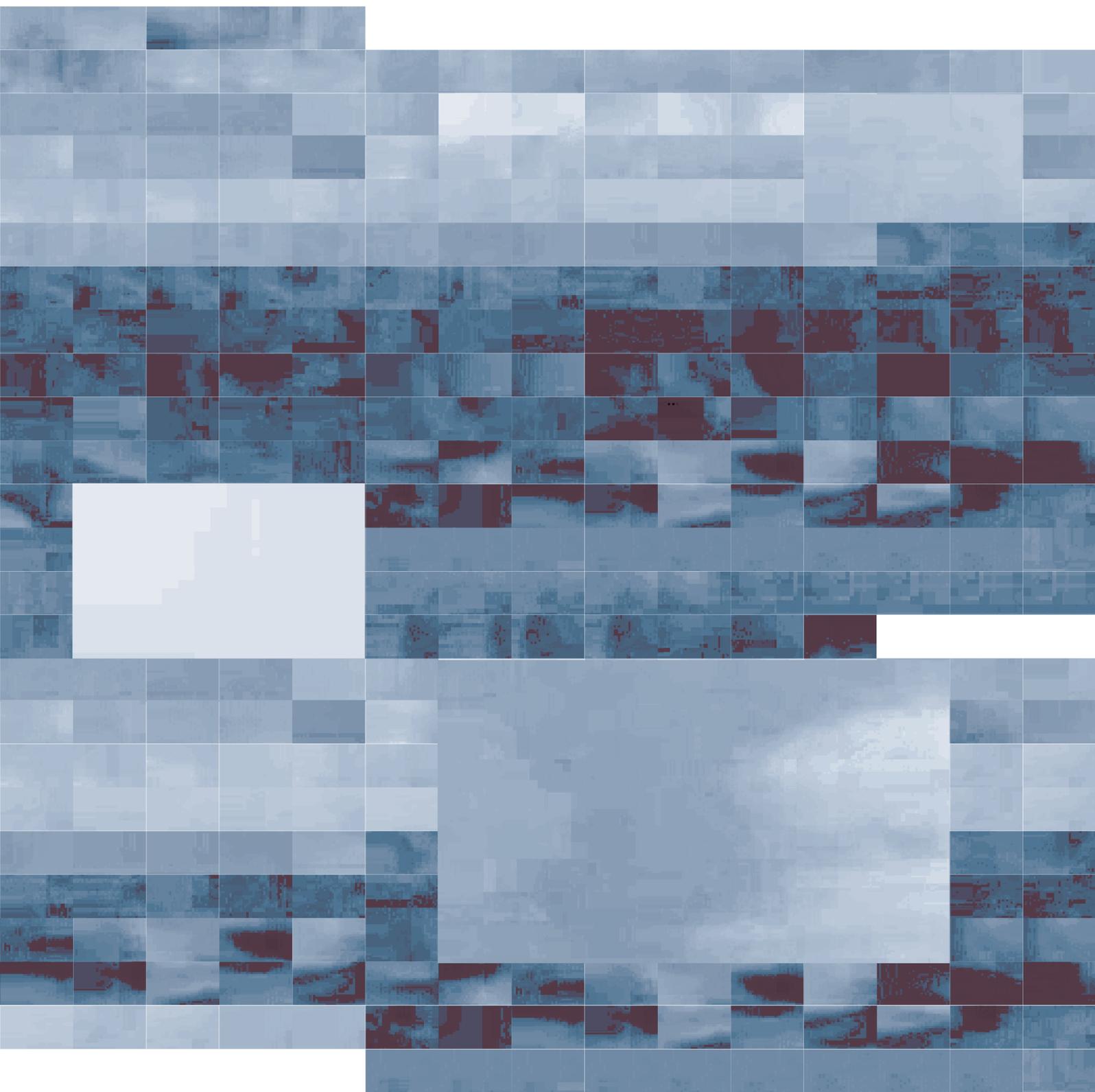




les études du CNC
septembre 2020

Le public du cinéma
en 2019



Le public du cinéma

septembre 2020



Centre national du cinéma et de l'image animée

Direction des études, des statistiques et de la prospective

291 boulevard Raspail – 75675 Paris Cedex 14

Tél : 01.44.34.38.26

www.cnc.fr

Cindy Pierron, Benoît Danard

Sommaire

Objectifs et méthodologie	5
Définitions	6
Chiffres-clés	7
Synthèse	8
I. Evolution du public des salles de cinéma	10
A. Evolution de la population cinématographique.....	10
B. Evolution du public selon le genre	11
C. Evolution du public selon l'âge.....	13
a. Les moins de 25 ans	14
b. Les 25-34 ans	15
c. Les 35-49 ans	16
d. Les 50 ans et plus	16
D. Evolution du public selon les catégories socioprofessionnelles.....	18
a. Les catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+).....	18
b. Les catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-).....	19
c. Les inactifs	20
E. Evolution du public selon la taille de l'agglomération de résidence	23
a. Les habitants des zones rurales et des agglomérations de moins de 20 000 habitants.....	23
b. Les habitants des agglomérations de 20 000 à 100 000 habitants	24
c. Les habitants des agglomérations de plus de 100 000 habitants et de Paris	25
F. Evolution du public selon les habitudes de fréquentation	26
a. Les habitués.....	26
b. Les occasionnels.....	27
II. Evolution des pratiques cinématographiques	29
A. La réservation des places de cinéma.....	29
B. L'accès au cinéma	30
C. Les modalités de fréquentation des salles de cinéma	31
D. L'information sur les films	33
E. Le cinéma fréquenté	36
F. Le cinéma en relief	37
G. Les activités et pratiques des spectateurs.....	38

a.	Activités liées au cinéma pratiquées par les spectateurs.....	38
b.	Pratiques culturelles des spectateurs de cinéma.....	38

Objectifs et méthodologie

Le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) réalise depuis de nombreuses années des études approfondies sur le public des salles de cinéma. Cette étude dresse le profil socio-démographique des spectateurs de cinéma, elle évalue la pénétration du média cinéma et elle met en évidence la répétition de la consommation de cinéma au travers des habitudes de fréquentation.

Cette étude dresse également une analyse complète de la diversité des pratiques cinématographiques des Français en fournissant des éléments de réponses à de multiples questions : Comment les spectateurs choisissent-ils d'aller voir un film ? Quels sont les moyens de promotion qui les influencent le plus ? Comment les spectateurs se rendent au cinéma ? Combien de temps mettent-ils ? Y vont-ils à plusieurs ? D'où viennent-ils ? Comment réservent-ils leurs places de cinéma ? Est-ce qu'ils apprécient les services proposés par les salles de cinéma ? Combien de cinémas fréquentent-ils en moyenne ? Quelles sont les pratiques culturelles des spectateurs de cinéma ?

Depuis 2016, cette étude s'appuie sur deux dispositifs d'étude et de mesure de l'audience du cinéma. L'enquête *CinExpert* est réalisée par l'institut Vertigo pour le CNC, Médiavision et Canal+ Régie.

Une étude de cadrage

L'institut Vertigo réalise chaque année, en partenariat avec l'institut TNS Sofres, une enquête de cadrage administrée par téléphone (CATI) auprès de 5 000 individus âgés de 3 ans et plus pendant les mois de janvier et de février afin d'appréhender la pénétration du média cinéma sur l'ensemble de la population, la structure du public et les habitudes de fréquentation cinéma du public de l'année N-1.

La première partie de cette étude présente l'évolution du public du cinéma 12 derniers mois selon des critères socio-démographiques : le genre, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle (CSP), la taille de l'agglomération de résidence et les habitudes de fréquentation. Des critères croisés sont également présentés avec des analyses selon le genre et l'âge d'une part, le genre et la CSP d'autre part. Ces différents critères sont étudiés à partir de quatre indicateurs distincts : le taux de pénétration, la structure du public, la structure des entrées et le nombre moyen d'entrées annuelles par spectateur (*cf. définitions page suivante*).

Une étude hebdomadaire

L'institut Vertigo réalise tout au long de l'année, en partenariat avec l'institut SSI, une étude hebdomadaire en ligne auprès de 2 000 spectateurs 7 derniers jours âgés de 3 ans et plus, pour qualifier chaque semaine le profil du public du cinéma et des films à l'affiche.

Dans la seconde partie de cette étude, sont présentées les pratiques cinématographiques des spectateurs de cinéma, cette enquête hebdomadaire. Outre les informations sur le profil des entrées et des spectateurs, *CinExpert* permet également de poser des questions complémentaires sur les pratiques cinématographiques et culturelles des spectateurs de cinéma âgés de 15 ans et plus et leur appréciation du service cinéma.

Définitions

Population cinématographique

La population cinématographique comprend l'ensemble des individus âgés de 3 ans et plus étant allés au cinéma au moins une fois dans l'année.

Taux de pénétration

Le taux de pénétration du cinéma pour un groupe d'individus est le résultat de l'opération : population cinématographique de ce groupe / population totale de ce groupe.

Structure du public

La part d'un groupe d'individus dans la structure du public est le résultat de l'opération : individus concernés / population cinématographique totale.

En termes de structure du public, chaque individu est comptabilisé avec la même pondération.

Structure des entrées

La part d'un groupe d'individus dans la structure des entrées est le résultat de l'opération : entrées réalisées par les individus concernés / entrées totales.

En termes de structure des entrées, un individu qui va cinquante fois au cinéma dans l'année aura un poids cinquante fois plus élevé que celui qui n'y va qu'une fois.

Nombre moyen d'entrées

Le nombre moyen d'entrées pour un groupe d'individus correspond au nombre moyen d'entrées annuelles d'un individu de la population cinématographique de ce groupe : entrées réalisées par les individus concernés / nombre d'individus concernés.

Habitudes de fréquentation

Les *spectateurs assidus* vont au moins une fois par semaine au cinéma.

Les *spectateurs réguliers* y vont au moins une fois par mois (et moins d'une fois par semaine).

Les *habitués* du cinéma regroupent les assidus et les réguliers.

Les *spectateurs occasionnels* y vont au moins une fois par an (et moins d'une fois par mois).

Catégories socioprofessionnelles

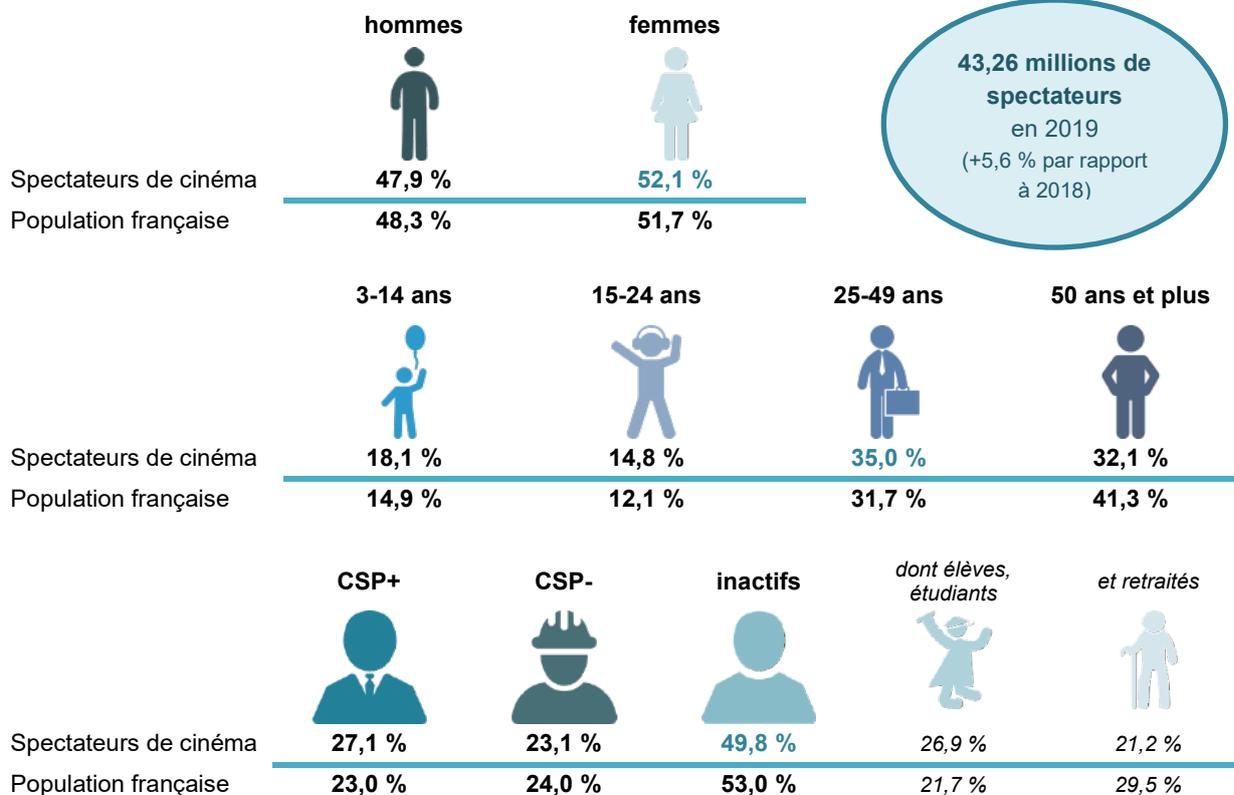
Les *CSP+* désignent les individus exerçant une profession de catégorie supérieure : agriculteurs exploitants, artisans, commerçants, chefs d'entreprises, cadres et professions intellectuelles supérieures, professions intermédiaires.

Les *CSP-* désignent les individus exerçant une profession de catégorie inférieure : ouvriers et employés.

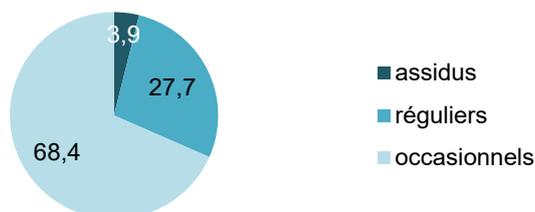
Les *inactifs* désignent les individus n'exerçant pas d'activité professionnelle : retraités, élèves et étudiants, personnes sans emploi.

