

le public des cinémas itinérants en France

septembre 2020



Une étude conjointe

Menée par : l'Association nationale des cinémas itinérants (ANCI), le ministère de la Culture, le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) et l'Agence nationale de la cohésion et des territoires (ANCT)

Objectif : connaître la structure, les motivations et les pratiques du public des cinémas itinérants

Résultats issus d'une enquête par questionnaire :

→ 20 circuits

→ 237 points de projections

→ 4 073 questionnaires obtenus

Complétés par des entretiens auprès des responsables de circuits :

→ Attirer et fidéliser le public

→ Quelle programmation ?

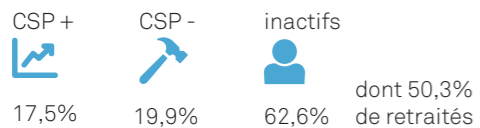
Cinémas itinérants : quel public ?

PLUS DES DEUX TIERS DE FEMMES

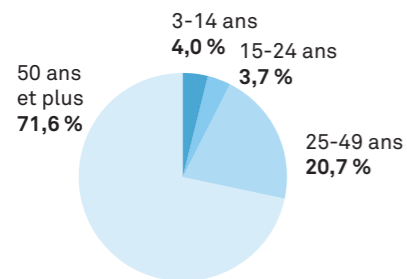


Précaution : au sein d'un couple, les femmes sont généralement les plus enclines à répondre à un questionnaire.

LA MOITIÉ DU PUBLIC EST RETRAITÉ



UN PUBLIC ESSENTIELLEMENT SENIOR

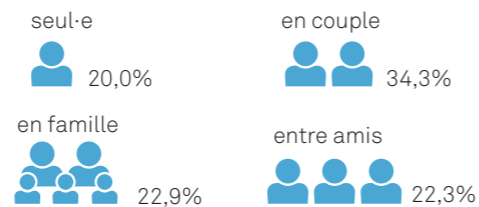


Le cinéma itinérant est souvent né du « désir d'animer des villages où il ne se passait pas grand-chose »

ADAMR-Cinéma de pays

Spectateurs de cinémas itinérants : quelles pratiques ?

UNE SORTIE COLLECTIVE



LA PROXIMITÉ, UN ATOUT, AUTANT QU'UNE NÉCESSITÉ

Proximité du domicile : déterminant du choix de la salle pour **73,5 %** des spectateurs (71,9% tous spectateurs*).

- **Moins de 10 minutes :** temps nécessaire pour **77,6%** des spectateurs pour se rendre sur le lieu de projection (39,8% tous spectateurs*).

- **26,7%** des spectateurs se rendent au cinéma **à pieds** (11,0% tous spectateurs*).

« [...] Les bénévoles préfèrent le bouche-à-oreille et parler directement en distribuant le programme » Du cinéma plein mon cartable

UNE SORTIE QUI NE S'IMPROVISE PAS

Connaissance de la séance :

→ **39,7 %** des spectateurs de l'itinérance privilégient le **programme édité** par le circuit (18,2 % tous spectateurs*)

→ **Le bouche-à-oreille** a son importance pour **19,1 %** des spectateurs (3,9 % tous spectateurs*)

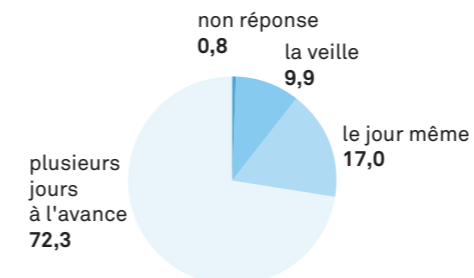
→ **8,7 %** des spectateurs se renseignent sur **internet** (54,5 % tous spectateurs*)

*tous spectateurs = spectateurs de cinéma en général

« Chez nous, les gens n'aiment pas trop l'informatique, ils préfèrent les programmes papier et les affiches. C'est en général suffisant, on se rend compte qu'ils ont l'information » Cinévasion 43

Une sortie prévue à l'avance, généralement grâce à un calendrier mensuel ou bimensuel établi en amont

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



UNE RELATION FORTE AU CINÉMA ITINÉRANT

96,2 %

des spectateurs déclarent que le cinéma itinérant est un **cinéma convivial**

71,6 %

des spectateurs estiment que le cinéma itinérant permet d'**échanger avec d'autres personnes**

DE L'IMPORTANCE DES BÉNÉVOLES...

« Les bénévoles sont plus qu'associés, puisque ce sont eux qui font l'essentiel, ils projettent, organisent, font la billetterie, la publicité, etc... Ce sont eux aussi qui décident et programment. » Cinévasion 43

« Notre circuit étant quasi exclusivement animé par des bénévoles, la question ne se pose pas... ils sont naturellement associés aux choix des films. » Écran vagabond du Trièves

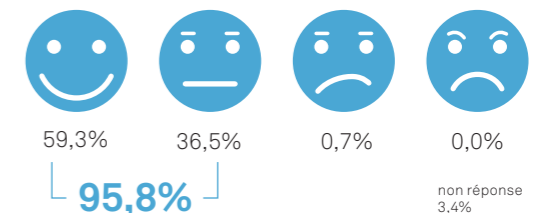
« Ce qui compte, c'est surtout la **dynamique impulsée par le ou les bénévoles**. L'action des bénévoles prime et leur engagement arrive à dépasser la question de la qualité des salles. » Cinéval



« Nous sommes aussi attentifs à l'accueil, et au lien entre salariés, bénévoles et public pour maintenir la convivialité... » Ciném'Aude

L'ITINÉRANCE, UNE EXPÉRIENCE TRÈS SATISFAISANTE

Taux de satisfaction élevé pour la plupart des critères et tout particulièrement sur **l'accueil** (99,6 %), **le temps d'attente pour l'obtention des billets** (99,6 %) ou **la propreté de la salle** (99,3 %).



Près de la moitié des spectateurs interrogés déclarent aller **au moins une fois par mois** dans un circuit itinérant, signe d'une **grande assiduité**.

Habitudes de fréquentation des cinémas itinérants (%)

