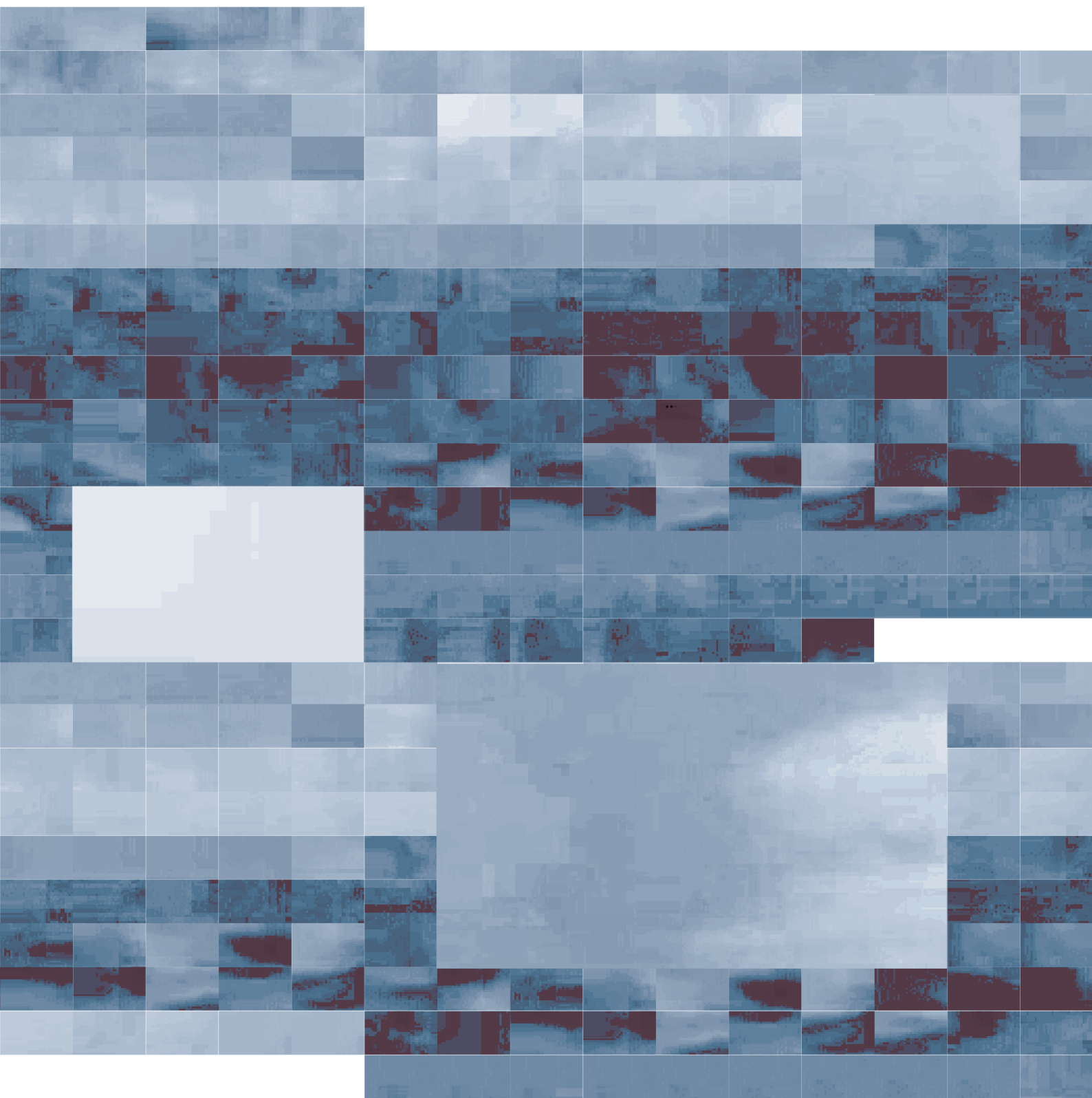




les études du CNC
septembre 2021

Le public du cinéma
en 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

Valentine Tucoulat, Cindy Pierron, Benoît Danard, Sophie Jardillier

Sommaire

Sommaire	3
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.....	12
a. Les moins de 25 ans	13
b. Les 25-34 ans	14
c. Les 35-49 ans	15
d. Les 50 ans et plus	15
D. Evolution du public selon les catégories socioprofessionnelles.....	17
a. Les catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+).....	17
b. Les catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-).....	18
c. Les inactifs	19
E. Evolution du public selon la taille de l'agglomération de résidence	21
a. Les habitants des zones rurales et des agglomérations de moins de 20 000 habitants.....	22
b. Les habitants des agglomérations de 20 000 à 100 000 habitants	22
c. Les habitants des agglomérations de plus de 100 000 habitants et de Paris.....	24
F. Evolution du public selon les habitudes de fréquentation	25
a. Les habitués.....	25
b. Les occasionnels.....	26
II. Evolution des pratiques cinématographiques	28
A. La réservation des places de cinéma.....	28
B. L'accès au cinéma	29
C. Les modalités de fréquentation des salles de cinéma	30
D. L'information sur les films	32
E. Le cinéma fréquenté	35

F.	Les activités et pratiques des spectateurs.....	36
a.	Activités liées au cinéma pratiquées par les spectateurs.....	36
b.	Pratiques culturelles des spectateurs de cinéma.....	37

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 met en évidence la répétition de la consommation 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 autres 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, 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 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.

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 issues de 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

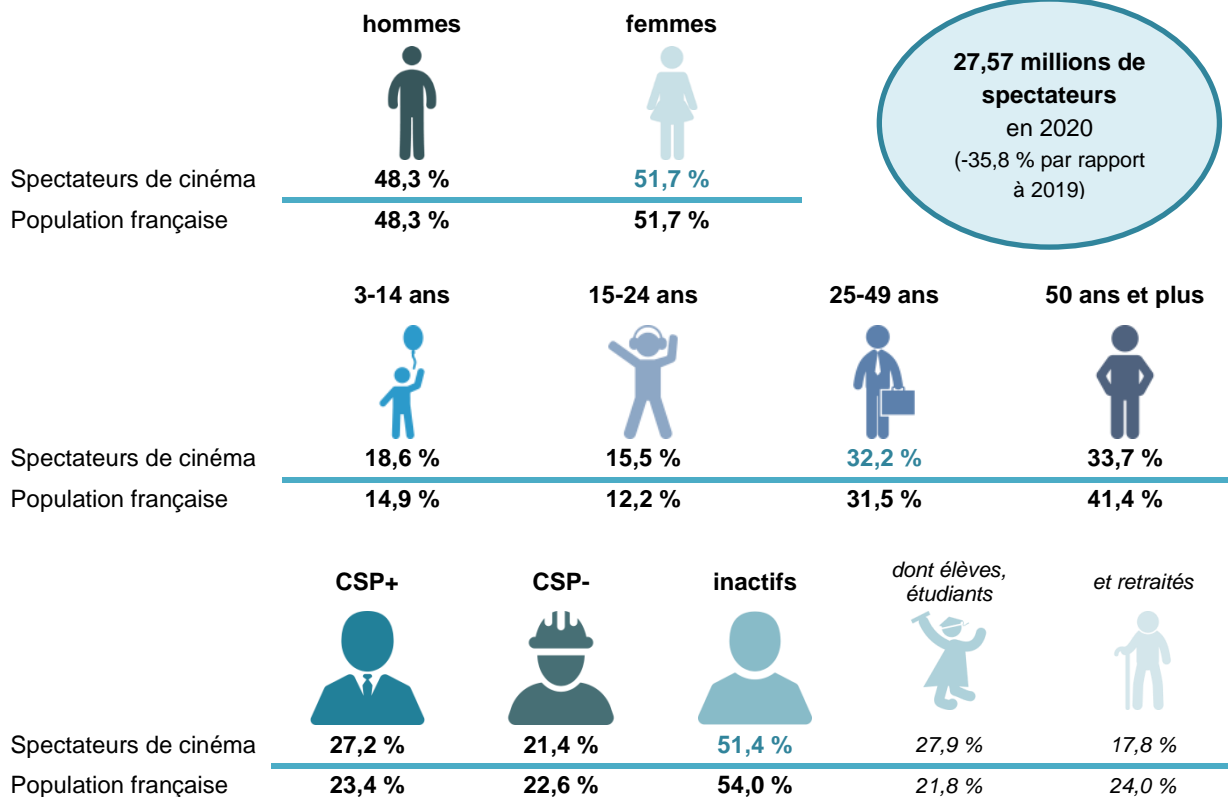
Les *CSP+* désignent les individus exerçant une profession de catégorie supérieure : agriculteurs exploitants, artisans, commerçants, chefs d'entreprises, cadres et professions intellectuelles supérieures, professions intermédiaires.

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

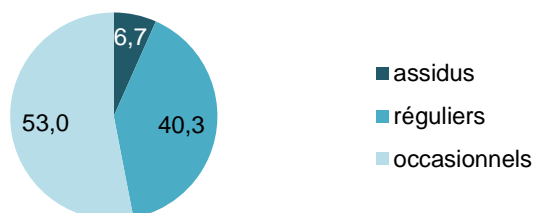
Les *inactifs* désignent les individus n'exerçant pas d'activité professionnelle : retraités, élèves et étudiants, personnes sans emploi.