Chiffres-clés

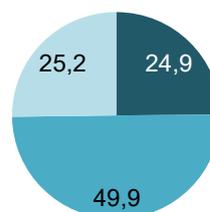
Le public en 2019



structure du public (%)



structure des entrées (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Les pratiques cinématographiques en 2020

Fréquentation des salles

seul(e)



22,2 %

en couple



36,7 %

en famille



22,8 %

entre amis ou collègues



18,3 %

86,2 % des spectateurs qui vont au cinéma **viennent de leur domicile**

88,2 % des spectateurs se rendent au cinéma en **moins de 30 minutes**

La **bande-annonce vue au cinéma** : premier vecteur d'information incitant le public à aller voir un film (56,3 %)

La **salle de cinéma** demeure le meilleur moyen pour **découvrir un film** (82,1 %)

82,8 % des spectateurs déclarent toujours aller dans le **même cinéma**

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Synthèse

Le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) réalise chaque année une étude approfondie sur le public des salles de cinéma.

Progression du nombre de spectateurs en 2019

L'année 2019 compte davantage de spectateurs qu'en 2018. 43,3 millions d'individus âgés de 3 ans et plus sont allés au moins une fois au cinéma dans l'année (41,0 millions en 2018). La population cinématographique compte 2,286 millions d'individus de plus qu'en 2018 (+5,6 %). La population cinématographique représente 68,8 % de la population totale des 3 ans et plus en 2019, contre 65,3 % en 2018. Plus des deux tiers des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2019. Chaque spectateur s'est rendu, en moyenne, 4,9 fois dans les salles de cinéma au cours de l'année 2019 (comme en 2018 et 2017).

Les jeunes de moins de 25 ans sont plus nombreux à aller au cinéma...

Représentant un peu plus du quart de la population totale en 2019, les moins de 25 ans constituent la tranche d'âge la plus consommatrice de cinéma. Le nombre de spectateurs de moins de 25 ans progresse de 5,0 % en 2019 pour atteindre 14,2 millions d'individus. Le cinéma touche davantage de jeunes en 2019 qu'en 2018 : 83,8 % des moins de 25 ans, contre 79,7 % l'année précédente. En 2019, la pénétration du cinéma progresse chez les 3-10 ans (+9,2 points), chez les 11-14 ans (+1,6 point) et chez les 15-19 ans (+2,9 points), mais diminue pour les 20-24 ans (-1,2 point).

...mais ils y vont moins souvent

Les moins de 25 ans qui vont au cinéma s'y rendent moins régulièrement en 2019, notamment les 3-10 ans (3,9 entrées, contre 4,2 entrées en 2018), les 11-14 ans (3,8 entrées par an, contre 4,2 entrées en 2018) et les 20-24 ans (4,9 entrées par an, contre 5,6 entrées en 2018). Seuls les 15-19 ans ont fait progresser leur fréquentation en 2019 avec 5,1 entrées au cours de l'année contre 3,7 entrées l'année précédente. Pour la troisième année consécutive en 2019, les 60 ans et plus (6,4 entrées) enregistrent un nombre moyen d'entrées annuel plus élevé que celui des moins de 25 ans.

Les seniors représentent la population cinématographique qui génèrent le plus d'entrées

La part des seniors (50 ans et plus) dans le public du cinéma perd 0,7 point et celle des moins de 25 ans 0,2 point. La part des seniors (32,1 %) demeure inférieure à celle des moins de 25 ans (32,9 %) dans le public du cinéma en 2019. En revanche, les seniors réalisent 38,7 % des entrées en salles en 2019, tandis que les jeunes n'en réalisent que 29,2 %.

Le taux de pénétration du cinéma chez les seniors est inférieur à celui des autres tranches d'âge. Cependant, entre 2018 et 2019, la pénétration du cinéma est stable chez les 50-59 ans (63,1 % en 2019) et progresse chez les 60 ans et plus de 1,7 point (48,8 % en 2019). En 2019, les 50-59 ans enregistrent un nombre moyen d'entrées à 5,3 entrées en moyenne et les 60 ans et plus à 6,4 entrées devant les autres tranches d'âges.

Le nombre de spectateurs habitués progresse en 2019

Les habitués (spectateurs réguliers et assidus), qui représentent 31,6 % de la population cinématographique (13,66 millions de spectateurs en 2019, soit +7,4 % par rapport à 2018), réalisent 74,8 % des entrées en 2019 (159,32 millions d'entrées, soit +21,7 % par rapport à 2018).

En 2019, le nombre de spectateurs occasionnels progresse de 4,8 % dans une population cinématographique totale en hausse de 5,6 %. Il atteint 29,60 millions de spectateurs (28,25 millions en 2018). Les occasionnels composent ainsi 68,4 % du public en 2019, contre 69,0 % en 2018. Ils génèrent 25,2 % de la fréquentation des salles en 2019, soit 53,70 millions d'entrées.

Une sortie culturelle qui demeure collective et rapidement accessible

En 2020, 86,2 % des spectateurs qui vont au cinéma viennent de leur domicile. 7,7 % d'entre eux déclarent cependant s'y rendre depuis un restaurant ou un café. 88,2 % des spectateurs se rendent au cinéma en moins de 30 minutes. Pour l'ensemble des spectateurs, le cinéma est une pratique collective. Lors de leur dernière sortie au cinéma, 77,8 % des Français y sont allés à plusieurs en 2020 dont 36,7 % en couple et 41,1 % entre amis ou en famille. Les assidus se démarquent : 29,4 % d'entre eux déclarent s'y être rendus seuls, contre 22,2 % pour l'ensemble des spectateurs.

La bande-annonce vue au cinéma demeure la première source d'information

En 2020, la bande-annonce vue au cinéma demeure la première source d'information incitant le public à aller voir un film. Elle est citée par 56,3 % des personnes interrogées. Son impact est plus important auprès des spectateurs assidus (64,9 % en 2020). Dans une moindre mesure, l'affiche du film (33,9 % en 2020) est la deuxième source d'information avec une influence particulièrement élevée chez les Franciliens (42,0 %), notamment du fait de l'affichage urbain qui est très utilisé par les distributeurs à Paris, mais peu dans les grandes villes en régions. La bande-annonce vue à la télévision (28,4 % en 2020) occupe la troisième place des sources d'information ayant le plus d'impact auprès des spectateurs et notamment des spectateurs réguliers (32,3 %).

La qualité des équipements et services mise en avant par les spectateurs

En 2020, le taux de satisfaction est très élevé pour la plupart des critères sur lesquels ils sont interrogés et tout particulièrement sur les critères techniques liés à la qualité de diffusion des films : 98,9 % de satisfaction pour la qualité du son, 97,6 % pour la taille de l'écran et 97,4 % pour la qualité de la projection. Ces appréciations diffèrent peu selon les tranches d'âge, catégories socioprofessionnelles, lieux de résidence ou habitudes de fréquentation.

I. Evolution du public des salles de cinéma

L'objectif de cette première partie est de mettre en évidence les tendances socio-démographiques qui caractérisent le public des salles. Elle évalue la place du cinéma pour toutes les catégories de population : les jeunes, les seniors, les hommes, les femmes, les cadres, les ouvriers, etc.

A. Evolution de la population cinématographique

L'année 2019 compte davantage de spectateurs qu'en 2018. 43,3 millions d'individus âgés de 3 ans et plus sont allés au moins une fois au cinéma dans l'année (41,0 millions en 2018). La population cinématographique compte 2,286 millions d'individus de plus qu'en 2018 (+5,6 %). La population cinématographique représente 68,8 % de la population totale des 3 ans et plus en 2019, contre 65,3 % en 2018. Plus des deux tiers des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2019. Chaque spectateur s'est rendu, en moyenne, 4,9 fois dans les salles de cinéma au cours de l'année 2019 (comme en 2018 et 2017).

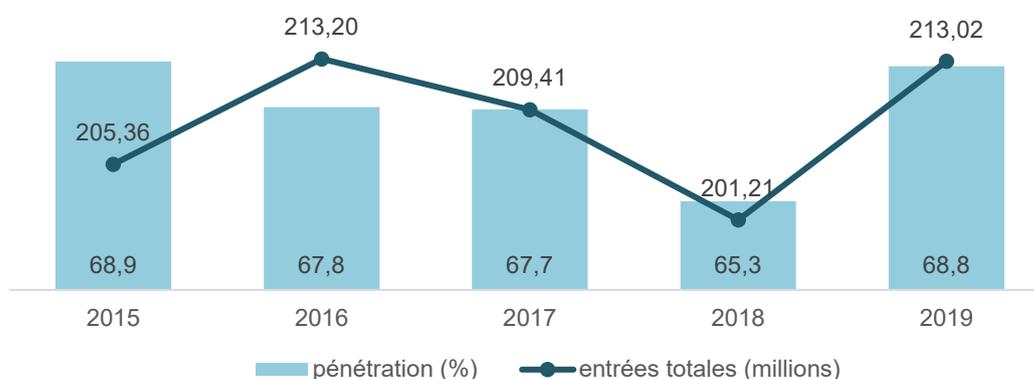
Population cinématographique

	population totale (millions)	spectateurs (millions)	pénétration (%)	entrées totales (millions)	entrées moyennes par spectateur
2015	61,53	42,43	68,9	205,36	4,8
2016	62,66	42,46	67,8	213,20	5,0
2017	62,89	42,58	67,7	209,41	4,9
2018	62,74	40,97	65,3	201,21	4,9
2019	62,85	43,26	68,8	213,02	4,9

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

En 2019, les entrées en salles progressent de 5,9 % par rapport à 2018, pour atteindre 213,02 millions d'entrées. La fréquentation observée en 2019 atteint un niveau particulièrement élevé, le deuxième plus haut au cours des cinq dernières années et le troisième plus haut niveau depuis 1966. Plusieurs films ont massivement séduit le public en 2019. 22 films dépassent les 2 millions d'entrées (comme en 2018) et sept d'entre eux dépassent les 4 millions (cinq en 2018), parmi les lesquels un film français : *Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu ?* (6,71 millions d'entrées au 31 décembre 2019).

Taux de pénétration du cinéma et entrées en salles



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

B. Evolution du public selon le genre

La population française âgée de trois ans et plus est majoritairement composée de femmes. Sur la période 2015-2019, les femmes représentent plus de 51 % de l'ensemble de la population. Cette répartition génère une présence féminine prépondérante au sein du public des salles.

Le taux de pénétration du cinéma fait généralement apparaître une prépondérance masculine, signifiant que les hommes sont proportionnellement plus nombreux à se rendre au cinéma. Entre 2015 et 2017, la part des hommes allant au moins une fois au cinéma au cours d'une année dans l'ensemble de la population masculine est plus élevée que la part des spectatrices dans l'ensemble de la population féminine. Depuis 2018, la pénétration du cinéma est légèrement plus forte au sein de la population féminine. En 2019, 69,4 % des femmes de 3 ans et plus sont allées au moins une fois au cinéma en 2019 (65,5 % en 2018), contre 68,3 % des hommes (65,1 % en 2018).

En 2019, les hommes ont un niveau de fréquentation (5,4 entrées annuelles en moyenne) supérieur à celui des femmes (4,5 entrées). Depuis 2006, le nombre moyen d'entrées par spectatrices recule sensiblement (une entrée de moins par spectatrice sur la période) tandis qu'il progresse pour les hommes (+0,9 entrée).

Population cinématographique des femmes

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	51,6	51,6	51,6	51,7	51,7
taux de pénétration (%)	68,5	67,7	67,2	65,5	69,4
structure du public (%)	51,3	51,6	51,3	51,9	52,1
structure des entrées (%)	nd	56,9	54,3	50,9	47,9
nombre moyen d'entrées	nd	5,5	5,2	4,8	4,5

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Population cinématographique des hommes

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	48,4	48,4	48,4	48,3	48,3
taux de pénétration (%)	69,4	67,8	68,2	65,1	68,3
structure du public (%)	48,7	48,4	48,7	48,1	47,9
structure des entrées (%)	nd	43,1	45,7	49,1	52,1
nombre moyen d'entrées	nd	4,5	4,6	5,0	5,4

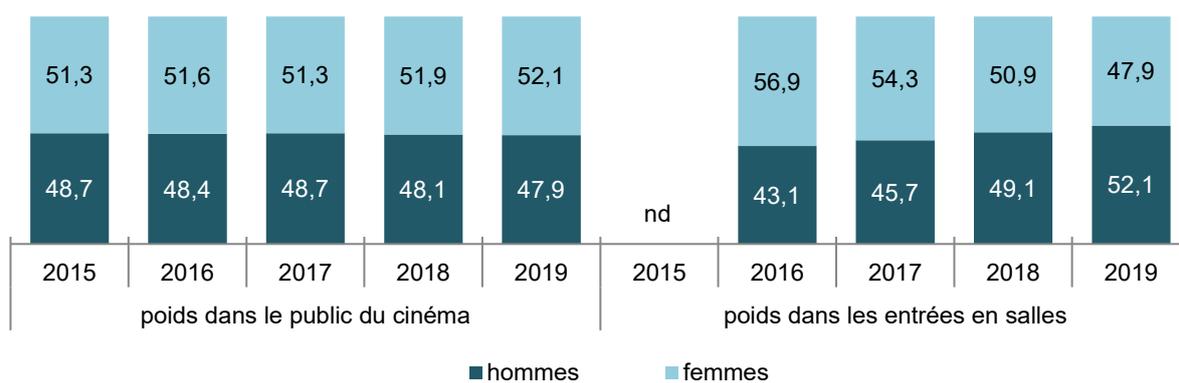
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Les femmes composent 52,1 % du public du cinéma en 2019, soit une part en très légère hausse par rapport à 2018 (51,9 %). Le nombre de spectatrices progresse de 6,2 % entre 2018 et 2019, quand le nombre de spectateurs augmente de 4,9 % dans le même temps.

