

Le 14 novembre 2014

# Les jeunes et le cinéma

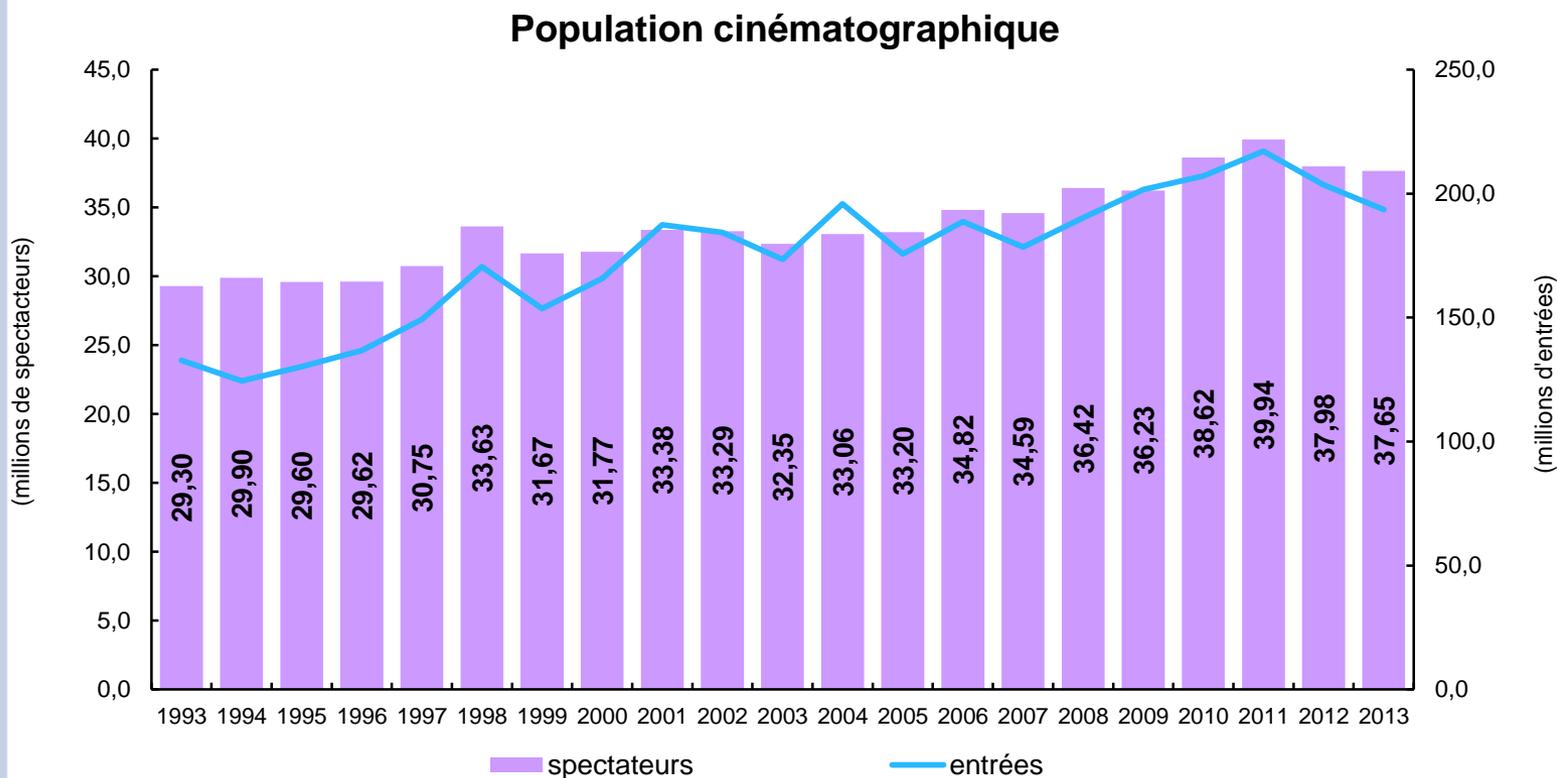
Benoît DANARD

Directeur des études, des statistiques et de la prospective



# Nombre de spectateurs

- **En 2013 : 37,65 millions de spectateurs**
- **Un spectateur est allé en moyenne 5,1 fois au cinéma en 2013**
- **64,3 % de la population est allé au cinéma en 2013**



