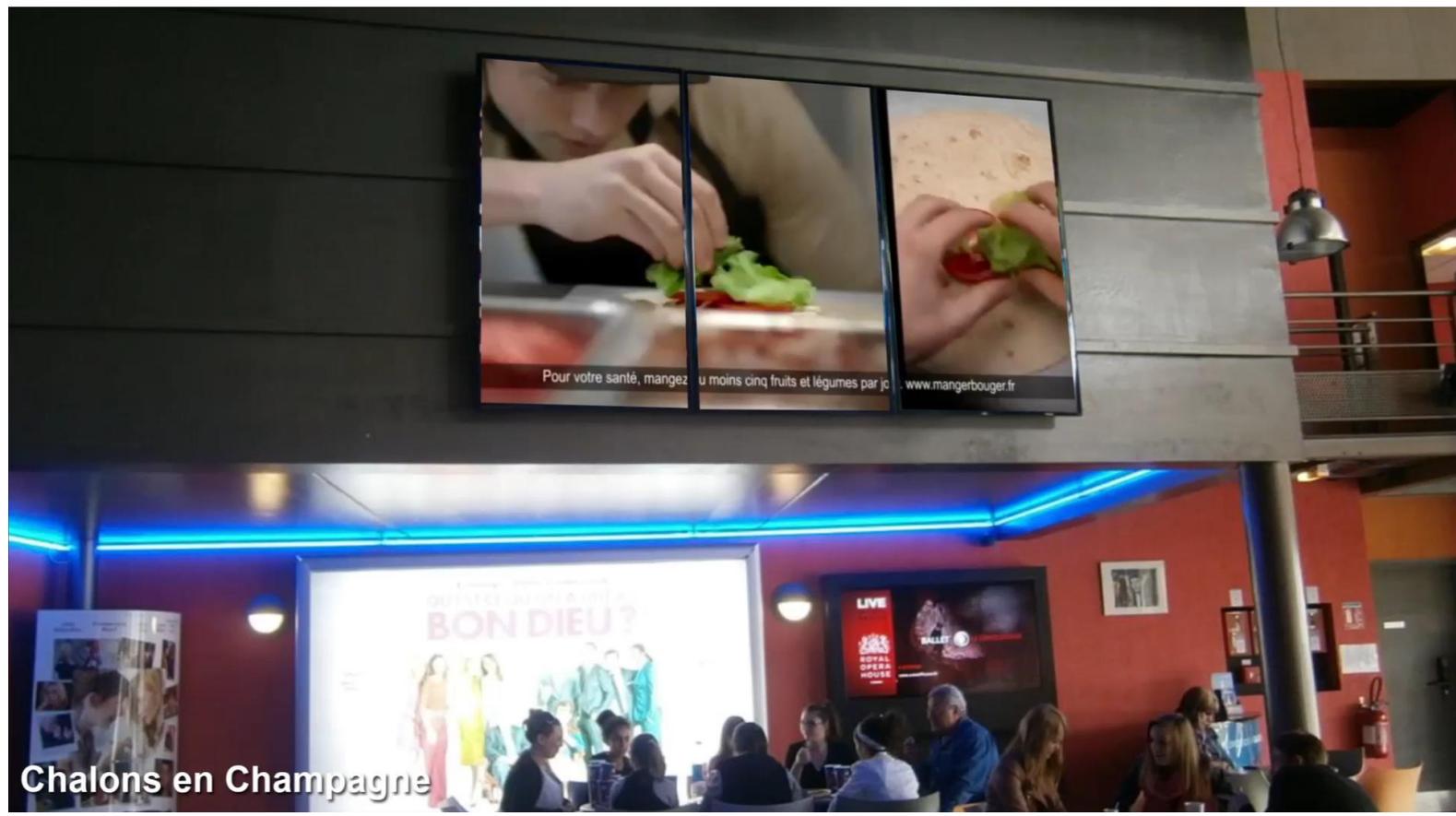
- codec : h264
- résolution : 1080 x 1920 (format portrait)
- extension du fichier : .mov
- taille du fichier : elle ne devra pas excéder les 50Mo
- durée de la vidéo : elle ne devra pas excéder 10 sec
- 1 fichier (sans son) par écran



