

L'Année Cinéma 2018

Spectateur et Cinéma, une histoire renouvelée

Dans un contexte sportif, météo et social marquant (JO et Coupe du Monde de Football, chaleur estivale et gilets jaunes), l'attrait du cinéma est toujours fort : en 2018, les salles ont accueilli **41,6 millions** de spectateurs, soit plus des **2/3** de la population française. Un nombre élevé qui toutefois se stabilise depuis 2016. Trois genres se sont particulièrement démarqués : les films d'action/aventure/science fiction/fantastique, les comédies et les drames ont engrangé, à eux seuls, plus des **2/3** des **200,5 millions** d'entrées réalisées sur l'année.

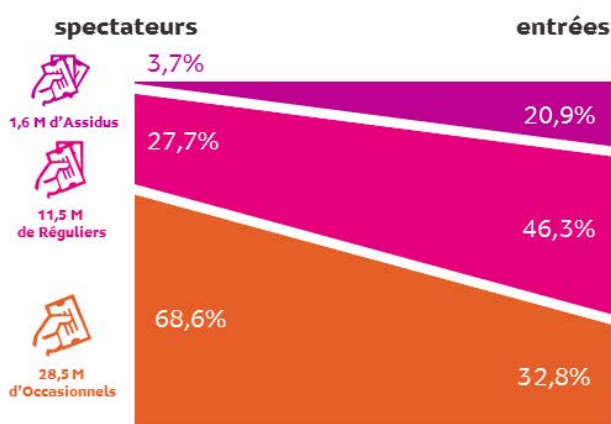
« Une performance renouvelée pour une année cinématographique pourtant bousculée par la progression de nombreuses pratiques numériques, comme la SVoD par exemple, qui a séduit 1/3 des spectateurs cinéma en 2018 », déclare Marine Boulanger, Directrice du Pôle Cinéma & Entertainment de Médiamétrie.

La sortie cinéma, une expérience unique et immersive

Bien qu'un peu plus âgé qu'auparavant, le spectateur cinéma a en moyenne **39,3 ans**. Ce qui fait du 7^{ème} art le plus jeune des médias.

Le spectateur cinéma se rend en moyenne près de 5 fois par an (**4,8**) dans une salle obscure et pour certains la sortie cinéma est un rituel incontournable et fréquent. Ainsi, les spectateurs assidus, qui ne représentent que **3,7%** des spectateurs mais vont au cinéma plus d'une fois par semaine, réalisent à eux seuls **20,9%** des entrées. Quant aux spectateurs réguliers, qui fréquentent les salles au moins une fois par mois, ils pèsent plus de **46%** des entrées.

3 grandes catégories de spectateurs cinéma



200,5 M d'entrées en 2018

42,1 M d'entrées

92,6 M d'entrées

65,8 M d'entrées

4,8

entrées en moyenne par spectateur et par an

Les spectateurs **assidus** déclarent aller au cinéma au moins une fois par semaine
Les spectateurs **réguliers** déclarent aller au cinéma au moins une fois par mois mais moins d'une fois par semaine
Les spectateurs **occasionnels** déclarent aller au cinéma au moins une fois dans l'année

Source : Médiamétrie - 78 000 Cinéma - Janvier-Février 2019 - Univers de l'étude : Ensemble des individus 3+ - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



L'Année Cinéma 2018 : Spectateur et Cinéma, une histoire renouvelée

Attiré par des salles de plus en plus innovantes et offrant toujours plus de services (espaces détente, snacking ...), le spectateur cinéma anticipe et prépare sa sortie : ainsi l'achat de billet en ligne progresse et représente même près du quart des ventes de billets pour la grande exploitation.

Puis, profitant de la répartition des salles sur l'ensemble du territoire, le spectateur, qu'il soit en voiture, en transports en commun, à pied ou en deux roues, n'est jamais très loin d'un des **2000 cinémas** que compte l'hexagone ; il existe cependant des particularités selon les régions : quand en moyenne **63%** des spectateurs vont au cinéma en voiture, **71%** des Parisiens privilégient les transports en commun et **20%** d'entre eux s'y rendent même à pied.