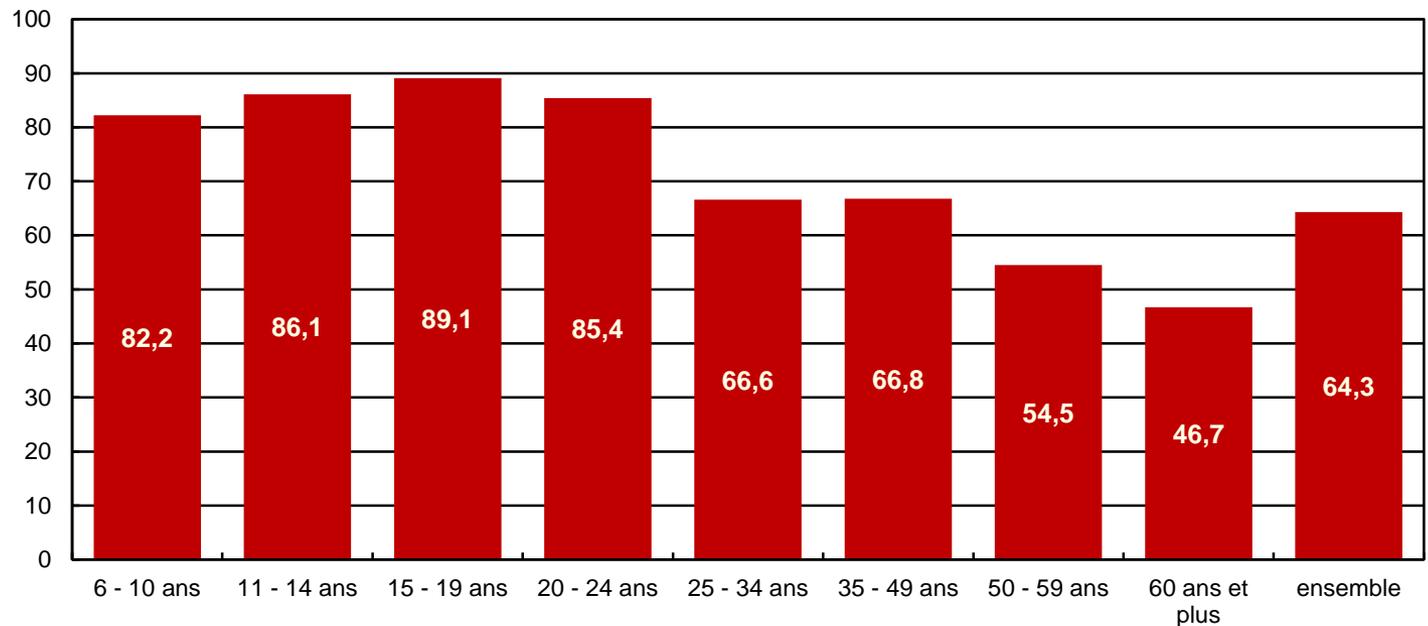
Source : Médiamétrie,  
*75000 cinéma*

Cible : 6 ans et plus

# Pénétration par tranche d'âge

- Plus de 80 % des moins de 25 ans vont au cinéma au moins une fois par an en 2013

Pénétration du cinéma selon l'âge en 2013 (% de la population)



