

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

env. 2300 caractères

Les fêtes: une période faste pour le cinéma

Zurich, le 14 décembre 2016 – Durant les deux dernières semaines de décembre et en janvier, les cinémas suisses enregistrent un nombre d’entrées supérieur à la moyenne. Le spectateur type est jeune, suit une formation, s’intéresse à la politique, a une affinité avec la technique et est enclin à consommer. C’est ce qui ressort de MACH Cinema. L’étude de planification pour le cinéma est publiée chaque automne.

Durant l’année, 217 000 Suisses fréquentent en moyenne les salles obscures chaque semaine. Peu avant Noël, le nombre de spectateurs augmente significativement; en effet, au cours de la 51^e semaine de l’année, ce sont en moyenne 355 000 personnes qui assistent à une séance de cinéma, et dans la semaine avant la Saint-Sylvestre, on en dénombre même 412 000, soit presque le double qu’au cours d’une semaine de cinéma ordinaire. Au début de l’année aussi, le nombre de spectateurs se maintient au-dessus de la moyenne.

Les cinéphiles achètent volontiers

Les gens qui vont régulièrement au cinéma sont tendanciellement jeunes (14 à 29 ans) et sont logiquement souvent encore en formation. Ils ne sont pas fermés aux discussions autour de la politique et se situent au-dessus de la moyenne plutôt au centre-gauche ou à gauche de l’éventail politique. Le spectateur type attache de l’importance à posséder toujours les objets techniques les plus récents. Il est intéressé par les appareils proposant des technologies sophistiquées et conseille souvent d’autres personnes dans ce domaine. Les gens qui vont régulièrement au cinéma sont enclins à consommer. Ils ont plus tendance à dépenser leur argent qu’à l’épargner et s’offrent volontiers des

articles coûteux. Ils achètent des vêtements plus que la moyenne, s'habillent à la dernière mode et aiment porter des marques chères. Il n'y a pas de différence significative entre les sexes.

Base statistique: MACH Cinema 2016

Ces données ont été obtenues dans le cadre de l'étude nationale sur les cinémas MACH Cinema 2016. Cette étude aide les annonceurs à planifier de façon précise leurs campagnes dans les cinémas en leur fournissant des informations fines sur le nombre de spectateurs et la composition du public suisse. Les données officielles résultant de cette étude sont publiées à l'automne de chaque année.

REMP Recherches et études des médias publicitaires

En tant qu'organisation interprofessionnelle de recherche indépendante et neutre, la REMP agit pour la transparence sur le marché des médias et de la publicité. Les études de la REMP constituent des références concernant les catégories médias presse, cinéma et sponsoring. Le marché évoluant de plus en plus vers le tout-médias, la recherche intermédiaire sur le public est un élément déterminant de l'activité de la REMP. La REMP publie les études intermédia Audience totale et MA Strategy. Avec MACH Consumer, elle publie la plus vaste étude annuelle sur la consommation et les médias de Suisse.

Plus d'infos sur: www.remp.ch

Contact

REMP Recherches et études des médias publicitaires, Bachmattstrasse 53, 8048 Zurich

Téléphone 043 311 76 76, fax 043 311 76 77, e-mail: remp@remp.ch

- Corinne Gurtner, Director of Corporate Communications
Tél. 043 311 76 54, e-mail: corinne.gurtner@wemf.ch