



COMMUNIQUE

Les Français et la 3D, vers un quotidien tout en relief ? 4^{ème} édition du baromètre 3D de KR Media

Paris, le 12 avril 2011

Conscient de l'impact des dernières grandes évolutions de la technologie 3D dans le quotidien des Français, KR Media a créé, dès septembre 2009, le baromètre Cinéma 3D KR Media. Ce nouvel instrument de mesure de l'agence media permet d'évaluer et de comprendre la perception ainsi que les attentes des Français vis-à-vis de cette nouvelle technologie en pleine expansion.

Aujourd'hui, KR Media rend publique la 4^{ème} édition de son baromètre intitulée « Les Français et la 3D, vers un quotidien tout en relief ? ».

Cette 4^{ème} étude, menée auprès de 1005 individus âgés de 16-65 ans représentatifs de la population française, s'est orientée autour de trois grandes thématiques : la 3D au cinéma, la publicité 3D du point de vue consommateur et la 3D à domicile (télévision, ordinateur, jeux vidéo).

La 3D au cinéma

L'étude montre que **l'expérience 3D au cinéma est arrivée à maturité**. En effet plus d'un Français sur deux a vu au moins un film en 3D au cours des 12 derniers mois.

Même si l'effet nouveauté lié au « phénomène Avatar » des débuts semble s'être dissipé, l'engouement autour de cette technologie reste toujours très fort. 79% des individus avaient une opinion positive des films 3D en septembre 2009 et ils sont 67% encore en janvier 2011.

L'expérience 3D demeure motrice dans l'envie des consommateurs de se rendre dans les salles obscures. Les Français, pour 71% d'entre eux, sont particulièrement conquis par le côté immersif du film en 3D et le moment unique qu'il fait vivre (70%).

Cette technologie se révèle de plus en plus indispensable pour plus d'1/3 des Français et la progression de la 3D depuis deux ans montre à quel point les nouvelles technologies s'intègrent rapidement dans le quotidien des Français.

En revanche, un des principaux freins reste la majoration du prix du billet d'une séance 3D (2 euros de plus).

La publicité 3D

KR Media a été précurseur dans l'utilisation de cette nouvelle technologie en élaborant des publicités en « hyper-3D » pour Haribo puis pour Oasis.

Roch Osenda, Directeur associé de KR Media, explique : *«La 3D chez KR Media n'est pas un phénomène de mode. Selon nous, elle est un véritable moyen de créer des expériences entre les spectateurs et les marques. C'est une révolution que nous avons su anticiper en étant les premiers à faire de la publicité 3D au cinéma avec Haribo»*,

64% des Français ayant vu une publicité en 3D l'ont plébiscitée. Malgré une offre publicitaire de plus en plus forte, la publicité 3D Haribo continue d'émerger fortement plus d'un an après sa première diffusion en 3D au cinéma. Elle reste la publicité 3D dont les Français se souviennent le plus et est la plus appréciée à 87% juste devant Oasis à 84%.

La 3D à domicile

La technologie 3D à domicile, pour reproduire l'expérience cinéma sur sa télévision ou ressentir de nouvelles émotions grâce aux jeux vidéo en relief, **séduit près d'un Français sur deux. Pour 55% des Français, le relief représente l'avenir de la télévision.**

Les principaux freins restent le coût élevé de l'équipement (pour 68%), le port de lunettes (52%) ainsi que l'offre de contenus encore peu étoffée (pour 29%).

Pour préciser : alors que les hommes sont plus sensibles aux barrières technologiques (offre de contenus...), les femmes s'interrogent sur les aspects matériels (port de lunettes, taille trop importante de l'équipement) et sur les possibles effets néfastes sur la santé.

Sébastien Wullems, Directeur radio et cinéma de KR Media, explique : *«Si la 3D à domicile sera à terme un eldorado, à date, le contenu et les technologies posent problème. Une vraie convergence, une standardisation des technologies et une baisse des coûts seront nécessaires pour faciliter l'acte d'achat. Le secteur se cherche encore. »*

A propos de KR Media

KR Media, créée au mois de juin 2004 et dirigée par Bruno Kemoun et Eryck Rebbouh est aujourd'hui la 5^{ème} agence media française (source RECMA).

Contact presse :

Image Sept – Nathalie Feld 01 53 70 74 94 23 – nfeld@image7.fr / Anne Auchatraire 01 53 70 74 68 – aauchatraire@image7.fr /