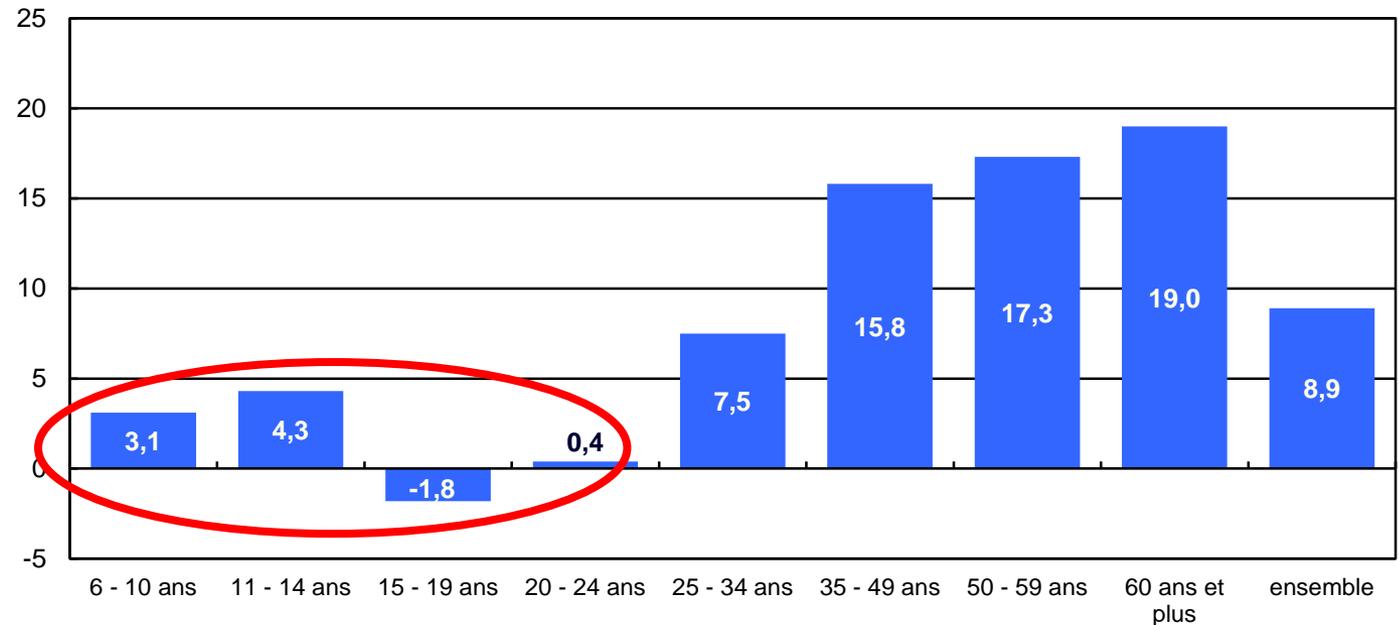
Source : Médiamétrie,  
75000 cinéma

Cible : 6 ans et plus

# Pénétration par tranche d'âge

- La pénétration du cinéma progresse davantage chez les plus de 25 ans entre 1993 et 2013

Evolution de la pénétration du cinéma 2013/1993 (points)