XL VIEW

Mise en situation

MEGA CGR CHALON EN CHAMPAGNE



Chalons en Champagne



396 ECRANS



132 TRIPTYQUES

Pour un volume moyen de **3 494 092** ODV*/ sem

77 cinémas

COMPLEXE	VILLE	TRIPTYQUES
CINÉ QUAI CGR	SAINT QUENTIN - CINÉ QUAI	1
MOULINS CGR	MOULINS	1
CAGNES-SUR-MER CGR	CAGNES-SUR-MER	1
TROYES CINE CITY CGR	TROYES	2
CARCASSONNE CGR	CARCASSONNE	1
NARBONNE MEGA CGR	NARBONNE	2
RODEZ CGR	RODEZ	1
VITROLLES STUDIO LUMIERES CGR	VITROLLES	2
ANGOULEME MEGA CGR	ANGOULEME	2
GARAT	GARAT	2
LA ROCHELLE CGR LE DRAGON	ROCHELLE	1
LA ROCHELLE MEGA CGR	ROCHELLE	2
BOURGES MEGA CGR	BOURGES	2
BRIVE MEGA CGR	BRIVE-LA-GAILLARDE	2
BEAUNE CGR	BEAUNE	1
MULTIPLEXE CGR	PÉRIGUEUX	1
MEGARAMALUMINA	AUDINCOURT	2
BEAUX ARTS	BESANÇON	2
BESANCON MEGARAMA	ECOLE-VALENTIN	2
NIMES FORUM KINEPOLIS	NIMES	1
FENOUILLET KINEPOLIS	FENOUILLET	1
BLAGNAC MEGA CGR	BLAGNAC	2
BORDEAUX CGR LE FRANCAIS	BORDEAUX	2
PIAN MEDOC	PIAN-MEDOC	1
BORDEAUX MEGARAMA	BORDEAUX	2
MEGA CGR	VILLENAVE-D'ORNON	2

COMPLEXE	VILLE	TRIPTYQUES
LATTES MEGA CGR	LATTES	2
MEGA CGR	VILLENUEVE-LES-BEZIERS	2
ST GELY ROYAL PIC SAINT LOUP	ST GELY DU FESC	3
LA MEZIERE MEGA CGR	LA MEZIERE	2
TOURS MEGA CGR CENTRE	TOURS	2
TOURS MEGA CGR 2 LIONS	TOURS	2
MEGA ROYAL KINEPOLIS	BOURGOIN-JALLIEU	1
LONS LE SAUNIER MEGARAMA	LONS-LE-SAUNIER	1
TARNOS MEGA CGR	TARNOS	2
BLOIS	BLOIS	1
AGEN CGR	AGEN	1
CHERBOURG MEGA CGR	CHERBOURG	2
MEGA CGR	CHALONS-EN-CHAMPAGNE	2
NANCY KINEPOLIS	NANCY	1
LONGWY KINEPOLIS	LONGWY	1
LANESTER MEGA CGR	LANESTER	2
FREYMING MEGA KINE	FREYMING-MERLEBACH	2
ST JUL METZ KINEPOLIS	SAINT-JULIEN-LES-MEIZ	1
THONVILLE KINEPOLIS	THONVILLE	1
LOMME CHATEAU CINEMA	LOMME	2
CHAMBLY	CHAMBLY	2
MEGA CGR	BRUAY-LA-BUISSIÈRE	2
CLERMONT FERRAND VAL ARENA CGR	CLERMONT-FERRAND	2
CLERMONT FERRAND CGR LE PARIS	CLERMONT-FERRAND	2
BAYONNE MEGA CGR CENTRE	BAYONNE	2

COMPLEXE	VILLE	TRIPTYQUES
LESCAR MEGA CGR	LESCAR	2
TARBES MEGA CGR	TARBES	2
RIVESALTES MEGA CGR	RIVESALTES	2
COLMAR MEGA CGR	COLMAR	2
MULHOUSE KINEPOLIS	MULHOUSE	1
LYON BRIGNAIS MEGA CGR	BRIGNAIS	2
LE MANS CGR COLISEE	MANS	1
ST SATURNIN MEGA CGR	SAINT-SATURNIN	2
ÉTOILE LILAS	PARIS	1
TORCY MEGA CGR	TORCY	2
MANTES LA JOLIE MEGA CGR	MANTES-LA-JOLIE	2
NIORT MEGA CGR	NIORT	2
CORDELIERS - ALBI CGR	ALBI	1
MONTAUBAN CGR	MONTAUBAN	1
CHABRAN MEGA CGR	DRAGUIGNAN	2
MEGA CGR	FONTAINE-LE-COMTE	2
BUXEROLLES MEGA CGR	BUXEROLLES	2
AUXERRE MEGA CGR CASINO	AUXERRE	2
EVRY MEGA CGR	EVRY	2
VILLENUEVE GAREN MEGARAMA	VILLENUEVE-LA-GARENNE	4
EPINAY SUR SEINE MEGA CGR	EPINAY-SUR-SEINE	2
ARCUEIL MEGARAMA	ARCUEIL	1
CHAMPIGNY STUDIO-66	CHAMPIGNY SUR MARNE	1
MEGARAMA	MONTIGNY-LES-CORMEILLES	3
SARCELLES CGR	SARCELLES	2