Chiffres-clés

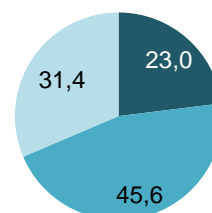
Le public en 2020



structure du public (%)



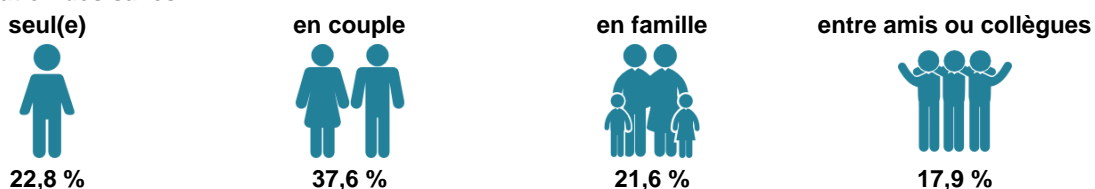
structure des entrées (%)



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

Les pratiques cinématographiques en 2021

Fréquentation des salles



82,7 % des spectateurs qui vont au cinéma **viennent de leur domicile**

94,1 % 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 (54,2 %)

La **salle de cinéma** demeure le meilleur moyen pour **découvrir un film** (83,4 %)

79,0 % 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.

Fort recul du nombre de spectateurs en 2020 dû à la crise sanitaire

L'année 2020 est marquée par un fort recul du nombre de spectateurs, les cinémas étant restés fermés 162 jours dans l'année en raison de la pandémie de Covid-19. 27,6 millions d'individus âgés de 3 ans et plus sont allés au moins une fois au cinéma dans l'année (43,0 millions en 2019). La population cinématographique perd 15,4 millions d'individus par rapport à 2019 (-35,8 %). La population cinématographique représente 43,6 % de la population totale des 3 ans et plus en 2020, contre 68,3 % en 2019. Moins de la moitié des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2020. Chaque spectateur s'est rendu, en moyenne, 2,4 fois dans les salles de cinéma au cours de l'année 2020 soit deux fois moins qu'en 2019 (5,0 fois en moyenne).

Une part de spectateurs de moins de 25 ans toujours dominante

Représentant 27,1 % de la population française en 2020, les moins de 25 ans constituent 34,1 % des spectateurs de cinéma, soit la tranche d'âge la plus élevée. Le nombre de spectateurs de moins de 25 ans chute cependant de 33,6 % en 2020 pour atteindre 9,4 millions d'individus. Le cinéma touche nécessairement moins de jeunes en 2020 qu'en 2019 en raison des mesures sanitaires : 55,0 % des moins de 25 ans déclarent être allés au cinéma au moins une fois en 2020, contre 83,5 % l'année précédente. Les spectateurs de moins de 25 ans s'y sont rendus, en moyenne, 2,4 fois en 2020, contre 1,8 fois pour les 25-49 ans et 2,9 fois pour les 50 ans et plus.

La part des habitués dans la population cinématographique progresse fortement

Les habitués (spectateurs réguliers et assidus) représentent 47,0 % de la population cinématographique (+16,2 points par rapport à 2019) et 68,6 % des entrées (-5,0 points). 12,95 millions de spectateurs sont des habitués en 2020 (-2,1% par rapport à 2019). Ils réalisent 44,74 millions d'entrées, soit -71,5 % par rapport à 2019. En 2020, le nombre de spectateurs occasionnels est divisé par deux dans une population cinématographique totale en baisse de 35,8 % soit 14,62 millions de spectateurs. Les occasionnels génèrent 31,4 % de la fréquentation des salles en 2020, soit 20,48 millions d'entrées (-63,6 % par rapport à 2019).

Une sortie culturelle qui demeure collective et rapidement accessible

Pour l'ensemble des spectateurs, le cinéma est une pratique collective. Lors de leur dernière sortie au cinéma, 77,2 % des Français y sont allés à plusieurs en 2021 dont 37,6 % en couple et 39,6 % entre amis ou en famille. Les assidus se démarquent : 38,3 % d'entre eux déclarent s'y être rendus seuls, contre 22,8 % pour l'ensemble des spectateurs. En 2021, 82,7 % des spectateurs qui vont au cinéma viennent de leur domicile. 6,9 % d'entre eux déclarent cependant s'y rendre depuis un restaurant ou un café. 93,8 % des spectateurs se rendent au cinéma en moins de 30 minutes.

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

En 2021, la bande-annonce vue au cinéma demeure la première source d'information incitant le public à aller voir un film. Elle est citée par 54,2 % des personnes interrogées. Son impact est plus important auprès des spectateurs assidus (65,5 % en 2021). Dans une moindre mesure, la télévision (38,3 % en 2021) est la deuxième source d'information grâce aux extraits ou à la bande-annonce du film diffusés à la télévision et aux publicités vues à la télévision. Le fait d'en avoir entendu parler par ses proches est la troisième source d'incitation.

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

En 2021, le taux de satisfaction est très élevé pour la plupart des critères sur lesquels les spectateurs sont interrogés et tout particulièrement sur les critères techniques : 97,2 % pour la qualité de la projection, 96,4 % pour la taille de l'écran et 96,3 % de satisfaction pour la qualité du son.

Les assidus, un public avec des pratiques culturelles multiples

La fréquentation assidue des salles de cinéma va de pair avec des pratiques culturelles diversifiées. Au-delà des musées (30,5 %), première pratique culturelle des spectateurs de cinéma, les spectateurs assidus affichent une fréquentation sensiblement plus élevée des bibliothèques (26,9 %, contre 20,3 % en moyenne tous spectateurs de cinéma confondus), des expositions (25,4 %, contre 18,0 %), des galeries d'art (13,2 %, contre 8,9 %) ou encore des théâtres (12,0 % contre 7,6 %).

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 2020 est marquée par un fort recul du nombre de spectateurs en raison de la crise sanitaire. 27,6 millions d'individus âgés de 3 ans et plus sont allés au moins une fois au cinéma dans l'année. La population cinématographique compte 15,4 millions d'individus de moins qu'en 2019 (-35,8 %). 2020 est une année inédite d'un point de vue de la fréquentation ; les cinémas impactés par les mesures gouvernementales visant à limiter la propagation du Covid-19 sont restés fermés 162 jours. La population cinématographique représente 43,6 % de la population totale des 3 ans et plus en 2020, contre 68,3 % en 2019. Moins de la moitié des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2020. C'est la première fois depuis que l'audience du cinéma est mesurée sur les Français de 3 ans et plus que la part des spectateurs dans la population totale est inférieure à 50 %, également la première fois depuis que celui-ci est appuyé sur les Français de 6 ans et plus. Il faut remonter en 1992 et des sondages menés auprès des Français de 15 ans et plus pour trouver un taux de pénétration aussi bas.

Chaque spectateur s'est rendu, en moyenne, 2,4 fois dans les salles de cinéma au cours de l'année 2020 soit deux fois moins qu'en 2019. Le plus faible nombre moyen d'entrées par spectateur était enregistré en 1994 à 3,3, année où la mesure était réalisée sur les spectateurs Français de 6 ans et plus.

Population cinématographique

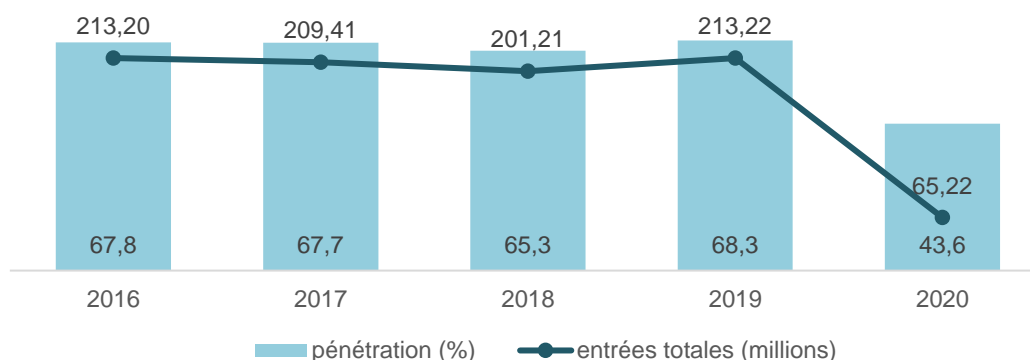
	population totale (millions)	spectateurs (millions)	pénétration (%)	entrées totales (millions)	entrées moyennes par spectateur
2016	62,66	42,46	67,8	213,20	5,0
2017	62,89	42,58	67,7	209,41	4,9
2018	62,74	40,97	65,3	201,21	4,9
2019	62,85	42,96	68,3	213,22	5,0
2020	63,22	27,57	43,6	65,22	2,4

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

En 2020, les entrées en salles chutent de 69,4 % par rapport à 2019, pour atteindre 65,2 millions d'entrées. La fréquentation observée en 2020 atteint un niveau particulièrement faible, les cinémas étant restés fermés près de la moitié de l'année.