Arrivé à destination, plus d'un spectateur sur deux (**56%**) s'offre une confiserie ou une boisson à déguster avant ou pendant sa séance.

Au global, les spectateurs cinéma continuent d'attribuer aux salles qu'ils fréquentent une note de satisfaction très élevée : **7,8/10** en 2018. Cette note s'élève même à **8/10** pour les moins de 25 ans.

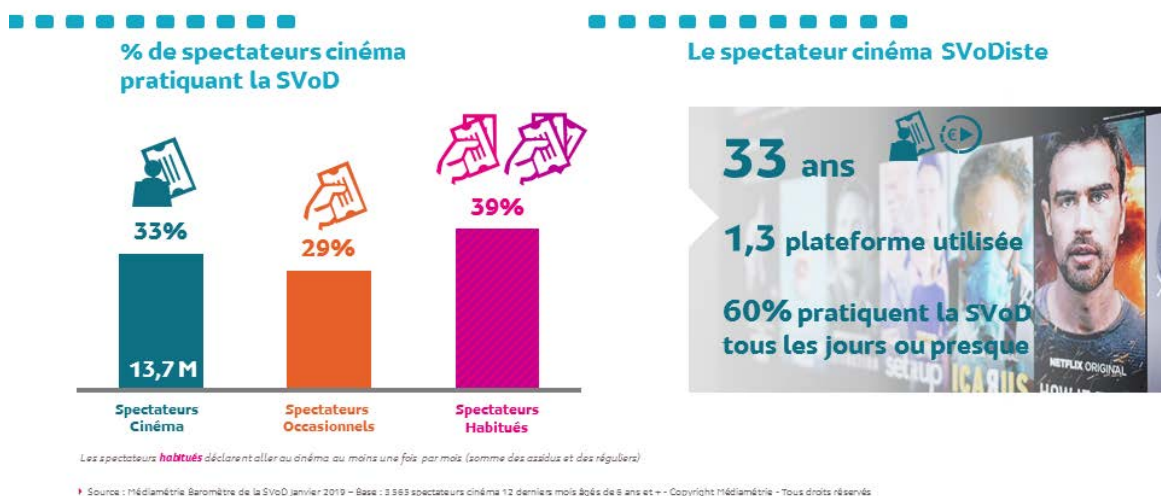
Les spectateurs cinéma dans la dynamique de la SVoD

Si le nombre de spectateurs cinéma reste stable dans le temps, un tiers d'entre eux pratiquent désormais la SVoD en 2018. Fans de contenus, **60%** de ces spectateurs SVoDistes se rendent sur leur plateforme tous les jours ou presque.

Les spectateurs cinéma SVoDistes sont engagés : **96%** envisagent de poursuivre leur utilisation d'un service SVoD pour les 6 prochains mois. Ils sont également satisfaits puisqu'ils attribuent une note de **8,3/10** à la plateforme qu'ils fréquentent.

Enfin, **8%** des spectateurs cinéma qui ne sont pas encore SVoDistes envisagent de le devenir prochainement.