Malgré la plus forte progression du nombre de spectatrices, les femmes réalisent 47,9 % des entrées en 2019, soit la plus faible part des quatre dernières années. Toutefois, quelques films sortis en salles en 2019 ont attiré plus de spectatrices que de spectateurs, tels que *After - Chapitre 1* (83,9 % d'entrées générées par les femmes), *la Reine des neiges 2* (67,1 %) ou *Nous finirons ensemble* (66,1 %).

Parmi les films ayant attiré un public majoritairement masculin en 2019 se trouvent : *Terminator Dark Fate* (69,9 % d'entrées générées par les hommes), *Le Mans 66* (68,4 %) ou encore *Star Wars, l'ascension de Skywalker* (65,2 %).

Structure du public et des entrées selon le genre (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

C. Evolution du public selon l'âge

En 2019, la part des moins de 25 ans dans la population française est relativement stable (-0,1 point par rapport à 2018). Ils sont toutefois plus nombreux à aller au cinéma. Entre 2018 et 2019, la population cinématographique des 3-24 ans progresse de 680 856 individus.

Les 25-49 ans enregistrent la hausse la plus importante au sein du public du cinéma (+1 174 343 individus, soit +8,4 % entre 2018 et 2019), alors qu'ils diminuent de 0,8 % dans la population française (-156 760 individus).

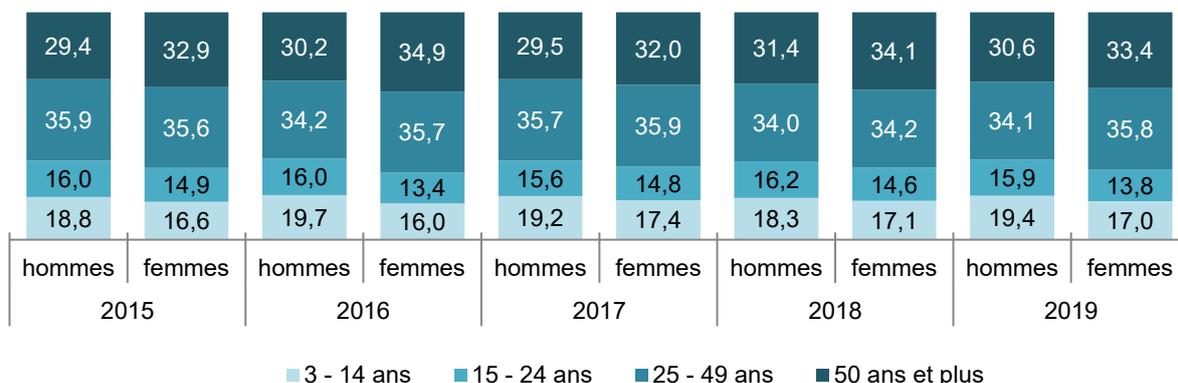
Entre 2018 et 2019, le nombre de spectateurs de 50 ans et plus progresse de 430 487 spectateurs alors que la population totale de cette tranche d'âge augmente de 290 188 individus.

Evolution 2019/2018 selon l'âge

	population française		population cinématographique		entrées	
		%		%		%
3 - 10 ans	-51 685	-0,8	+532 610	+11,9	+401 701	+2,1
11 - 14 ans	+14 526	+0,5	+63 204	+2,3	-982 472	-8,4
15 - 19 ans	+7 749	+0,2	+121 398	+3,6	+5 594 267	+45,4
20 - 24 ans	+7 777	+0,2	-36 356	-1,2	-2 158 103	-13,2
25 - 34 ans	-88 736	-1,2	+207 765	+4,0	+9 268 905	+45,0
35 - 49 ans	-68 023	-0,5	+966 577	+11,1	+5 903 792	+18,1
50 - 59 ans	-38 057	-0,4	-25 749	-0,5	+254 976	+0,9
60 ans et plus	+328 245	+1,9	+456 236	+5,7	-6 473 151	-10,7
total	+111 795	+0,2	+2 285 685	+5,6	+11 809 916	+5,9

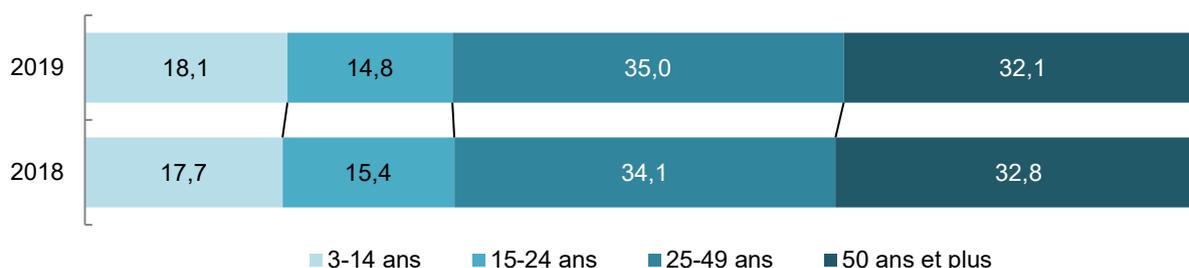
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Structure du public selon le genre et l'âge (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Structure du public selon l'âge (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

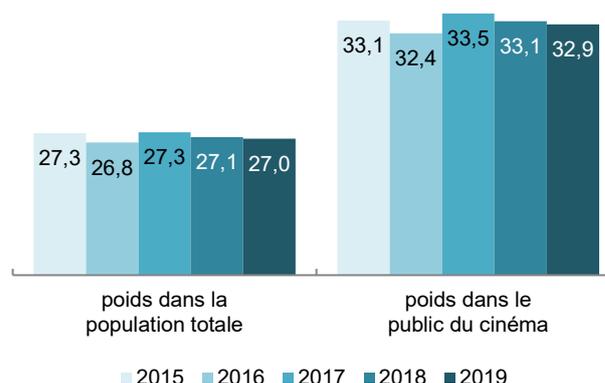
a. Les moins de 25 ans

Entre 2018 et 2019, la part des moins de 25 ans se réduit autant au sein du public du cinéma (-0,2 point) qu'au sein de la population totale (-0,1 point).

Représentant un peu plus du quart de la population totale en 2019, les moins de 25 ans constituent la tranche d'âge la plus attirée par le cinéma. Plus de 70 % des 3-24 ans sont allés au moins une fois par an au cinéma sur la période 2015-2019. Cette part dépasse 90 % en 2015 pour les 15-19 ans. En 2019, la pénétration du cinéma progresse chez les 3-10 ans (+9,2 points), chez les 11-14 ans (+1,6 point) et chez les 15-19 ans (+2,9 points), mais diminue pour les 20-24 ans (-1,2 point). Le cinéma touche davantage de jeunes en 2019 qu'en

2018 : 83,8 % des moins de 25 ans, contre 79,7 % l'année précédente.

Poids des moins de 25 ans dans la population totale et dans le public du cinéma (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Population cinématographique des 3-10 ans

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	10,2	9,9	10,1	9,9	9,8
taux de pénétration (%)	76,1	78,3	79,1	72,2	81,5
structure du public (%)	11,3	11,5	11,8	11,0	11,6
structure des entrées (%)	nd	8,5	9,6	9,4	9,1
nombre moyen d'entrées	nd	3,7	4,0	4,2	3,9

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

La part des moins de 25 ans dans le public du cinéma se réduit très légèrement en 2019. Ils représentent 32,9 % des spectateurs, contre 33,1 % en 2018 mais leur nombre progresse de 5,0 %. Ils sont 14,2 millions à s'être rendus au cinéma (13,6 millions en 2018). Les moins de 25 ans sont à l'origine de 29,2 % des entrées (29,5 % en 2018).

Population cinématographique des 11-14 ans

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	5,2	5,0	5,1	5,1	5,1
taux de pénétration (%)	84,8	86,2	85,8	86,5	88,1
structure du public (%)	6,4	6,3	6,5	6,7	6,5
structure des entrées (%)	nd	5,2	5,7	5,8	5,0
nombre moyen d'entrées	nd	4,1	4,3	4,2	3,8

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Les spectateurs de moins de 25 ans se rendent moins régulièrement au cinéma en 2019, notamment les 3-10 ans (3,9 entrées, contre 4,2 entrées en 2018), les 11-14 ans (3,8 entrées par an, contre 4,2 entrées en 2018) et les 20-24 ans (4,9 entrées par an, contre 5,6 entrées en 2018). Seule la fréquentation des 15-19 ans progresse en 2019 avec 5,1 entrées au cours de l'année contre 3,7 entrées l'année précédente. Pour la troisième année consécutive en 2019, les 60 ans et plus (6,4 entrées) enregistrent un nombre moyen d'entrées annuel plus élevé que celui des moins de 25 ans.

Population cinématographique des 15-19 ans

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	6,2	6,1	6,4	6,3	6,3
taux de pénétration (%)	90,2	88,4	86,2	85,0	87,9
structure du public (%)	8,1	8,0	8,1	8,2	8,1
structure des entrées (%)	nd	11,1	10,0	6,1	8,4
nombre moyen d'entrées	nd	7,0	6,1	3,7	5,1

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Population cinématographique des 20-24 ans

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	5,7	5,8	5,8	5,8	5,8
taux de pénétration (%)	88,6	77,8	83,0	80,8	79,6
structure du public (%)	7,3	6,7	7,1	7,2	6,7
structure des entrées (%)	nd	7,4	9,0	8,1	6,7
nombre moyen d'entrées	nd	5,6	6,2	5,6	4,9

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Les moins de 14 ans

Au global, le nombre de moins de 14 ans à être allés au cinéma progresse (+8,2 % en 2019) pour atteindre 7,8 millions. 83,7 % des moins de 14 ans sont allés au moins une fois au cinéma en 2019 (77,1 % en 2018), soit le taux de pénétration le plus élevé des cinq dernières années. La hausse du nombre de spectateurs sur cette tranche d'âge est principalement le fait des 3-10 ans avec 532 610 spectateurs de plus qu'en 2018, alors que le nombre de 11-14 ans augmente de 63 204 spectateurs. La part dans le public du cinéma des moins de 14 ans s'établit à 18,1 % en 2019 (17,7 % en 2018) et la proportion des entrées qu'ils réalisent à 14,1 % (15,2 % en 2018). Les moins de 14 ans se sont rendus 3,8 fois dans les salles en 2019.

b. Les 25-34 ans

La part des 25-34 ans est relativement stable au sein du public du cinéma (12,6 % en 2019, 12,8 % en 2018). Le nombre de spectateurs de cette génération enregistre une hausse de 4,0 % entre 2018 et 2019, alors que la fréquentation globale progresse de 5,6 %. En 2019, les

25-34 ans assurent 14,0 % des entrées, contre 10,2 % en 2018. La pénétration du cinéma est en hausse sur cette tranche d'âge : 72,6 % des 25-34 ans vont au moins une fois au cinéma en 2019, contre 69,0 % en 2018. En 2019, les 25-34 ans vont en moyenne 5,5 fois au cinéma dans l'année (3,9 fois en 2018).

Population cinématographique des 25-34 ans

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	12,3	12,5	12,3	12,1	12,0
taux de pénétration (%)	79,0	72,4	77,3	69,0	72,6
structure du public (%)	14,1	13,3	14,0	12,8	12,6
structure des entrées (%)	nd	12,3	11,6	10,2	14,0
nombre moyen d'entrées	nd	4,6	4,1	3,9	5,5

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

c. Les 35-49 ans

Les plus de 35 ans, et notamment les seniors (plus de 50 ans), vont davantage au cinéma que par le passé. Entre 2015 et 2019, les 35-49 ans représentent environ 20 % de la population française des 3 ans et plus. La pénétration du cinéma progresse chez les 35-49 ans. Elle passe de 69,9 % en 2018 à 78,0 % en 2019. Le nombre de spectateurs de 35 à 49 ans gagne 966 577 individus (+11,1 %) entre 2018 et 2019. Leur part au sein du public est en hausse à 22,4 % (21,3 % en 2018). Les 35-49 ans génèrent 18,1 % des entrées en 2019 (16,2 % en 2018), soit une moyenne de 4,0 entrées annuelles par spectateur (3,7 entrées en 2018).

Population cinématographique des 35-49 ans

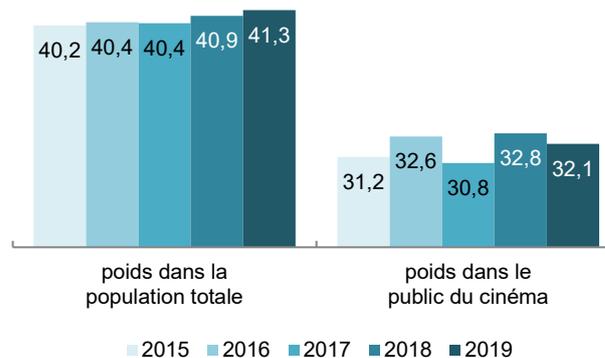
	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	20,2	20,3	20,0	19,9	19,8
taux de pénétration (%)	73,8	72,3	73,6	69,9	78,0
structure du public (%)	21,6	21,6	21,8	21,3	22,4
structure des entrées (%)	nd	15,4	17,8	16,2	18,1
nombre moyen d'entrées	nd	3,6	4,0	3,7	4,0

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

d. Les 50 ans et plus

La part des seniors (50 ans et plus) dans la population cinématographique se réduit très légèrement à 32,1 % en 2019 (32,8 % en 2018), alors que leur poids dans la population totale gagne 0,4 point (41,3 % en 2019, 40,9 % en 2018). Le nombre de spectateurs de plus de 50 ans augmente de 3,2 % entre 2018 et 2019. Les seniors génèrent 38,7 % des entrées en salles en 2019 (44,1 % en 2018), dont 19,4 % sont assurées par les femmes.

Poids des plus de 50 ans dans la population totale et dans le public du cinéma (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Population cinématographique des 50-59 ans

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	13,8	13,7	13,6	13,6	13,5
taux de pénétration (%)	64,0	61,6	61,1	63,2	63,1
structure du public (%)	12,8	12,5	12,3	13,2	12,4
structure des entrées (%)	nd	14,4	11,6	13,9	13,2
nombre moyen d'entrées	nd	5,8	4,7	5,2	5,3

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Le taux de pénétration du cinéma chez les seniors est inférieur à celui des autres tranches d'âge. Cependant, entre 2018 et 2019, la pénétration du cinéma est stable chez les 50-59 ans (63,1 % en 2019, contre 63,2 % en 2018) et progresse chez les 60 ans et plus de 1,7 point (48,8 % en 2019, contre 47,1 % en 2018). En 2019, les 50-59 ans enregistrent un nombre moyen d'entrées à 5,3 entrées en moyenne et les 60 ans et plus à 6,4 entrées devant les autres tranches d'âges.