13 films dépassent le seuil du million d'entrées en 2020, contre 51 en 2019. C'est le niveau le plus bas enregistré depuis 1992 (première année des statistiques en termes de tranche d'entrées). Quatre films français sont dans ce cas : *Ducobu 3* (1,50 million), *10 jours sans maman* (1,18 million), *30 jours max* (1,14 million) et *les Blagues de Toto* (1,06 million). Trois titres réalisent plus de deux millions d'entrées en 2020 (22 en 2019) dont aucun film français (trois en 2019). Pour la première fois depuis 1992, aucun film ne cumule plus de quatre millions d'entrées.

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 2016-2020, les femmes représentent plus de 51 % de l'ensemble de la population. La structure du public est relativement proche de celle de la population française dans son ensemble et affiche une présence féminine légèrement plus élevée.

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 celle des spectatrices. Depuis 2018, la pénétration du cinéma est légèrement plus forte au sein de la population féminine. En 2020, 43,6 % des femmes de 3 ans et plus sont allées au moins une fois au cinéma en 2020 (69,3 % en 2019), contre 43,7 % des hommes (67,3 % en 2019). En 2020, la pénétration du cinéma est donc égale pour ces deux genres.

En 2020, les hommes ont un niveau de fréquentation (2,4 entrées annuelles en moyenne) semblable à celui des femmes (2,3 entrées).

Population cinématographique selon le genre

	femmes					hommes				
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	51,6	51,6	51,7	51,7	51,7	48,4	48,4	48,3	48,3	48,3
taux de pénétration (%)	67,7	67,2	65,5	69,3	43,6	67,8	68,2	65,1	67,3	43,7
structure du public (%)	51,6	51,3	51,9	52,5	51,7	48,4	48,7	48,1	47,5	48,3
structure des entrées (%)	56,9	54,3	50,9	48,9	50,4	43,1	45,7	49,1	51,1	49,6
nombre moyen d'entrées	5,5	5,2	4,8	4,6	2,3	4,5	4,6	5,0	5,3	2,4

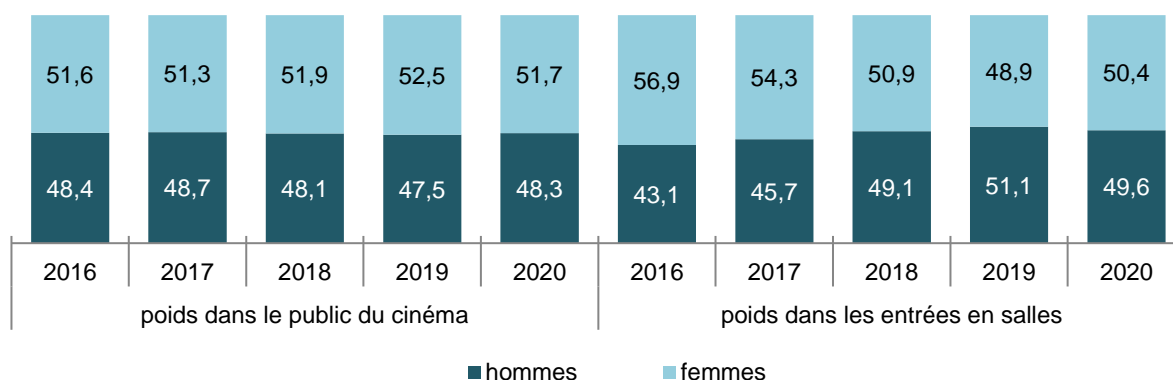
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Les femmes composent 51,7 % du public du cinéma en 2020, soit une part en légère baisse par rapport à 2019 (52,5 %). Le nombre de spectatrices recule de 36,8 % entre 2019 et 2020 soit 8,3 millions spectatrices de moins et 53,9% de la perte totale de spectateurs, quand le nombre total de spectateurs recule de 35,8 %.

Malgré ce recul, les femmes réalisent 50,4 % des entrées en 2020, soit une part en hausse par rapport à 2019 (+1,6 point). Quelques films sortis en salles en 2020 ont attiré plus de spectatrices que de spectateurs, tels que *les Filles du Docteur March* (74,3 % d'entrées générées par les femmes), *Papi Sitter* (68,4 %) ou *la Bonne Epouse* (62,5 %).

Parmi les films ayant attiré un public majoritairement masculin en 2020 se trouvent : *Tenet* (60,9 % d'entrées générées par les hommes), *l'Ombre de Staline* (60,5 %) ou encore *Dark Waters* (60,2 %).

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

Les 25-49 ans enregistrent la baisse la plus importante au sein du public du cinéma : - 6,084 millions de spectateurs en 2020, soit -40,7 % par rapport à 2019. Sur la même période, la population française dans cette tranche d'âge est quasi stable -0,2 % (-32 496 individus).

Le nombre d'individus de moins de 25 ans progresse dans la population française en 2020 à 17,105 millions (+129 113 et +0,8 % par rapport à 2019). Ils sont également très impactés par la fermeture des cinémas. La population cinématographique de moins de 25 ans perd 4,769 millions d'individus par rapport à 2019 (-33,6 %).

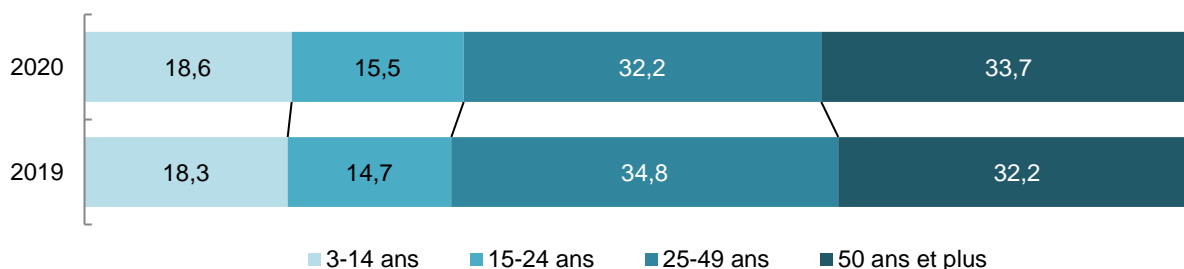
Entre 2019 et 2020, le nombre de spectateurs de 50 ans et plus recule de 4 533 millions de spectateurs (-32,8%) alors que la population totale de cette tranche d'âge augmente de 270 308 individus (+1,0 %).

Evolution 2020/2019 selon l'âge

	population française		population cinématographique		entrées	
		%		%		%
3-10 ans	-13 220	-0,2	-1 982 119	-39,4	-13 828 644	-68,5
11-14 ans	+53 526	+1,7	-731 352	-25,9	-7 666 940	-67,8
15-19 ans	+20 740	+0,5	-1 143 898	-33,0	-12 760 481	-66,1
20-24 ans	+68 067	+1,9	-912 049	-32,0	-8 730 737	-61,1
25-34 ans	-4 020	-0,1	-2 034 608	-37,5	-22 209 856	-75,0
35-49 ans	-28 476	-0,2	-4 049 112	-42,5	-30 026 085	-77,4
50-59 ans	+30 094	+0,4	-1 987 766	-36,5	-14 080 689	-58,7
60 ans et plus	+240 214	+1,4	-2 544 841	-30,3	-38 699 113	-69,5
total	+366 926	+0,6	-15 385 746	-35,8	-148 002 546	-69,4

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

Structure du public selon l'âge (%)



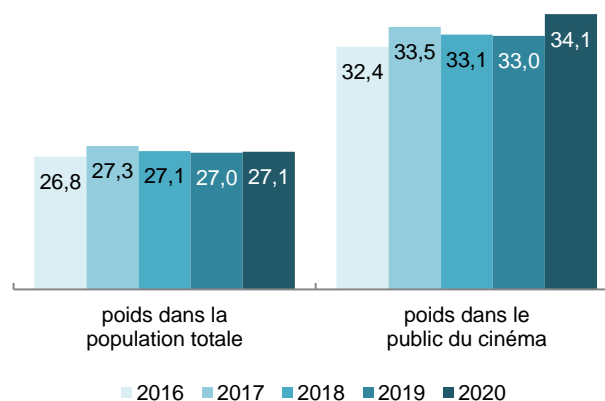
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

a. Les moins de 25 ans

Entre 2019 et 2020, la part des moins de 25 ans progresse au sein du public du cinéma (+1,1 point) et est relativement stable au sein de la population totale (+0,1 point).

Les moins de 25 ans constituent la tranche d'âge la plus attirée par le cinéma. En général, plus de 80 % des Français âgés de moins de 25 ans déclarent être allés au moins une fois au cinéma chaque année. En 2020, la pénétration du cinéma recule à 57,2 % (-28,6 points) et cette baisse touche toutes les tranches d'âge : -32,1 points chez les 3-10 ans, -23,9 points chez les 11-14 ans, -29,1 points chez les 15-19 ans et -26,1 points chez les 20-24 ans.

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

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	9,9	10,1	9,9	9,8	9,7
taux de pénétration (%)	78,3	79,1	72,2	81,6	49,5
structure du public (%)	11,5	11,8	11,0	11,7	11,0
structure des entrées (%)	8,5	9,6	9,4	9,5	9,8
nombre moyen d'entrées	3,7	4,0	4,2	4,0	2,1

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 progresse en 2020. Ils représentent 34,1 % des spectateurs, contre 33,0 % en 2019 mais leur nombre chute de 33,6 %. Ils sont 9,4 millions à s'être rendus au cinéma (14,2 millions en 2019). Les moins de 25 ans sont à l'origine de 33,9 % des entrées (30,5 % en 2019).

Population cinématographique des 11-14 ans

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	5,0	5,1	5,1	5,1	5,2
taux de pénétration (%)	86,2	85,8	86,5	88,2	64,3
structure du public (%)	6,3	6,5	6,7	6,6	7,6
structure des entrées (%)	5,2	5,7	5,8	5,3	5,6
nombre moyen d'entrées	4,1	4,3	4,2	4,0	1,7

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 2020, cependant ils sont parmi ceux qui s'y sont rendus le plus souvent avec 2,4 entrées en moyenne (-2,2 entrées par rapport à 2019). Les 20-24 ans (2,9 entrées en moyenne sur l'année) et les 15-19 ans (2,8 entrées) sont ceux qui cumulent le plus d'entrées par spectateur en 2020. A l'inverse, les 11-14 sont ceux qui en cumulent le moins (1,7 entrée).

Population cinématographique des 15-19 ans

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	6,1	6,4	6,3	6,3	6,3
taux de pénétration (%)	88,4	86,2	85,0	87,3	58,2
structure du public (%)	8,0	8,1	8,2	8,1	8,4
structure des entrées (%)	11,1	10,0	6,1	9,1	10,0
nombre moyen d'entrées	7,0	6,1	3,7	5,6	2,8

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

Population cinématographique des 20-24 ans

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	5,8	5,8	5,8	5,8	5,9
taux de pénétration (%)	77,8	83,0	80,8	78,5	52,4
structure du public (%)	6,7	7,1	7,2	6,6	7,0
structure des entrées (%)	7,4	9,0	8,1	6,7	8,5
nombre moyen d'entrées	5,6	6,2	5,6	5,0	2,9

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 recule (-34,6 % par rapport à 2019) pour atteindre 5,138 millions en 2020. 54,6 % des moins de 14 ans sont allés au moins une fois au cinéma en 2020 (83,8 % en 2019), soit un taux de pénétration en fort recul par rapport à l'ensemble des spectateurs (-29,2 %, contre -24,7 % pour l'ensemble des spectateurs). Le recul du nombre de spectateurs sur cette tranche d'âge est principalement le fait des 3-10 ans avec 1,982 million de spectateurs de moins qu'en 2019, alors que le nombre de 11-14 ans diminue de 731 352 spectateurs. La part dans le public du cinéma des moins de 14 ans s'établit à 18,6 % en 2020 (18,3 % en 2019) et la proportion des entrées qu'ils réalisent à 15,3 % (14,8 % en 2019). Les moins de 14 ans se sont rendus 1,9 fois dans les salles en 2020.

b. Les 25-34 ans

La part des 25-34 ans est relativement stable au sein du public du cinéma : 12,3 % en 2020, contre 12,6 % en 2019. Le nombre de spectateurs de cette génération enregistre une baisse de 37,5 % entre 2019 et 2020, alors que le nombre total de spectateurs diminue de 35,8 %.

En 2020, les 25-34 ans assurent 11,4 % des entrées, contre 13,9 % en 2019. La pénétration du cinéma est en recul sur cette tranche d'âge : 45,2 % des 25-34 ans vont au moins une fois au cinéma en 2020, contre 72,2 % en 2019. En 2020, les 25-34 ans vont en moyenne 2,2 fois au cinéma dans l'année (5,5 fois en 2019). C'est la tranche d'âge qui enregistre le plus fort recul (-3,3 entrées) derrière les 60 ans et plus (-3,7 entrées).

Population cinématographique des 25-34 ans

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	12,5	12,3	12,1	12,0	11,9
taux de pénétration (%)	72,4	77,3	69,0	72,2	45,2
structure du public (%)	13,3	14,0	12,8	12,6	12,3
structure des entrées (%)	12,3	11,6	10,2	13,9	11,4
nombre moyen d'entrées	4,6	4,1	3,9	5,5	2,2

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

c. Les 35-49 ans

Le nombre de spectateurs de 35 à 49 ans diminue de 4,049 millions d'individus (-42,5 %) entre 2019 et 2020. Leur part au sein du public est en recul à 19,8 % (22,2 % en 2019), soit une part équivalente à celle qu'ils représentent dans la population française. La pénétration du cinéma recule chez les 35-49 ans, passant de 76,7 % en 2019 à 44,2 % en 2020. Les 35-49 ans génèrent 13,5 % des entrées en 2020 (18,2 % en 2019), soit une moyenne de 1,6 entrée annuelle par spectateur (4,1 entrées en 2019). C'est la tranche d'âge qui affiche le plus faible nombre moyen d'entrées par spectateur en 2020.

Population cinématographique des 35-49 ans

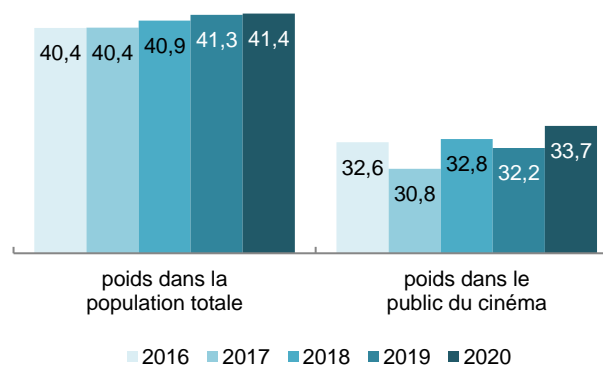
	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	20,3	20,0	19,9	19,8	19,6
taux de pénétration (%)	72,3	73,6	69,9	76,7	44,2
structure du public (%)	21,6	21,8	21,3	22,2	19,8
structure des entrées (%)	15,4	17,8	16,2	18,2	13,5
nombre moyen d'entrées	3,6	4,0	3,7	4,1	1,6

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 progresse à 33,7 % en 2020 (32,2 % en 2019), alors que leur poids dans la population totale est stable à 41,4 % en 2020 (41,3 % en 2019). Le nombre de spectateurs de plus de 50 ans recule de 32,8 % entre 2019 et 2020. Les seniors génèrent 41,3 % des entrées en salles en 2020, en nette augmentation par rapport à 2019 (+3,9 points). C'est la tranche d'âge qui enregistre la plus forte hausse en 2020.

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

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	13,7	13,6	13,6	13,5	13,5
taux de pénétration (%)	61,6	61,1	63,2	64,1	40,6
structure du public (%)	12,5	12,3	13,2	12,7	12,5
structure des entrées (%)	14,4	11,6	13,9	11,3	15,2
nombre moyen d'entrées	5,8	4,7	5,2	4,4	2,9

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

Le taux de pénétration du cinéma chez les seniors est toujours inférieur à celui des autres tranches d'âge et, en général, tout juste supérieur à 50 %. En 2020, elle s'établit à 35,5 % (53,3 % en 2019). Entre 2019 et 2020, la pénétration du cinéma recule plus fortement chez les 50-59 ans (40,6 % en 2020, contre 64,1 % en 2019) que chez les 60 ans et plus (33,0 % en 2020, contre 48,1 % en 2019). En 2020, les 50 ans et plus enregistrent un nombre moyen d'entrées à 2,9 entrées par spectateur. C'est la tranche d'âge qui enregistre le plus haut niveau d'entrées par spectateur en 2020 avec les 20-24 ans.

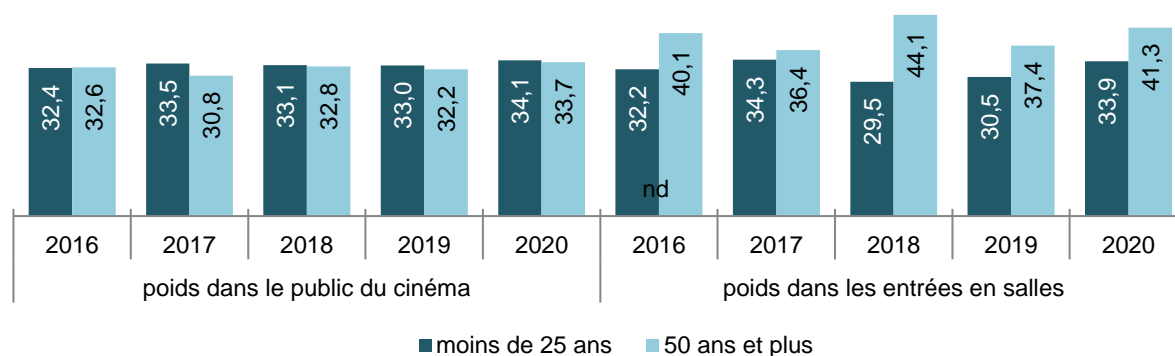
Population cinématographique des 60 ans et plus

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	26,7	26,8	27,3	27,7	28,0
taux de pénétration (%)	51,1	46,8	47,1	48,1	33,0
structure du public (%)	20,1	18,5	19,7	19,5	21,2
structure des entrées (%)	25,6	24,8	30,2	26,1	26,1
nombre moyen d'entrées	6,4	6,6	7,5	6,6	2,9

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 progresse de 1,5 point et celle des moins de 25 ans de 1,1 point. La part des seniors (33,7 %) demeure inférieure à celle des moins de 25 ans (34,1 %) dans le public du cinéma en 2020. En revanche, les seniors réalisent 41,3 % des entrées en salles en 2020, tandis que les jeunes n'en réalisent que 33,9 %.

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

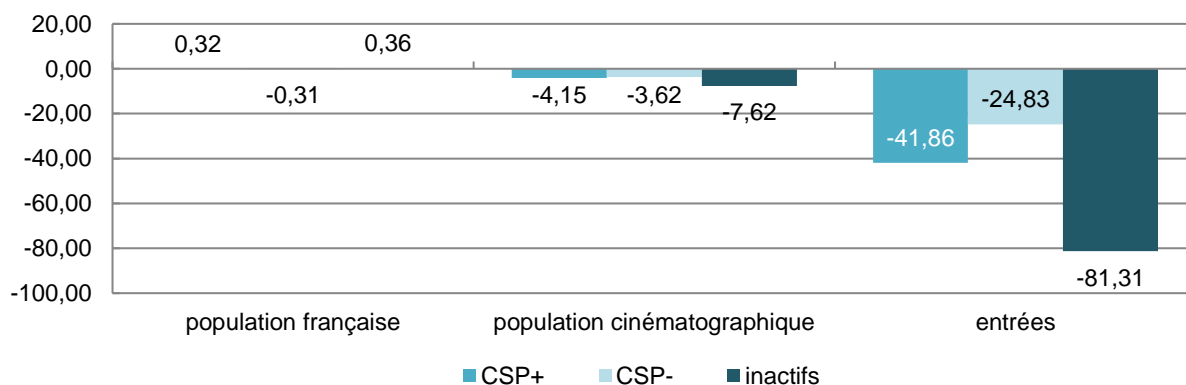


Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

D. Evolution du public selon les catégories socioprofessionnelles

En 2020, la population cinématographique compte 15,385 millions de spectateurs en moins par rapport à 2019. Les inactifs sont ceux pour lesquels ce recul est le plus marqué (-7,619 millions). Cette baisse entraîne une diminution de 70,2 % de leur fréquentation en salles (-81,308 millions d'entrées), quand la fréquentation totale recule de 69,4 %.

Evolution 2020/2019 par catégorie socioprofessionnelles (millions)

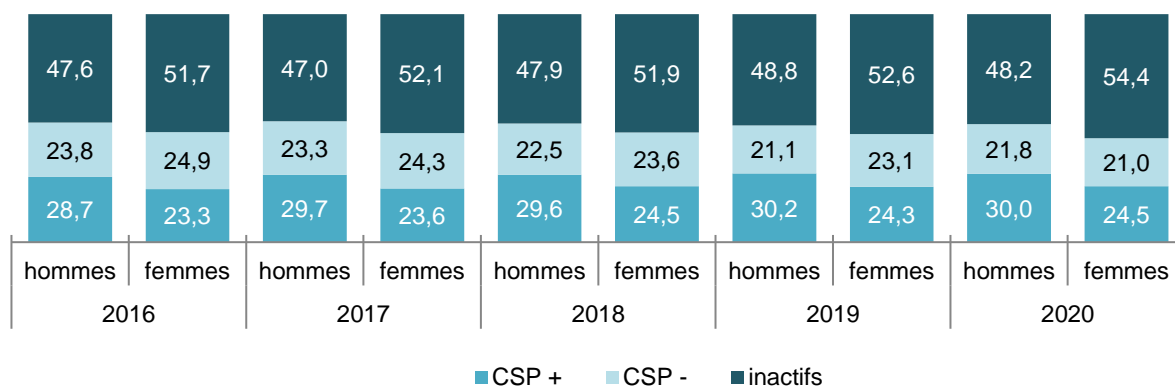


Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

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 23,4 % de la population française âgée de trois ans et plus. Le taux de pénétration du cinéma atteint 50,6 % en 2020 (80,4 % en 2019). Il est nettement supérieur à celui constaté pour les catégories socioprofessionnelles inférieures (41,3 %) et pour les inactifs (41,6 %). C'est le cas chaque année. Les femmes CSP+ sont plus nombreuses 51,4 % à être allées au moins une fois au cinéma en 2020 (51,4 %, contre 50,0 % pour les hommes CSP+). Les chefs d'entreprises, cadres supérieurs affichent le taux de pénétration le plus élevé en 2020 à 53,5 %.

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



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

Le nombre de spectateurs CSP+ recule de 35,6 % entre 2019 et 2020, notamment chez les artisans et commerçants qui diminuent de 42,7 % sur la période. Le poids des CSP+ dans la structure du public du cinéma est stable en 2020 à 27,2 % (+0,1 point par rapport à 2019). Leur poids dans les entrées s'établit à 29,8 % en 2020 (+1,0 point par rapport à 2019). 12,7 % des entrées sont assurés par les chefs d'entreprises, cadres supérieurs et 11,0 % par les professions intermédiaires. Les CSP+ vont, en moyenne, 2,6 fois au cinéma en 2020 (5,3 fois en 2019). Ils restent les plus assidus.

Population cinématographique des CSP+

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	22,3	22,6	22,6	23,0	23,4
<i>dont chefs d'entreprises, cadres, ...</i>	7,6	7,9	7,9	8,3	8,7
<i>professions intermédiaires</i>	11,8	11,7	11,7	11,8	11,7
<i>artisans, commerçants</i>	2,9	3,0	3,0	2,9	3,0
taux de pénétration (%)	78,8	79,5	77,8	80,4	50,6
<i>dont chefs d'entreprises, cadres, ...</i>	84,5	82,1	81,9	83,5	53,5
<i>professions intermédiaires</i>	76,7	82,6	77,7	81,0	51,8
<i>artisans, commerçants</i>	72,3	60,3	67,5	68,9	37,8
structure du public (%)	25,9	26,6	26,9	27,1	27,2
<i>dont chefs d'entreprises, cadres, ...</i>	9,5	9,6	9,9	10,1	10,7
<i>professions intermédiaires</i>	13,3	14,3	13,9	14,0	13,9
<i>artisans, commerçants</i>	3,1	2,6	3,1	3,0	2,6
structure des entrées (%)	28,2	24,6	32,2	28,7	29,8
<i>dont chefs d'entreprises, cadres, ...</i>	10,5	9,8	12,4	11,0	12,7
<i>professions intermédiaires</i>	14,8	10,1	16,4	15,4	11,0
<i>artisans, commerçants</i>	2,8	4,7	3,4	2,3	6,1
nombre moyen d'entrées	5,5	4,6	5,9	5,3	2,6
<i>dont chefs d'entreprises, cadres, ...</i>	5,6	5,0	6,1	5,4	2,8
<i>professions intermédiaires</i>	5,6	3,5	5,8	5,5	1,9
<i>artisans, commerçants</i>	4,6	8,8	5,4	3,9	5,5

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

b. Les catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-)

La pratique cinématographique recule parmi les CSP- : 41,3 % de ces derniers sont allés au moins une fois au cinéma en 2020, contre 65,2 % en 2019. Le taux de pénétration des CSP- recule cependant moins que celui des CSP+ (respectivement -23,9 points et -29,7 points). Le poids des CSP- dans la structure du public du cinéma recule légèrement : ils représentent 21,4 % du public en 2020, contre 22,2 % en 2019. La population cinématographique des CSP- recule de 38,0 % entre 2019 et 2020 (-3,620 millions de spectateurs) pour une baisse de 68,9 % des entrées (-81,308 millions). Les CSP- sont à l'origine de 17,2 % des entrées en 2020, soit

+0,3 point par rapport à 2019. Ils vont, en moyenne, 1,9 fois au cinéma en 2020 (3,8 fois en 2019).

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 (44,0 % en 2020) est nettement supérieur à celui des ouvriers (38,4 %) et des agriculteurs (27,1 %). Parmi les spectateurs CSP-, ce sont les employés et les agriculteurs qui se rendent plus souvent au cinéma en 2020 : en moyenne, ils sont allés 2,6 fois au cinéma en 2020.

Population cinématographique des CSP-

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	25,2	24,2	24,2	23,2	22,6
<i>dont employés</i>	13,7	13,2	13,2	13,1	12,8
<i>ouvriers</i>	10,8	10,3	10,3	9,4	9,1
<i>agriculteurs</i>	0,7	0,8	0,8	0,7	0,7
taux de pénétration (%)	65,5	66,5	62,2	65,2	41,3
<i>dont employés</i>	71,8	72,3	68,5	71,0	44,0
<i>ouvriers</i>	58,4	58,6	54,2	57,9	38,4
<i>agriculteurs</i>	50,0	72,1	60,0	53,3	27,1
structure du public (%)	24,4	23,8	23,1	22,2	21,4
<i>dont employés</i>	14,5	14,1	13,8	13,7	13,0
<i>ouvriers</i>	9,3	8,9	8,5	8,0	8,0
<i>agriculteurs</i>	0,5	0,8	0,7	0,5	0,4
structure des entrées (%)	18,6	20,1	12,7	16,9	17,2
<i>dont employés</i>	10,5	12,6	8,0	8,6	14,3
<i>ouvriers</i>	7,6	7,4	4,1	8,1	2,5
<i>agriculteurs</i>	0,5	0,2	0,6	0,3	0,4
nombre moyen d'entrées	3,8	4,2	2,7	3,8	1,9
<i>dont employés</i>	3,6	4,4	2,9	3,1	2,6
<i>ouvriers</i>	4,1	4,1	2,3	5,0	0,7
<i>agriculteurs</i>	4,3	1,2	4,1	2,7	2,6

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 41,6 % à s'être rendus au moins une fois au cinéma en 2020, contre 64,6 % en 2019. Le nombre de spectateurs inactifs recule de 35,0 % entre 2019 et 2020 (-7,619 millions). Ils composent 51,4 % de la population cinématographique en 2020 (50,7 % en 2019). Les inactifs réalisent 53,0 % des entrées en 2020, une part en baisse par rapport à 2019 (54,3 %). Le nombre d'entrées réalisées par les spectateurs inactifs en 2020 s'établit à 34,57 millions d'entrées (-70,2 %). En moyenne, 2,4 entrées sont réalisées par un spectateur inactif en 2020 (5,3 entrées en 2019).

Population cinématographique des inactifs

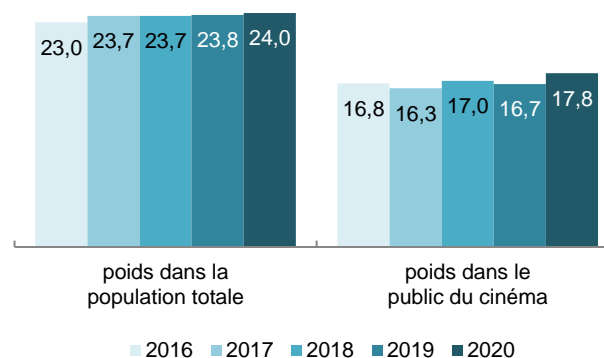
	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	52,5	53,2	53,2	53,7	54,0
<i>dont retraités</i>	23,0	23,7	23,7	23,8	24,0
<i>élèves, étudiants</i>	22,2	22,3	22,3	21,7	21,8
<i>autres inactifs (chômeurs,...)</i>	7,3	7,1	7,1	8,2	8,2
taux de pénétration (%)	64,2	63,2	61,4	64,6	41,6
<i>dont retraités</i>	49,4	46,5	47,0	48,0	32,4
<i>élèves, étudiants</i>	83,4	83,4	80,3	85,4	55,8
<i>autres inactifs (chômeurs,...)</i>	52,4	55,5	50,1	57,6	30,6
structure du public (%)	49,7	49,6	50,0	50,7	51,4
<i>dont retraités</i>	16,8	16,3	17,0	16,7	17,8
<i>élèves, étudiants</i>	27,3	27,5	27,5	27,1	27,9
<i>autres inactifs (chômeurs,...)</i>	5,6	5,8	5,5	6,9	5,8
structure des entrées (%)	53,2	55,2	55,1	54,3	53,0
<i>dont retraités</i>	21,9	23,4	26,2	24,3	19,0
<i>élèves, étudiants</i>	26,2	28,1	24,0	26,1	29,1
<i>autres inactifs (chômeurs,...)</i>	5,1	3,7	4,9	4,0	4,9
nombre moyen d'entrées	5,4	5,5	5,4	5,3	2,4
<i>dont retraités</i>	6,5	7,1	7,6	7,2	2,5
<i>élèves, étudiants</i>	4,8	5,0	4,3	4,8	2,5
<i>autres inactifs (chômeurs,...)</i>	4,6	3,1	4,4	2,8	2,0

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

Le poids des retraités dans la structure du public progresse à 17,8 % en 2020 (16,7 % en 2019), pour un poids dans la population française stable à 24,0 % (23,8 % en 2019). En 2020, 32,4 % des retraités se sont rendus au moins une fois au cinéma, contre 48,0 % en 2019 (-15,6 points, contre 24,7 points tous spectateurs confondus), soit un recul du nombre de spectateurs retraités de 31,6 % sur la période (-2,266 millions). Ils sont à l'origine de 19,0 % des entrées en 2020 (24,3 % en 2019) et vont, en moyenne, 2,5 fois au cinéma dans l'année (7,2 fois en 2019). La crise sanitaire a eu un impact nettement plus fort sur les retraités que sur les autres individus. Cette population étant considérée comme plus vulnérable face au

virus du Covid-19, ils ont semble-t-il préféré ne pas revenir en salles.

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

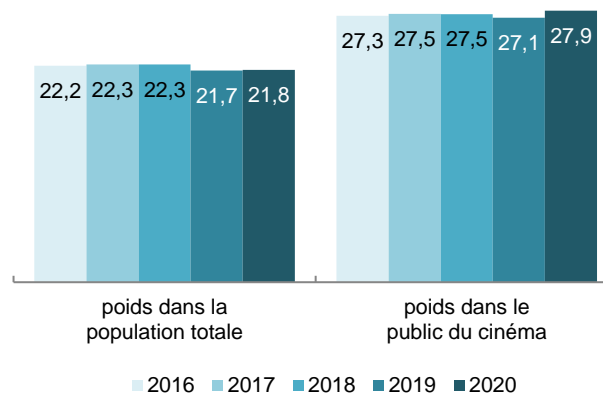


Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

En 2020, la part des élèves et étudiants dans la population française est stable (21,8 %, contre 21,7 % en 2019), cependant leur poids dans la structure du public progresse (27,9 % en 2020, contre 27,1 % en 2019). Entre 2019 et 2020, le nombre d'élèves et étudiants parmi les spectateurs de cinéma recule de 34,1 %. Les élèves et étudiants constituent un groupe qui apprécie largement la sortie cinéma : 55,8 % d'entre eux sont allés au moins une fois au cinéma en 2020, contre 85,4 % en 2019. Le taux de pénétration des élèves et étudiants est le plus élevé de toutes catégories socioprofessionnelles confondues. Les élèves et étudiants génèrent près d'un tiers des entrées en 2020 (29,1 % en 2020, contre 26,1 en 2019), soit la plus forte part toutes

catégories socio-professionnelles confondues.

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

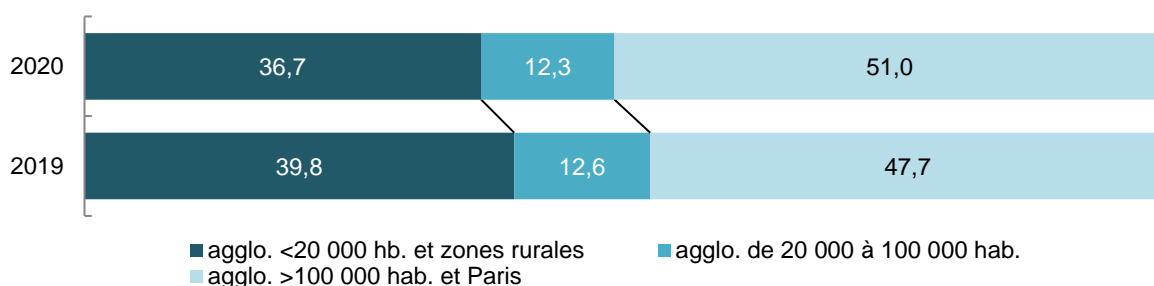
Les habitants des zones rurales sont ceux pour lesquels le nombre de spectateurs reculent le plus fortement en 2020 : -41,5 % à 5,58 millions. La baisse de la fréquentation est enregistrée par les habitants des agglomérations de moins de 20 000 habitants (-80,4 %).

Evolution 2020/2019 selon la taille de l'agglomération de résidence

	population française		population cinématographique		entrées	
		%		%		%
zones rurales	+49 492	+0,4	-3 959 089	-41,5	-19 125	-55,0
agglo. < 20 000 hab.	+50 360	+0,5	-3 003 098	-39,9	-26 185	-80,4
agglo. de 20 000 à 50 000 hab.	+17 629	+0,4	-955 473	-36,1	-8 988 336	-76,3
agglo. de 50 000 à 100 000 hab.	+25 813	+0,6	-1 049 760	-38,1	-7 958 849	-65,7
agglo. > 100 000 hab.	+164 939	+0,9	-4 134 775	-32,9	-39 781	-62,6
agglo. de Paris	+58 693	+0,6	-2 283 550	-28,9	-45 962	-78,6
total	+366 926	+0,6	-15 385 746	-35,8	-148 002	-69,4

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.

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 recule. Avec un poids dans la population totale à l'équilibre (39,9 % en 2020, contre 40,0 % en 2019), ces zones concentrent 36,7 % du public en 2020, contre 39,8 % en 2019. En valeur, la population cinématographique de ces zones diminue de 40,8 % entre 2019 et 2020. La pénétration du cinéma est en baisse importante : -28,2 points pour les zones rurales (39,4 % en 2020) et -27,5 points pour les agglomérations de moins de 20 000 habitants (41,0 % en 2020).

Population cinématographique des habitants des zones rurales

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	17,6	17,5	17,4	17,5	17,5
taux de pénétration (%)	69,7	65,5	66,4	68,5	41,0
structure du public (%)	18,1	16,9	17,7	17,5	16,4
structure des entrées (%)	15,0	15,2	19,9	15,3	9,8
nombre moyen d'entrées	4,2	4,4	5,5	4,3	1,4

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

En 2020, 33,8 % des entrées sont le fait des habitants des zones rurales et des agglomérations de moins de 20 000 habitants (31,6 % en 2019). Les spectateurs des zones rurales font partie de ceux fréquentant le plus les salles de cinéma en 2020 (2,8 entrées en moyenne) tandis que les spectateurs des agglomérations de moins de 20 000 habitants sont ceux fréquentant le moins les cinémas en 2020 (1,4 entrée en moyenne).

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

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	17,6	17,5	17,4	17,5	17,5
taux de pénétration (%)	69,7	65,5	66,4	68,5	41,0
structure du public (%)	18,1	16,9	17,7	17,5	16,4
structure des entrées (%)	15,0	15,2	19,9	15,3	9,8
nombre moyen d'entrées	4,2	4,4	5,5	4,3	1,4

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 12,3% du public en 2020 (12,6 % en 2019) et leurs habitants sont à l'origine de 10,7 % des entrées en 2020 (11,2 % en 2019). Entre 2019 et 2020, le nombre d'entrées générées par les spectateurs résidant dans des agglomérations de 20 000 à 100 000 habitants recule de 70,9 % (-69,4 % au global).

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

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	6,2	6,3	6,4	6,4	6,3
taux de pénétration (%)	66,8	68,3	61,4	66,3	42,2
structure du public (%)	6,1	6,4	6,0	6,2	6,1
structure des entrées (%)	6,3	6,6	4,5	5,5	4,3
nombre moyen d'entrées	5,2	5,1	3,7	4,4	1,7

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

42,2 % des habitants des agglomérations de 20 000 à 50 000 habitants sont allés au moins une fois au cinéma en 2020, soit un recul de 24,1 points par rapport à 2019. Ces résidents vont en moyenne 1,7 fois au cinéma en 2020 (4,4 fois en 2019). Dans les agglomérations de 50 000 à 100 000 habitants, ils sont 38,4 % à être allés au moins une fois au cinéma en 2020, contre 62,4 % en 2019. Ils vont en moyenne 2,4 fois au cinéma en 2020 (4,4 fois en 2019).

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

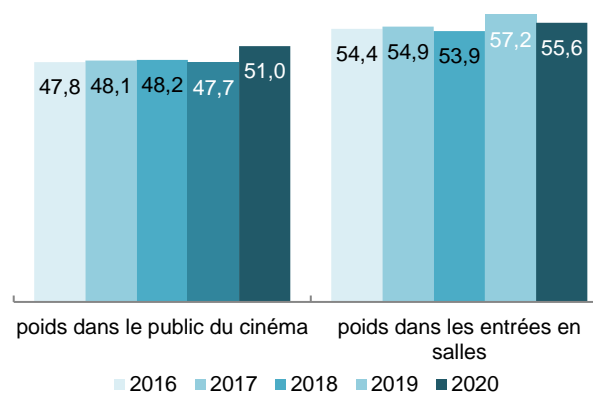
	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	7,2	7,1	7,0	7,0	7,0
taux de pénétration (%)	68,2	68,0	63,5	62,4	38,4
structure du public (%)	7,2	7,1	6,8	6,4	6,2
structure des entrées (%)	7,6	7,2	7,8	5,7	6,4
nombre moyen d'entrées	5,3	5,0	5,6	4,4	2,4

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 concentrent toujours la majorité des spectateurs mais c'est la première fois depuis 2015 qu'ils en concentrent plus de la moitié (50,1 %). Leurs résidents spectateurs assurent également plus de la moitié des entrées (55,6 % en 2020) bien qu'en recul de 1,6 point par rapport à 2019. Le nombre de spectateurs des grandes agglomérations (Paris compris) recule de 31,4 % entre 2019 et 2020 (-35,8 % au global), soit la plus faible diminution. Le nombre d'entrées diminue quant à lui de 70,3 %, un recul légèrement plus élevé que la baisse globale de la fréquentation (-69,4 %).

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 : 53,3 % des habitants de l'agglomération parisienne sont allés au moins une fois au cinéma en 2020 (75,3 % en 2019), contre 44,4 % des habitants des agglomérations de plus de 100 000 habitants (66,8 % en 2019).

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

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	29,8	29,9	29,9	30,0	30,0
taux de pénétration (%)	68,6	67,9	65,9	66,8	44,4
structure du public (%)	30,2	30,0	30,2	29,3	30,6
structure des entrées (%)	30,2	32,6	31,1	29,8	36,4
nombre moyen d'entrées	5,0	5,3	5,1	5,1	2,8

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 n'est pas la plus élevée parmi les différentes zones de résidence contrairement aux années précédentes. En 2020, le nombre moyen d'entrées en salles des spectateurs de l'agglomération parisienne s'établit à 2,2 entrées (7,4 entrées en 2019). Dans les autres agglomérations de plus de 100 000 habitants, le nombre moyen d'entrées annuelles par spectateur s'élève à 2,8 entrées en 2020 (5,1 entrées en 2019).

Population cinématographique des habitants de Paris

	2016	2017	2018	2019	2020
population totale (%)	16,5	16,6	16,6	16,7	16,7
taux de pénétration (%)	72,2	73,6	70,7	75,3	53,3
structure du public (%)	17,6	18,1	18,0	18,4	20,4
structure des entrées (%)	24,2	22,2	22,9	27,4	19,2
nombre moyen d'entrées	6,9	6,0	6,2	7,4	2,2

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

F. Evolution du public selon les habitudes de fréquentation

En 2020, alors que l'année est marquée par la fermeture des salles, le nombre de spectateurs habitués reste relativement stable (12,946 millions) tandis que le nombre de spectateurs occasionnels est divisé par deux (14,62 millions). Les entrées reculent davantage pour les habitués (-71,5 % à 44,74 millions d'entrées) que pour les d'occasionnels (-63,6 % à 20,48 millions d'entrées).

Evolution 2020/2019 selon les habitudes de fréquentation

	population cinématographique		entrées	
		%		%
habitués	-283 862	-2,1	-112 161 578	-71,5
dont : assidus	+218 819	+13,5	-35 640 565	-70,3
<i>réguliers</i>	-502 681	-4,3	-76 521 013	-72,0
occasionnels	-15 101 884	-50,8	-35 840 968	-63,6
total	-15 385 746	-35,8	-148 002 546	-69,4

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

a. Les habitués

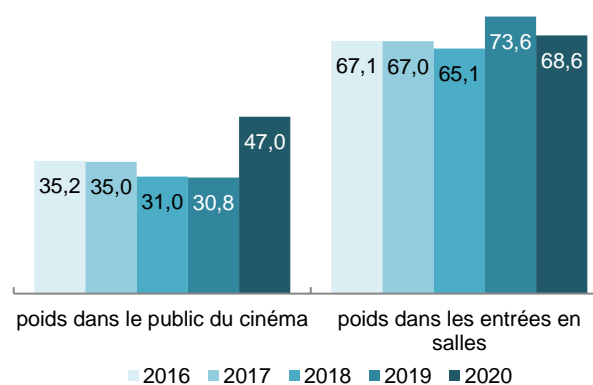
Les habitués (spectateurs réguliers et assidus) représentent 47,0 % de la population cinématographique en 2020 et réalisent 68,6 % des entrées.

Le public assidu (spectateurs allant au moins une fois par semaine au cinéma) gagne 2,9 points dans la structure du public entre 2019 et 2020 : 6,7 % en 2020, contre 3,8 % des spectateurs en 2019. En termes de fréquentation, les assidus réalisent 15,0 millions d'entrées en 2020, soit 23,0 % de la fréquentation totale (23,8 % en 2019).

Ce niveau d'entrées est une conséquence de films tels que *L'Art du Mensonge*

(66,9 % d'assidus), *Drunk* (52,7 %) ou *l'Aventure des Marguerites* (45,2 %).