1/3 des spectateurs cinéma ont adopté la SVoD



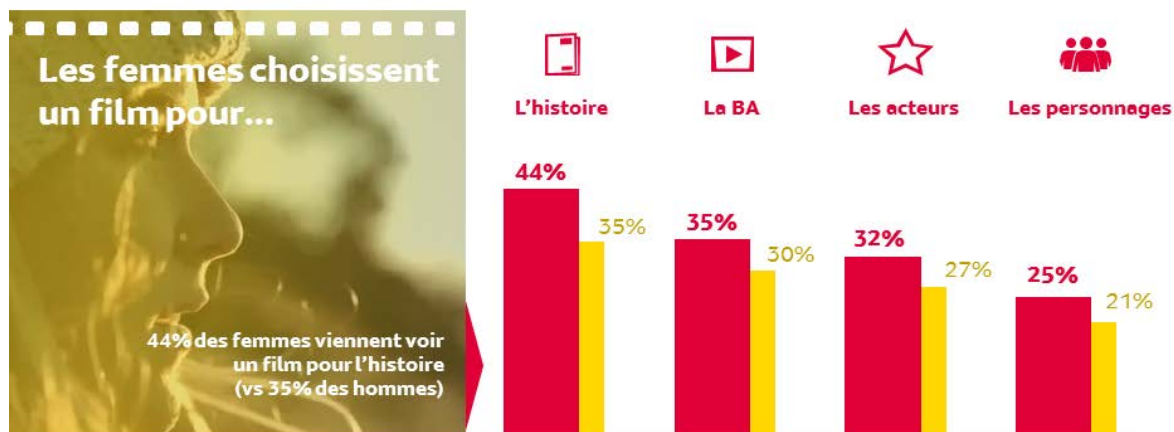
Si la SVoD est une pratique qui s'installe petit à petit, elle ne s'apparente toutefois pas à l'expérience cinéma, historiquement synonyme d'émotions, de plaisir et d'immersion pour les spectateurs.

Zoom sur des spectatrices cinéphiles, audacieuses et averties

Les femmes investissent aujourd'hui de nouveaux genres, tels que les films d'action et d'aventure, les films fantastiques et de science fiction, ainsi que, de façon moins attendue, les films d'horreur : leur proportion dans le public de ces films s'est accrue de **22%** depuis 2006. Elles continuent néanmoins de privilégier les comédies, les drames, les comédies dramatiques et les films d'animation, qu'elles partagent en famille ou entre ami.e.s.

44% des femmes choisissent un film avant tout pour l'histoire (vs 35% des hommes). **35%** d'entre elles sont sensibles à la Bande Annonce qui peut également influencer leur choix. Et ce choix est large puisque le cinéma, c'est 15 nouveaux films chaque semaine, 15 contenus exclusifs, pour une histoire renouvelée, tout au long de l'année, entre le 7^{ème} art et son public.

Pourquoi les femmes vont-elles voir un film ?



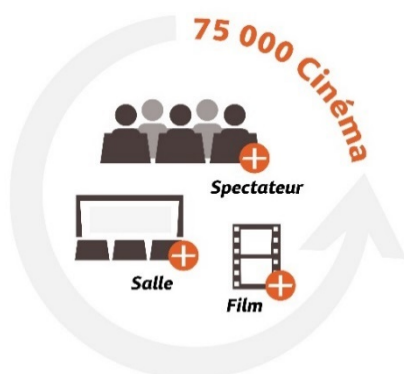
Source : Médiamétrie - 73000 Cinéma - Observatoire du Public des Films - janvier-Décembre 2018 - Base : Spectateurs cinéma 12 derniers mois 3e - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



L'Année Cinéma 2018 : Spectateur et Cinéma, une histoire renouvelée

L'étude 75 000 Cinéma



Depuis janvier 2016, Médiamétrie a enrichi son dispositif d'études pour l'ensemble des acteurs du marché du cinéma. La 75 000 Cinéma couvre l'ensemble du parcours du spectateur et de la vie d'un film. L'étude hebdomadaire propose une analyse complète sur le spectateur de 3 ans et +, la salle où il s'est rendu, les films qu'il a vus ou encore ceux qu'il a l'intention d'aller voir.

L'étude Global SVoD

L'étude Global SVoD repose sur 3 piliers :

- Les volumétries de la SVoD
- Les comportements à l'égard de la SVoD
- L'audience mensuelle des contenus SVoD

Les résultats des parties « Volumétrie » et « Comportements » sont issus d'une étude réalisée en ligne (CAWI) du 10 au 30 janvier 2019 auprès de 4 530 internautes âgés de 6 ans et plus.

Médiamétrie délivre l'audience mensuelle des contenus SVoD les plus consommés sur ordinateur et smartphone grâce à sa mesure Audience Internet Global.

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias. En 2018, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 102,7 M€.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Facebook : Médiamétrie

Contacts Presse

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr