

L'Année Cinéma 2019

Films et salles au diapason, le public est conquis

Si le cinéma est actuellement frappé de plein fouet par la crise sanitaire, il peut compter sur ses atouts et sa capacité à se réinventer pour la surmonter.

En attendant des jours meilleurs, à commencer par la réouverture des salles, Médiamétrie propose, comme chaque année, un décryptage de L'Année Cinéma 2019, qui montre plus que jamais l'attachement des Français à leurs salles, la convivialité de cette sortie et les émotions véhiculées par les films proposés.

« Malgré une année 2019 ponctuée de mouvements sociaux et d'épisodes caniculaires, les Français ont réalisé 213,3 millions d'entrées cinéma, soit près de 13 millions de plus qu'en 2018*. L'autre performance tient au nombre de spectateurs : avec un record de 42,2 millions en 2019, c'est 600 000 spectateurs de plus qu'en 2018 qui ont trouvé ou retrouvé le chemin des salles », annonce Marine Boulanger, Directrice du Pôle Cinéma & Entertainment de Médiamétrie.

Les occasionnels et les jeunes toujours au rendez-vous en 2019

Grâce à une offre riche en blockbusters et films d'animation, les spectateurs occasionnels** se sont particulièrement démarqués : ils étaient **30 millions** en 2019, soit un nouveau record absolu. Ils ont réalisé **72,1 millions** d'entrées au total, marquant ainsi la plus forte évolution (**+6,7 millions**).

En famille, entre amis ou en couple, la sortie cinéma demeure une expérience à partager : **74%** des spectateurs s'y rendent accompagnés.

Au global, en 2019, le spectateur cinéma a vu en moyenne **5** films en salle.

Si les 50 ans et plus continuent de réaliser plus d'une entrée sur trois (**36%**), les 15-24 ans sont venus plus nombreux en 2019 : **6,7 millions**, soit **300 000** de plus qu'en 2018, contribuant ainsi au rajeunissement du média. Agé de **39,2** ans en moyenne, le spectateur cinéma est le plus jeune, tous médias confondus. Il se situe même en dessous de l'âge moyen des Français « 4 ans et plus », qui est de **43,6** ans.

Cet engouement des jeunes est la preuve que le cinéma est un loisir qui séduit toujours autant les Français.

* Source CNC

** Les spectateurs occasionnels déclarent aller au cinéma au moins 1 fois dans l'année.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



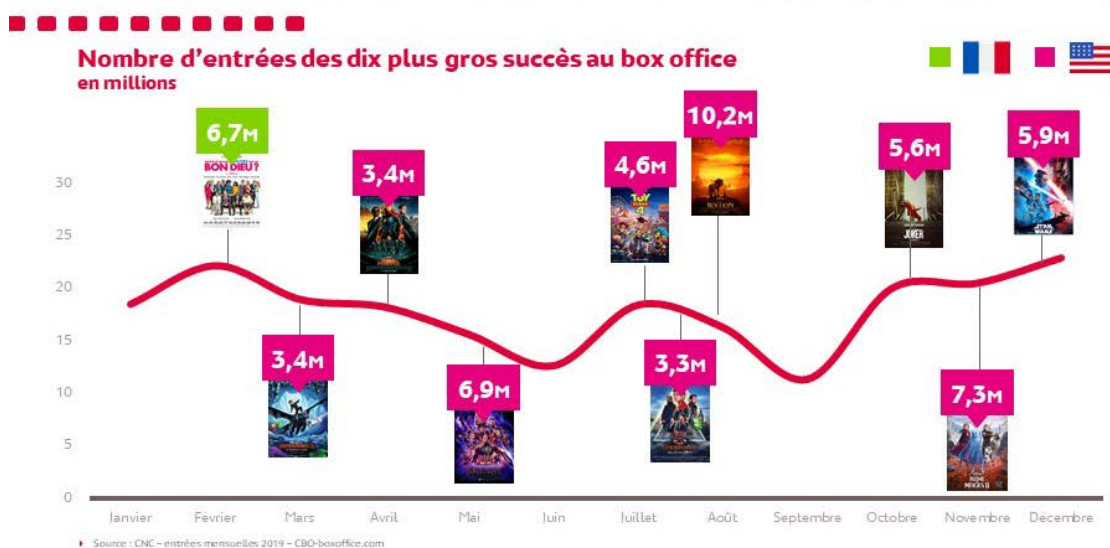
L'Année Cinéma 2019 : Films et salles au diapason, le public est conquis

Les drames et films d'animation ont fédéré un large public

Plusieurs films ont boosté les entrées en 2019, et certains genres de films en particulier. Les films américains dominent ce classement. Parmi eux, la version *live action* du *Roi Lion* réalise **10,2 millions** d'entrées.

Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu enregistre le plus gros succès français, avec **6,7 millions** d'entrées.