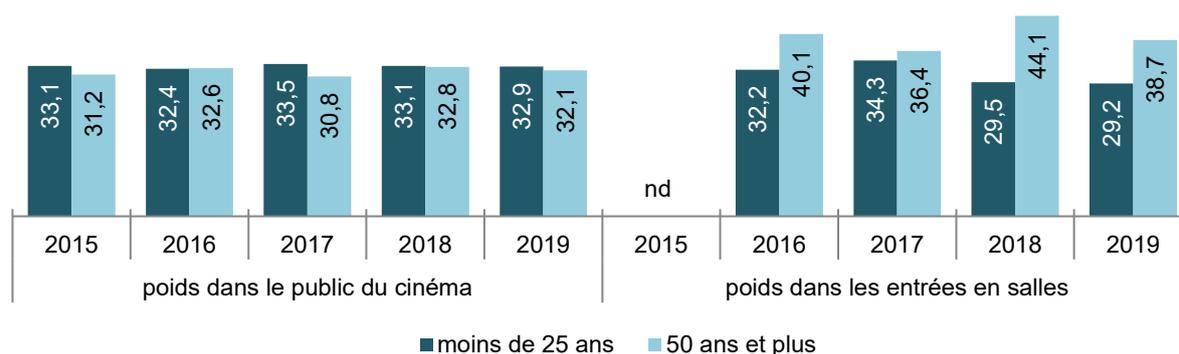
Population cinématographique des 60 ans et plus

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	26,4	26,7	26,8	27,3	27,7
taux de pénétration (%)	48,0	51,1	46,8	47,1	48,8
structure du public (%)	18,4	20,1	18,5	19,7	19,7
structure des entrées (%)	nd	25,6	24,8	30,2	25,5
nombre moyen d'entrées	nd	6,4	6,6	7,5	6,4

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

La part des seniors (50 ans et plus) dans le public du cinéma perd 0,7 point et celle des moins de 25 ans 0,2 point. La part des seniors (32,1 %) demeure inférieure à celle des moins de 25 ans (32,9 %) dans le public du cinéma en 2019. En revanche, les seniors réalisent 38,7 % des entrées en salles en 2019, tandis que les jeunes n'en réalisent que 29,2 %.

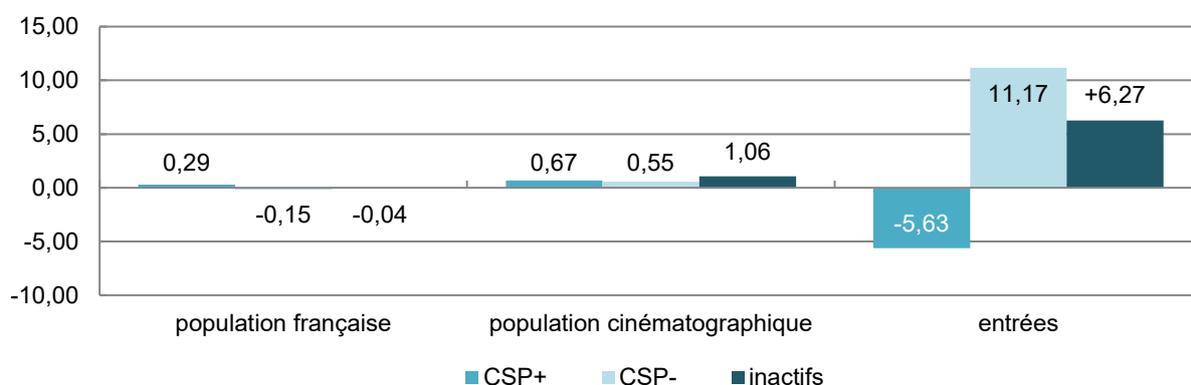
Structure du public et des entrées chez les moins de 25 ans et les 50 ans et plus (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

D. Evolution du public selon les catégories socioprofessionnelles

Evolution 2019/2018 par catégorie socioprofessionnelles (millions)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

a. Les catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+)

La population des catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) demeure la plus largement attirée par le cinéma. Alors qu'elle ne représente que 23,0 % de la population française âgée de trois ans et plus en 2019 (22,6 % en 2018), le taux de pénétration du cinéma atteint 80,9 % en 2019 (77,8 % en 2018). Il est nettement supérieur à celui constaté pour les catégories socioprofessionnelles inférieures (66,5 % pour les CSP- en 2019, 62,2 % en 2018) et pour les inactifs (64,7 % en 2019, 61,4 % en 2018). Cela touche plus particulièrement les femmes CSP+ qui sont 82,9 % à être allées au moins une fois au cinéma en 2019 (79,2 % des hommes CSP+). Les chefs d'entreprises, cadres supérieurs affichent le taux de pénétration le plus élevé en 2019 à 84,8 % (81,9 % en 2018).

Structure du public selon le genre et les catégories socioprofessionnelles (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Le poids des CSP+ dans la structure du public du cinéma est stable en 2019 à 27,1 % (+0,1 point par rapport à 2018). Le nombre de spectateurs CSP+ progresse de 6,1 % entre 2018 et 2019, notamment chez les chefs d'entreprises, cadres supérieurs, ... qui augmentent de 8,4 % sur la même période.

Les CSP+ génèrent 27,8 % des entrées annuelles en 2019 (-4,4 points par rapport à 2018), dont 14,6 % sont assurés par les professions intermédiaires et 10,7 % par les chefs d'entreprises, cadres supérieurs, Les CSP+ vont, en moyenne, 5,0 fois au cinéma en 2019 (5,9 fois en 2018).

Population cinématographique des CSP+

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	21,8	22,3	22,6	22,6	23,0
<i>dont chefs d'entreprises, cadres, ...</i>	7,9	7,6	7,9	7,9	8,3
<i>professions intermédiaires</i>	11,4	11,8	11,7	11,7	11,8
<i>artisans, commerçants</i>	2,5	2,9	3,0	3,0	2,9
taux de pénétration (%)	81,5	78,8	79,5	77,8	80,9
<i>dont chefs d'entreprises, cadres, ...</i>	85,7	84,5	82,1	81,9	84,8
<i>professions intermédiaires</i>	80,7	76,7	82,6	77,7	80,9
<i>artisans, commerçants</i>	71,4	72,3	60,3	67,5	69,8
structure du public (%)	25,8	25,9	26,6	26,9	27,1
<i>dont chefs d'entreprises, cadres, ...</i>	9,8	9,5	9,6	9,9	10,2
<i>professions intermédiaires</i>	13,3	13,3	14,3	13,9	13,9
<i>artisans, commerçants</i>	2,6	3,1	2,6	3,1	3,0
structure des entrées (%)	nd	28,2	24,6	32,2	27,8
<i>dont chefs d'entreprises, cadres, ...</i>	nd	10,5	9,8	12,4	10,7
<i>professions intermédiaires</i>	nd	14,8	10,1	16,4	14,6
<i>artisans, commerçants</i>	nd	2,8	4,7	3,4	2,4
nombre moyen d'entrées	nd	5,5	4,6	5,9	5,0
<i>dont chefs d'entreprises, cadres, ...</i>	nd	5,6	5,0	6,1	5,2
<i>professions intermédiaires</i>	nd	5,6	3,5	5,8	5,2
<i>artisans, commerçants</i>	nd	4,6	8,8	5,4	4,1

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

b. Les catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-)

La pratique cinématographique progresse parmi les CSP- : 66,5 % de ces derniers sont allés au moins une fois au cinéma en 2019, contre 62,2 % en 2018. Le poids des CSP- dans la structure du public du cinéma est stable : ils représentent 23,1 % du public en 2019, comme en 2018. La population cinématographique des CSP- augmente de 5,8 % entre 2018 et 2019. Les CSP- sont à l'origine de 17,2 % des entrées en 2019, contre 12,7 % en 2018, soit +4,5 points. Ils vont, en moyenne, 3,7 fois au cinéma en 2019 (2,7 fois en 2018).

Structure du public selon les catégories socioprofessionnelles (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Le taux de pénétration des employés (72,3 % en 2019) est nettement supérieur à celui des ouvriers (59,7 %) et des agriculteurs (52,6 %). Toutefois, parmi les CSP-, ceux sont les ouvriers qui se rendent plus souvent au cinéma en 2019 : en moyenne, les ouvriers sont allés 5,1 fois au cinéma en 2019, contre 3,4 fois pour les agriculteurs et 2,8 fois pour les employés.

Population cinématographique des CSP-

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	24,3	25,2	24,2	24,2	24,0
<i>dont employés</i>	13,3	13,7	13,2	13,2	13,1
<i>ouvriers</i>	10,2	10,8	10,3	10,3	10,1
<i>agriculteurs</i>	0,8	0,7	0,8	0,8	0,7
taux de pénétration (%)	65,8	65,5	66,5	62,2	66,5
<i>dont employés</i>	72,5	71,8	72,3	68,5	72,3
<i>ouvriers</i>	59,6	58,4	58,6	54,2	59,7
<i>agriculteurs</i>	32,6	50,0	72,1	60,0	52,6
structure du public (%)	23,2	24,4	23,8	23,1	23,1
<i>dont employés</i>	14,0	14,5	14,1	13,8	13,8
<i>ouvriers</i>	8,8	9,3	8,9	8,5	8,8
<i>agriculteurs</i>	0,4	0,5	0,8	0,7	0,5
structure des entrées (%)	nd	18,6	20,1	12,7	17,2
<i>dont employés</i>	nd	10,5	12,6	8,0	7,7
<i>ouvriers</i>	nd	7,6	7,4	4,1	9,2
<i>agriculteurs</i>	nd	0,5	0,2	0,6	0,4
nombre moyen d'entrées	nd	3,8	4,2	2,7	3,7
<i>dont employés</i>	nd	3,6	4,4	2,9	2,8
<i>ouvriers</i>	nd	4,1	4,1	2,3	5,1
<i>agriculteurs</i>	nd	4,3	1,2	4,1	3,4

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

c. Les inactifs

Les inactifs (retraités, élèves et étudiants, personnes sans emploi) composent plus de la moitié de la population française des 3 ans et plus sur l'ensemble de la période. Ils sont 64,7 % à s'être rendus au moins une fois au cinéma en 2019 (66,2 % des inactifs hommes et 63,4 % des inactives femmes), contre 61,4 % en 2018. Ils composent 49,8 % de la population cinématographique en 2019 (50,0 % en 2018). Le nombre de spectateurs inactifs progresse entre 2018 et 2019 (+5,2 %). Les inactifs réalisent 55,0 % des entrées en 2019, une part stable par rapport à 2018 (55,1 %). Le nombre d'entrées réalisées par les spectateurs inactifs en 2019 s'établit à 117,17 millions d'entrées. En moyenne, 5,4 entrées sont réalisées par un inactif en 2019 (comme en 2018).

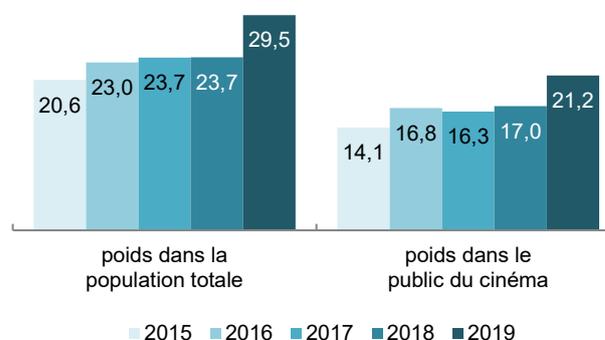
Population cinématographique des inactifs

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	53,9	52,5	53,2	53,2	53,0
<i>dont retraités</i>	20,6	23,0	23,7	23,7	29,5
<i>élèves, étudiants</i>	25,0	22,2	22,3	22,3	21,7
<i>autres inactifs (chômeurs,...)</i>	8,3	7,3	7,1	7,1	1,8
taux de pénétration (%)	65,3	64,2	63,2	61,4	64,7
<i>dont retraités</i>	47,1	49,4	46,5	47,0	49,6
<i>élèves, étudiants</i>	83,2	83,4	83,4	80,3	85,3
<i>autres inactifs (chômeurs,...)</i>	56,7	52,4	55,5	50,1	63,5
structure du public (%)	51,1	49,7	49,6	50,0	49,8
<i>dont retraités</i>	14,1	16,8	16,3	17,0	21,2
<i>élèves, étudiants</i>	30,1	27,3	27,5	27,5	26,9
<i>autres inactifs (chômeurs,...)</i>	6,9	5,6	5,8	5,5	1,6
structure des entrées (%)	nd	53,2	55,2	55,1	55,0
<i>dont retraités</i>	nd	21,9	23,4	26,2	29,2
<i>élèves, étudiants</i>	nd	26,2	28,1	24,0	24,9
<i>autres inactifs (chômeurs,...)</i>	nd	5,1	3,7	4,9	0,9
nombre moyen d'entrées	nd	5,4	5,5	5,4	5,4
<i>dont retraités</i>	nd	6,5	7,1	7,6	6,8
<i>élèves, étudiants</i>	nd	4,8	5,0	4,3	4,5
<i>autres inactifs (chômeurs,...)</i>	nd	4,6	3,1	4,4	2,7

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Avec la croissance démographique de cette population à 29,5 % en 2019 (23,7 % en 2018), le poids des retraités dans la structure du public progresse (21,2 % en 2019, contre 17,0 % en 2018). En 2019, 49,6 % des retraités se sont rendus au moins une fois au cinéma, contre 47,0 % en 2018 (+2,6 points, soit une augmentation du nombre de spectateurs retraités de 31,6 % sur la période). Ils sont à l'origine de 29,2 % des entrées en 2019 (26,2 % en 2018) et vont, en moyenne, 6,8 fois au cinéma dans l'année (7,6 fois en 2018), soit le nombre moyen le plus élevé toutes catégories confondues.

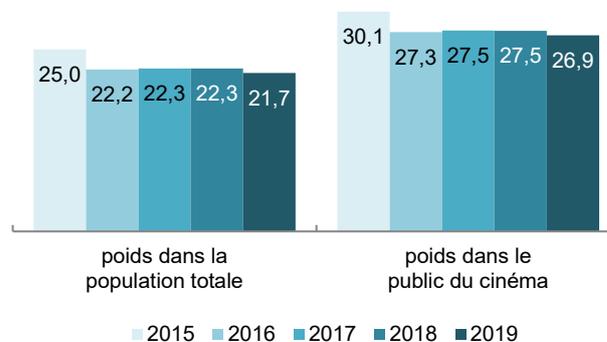
Poids des retraités dans la population totale et dans le public du cinéma (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

En 2019, la part des élèves et étudiants dans la population française est en légère baisse (21,7 %, contre 22,3 % en 2018), tout comme leur poids dans la structure du public (26,9 % en 2019, contre 27,5 % en 2018). Entre 2018 et 2019, le nombre d'élèves et étudiants se réduit de 2,6 % au sein de la population totale mais progresse de 3,4 % parmi les spectateurs de cinéma. Les élèves et étudiants constituent un groupe largement touché par le cinéma sur toute la période : 85,3 % d'entre eux sont allés au moins une fois au cinéma en 2019, contre 80,3 % en 2018. Les élèves et étudiants génèrent 24,9 % des entrées en 2019 (24,0 % en 2018).

Poids des élèves et étudiants dans la population totale et dans le public du cinéma (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

E. Evolution du public selon la taille de l'agglomération de résidence

Evolution 2019/2018 selon la taille de l'agglomération de résidence

	population française		population cinématographique		entrées	
		%		%		%
zones rurales	-49 420	-0,3	+821 868	+9,4	+4 643 963	+16,5
agglo. < 20 000 hab.	+65 488	+0,6	+417 388	+5,7	-4 056 151	-10,1
agglo. de 20 000 à 50 000 hab.	-2 266	-0,1	+155 292	+6,3	+1 285 819	+14,3
agglo. de 50 000 à 100 000 hab.	-874	-0,0	-15 449	-0,6	-3 384 216	-21,7
agglo. > 100 000 hab.	+58 152	+0,3	+377 523	+3,1	-138 323	-0,2
agglo. de Paris	+40 715	+0,4	+529 062	+7,2	+13 458	+29,2
total	+111 795	+0,2	+2 285 685	+5,6	+11 809	+5,9

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

a. Les habitants des zones rurales et des agglomérations de moins de 20 000 habitants

La part du public résidant en zones rurales ou dans les agglomérations de moins de 20 000 habitants progresse légèrement. Avec un poids dans la population totale à l'équilibre (40,0 % en 2019, comme en 2018), ces zones concentrent 39,8 % du public en 2019, contre 39,0 % en 2018. En valeur, la population cinématographique de ces zones augmente de 7,8 % entre 2018 et 2019. La pénétration du cinéma est en hausse, gagnant 6,0 points pour les zones rurales (67,5 % en 2019) et 3,4 points pour les agglomérations de moins de 20 000 habitants (69,8 % en 2019).

Population cinématographique des habitants des zones rurales

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	22,7	22,7	22,6	22,6	22,4
taux de pénétration (%)	60,1	62,1	64,5	61,4	67,5
structure du public (%)	19,8	20,8	21,5	21,2	22,0
structure des entrées (%)	nd	16,7	16,2	13,9	15,4
nombre moyen d'entrées	nd	4,0	3,7	3,2	3,4

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

En 2019, 32,2 % des entrées sont le fait des habitants des zones rurales et les agglomérations de moins de 20 000 habitants (33,8 % en 2018). Les spectateurs de ces zones font partie de ceux fréquentant le moins les salles de cinéma en 2019 (3,4 entrées en moyenne dans l'année dans les zones rurales et 4,7 entrées dans les agglomérations de moins de 20 000 habitants). Leurs nombres moyens d'entrées annuelles se situent en deçà de la moyenne toutes zones de résidence confondues.

Population cinématographique des habitants des agglomérations de moins de 20 000 habitants

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	17,5	17,6	17,5	17,4	17,5
taux de pénétration (%)	69,9	69,7	65,5	66,4	69,8
structure du public (%)	17,7	18,1	16,9	17,7	17,8
structure des entrées (%)	nd	15,0	15,2	19,9	16,9
nombre moyen d'entrées	nd	4,2	4,4	5,5	4,7

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

b. Les habitants des agglomérations de 20 000 à 100 000 habitants

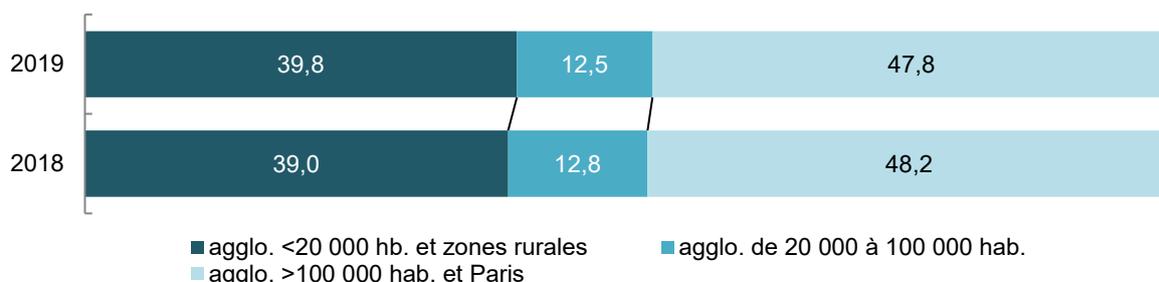
Les agglomérations de 20 000 à 100 000 habitants concentrent 12,5 % du public en 2019 (12,8 % en 2018) et leurs habitants sont à l'origine de 10,6 % des entrées en 2019 (12,2 % en 2018). Entre 2018 et 2019, le nombre d'entrées générées par les spectateurs résidant dans des agglomérations de 20 000 à 100 000 habitants enregistre une importante diminution à -8,5 % (+5,9 % au global).

Population cinématographique des habitants des agglomérations de 20 000 à 50 000 habitants

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	6,2	6,2	6,3	6,4	6,4
taux de pénétration (%)	65,0	66,8	68,3	61,4	65,3
structure du public (%)	5,8	6,1	6,4	6,0	6,0
structure des entrées (%)	nd	6,3	6,6	4,5	4,8
nombre moyen d'entrées	nd	5,2	5,1	3,7	3,9

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Structure du public selon la taille de l'agglomération de résidence (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

65,3 % des habitants des agglomérations de 20 000 à 50 000 habitants sont allés au moins une fois au cinéma en 2019, soit une hausse de 3,9 points par rapport à 2018. Ces résidents vont en moyenne 3,9 fois au cinéma en 2019 (3,7 fois en 2018). Dans les agglomérations de 50 000 à 100 000 habitants, ils sont 63,1 % à être allés au moins une fois au cinéma en 2019, contre 63,5 % en 2018. Ils vont en moyenne 4,4 fois au cinéma en 2019 (5,6 fois en 2018).

Population cinématographique des habitants des agglomérations de 50 000 à 100 000 habitants

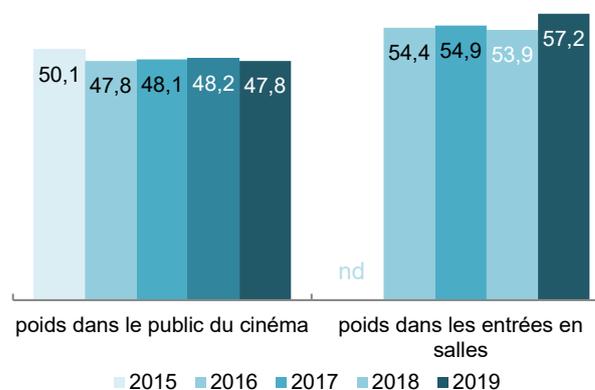
	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	7,2	7,2	7,1	7,0	7,0
taux de pénétration (%)	63,1	68,2	68,0	63,5	63,1
structure du public (%)	6,6	7,2	7,1	6,8	6,5
structure des entrées (%)	nd	7,6	7,2	7,8	5,7
nombre moyen d'entrées	nd	5,3	5,0	5,6	4,4

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

c. Les habitants des agglomérations de plus de 100 000 habitants et de Paris

Paris et les agglomérations de plus de 100 000 habitants ne concentrent plus la majorité des spectateurs depuis 2016. Toutefois, ces agglomérations rassemblent une large part de spectateurs en 2019 : 47,8 %, contre 48,2 % en 2018, contre 50,1 % en 2015. Leurs résidents spectateurs assurent toutefois la plus grande part des entrées (57,2 % en 2019, contre 53,9 % en 2018). Le nombre de spectateurs des grandes agglomérations (Paris compris) progresse de 4,6 % entre 2018 et 2019 (+5,6 % au global) et le nombre d'entrées de 12,3 % (+5,9 % au global).

Poids des agglomérations de plus de 100 000 habitants (y compris Paris) (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

La pénétration du cinéma de l'agglomération parisienne est plus élevée que celle des agglomérations de plus de 100 000 habitants : 75,5 % des habitants de l'agglomération parisienne sont allés au moins une fois au cinéma en 2019 (70,7 % en 2018), contre 67,7 % des habitants des agglomérations de plus de 100 000 habitants (65,9 % en 2018).

Population cinématographique des habitants des agglomérations de plus de 100 000 habitants

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	29,8	29,8	29,9	29,9	30,0
taux de pénétration (%)	73,6	68,6	67,9	65,9	67,7
structure du public (%)	31,8	30,2	30,0	30,2	29,5
structure des entrées (%)	nd	30,2	32,6	31,1	29,3
nombre moyen d'entrées	nd	5,0	5,3	5,1	4,9

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Le nombre moyen d'entrées annuelles des spectateurs de l'agglomération parisienne est le plus élevé parmi les différentes zones de résidence. En 2019, le nombre moyen d'entrées en salles des spectateurs de l'agglomération parisienne s'établit à 7,5 entrées (6,2 entrées en 2018). Dans les autres agglomérations de plus de 100 000 habitants, le nombre moyen d'entrées annuelles par spectateur s'élève à 4,9 entrées en 2019 (5,1 entrées en 2018).

Population cinématographique des habitants de Paris

	2015	2016	2017	2018	2019
population totale (%)	16,6	16,5	16,6	16,6	16,7
taux de pénétration (%)	75,7	72,2	73,6	70,7	75,5
structure du public (%)	18,2	17,6	18,1	18,0	18,3
structure des entrées (%)	nd	24,2	22,2	22,9	27,9
nombre moyen d'entrées	nd	6,9	6,0	6,2	7,5

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

F. Evolution du public selon les habitudes de fréquentation

En 2019, 13,66 millions d'habituéés réalisent 159,32 millions d'entrées et 29,60 millions d'occasionnels 53,70 millions d'entrées.

Evolution 2019/2018 selon les habitudes de fréquentation

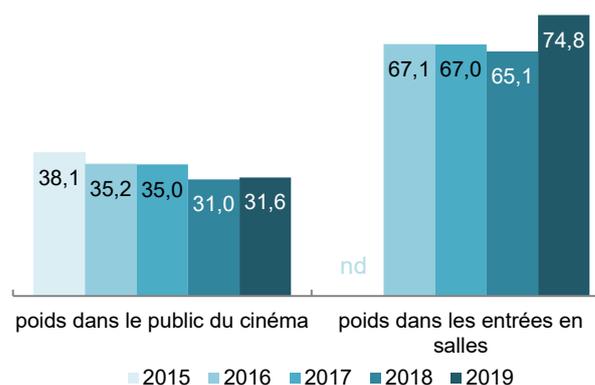
	population cinématographique		entrées	
		%		%
habituéés	+941 636	+7,4	+28 360 628	+21,7
dont : assidus	+398 185	+31,0	+7 783 527	+17,2
<i>réguliers</i>	+543 451	+4,8	+20 577 101	+24,0
occasionnels	+1 344 049	+4,8	-16 550 712	-23,6
total	+2 285 685	+5,6	+11 809 916	+5,9

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

a. Les habituéés

Les habituéés (spectateurs réguliers et assidus), qui représentent 31,6 % de la population cinématographique (13,66 millions de spectateurs en 2019, soit +7,4 % par rapport à 2018), réalisent 74,8 % des entrées en 2019 (159,32 millions d'entrées, soit +21,7 % par rapport à 2018).

Poids des spectateurs habituéés (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Le public assidu (spectateurs allant au moins une fois par semaine au cinéma) gagne 0,8 point dans la structure du public entre 2018 et 2019 (3,1 % des spectateurs en 2018, 3,9 % en 2019). En termes de fréquentation, les assidus réalisent 52,98 millions d'entrées en 2019, soit 24,9 % de fréquentation (22,5 % en 2018).

Ce niveau d'entrées est une conséquence de films tels que *Brooklyn Affairs* (48,6 % d'assidus), *la Favorite* (39,9 %) ou *la Lutte des classes* (37,5 %) qui ont drainé davantage de spectateurs habituéés que d'occasionnels.