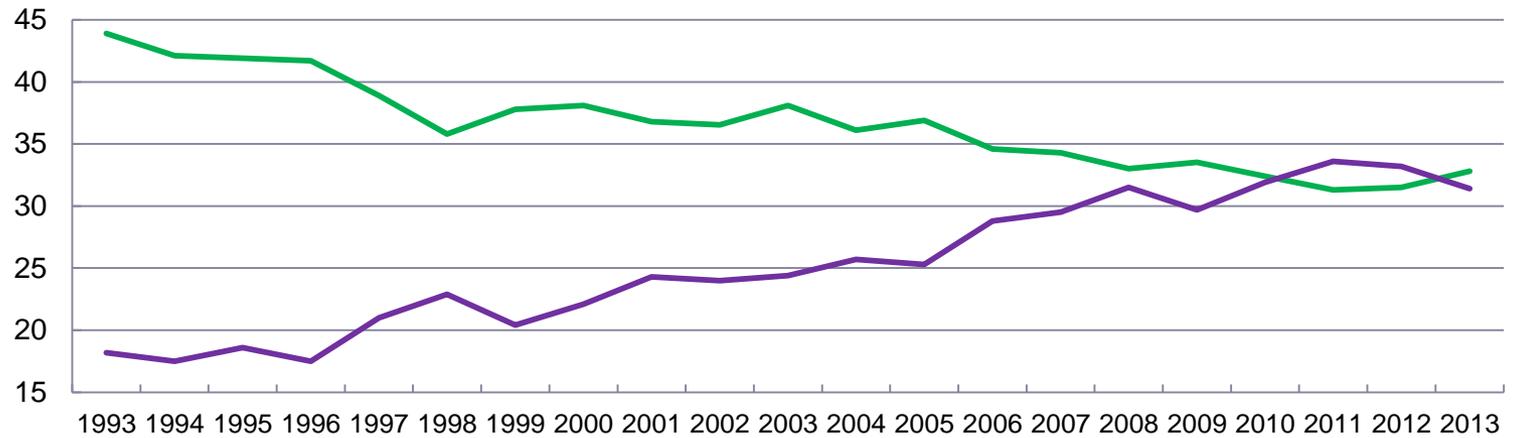


Source : Médiamétrie,  
75000 cinéma

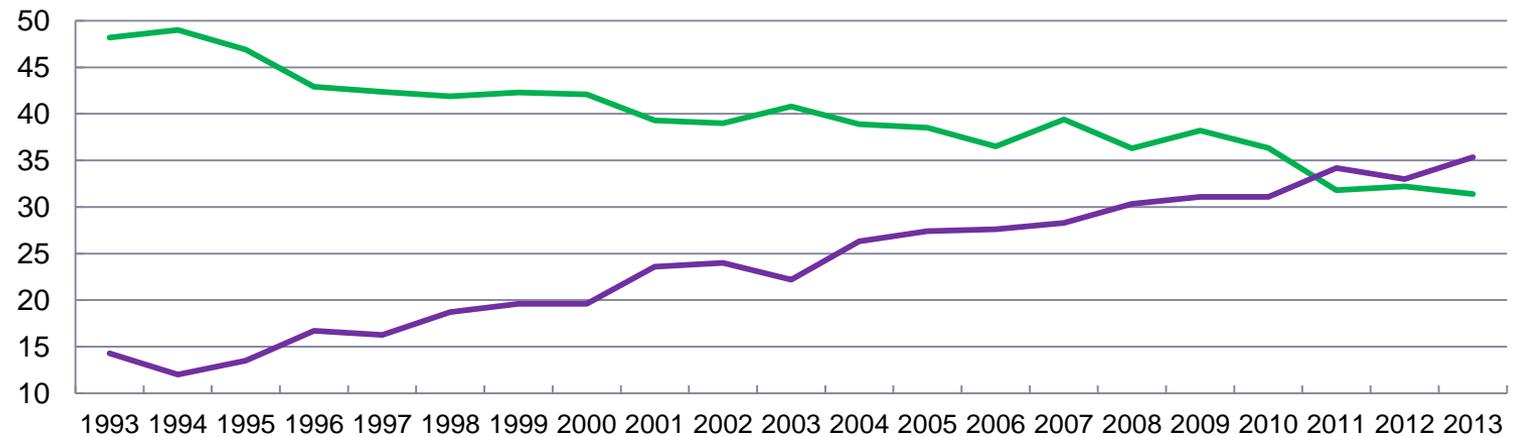
Cible : 6 ans et plus

# Part des jeunes et des seniors

## Part des jeunes et des seniors dans le public (%)



## Part des jeunes et des seniors dans les entrées (%)



— moins de 25 ans      — 50 ans et plus

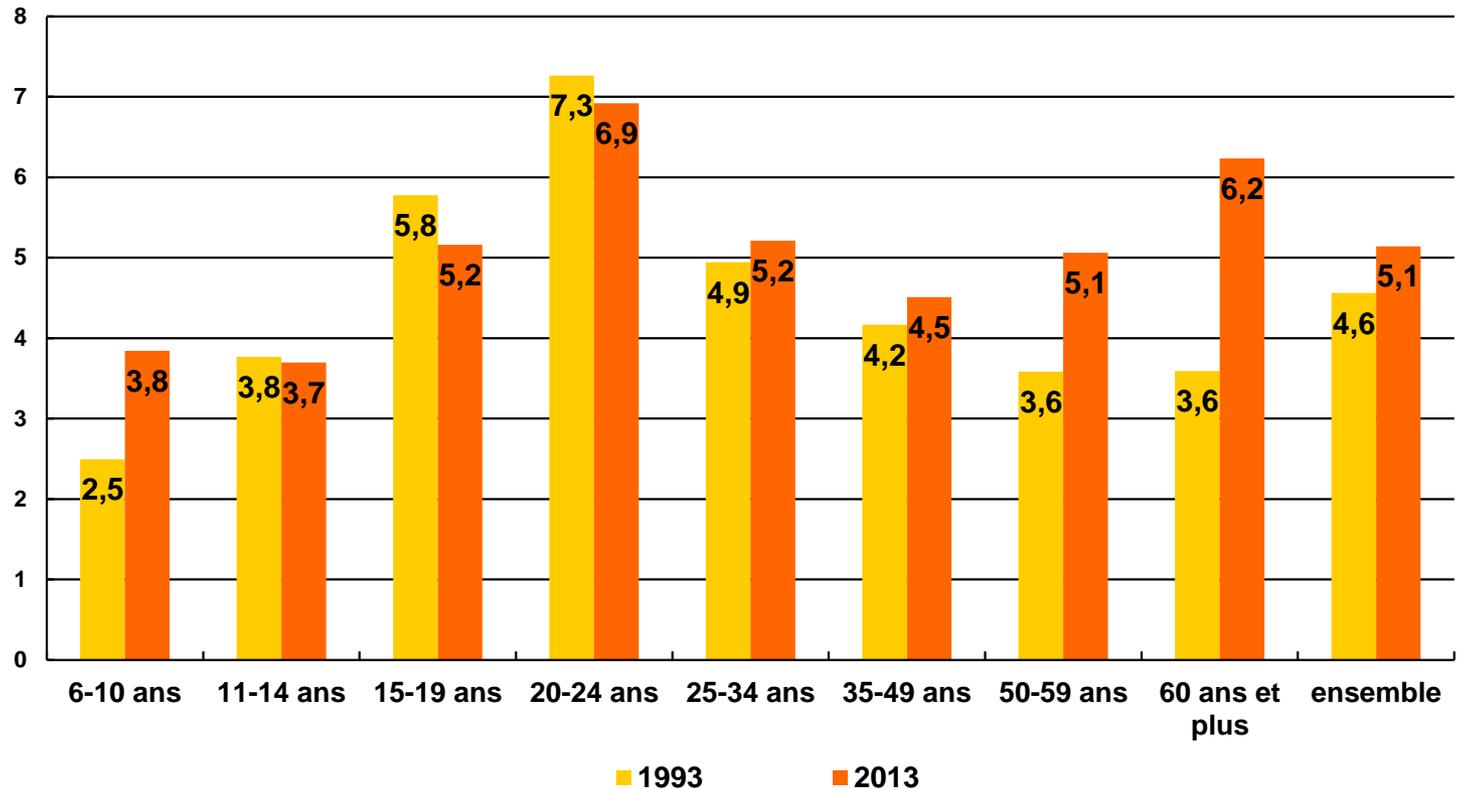
Source : Médiamétrie,  
75000 cinéma

Cible : 6 ans et plus

# Nombre moyen d'entrées

- En 1993, 4,6 entrées étaient enregistrées en moyenne
- En 2013, 5,1 entrées sont enregistrées en moyenne