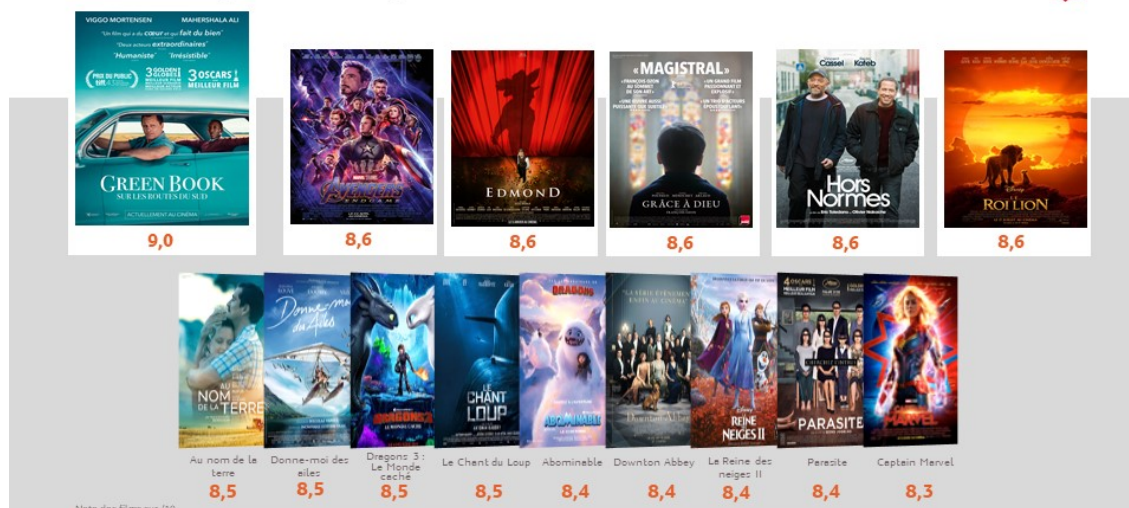
En 2019, 213,3 M d'entrées cinéma avec des succès tout au long de l'année



Deux genres ont sur-performé en 2019 (versus 2018) : les drames, avec des succès comme *Les Misérables*, *Au nom de la Terre* ou encore *Green Book* et *Parasite*, et l'animation, avec de grandes franchises comme *La Reine des Neiges 2*, *Toy Story 4* ou *Dragons 3*.

Une grande partie de ces succès se retrouve également dans les films les plus appréciés par les spectateurs en 2019 :

Les 15 films préférés des spectateurs



COMMUNIQUÉ DE PRESSE



L'Année Cinéma 2019 : Films et salles au diapason, le public est conquis

Les Français toujours aussi attachés à leurs salles de cinéma

Malgré leur intérêt croissant pour la SVoD - sur les **42,2 millions** de spectateurs en 2019, **15,9 millions** regardent aussi des programmes sur les plateformes de SVoD -, les spectateurs cinéma restent très attachés au 7^{ème} art et à leurs salles. Ils leur attribuent la note de **7,9/10**, soit la meilleure note jamais atteinte.

De très nombreuses salles partout en France recueillent d'excellentes notes grâce à leurs initiatives en matière d'accueil et de proximité, de confort et de modernité ou encore de programmation.

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 : l'achat de billet en ligne représente ainsi **28%** des ventes de billets pour la grande exploitation.

Arrivé à destination, plus d'un spectateur sur deux (**54%**) s'offre habituellement une confiserie à déguster avant ou pendant sa séance.

D'excellentes notes par cinéma, en lien avec les initiatives : confort et modernité, programmation et lien social



Note de satisfaction /10 :



Source : Médiamétrie 75 000 Cinéma - Public des Salles 2019 - Salles en activité à + de 50 interviews - Base : Spectateurs cinéma 12 derniers mois 4+ - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

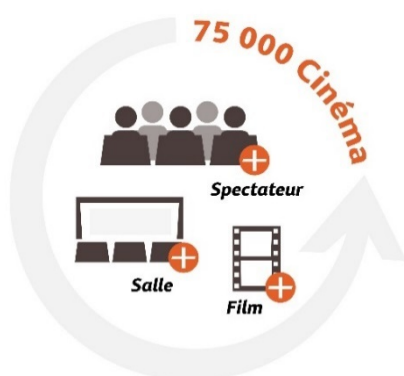
Enfin, l'année 2019 réaffirme les valeurs fortes du cinéma : **76%** des spectateurs déclarent aller voir un film au cinéma « pour les émotions qu'il suscite », **66%** « pour le plaisir d'en parler après l'avoir vu » et **64%** « pour la bonne histoire qu'il propose ».

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



L'Année Cinéma 2019 : Films et salles au diapason, le public est conquis

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 4 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.

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
Instagram : Médiamétrie.official*

Contact 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