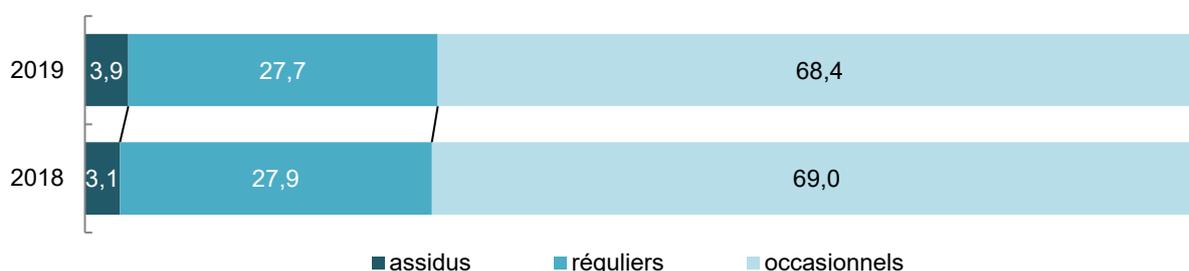
Le public habitué

	2015	2016	2017	2018	2019
spectateurs (millions)	16,2	15,0	14,9	12,7	13,7
dont assidus	2,1	1,8	1,6	1,3	1,7
réguliers	14,1	13,2	13,3	11,4	12,0
part du total (%)	38,1	35,2	35,0	31,0	31,6
dont assidus	5,0	4,2	3,8	3,1	3,9
réguliers	33,2	31,0	31,2	27,9	27,7
entrées (millions)	nd	143,0	140,3	131,0	159,3
dont assidus	nd	49,0	46,5	45,2	53,0
réguliers	nd	94,0	93,9	85,8	106,3
part du total (%)	nd	67,1	67,0	65,1	74,8
dont assidus	nd	23,0	22,2	22,5	24,9
réguliers	nd	44,1	44,8	42,6	49,9

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Au sein du public, la part des spectateurs réguliers (allant au cinéma au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine) est relativement stable en 2019 à 27,7 % en 2018 (27,9 % en 2018). En valeur absolue, le nombre de réguliers progresse de 4,8 % sur la période. Les réguliers sont à l'origine de 49,9 % des entrées en 2019 (+7,3 points par rapport à 2018).

Structure du public selon les habitudes de fréquentation (%)

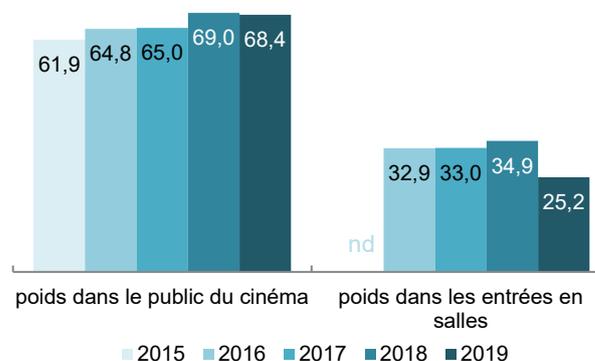


Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

b. Les occasionnels

En 2019, le nombre de spectateurs occasionnels progresse de 4,8 % dans une population cinématographique totale en hausse de 5,6 %. Il atteint 29,60 millions de spectateurs (28,25 millions en 2018). Les occasionnels composent ainsi 68,4 % du public en 2019, contre 69,0 % en 2018. Ils génèrent 25,2 % de la fréquentation des salles en 2019, soit 53,70 millions d'entrées.

Poids des spectateurs occasionnels (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

La fréquentation des occasionnels s'appuie notamment sur des films touchant un large public comme *Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu ?* (48,3 % des entrées réalisées par les occasionnels), *le Roi Lion* (48,1 %) ou *la Reine des neiges 2* (45,3 %).

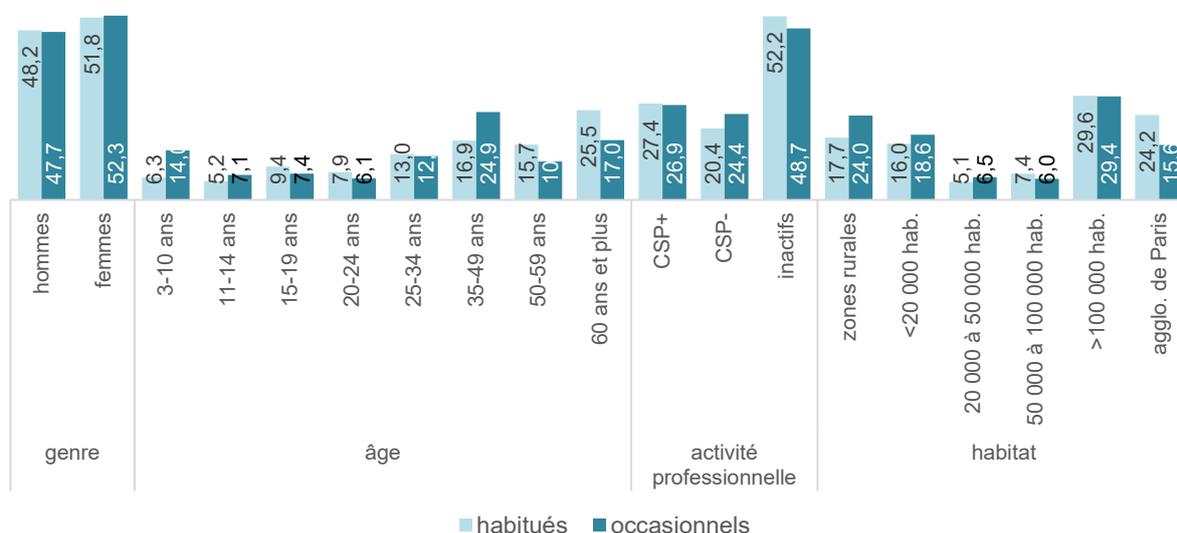
Le public occasionnel

	2015	2016	2017	2018	2019
spectateurs (millions)	26,2	27,5	27,7	28,3	29,6
part du total (%)	61,9	64,8	65,0	69,0	68,4
entrées (millions)	nd	70,2	69,1	70,2	53,7
part du total (%)	nd	32,9	33,0	34,9	25,2

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Les habitudes de fréquentation des spectateurs sont liées aux critères sociodémographiques. En 2019, 41,2 % des spectateurs habitués ont 50 ans ou plus (27,9 % pour les occasionnels), 52,2 % sont des inactifs (48,7 % pour les occasionnels) et 53,7 % habitent une agglomération de plus de 100 000 habitants y compris celle de Paris (45,0 % pour les occasionnels). Ces éléments sont également à rapprocher à une notion du temps à consacrer au loisir cinéma. En effet, les 50 ans et plus et les inactifs (ces deux catégories composées par une majorité de retraités) sont plus nombreux à avoir le temps par rapport aux autres tranches d'âge ou CSP. Par ailleurs, le parc cinématographique est souvent plus dense dans les grandes agglomérations et dans l'agglomération et demande donc moins de temps aux résidents de ces agglomérations pour se rendre au cinéma.

Structure du public selon les habitudes de fréquentation (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

II. Evolution des pratiques cinématographiques

Cette seconde partie présente l'évolution des pratiques cinématographiques des spectateurs de cinéma.

A. La réservation des places de cinéma

La réservation des places de cinéma à l'avance est une pratique encore peu répandue. Lors de leur dernière sortie au cinéma, 19,6 % des personnes interrogées ont eu recours à ce procédé en 2020, contre 25,6 % en 2019. 20,8 % des répondants n'ont pas réservé leur place à l'avance car cela n'est pas possible dans leur cinéma en 2020. 34,4 % déclarent que cette pratique est possible dans leur cinéma, mais qu'ils n'ont pas cherché à le faire.

Réservation des places de cinéma à l'avance¹ (%)

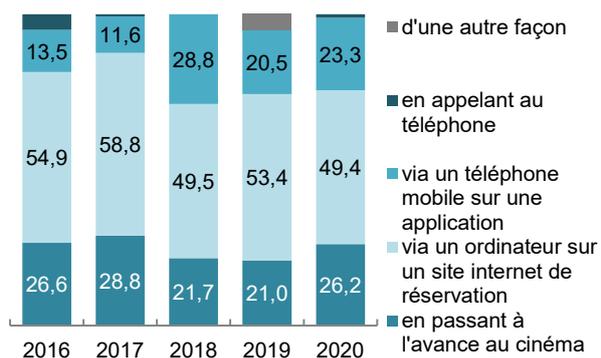
	2016	2017	2018	2019	2020
oui	14,4	20,2	21,6	25,6	19,6
non, cela n'est pas possible	9,7	12,7	9,6	16,1	20,8
non, même si cela est possible	52,2	42,7	44,3	35,4	34,4
non, sans savoir si cela est possible ou non	23,7	24,5	24,5	23,0	19,1
place offerte	nd	nd	nd	nd	6,1
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Lors de la dernière fréquentation.

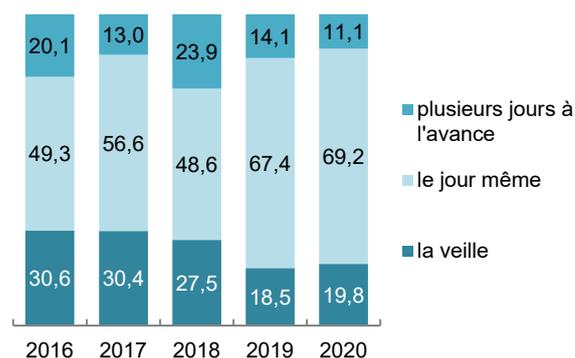
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Parmi les spectateurs ayant réservé leur place de cinéma à l'avance, 49,4 % l'ont fait à partir de leur ordinateur sur un site internet de réservation et 23,3 % sur leur téléphone portable via une application (20,5 % en 2019). En 2020, 26,2 % ont réservé leur place en passant à l'avance au cinéma.

Mode de réservation des places de cinéma à l'avance (%)



Moment de réservation des places de cinéma à l'avance (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

En 2020, 69,2 % réservent leur place le jour même (67,4 % en 2019) et 19,8 % la veille (18,5 %). La réservation des places plusieurs jours à l'avance concerne 11,1 % des personnes ayant réservé (14,1 % en 2019). 59,0 % des spectateurs ont réservé leur place à l'avance pour être sûrs d'avoir une place pour le film et la séance de leur choix (62,4 % en 2019) et 51,8 % pour éviter les files d'attente (40,9 % en 2019).

Raisons pour lesquelles les places de cinéma sont réservées à l'avance (%)

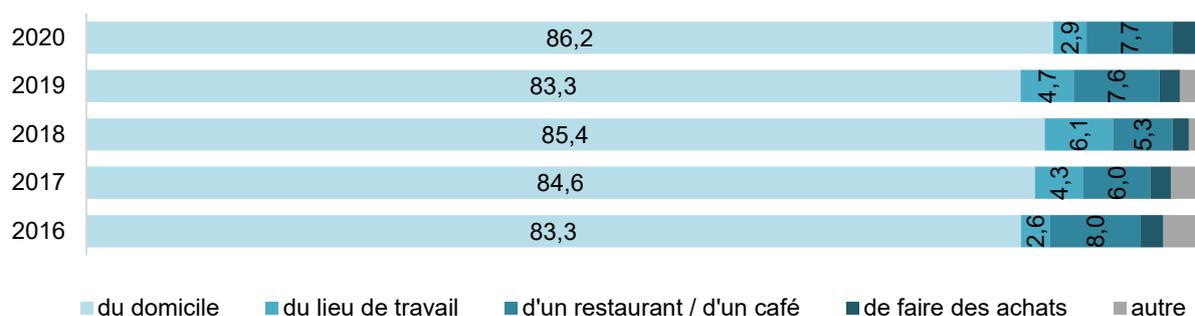
	2016	2017	2018	2019	2020
être sûr d'avoir une place pour le film et la séance choisie	60,5	51,6	67,8	62,4	59,0
éviter les files d'attente au cinéma	57,6	56,3	46,8	40,9	51,8
entrer dans la salle dès le début de la séance et choisir la meilleure place	5,7	6,2	4,5	9,0	5,4
les places à l'avance sont moins chères	2,9	2,2	3,5	4,3	7,9
pouvoir arriver dans la salle au dernier moment	6,8	13,4	6,1	10,8	5,8
venir avec des amis, chacun ayant réservé sa place à l'avance	0,5	5,3	2,1	3,2	3,2
le moyen de paiement oblige à réserver à l'avance	11,9	6,4	11,0	9,6	4,8
autres raisons	1,8	2,0	4,6	3,5	4,4

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

B. L'accès au cinéma

En 2020, 86,2 % des spectateurs qui vont au cinéma viennent de leur domicile (83,3 % en 2019). 7,7 % d'entre eux déclarent cependant s'y rendre depuis un restaurant ou un café (7,6 % en 2019).

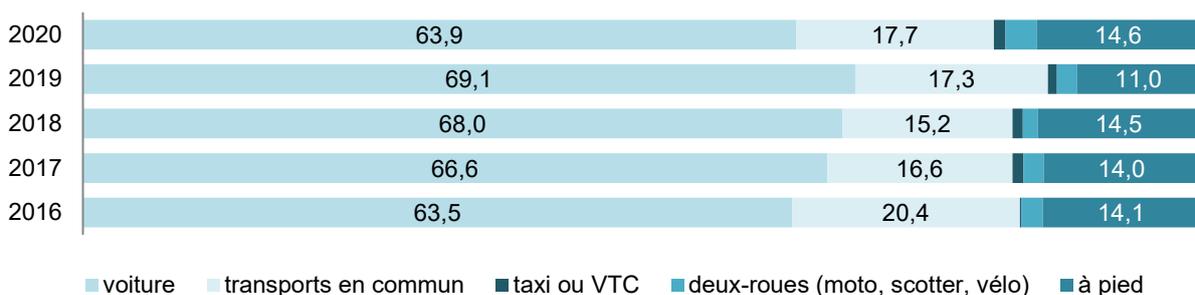
Provenance des spectateurs allant au cinéma (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Le mode de transport privilégié est la voiture (63,9 % en 2020, 69,1 % en 2019). 17,7 % des spectateurs utilisent les transports en commun pour aller au cinéma et 14,6 % y vont à pied. Le lieu de résidence est déterminant du mode de transport pour se rendre au cinéma. Les habitants de Paris et sa région sont 41,2 % à se rendre au cinéma en voiture, contre 70,9 % pour les spectateurs résidant en régions. A l'inverse, 30,5 % des spectateurs franciliens optent pour les transports en commun, contre 13,7 % pour les spectateurs des autres régions.

Moyen de transport utilisé pour aller au cinéma (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

En 2020, la durée du trajet pour se rendre au cinéma est de 10 à 20 minutes pour 40,9 % des spectateurs et de 5 à 10 minutes pour 25,4 %. 88,2 % des spectateurs se rendent au cinéma en moins de 30 minutes (92,2 % en 2019). Plus de 30 minutes sont nécessaires pour se rendre au cinéma pour 11,8 % des spectateurs en 2020, soit la part la plus élevée des cinq dernières années.

Durée du trajet pour aller au cinéma (%)

	2016	2017	2018	2019	2020
moins de 5 minutes	8,7	7,9	7,3	8,7	3,3
entre 5 et 10 minutes	29,7	31,5	30,9	31,1	25,4
entre 10 et 20 minutes	38,2	37,8	40,9	34,9	40,9
entre 20 et 30 minutes	16,5	14,9	15,1	17,5	18,6
plus de 30 minutes	6,8	8,0	5,9	7,8	11,8
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

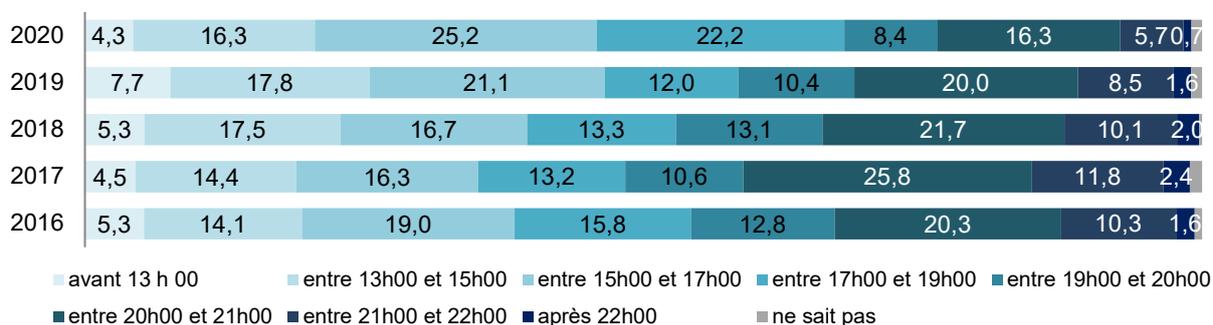
C. Les modalités de fréquentation des salles de cinéma

Il convient de préciser que pendant la période d'administration de cette question à l'été 2020, nombre de cinémas avaient réduit leurs horaires d'ouverture.

En 2020, 60,9 % des spectateurs de cinéma déclarent prendre connaissance de l'heure de la séance sur internet. Cette part atteint 72,5 % chez les étudiants et 71,3 % chez les 35-49 ans. 13,5 % consultent le programme édité par le cinéma, contre 18,2 % en 2019.

En 2020, 47,4 % des personnes interrogées vont au cinéma en journée entre 15h00 et 19h00, contre 33,0 % en 2019. Cette part atteint 53,5 % pour les moins de 25 ans, 55,3 % pour les spectateurs occasionnels et 59,9 % pour les Franciliens. Les séances en soirée semblent attirer moins de spectateurs en 2020 : 30,3 % y sont allés entre 19h00 et 22h00, contre 38,9 % en 2019. Les hommes (35,0 %) et les CSP+ (35,3 %) ont davantage fréquenté les cinémas en soirée en 2020.

Heures des séances fréquentées¹ (% des spectateurs)

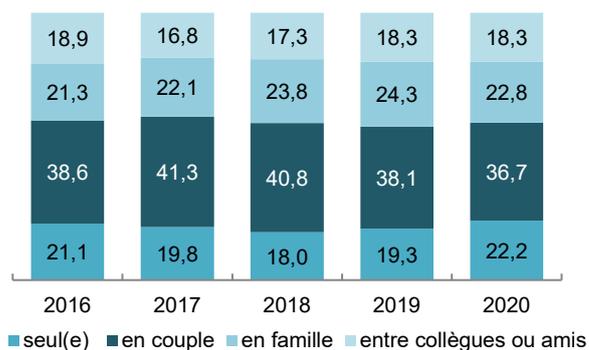


¹ Lors de la dernière fréquentation.

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Pour l'ensemble des spectateurs, le cinéma est une pratique collective. Lors de leur dernière sortie au cinéma, 77,8 % des Français y sont allés à plusieurs en 2020 dont 36,7 % en couple et 41,1 % entre amis ou en famille. Les assidus se démarquent : 29,4 % d'entre eux déclarent s'y être rendus seuls, contre 22,2 % pour l'ensemble des spectateurs.

Mode de fréquentation des salles de cinéma ¹(%)



¹ Lors de la dernière fréquentation.

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Autres caractéristiques discriminantes, 30,2 % des assidus prennent la décision d'aller au cinéma le jour même (28,5 % pour l'ensemble des répondants en 2020) et 83,5 % choisissent eux-mêmes le film (70,1 % au plan global en 2020). La décision d'aller au cinéma est prise la veille ou plusieurs jours à l'avance pour 71,5 % de l'ensemble des spectateurs, notamment pour les spectateurs occasionnels (75,4 % en 2020). Le choix du film se fait avant de se rendre au cinéma pour 79,4 % des spectateurs. 20,6 % du public choisit le film sur place, une fois arrivés dans le cinéma.

Moment de la décision d'aller au cinéma (%)



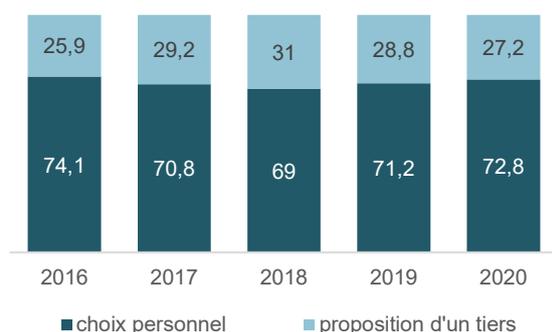
Moment du choix du film (%)



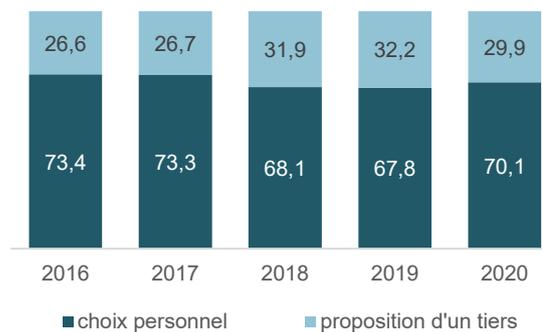
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Si la plupart des personnes interrogées se déclare à l'origine de la décision d'aller au cinéma (72,8 %) et du choix du film (70,1 %), les étudiants et les occasionnels apparaissent moins décisionnaires. Plus de 37 % des individus de chacun de ces groupes va au cinéma sur proposition d'un tiers (27,2 % au global).

Décision d'aller au cinéma (%)



Décision d'aller voir un film en particulier (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

En 2020, 54,7 % des spectateurs choisissent d'aller voir un film qu'ils ont envie de voir dans les 15 jours suivant sa sortie (58,0 % en 2019) ou plus tard encore (13,4 % en 2020, 15,7 % en 2019), plutôt que le premier jour (5,0 % en 2020, 4,5 % en 2019).

En revanche, une forte part de spectateurs préfère aller voir un film rapidement, avant la fin du premier week-end suivant sa sortie (22,8 % en 2020, 17,2 % en 2019). Cette réactivité est nettement plus prononcée chez les assidus (33,7 % en 2020) et chez les jeunes (31,5 %).

Moment de fréquentation des salles de cinéma (%)

	2016	2017	2018	2019	2020
premier jour de la sortie du film	4,2	3,9	3,1	4,5	5,0
premier week-end de la sortie du film	20,0	20,1	17,1	17,2	22,8
15 premiers jours de la sortie du film	56,0	56,7	60,8	58,0	54,7
plus tard	16,2	14,1	15,1	15,7	13,4
ne sait pas	3,6	5,2	3,9	4,6	4,0
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

D. L'information sur les films

Pour les personnes interrogées, la salle de cinéma demeure le meilleur moyen pour découvrir un film. Elle est citée par 82,1 % des spectateurs en 2020. Loin derrière, la télévision est le deuxième média cité par 6,0 % des répondants en 2020, devant le DVD ou le Blu-ray à seulement 4,8 %, internet à 4,2 % et enfin la vidéo à la demande à 2,8 %. Pour 85,6 % des 50 ans et plus, la salle reste le premier lieu de découverte d'un film.

Supports privilégiés de découverte des nouveaux films (% de spectateurs)

	2016	2017	2018	2019	2020
salles de cinéma	87,2	85,0	83,9	84,1	82,1
télévision	5,7	6,0	7,6	5,4	6,0
internet	3,1	4,7	4,9	4,0	4,2
DVD ou Blu-ray	2,6	3,0	2,0	3,6	4,8
vidéo à la demande (VàD)	1,4	1,3	1,6	3,0	2,8
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

En 2020, la bande-annonce vue au cinéma demeure la première source d'information incitant le public à aller voir un film. Elle est citée par 56,3 % des personnes interrogées. Son impact est plus important auprès des spectateurs assidus (64,9 % en 2020). Dans une moindre mesure, l'affiche du film (33,9 % en 2020) est la deuxième source d'information avec une influence particulièrement élevée chez les Franciliens (42,0 %), notamment du fait de l'affichage urbain qui est très utilisé par les distributeurs à Paris, mais peu dans les grandes villes en régions. La bande-annonce vue à la télévision (28,4 % en 2020) occupe la troisième place des sources d'information ayant le plus d'impact auprès des spectateurs et notamment des spectateurs réguliers (32,3 %).

Sources d'information sur les films (% des spectateurs)

	2016	2017	2018	2019	2020
bande-annonce vue au cinéma	58,3	58,1	53,6	58,0	56,3
extrait ou bande-annonce vus à la télévision	36,5	30,3	34,3	33,5	28,4
bouche-à-oreille	37,9	31,4	35,4	29,9	27,3
internet	31,0	23,0	27,2	24,6	22,7
affiche du film	31,7	26,5	24,3	24,6	33,9
critiques de médias	24,3	18,4	21,8	23,6	20,0
publicité ou article dans la presse	10,9	10,5	9,2	9,6	14,2
publicité ou émission à la radio	9,6	8,5	8,3	6,3	7,3

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Parmi les sources d'information via internet, les sites spécialisés dans le cinéma ont un rôle important dans le choix des films. 49,9 % des spectateurs interrogés y ont recours en 2020. Il convient de souligner le développement de l'usage des réseaux sociaux et des sites de partage de vidéo pour s'informer sur le cinéma. En 2020, 21,6 % des spectateurs de cinéma ont recours aux réseaux sociaux pour s'informer. L'utilisation des sites de partage de vidéo est citée par 18,3 % des spectateurs de cinéma en 2020. La consultation des sites de réseaux sociaux et des sites de partages de vidéo est une pratique plus répandue chez les 15-24 ans. Cela concerne respectivement 40,9 % et 34,7 % des spectateurs de cette tranche d'âge en 2020.

Sources d'information sur les films via internet (% des spectateurs¹)

	2016	2017	2018	2019	2020
site internet spécialisé dans le cinéma	55,0	50,8	47,0	48,3	49,9
site de réseaux sociaux	19,7	21,5	18,1	19,6	21,6
site internet officiel d'un film	18,5	16,0	14,7	18,5	21,6
site de partage de vidéo	15,2	13,5	15,8	14,6	18,3
site internet généraliste	6,4	5,9	4,2	4,8	7,3
application sur téléphone mobile	3,3	3,5	4,5	4,4	3,3

¹ Pourcentage des spectateurs qui utilisent internet comme vecteur prescripteur d'information sur les films.

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Visiter la page Facebook d'un film n'est pas encore une pratique systématique. 37,2 % des spectateurs de cinéma l'ont fait au moins une fois en 2020 (46,6 % en 2019). Cette pratique est particulièrement répandue chez les spectateurs assidus (47,6 %) et les 25-34 ans (56,8 %). Parmi les spectateurs ayant visité la page Facebook d'un film, 11,3 % ont parfois cliqué sur « j'aime » (14,6 % en 2019) et 4,2 % l'ont fait systématiquement (2,5 % en 2019).

Visite de la page Facebook d'un ou plusieurs films (%)

	2016	2017	2018	2019	2020
visite de la page Facebook d'un film, mais n'a jamais cliqué sur	22,7	26,6	27,9	29,5	21,6
visite de la page Facebook d'un film, et a parfois cliqué sur "j'aime"	16,2	15,5	17,5	14,6	11,3
visite de la page Facebook d'un film, et a toujours cliqué sur "j'aime"	2,1	3,1	4,1	2,5	4,2
n'a jamais visité la page Facebook d'un film	59,0	54,7	50,5	53,4	62,8
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

33,3 % des spectateurs de cinéma ont déjà publié un avis à propos d'un film sur internet en 2019 (41,0 % en 2019). Cela concerne 44,5 % des spectateurs assidus et 59,4 % des 25-34 ans. Les sites spécialisés dans le cinéma sont ceux les plus utilisés pour publier des commentaires sur les films (13,7 % en 2020, contre 16,7 % en 2019), devant les réseaux sociaux (13,0 % en 2020, contre 20,6 % en 2019).