Nombre moyen d'entrées en salles par tranche d'âge



Source : Médiamétrie,  
75000 cinéma

Cible : 6 ans et plus

# La pratique de la sortie cinéma en 2014



- **Une sortie plus collective :**  
90,9 % des 15-24 ans vont au cinéma à plusieurs en 2014  
38,9 % des jeunes vont au cinéma entre amis, contre 18,8 % pour l'ensemble des spectateurs



- **Une sortie plus spontanée :**  
41,5 % des 15-24 ans décident d'aller au cinéma le jour même de leur sortie, contre 31,9 % pour l'ensemble des spectateurs

22,8 % des jeunes fréquentent les salles le 1<sup>er</sup> week-end de la sortie du film (8,3 % tous spectateurs)

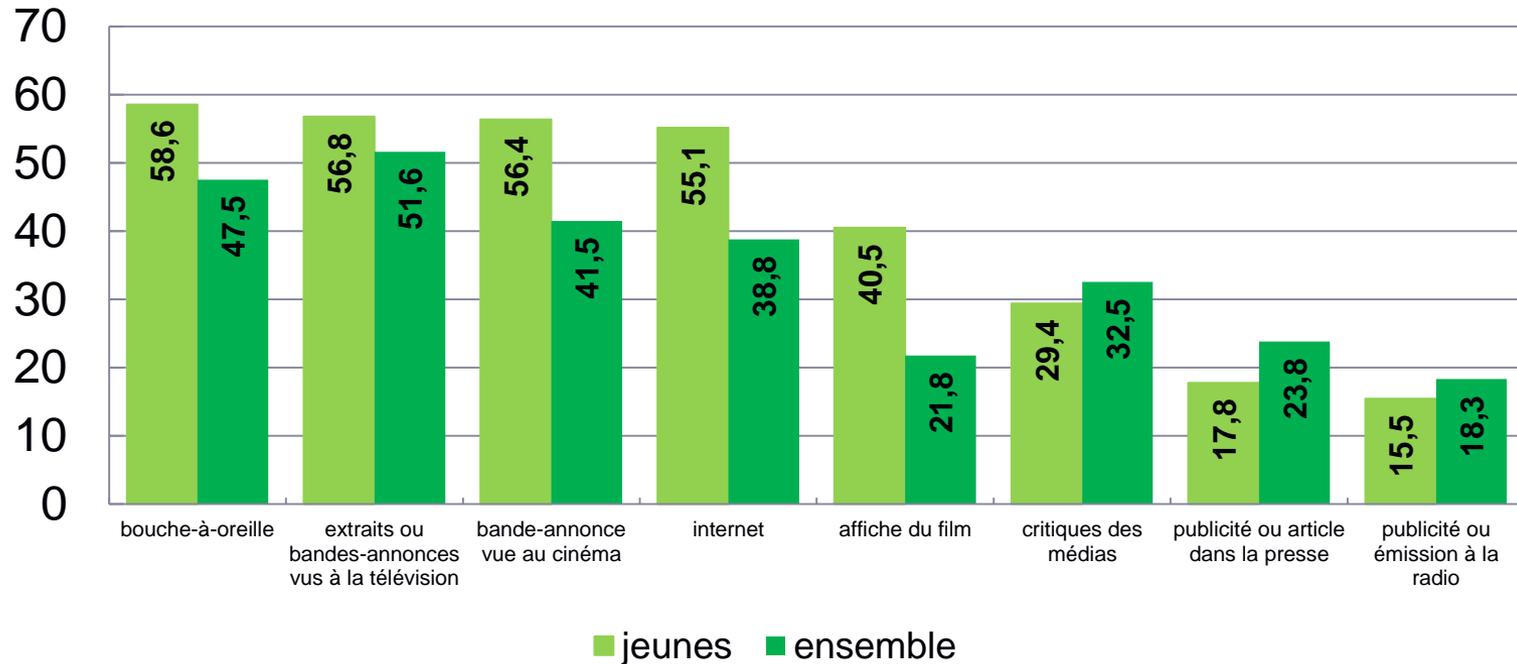


- **Un choix plus spontané:**  
12,7 % des jeunes choisissent le film qu'ils vont voir sur place, contre 6,1 % pour l'ensemble des spectateurs

# Vecteurs d'informations en 2014

- Le bouche-à-oreille est particulièrement important pour les jeunes (58,6 % des 15-24 ans, 47,5 % tous spectateurs)
- Les 15-24 ans sont d'ailleurs 79,9 % à discuter avec leur entourage du dernier film qu'ils ont vu (72,0 % tous spectateurs)