Publication sur internet d'un avis sur un film (%)

	2016	2017	2018	2019	2020
sur un réseau social (Facebook, Twitter ...)	19,1	18,9	21,1	20,6	13,0
sur un site spécialisé dans le cinéma (Allociné, Comme Au Cinéma ...)	9,2	12,2	18,2	16,7	13,7
sur un site de presse généraliste (Le Monde, Libération ...)	4,0	5,9	5,2	6,9	4,3
sur un site spécialisé dans les critiques (Senscritique, critikat ...)	2,7	3,3	3,9	3,3	2,8
sur un blog	2,3	2,2	1,8	3,3	2,2
sur un autre site	2,4	3,4	3,2	3,0	3,0
sur un forum de discussion	3,1	3,7	2,8	2,8	3,0
n'a jamais publié d'avis	67,5	63,7	58,1	59,0	66,7

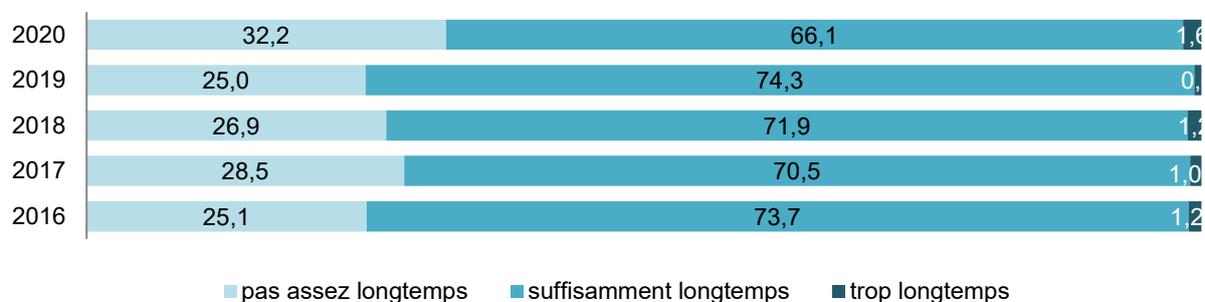
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Perception de la durée d'exploitation des films

En 2020, les spectateurs considèrent à 66,1 % que les films restent suffisamment longtemps à l'affiche. La part des spectateurs estimant la durée d'exploitation des films trop courte progresse à 32,2 % en 2020. Les seniors sont 42,2 % à considérer la période d'exploitation des films trop courte. Les CSP+ (35,4 %) sont également plus nombreux à noter une rotation rapide des films. Les personnes les plus satisfaites de la durée d'exploitation des films sont les hommes (69,6 %) et les moins de 25 ans (75,7 %).

Perception de la durée d'exploitation des films (% de spectateurs)

les films restent à l'affiche...

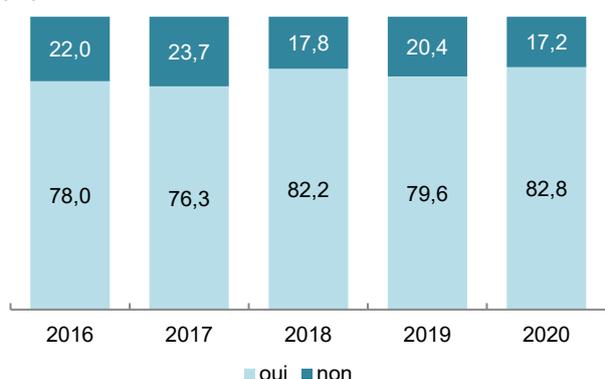


Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

E. Le cinéma fréquenté

En 2020, 82,8 % des spectateurs déclarent toujours aller dans le même cinéma. Ceux qui en fréquentent plusieurs (17,2 %) vont, en moyenne, dans trois cinémas différents.

Fréquentation de la même salle de cinéma (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

La localisation géographique et l'accès déterminent le choix des salles privilégiées. La proximité du domicile (69,0 % en 2020) est l'argument le plus cité par les personnes interrogées. Suivent des critères qualitatifs propres aux salles : le confort est mentionné par 27,6 % des spectateurs et la richesse de l'offre de films par 23,6 %. Ces deux critères sont davantage cités par les inactifs (respectivement 36,3 % et 31,4 %). La politique tarifaire de la salle apparaît comme déterminante pour 13,4 % des répondants en 2020. Ce facteur est plus important pour les inactifs (17,5 %) et les CSP- (16,0 %).

Déterminants du choix de la salle la plus souvent fréquentée (%)

	2016	2017	2018	2019	2020
proximité du domicile	62,3	70,1	71,0	71,9	69,0
confort de la salle	33,4	31,6	29,3	28,0	27,6
facilité d'accès	33,5	30,7	28,8	28,0	25,5
richesse de l'offre	26,9	22,5	23,2	22,6	23,6
prix du billet	14,0	14,5	13,1	14,2	13,4
possession d'une carte illimitée	9,4	8,2	7,9	6,0	9,5
proximité du lieu de travail	2,4	3,8	3,8	3,5	3,6

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

En 2020, le taux de satisfaction est très élevé pour la plupart des critères sur lesquels ils sont interrogés et tout particulièrement sur les critères techniques liés à la qualité de diffusion des films : 98,9 % de satisfaction pour la qualité du son, 97,6 % pour la taille de l'écran et 97,4 % pour la qualité de la projection. Ces appréciations diffèrent peu selon les tranches d'âge, catégories socioprofessionnelles, lieux de résidence ou habitudes de fréquentation.

Appréciation du service cinéma (% de spectateurs satisfaits)

	2016	2017	2018	2019	2020
qualité du son	98,1	95,7	97,8	97,6	98,9
taille de l'écran	97,1	96,9	96,5	95,9	97,6
qualité de la projection	97,1	97,8	96,8	97,8	97,4
taille de la salle	94,6	95,2	93,4	93,8	96,5
conditions d'attente avant d'entrer	92,5	91,8	88,0	88,8	94,4
confort des fauteuils	89,0	89,7	88,8	88,5	94,3
temps d'attente pour obtenir les billets	94,4	93,4	90,8	90,9	94,1
nombre de films proposés	93,9	93,1	91,5	93,2	92,3
propreté de la salle	87,6	88,2	84,6	87,4	92,2
accueil	90,7	91,6	89,9	91,2	92,1
possibilité de stationnement à proximité	82,2	79,8	78,7	80,7	87,7

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

41,4% des spectateurs déclarent acheter des boissons, du pop-corn ou de la confiserie à l'occasion de leur sortie au cinéma en 2020 (47,7 % en 2019). Les 15-24 ans (67,6 %) et les 25-34 ans (64,9 %) consomment davantage que l'ensemble du public. Le pop-corn est le produit préféré des spectateurs. 26,8 % déclarent en acheter et les jeunes en sont les

spectateurs les plus friands (50,0 % des 15-24 ans).

Achats effectués au sein du cinéma (%)

	2016	2017	2018	2019	2020
confiserie	12,3	9,6	13,9	16,4	13,1
pop-corn	24,7	25,7	30,7	32,7	26,8
boisson	21,9	16,0	19,1	24,8	19,6
aucun achat	58,9	61,0	55,7	52,3	58,6

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

F. Le cinéma en relief

Concernant les films en relief, 69,9 % des personnes interrogées se disent intéressées par ce type de projection en 2020, dont 25,2 % beaucoup. Cela concerne 73,9 % des spectateurs réguliers et 77,5 % des 15-24 ans. 28,1 % des spectateurs déclarent avoir effectivement assisté à la projection d'un film en relief dans une salle de cinéma en 2020, un taux en baisse de 5,7 points par rapport à 2019 et de 20,7 points par rapport à 2016. Cette part atteint 38,1 % chez les spectateurs assidus et 47,2 % chez les 15-24 ans.

Participation à une projection en relief dans une salle de cinéma¹ (%)



Intérêt porté aux projections de films en relief dans une salle de cinéma (%)

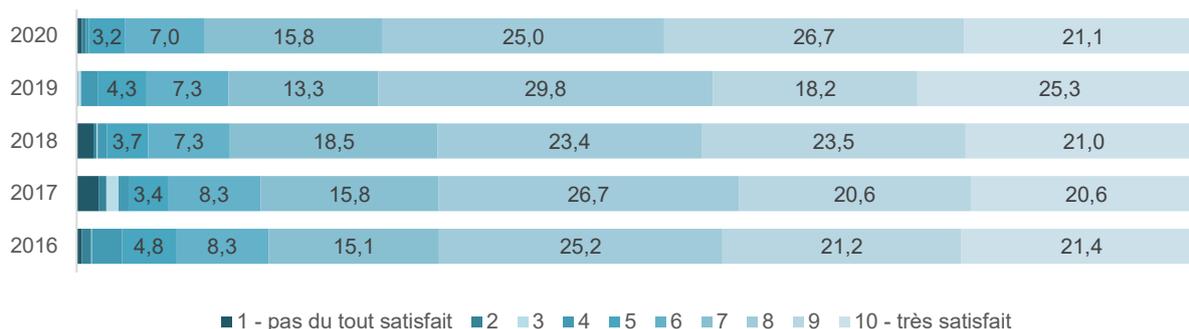


¹ Pourcentage de spectateurs ayant assisté à au moins une projection en relief au cours des 12 derniers mois.

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Les spectateurs de films en relief sont, de façon générale, satisfaits des projections. Ils attribuent, en moyenne, une note de satisfaction de 8,2 sur 10 en 2020 (comme en 2019).

Satisfaction de la projection en relief (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

G. Les activités et pratiques des spectateurs

a. Activités liées au cinéma pratiquées par les spectateurs

Les activités liées au cinéma (avant-première, ciné-club, conférence, retransmission de spectacle ou de sport dans une salle, etc.) attirent peu de spectateurs. En 2020, 71,0 % d'entre eux n'ont profité d'aucune de ces offres. Cette part est encore plus élevée chez les occasionnels (82,7 %). Une corrélation existe entre le rythme de fréquentation des salles de cinéma et la participation à ce type d'activités. Parmi les spectateurs ayant participé à des activités en rapport avec le cinéma, 10,7 % ont assisté à une avant-première en présence de l'équipe d'un film. Cela concerne 19,2 % des assidus et 5,7 % des occasionnels. En 2020, 8,0 % des spectateurs déclarent avoir assisté à la retransmission d'un spectacle vivant dans une salle de cinéma (13,0 % des assidus, 4,1 % des occasionnels) et 7,1 % sont allés à une séance de ciné-club (séance de cinéma suivie d'un débat entre les spectateurs) (10,9 % des assidus, 4,6 % des occasionnels). L'âge apparaît également discriminant dans la participation à ces activités : les moins de 25 ans assistent davantage que les seniors à l'ensemble des activités recensées.

Activités liées au cinéma pratiquées par les spectateurs¹ (%)

	2016	2017	2018	2019	2020
avant-première en présence de l'équipe d'un film	13,6	11,1	10,6	9,6	10,7
retransmission d'un spectacle vivant (opéra, danse, théâtre, ...) dans une salle de cinéma	6,9	6,5	6,7	5,8	8,0
séance de ciné-club (séance de cinéma suivie d'un débat entre les spectateurs)	6,0	6,3	6,5	6,6	7,1
conférence sur un film	7,3	4,4	4,6	4,7	5,0
conférence sur un thème lié au cinéma	3,9	3,9	3,8	3,9	4,7
rencontre avec un professionnel du cinéma (acteur, réalisateur, ...)	6,0	5,5	5,8	4,9	4,3
retransmission sportive dans une salle de cinéma	3,3	2,1	2,8	4,0	3,8
aucune de ces activités	70,0	73,5	72,1	74,7	71,0

¹ Pourcentage de spectateurs ayant participé au moins une fois à l'activité au cours des 12 derniers mois.

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

b. Pratiques culturelles des spectateurs de cinéma

29,3 % des spectateurs de cinéma ont visité un musée au moins une fois au cours des douze mois précédant l'enquête. C'est la pratique culturelle la plus répandue parmi les spectateurs

de cinéma, en particulier chez les habitants de Paris et sa région (37,9 %), les assidus (38,0 %) et les CSP+ (38,3 %). La fréquentation assidue des salles de cinéma va de pair avec des pratiques culturelles diversifiées. Au-delà des musées, les spectateurs assidus affichent par exemple une pratique sensiblement plus développée des bibliothèques (35,9 %, contre 27,4 % en moyenne tous spectateurs de cinéma confondus), des expositions (34,6 % contre 24,6 %), des galeries d'art (17,0 % contre 9,9 %) ou des théâtres (28,0 % contre 19,9 %). Dans une moindre mesure, ce constat se vérifie également pour les spectateurs réguliers. Leurs pratiques culturelles s'avèrent légèrement moins variées que celles des assidus et se concentrent sur quelques lieux : musées (32,6 %), bibliothèques (30,8 %) ou salles de spectacles (28,3 %). Les spectateurs occasionnels déclarent une fréquentation des lieux culturels moins développée que la moyenne des spectateurs de cinéma.

Le lieu de résidence conditionne la variété et la fréquence des pratiques culturelles des spectateurs de cinéma. Compte tenu de la richesse de l'offre et de sa concentration, les habitants de Paris et sa région déclarent des pratiques culturelles plus développées que les personnes résidant en régions.

Lieux culturels et de loisirs fréquentés par les spectateurs¹ (%)

	2016	2017	2018	2019	2020
musée	33,6	30,2	31,5	30,0	29,3
bibliothèque	33,7	26,8	30,5	23,9	27,4
monument historique	32,0	27,3	26,2	23,9	26,5
concert	30,2	26,8	27,1	23,7	26,1
parc d'attractions et de loisirs	28,4	27,4	30,9	24,1	24,9
exposition	30,5	27,1	26,5	24,0	24,6
salle de spectacles	27,8	24,6	23,6	21,0	24,3
médiathèque	24,6	22,5	19,7	22,3	22,3
théâtre	21,5	18,2	16,7	15,6	19,9
galerie d'art	13,0	10,0	10,5	9,1	9,9
salle de jeux vidéo	7,1	6,0	7,9	10,1	8,2
cirque	11,5	9,1	8,1	6,7	6,4
festival de cinéma et de musique	5,6	5,6	4,6	6,1	5,5
cybercafé	8,3	5,8	5,5	6,2	5,0
opéra	5,1	3,9	3,2	3,5	3,5
aucun de ces lieux	13,5	22,5	18,7	22,4	20,7

¹ Pourcentage de spectateurs ayant fréquenté au moins une fois le lieu au cours des 12 derniers mois.

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.



**Le public du cinéma
en 2019**

une publication
du Centre national
du cinéma
et de l'image animée
291 boulevard Raspail
75675 Paris Cedex 14
www.cnc.fr

direction des études,
des statistiques
et de la prospective
tél. 01 44 34 38 26
despro@cnc.fr

édité par la direction
de la communication
conception graphique
couverture: c-album
septembre 2020