Vecteurs prescripteurs d'information sur les films en 2014 (%)

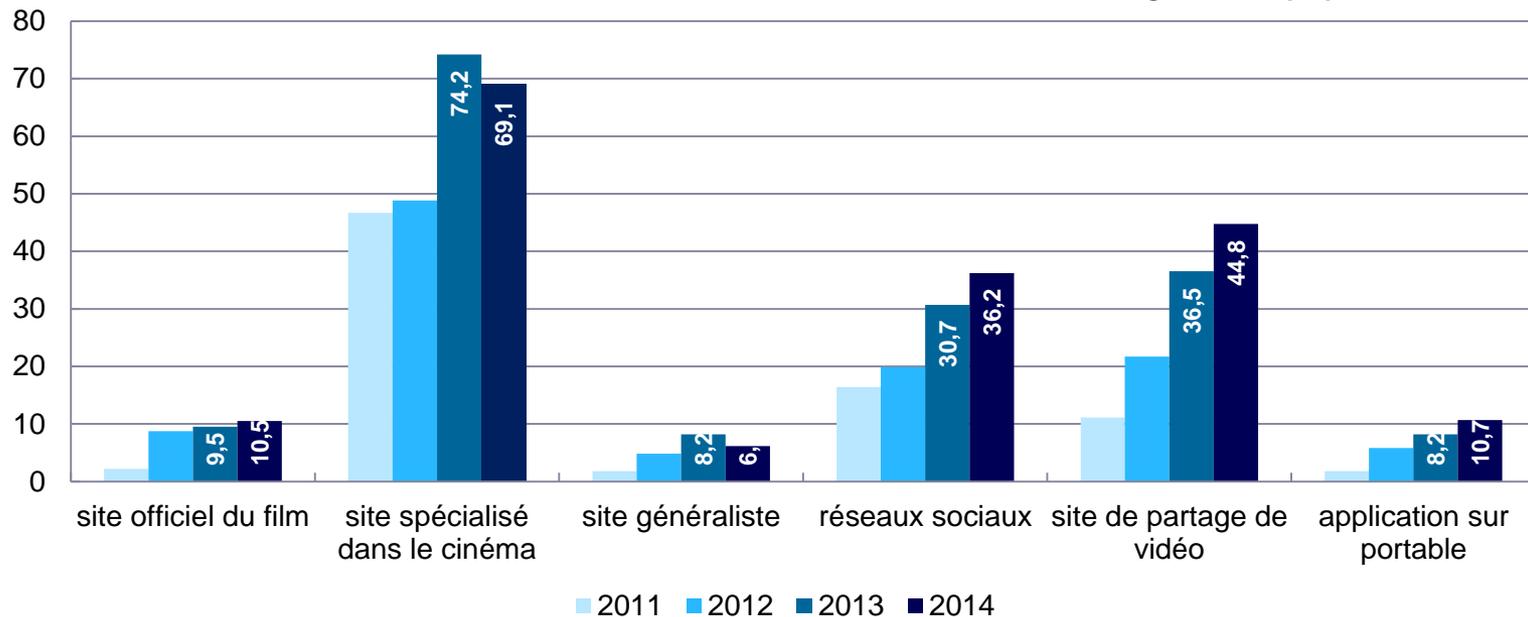


Source : Harris Interactive, *Publixiné*  
 Cible : 15 ans et plus

# L'information sur internet

- Les réseaux sociaux et les sites de partage de vidéo jouent un rôle croissant en 2014 pour s'informer sur la sortie des films :
  - 44,8 % des jeunes pour les sites de partage vidéo
  - 36,2 % des jeunes pour les réseaux sociaux
- 69,1 % des 15-24 ans déclarent s'informer sur la sortie des films avec des sites internet spécialisés en 2014, contre 54,2 % pour l'ensemble des spectateurs

L'information sur les films via internet chez les jeunes (%)



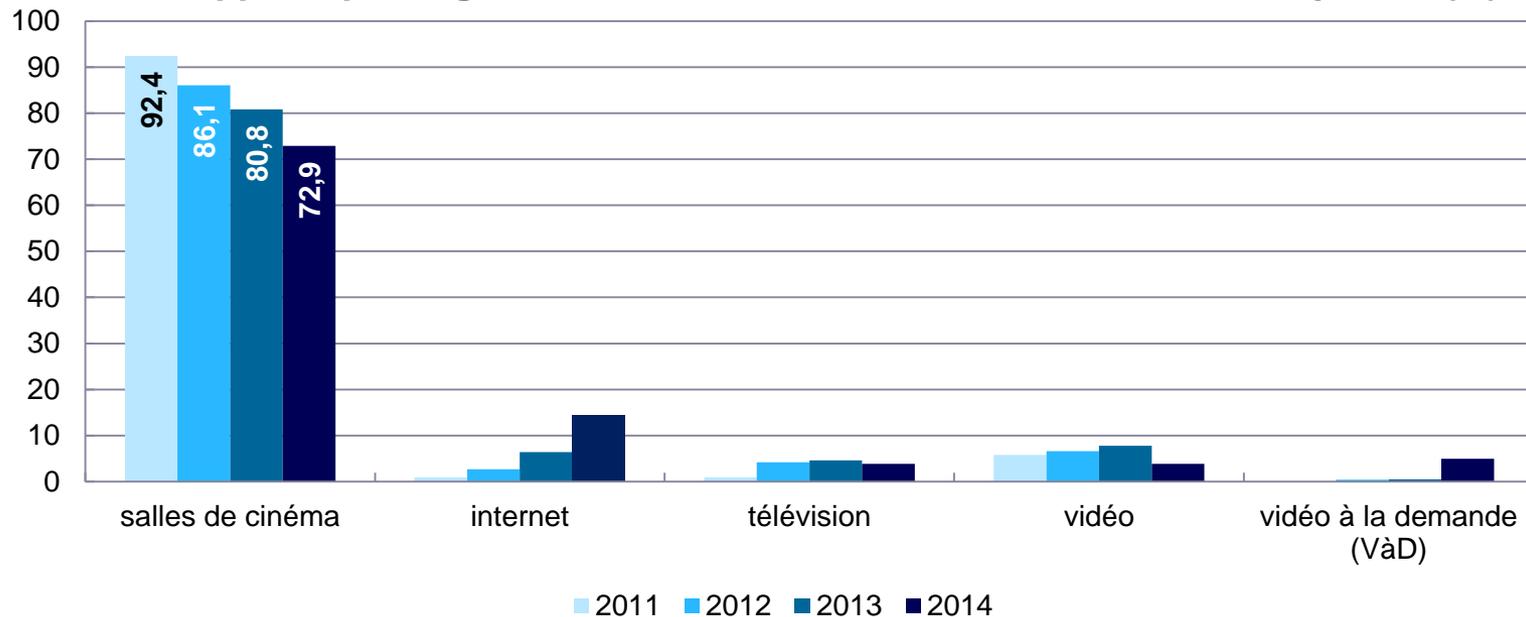
Source : Harris Interactive, *Publixiné*

Cible : 15 ans et plus

# Perception de la salle de cinéma chez les jeunes

- Pour 72,9 % des 15-24 ans la salle de cinéma est le meilleur moyen pour découvrir un film en 2014
- Internet est le deuxième support (14,4 %), en progression depuis 2011

Supports privilégiés de découverte des nouveaux films chez les jeunes (%)



Source : Harris Interactive, Publixiné  
Cible : 15 ans et plus

# Comment les jeunes consomment-ils le cinéma en 2014 ?



- **Une fréquentation plus en soirée :**  
**28,9 % des jeunes fréquentent les salles de cinéma après 21 h (14,5 % tous spectateurs)**



- **Une plus grande fidélité au cinéma :**  
**73,4 % des jeunes fréquentent toujours le même cinéma (66,4 % tous spectateurs)**

# Comment les jeunes consomment-ils le cinéma en 2014 ?



- **Sensibilité plus forte au tarif :**  
les 15-24 ans sont 25,9 % à déclarer que le prix du billet est déterminant dans le choix de la salle, contre 16,9 % de l'ensemble des spectateurs



- **La fête du cinéma, un événement apprécié des jeunes :**  
38,5 % des spectateurs de la fête du cinéma sont des jeunes et 56,3 % estiment que cette manifestation leur a permis de découvrir des films qu'ils ne seraient pas allés voir



- **Acheteurs plus fréquents de confiseries :**  
31,2 % des jeunes achètent du pop corn (16,4 % tous spectateurs), 26,3 % des boissons (12,0 %) et 14,0 % des confiseries (8,5 %)

# Les jeunes et le relief



- **65,9 % des jeunes ont déjà assisté à une projection en relief dans une salle de cinéma en 2014 (46,6 % tous spectateurs)**
- **Un intérêt plus marqué pour la *3D* chez les jeunes : 65,6 % se déclarent intéressés par le relief, contre 58,1 % pour l'ensemble des spectateurs**

# Les réseaux sociaux / cinéma

- Les jeunes, souvent membres des réseaux sociaux :**

	<b>89,6 % des jeunes (67,8 % tous spectateurs)</b>
	<b>40,7 % des jeunes (26,4 %)</b>
	<b>38,5 % des jeunes (19,8 %)</b>
	<b>23,1 % des jeunes (8,4 %)</b>
  
- Les jeunes, plus gros consommateurs de films sur :**

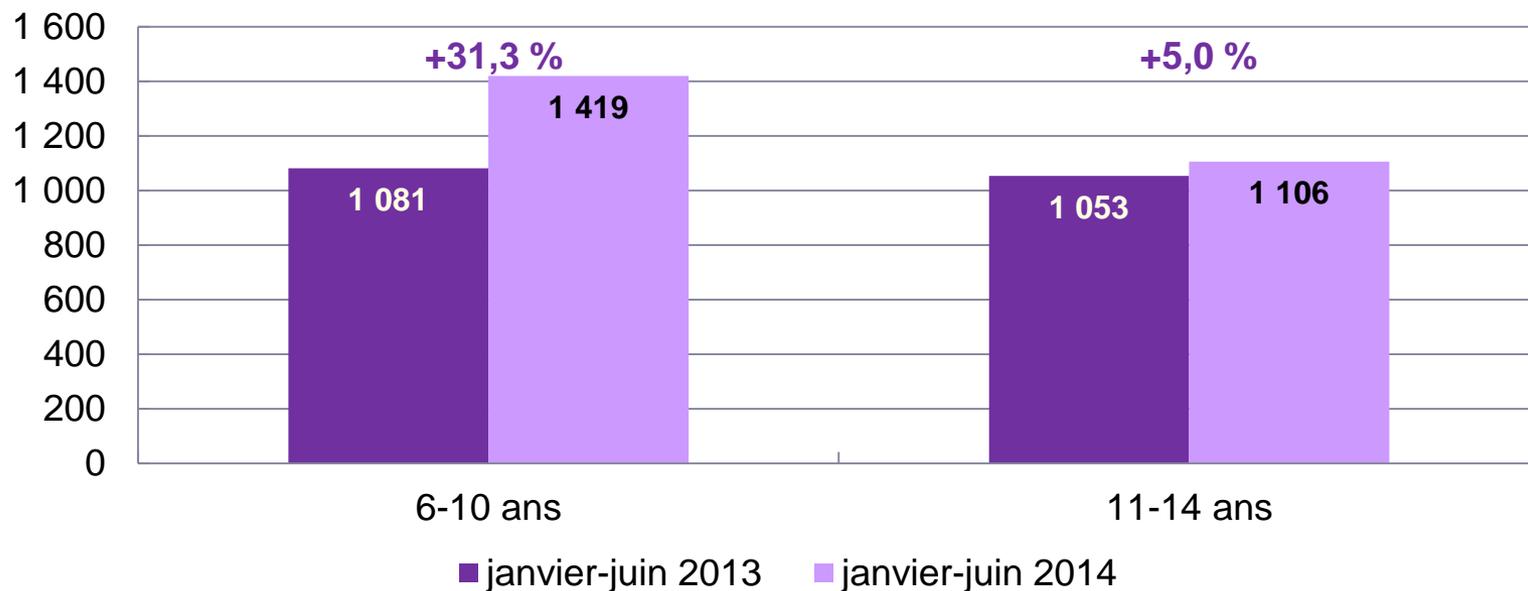
	<b>73,1 % (39,7 % tous spectateurs)</b>
	<b>19,8 % (7,4 %)</b>
  
- Les jeunes, visiteurs des pages  de films :**  
**60,3 % des 15-24 ans ont déjà visité la page  d'un film (27,7 % tous spectateurs), dont 35,9 % ont parfois cliqué sur  (12,9 % tous spectateurs)**
  
- Les jeunes publient sur internet leur avis sur les films :**

	<b>28,0 % l'ont déjà fait sur les RS (15,1 %)</b>
 	<b>16,3 % l'ont déjà fait sur un site (9,2 %)</b>

# Le succès de l'opération à 4 € pour les moins de 14 ans

- Les moins de 14 ans sont plus nombreux à aller au cinéma en janvier-juin 2014 par rapport à la même période de 2013 : +391 000 individus
- Au cours des 6 premiers mois de 2014, 2,5 millions de 6-14 ans sont allés dans les salles (+18,3 %)
- Cette hausse est davantage marquée pour les 6-10 ans (+31,3 %) que pour les 11-14 ans (+5,0 %)

Evolution du nombre de spectateurs de moins de 14 ans (milliers)



Source : Médiamétrie,  
75 000 cinéma

Cible : 6 ans et plus

# Opération à 4 € pour les moins de 14 ans



- **Notoriété en légère progression :**  
**En avril 2014, 50,8 % des spectateurs connaissent l'opération (48,5 % en mars; 49,2 % en janvier)**
- **Une opération très appréciée :**  
**91,0 % des spectateurs de cinéma considèrent ce tarif comme attractif, dont 36,9 % comme « très attractif »**  
  
**Pour 25,0 % des spectateurs, cela permet de découvrir des films qu'ils ne seraient pas allés voir autrement**  
  
**Ce tarif va inciter 37,0 % des spectateurs à aller plus souvent au cinéma avec des enfants**

Source : Harris  
Interactive, *Publixiné*

Cible : 15 ans et plus

**Merci**