Poids des spectateurs habitués (%)



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

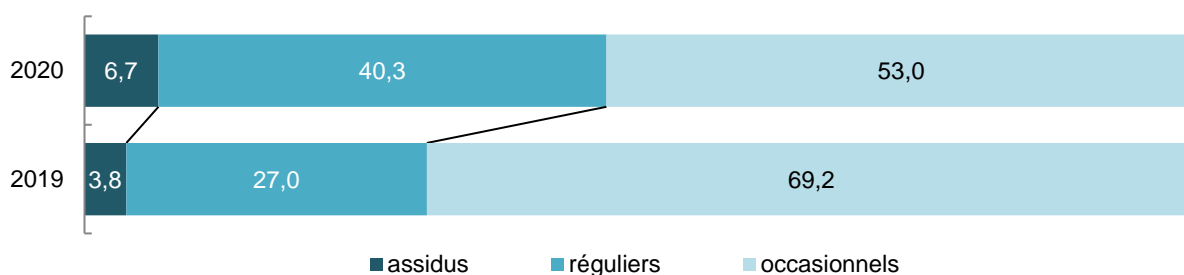
Le public habitué

	2016	2017	2018	2019	2020
spectateurs (millions)	15,0	14,9	12,7	13,2	12,9
dont assidus	1,8	1,6	1,3	1,6	1,8
réguliers	13,2	13,3	11,4	11,6	11,1
part du total (%)	35,2	35,0	31,0	30,8	47,0
dont assidus	4,2	3,8	3,1	3,8	6,7
réguliers	31,0	31,2	27,9	27,0	40,3
entrées (millions)	143,0	140,3	131,0	156,9	44,7
dont assidus	49,0	46,5	45,2	50,7	15,0
réguliers	94,0	93,9	85,8	106,2	29,7
part du total (%)	67,1	67,0	65,1	73,6	68,6
dont assidus	23,0	22,2	22,5	23,8	23,0
réguliers	44,1	44,8	42,6	49,8	45,6

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) progresse fortement en 2020 à 40,3 % (27,0 % en 2019). En valeur absolue, le nombre de réguliers recule de 4,3% sur la période. Les réguliers sont à l'origine de 45,6 % des entrées en 2020 (-4,3 points par rapport à 2019).

Structure du public selon les habitudes de fréquentation (%)



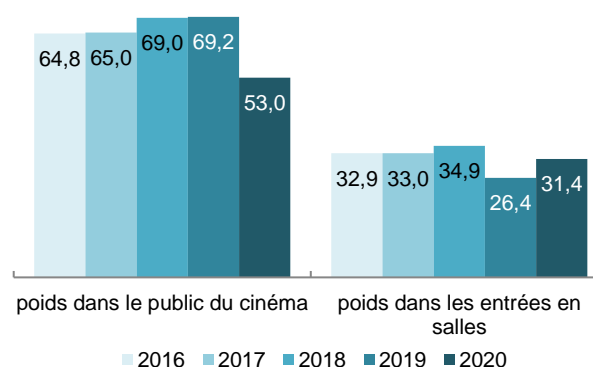
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

b. Les occasionnels

En 2020, le nombre de spectateurs occasionnels est divisé par deux dans une population cinématographique totale en recul de 35,8 %. Il atteint 14,62 millions de spectateurs (29,73 millions en 2019). Les occasionnels composent ainsi 53,0 % du public en 2020, contre 69,2 % en 2019. Ils génèrent 31,4 % de la fréquentation des salles en 2020, soit 20,48 millions d'entrées.

La fréquentation des occasionnels s'appuie notamment sur des films touchant un large public comme *Petit Vampire* (72,3 % des entrées réalisées par les occasionnels), *les Trolls 2* (49,9 %) ou *Sonic le film* (47,8 %).

Poids des spectateurs occasionnels (%)



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

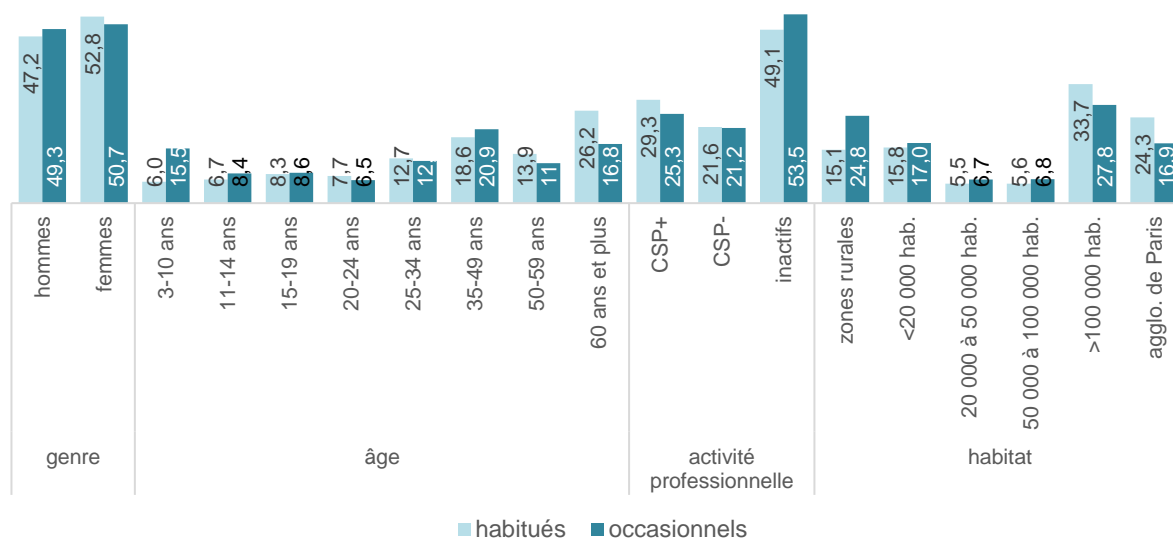
Le public occasionnel

	2016	2017	2018	2019	2020
spectateurs (millions)	27,5	27,7	28,3	29,7	14,6
part du total (%)	64,8	65,0	69,0	69,2	53,0
entrées (millions)	70,2	69,1	70,2	56,3	20,5
part du total (%)	32,9	33,0	34,9	26,4	31,4

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 2020, 40,1 % des spectateurs habitués ont 50 ans ou plus (28,1 % pour les occasionnels), 29,3 % sont des CSP+ (25,3 % pour les occasionnels) et 58,0 % habitent une agglomération de plus de 100 000 habitants y compris celle de Paris (44,8 % pour les occasionnels). En effet, les 50 ans et plus, catégorie composée d'une majorité de retraités, ont davantage de temps à consacrer à leurs loisirs, et notamment au cinéma, que les autres tranches d'âge. La catégorie socio-professionnelle est également un pendant à la pratique culturelle dans son sens le plus large mais également à la pratique culturelle multiple, le cinéma en faisant partie. Par ailleurs, le parc cinématographique est plus dense dans les grandes agglomérations et nécessite moins de temps 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 qui s'est démocratisée avec la crise sanitaire et les contraintes qu'elle a engendrées. Les jauges et couvre-feu ont incité les spectateurs à davantage réserver leur place notamment pour être sûrs d'en avoir une. En 2021, de nombreuses séances ont affiché complet, ce qui est relativement rare en temps normal. Lors de leur dernière sortie au cinéma, 38,9 % des personnes interrogées ont eu recours à ce procédé en 2021, contre 19,6 % en 2020. A noter qu'en 2020, cette question avait été posée en février donc avant le premier confinement. 12,4 % des répondants n'ont pas réservé leur place à l'avance car cela n'est pas possible dans leur cinéma en 2021. 26,1 % déclarent que cette pratique est possible dans leur cinéma, mais qu'ils n'ont pas cherché à le faire, en baisse constante depuis 2017 (42,7 %).

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

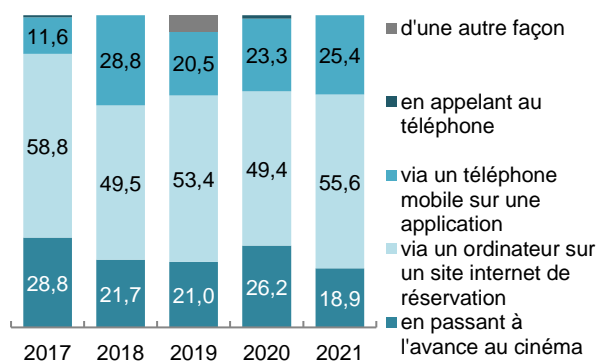
	2017	2018	2019	2020	2021
oui	20,2	21,6	25,6	19,6	38,9
non, cela n'est pas possible	12,7	9,6	16,1	20,8	12,4
non, même si cela est possible	42,7	44,3	35,4	34,4	26,1
non, sans savoir si cela est possible ou non	24,5	24,5	23,0	19,1	13,5
place offerte	nd	nd	nd	6,1	9,0
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Lors de la dernière fréquentation.

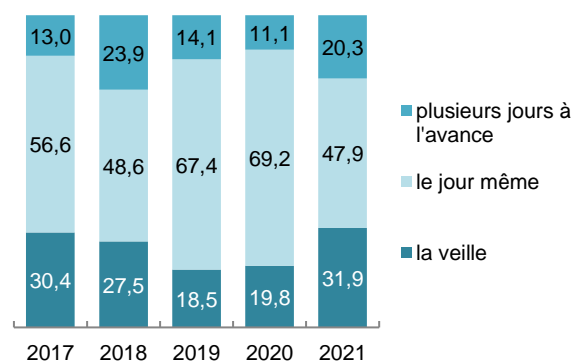
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Parmi les spectateurs ayant réservé leur place de cinéma à l'avance, 55,6 % l'ont fait à partir de leur ordinateur sur un site internet de réservation et 25,4 % sur leur téléphone portable via une application (23,3 % en 2020). En 2021, 18,9 % ont réservé leur place en passant à l'avance au cinéma. En 2021, 47,9 % réservent leur place le jour même (69,2 % en 2020 avant le premier confinement) et 31,9 % la veille (19,8 %). La réservation des places plusieurs jours à l'avance concerne 20,3 % des personnes ayant réservé (11,1 % en 2020).

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



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

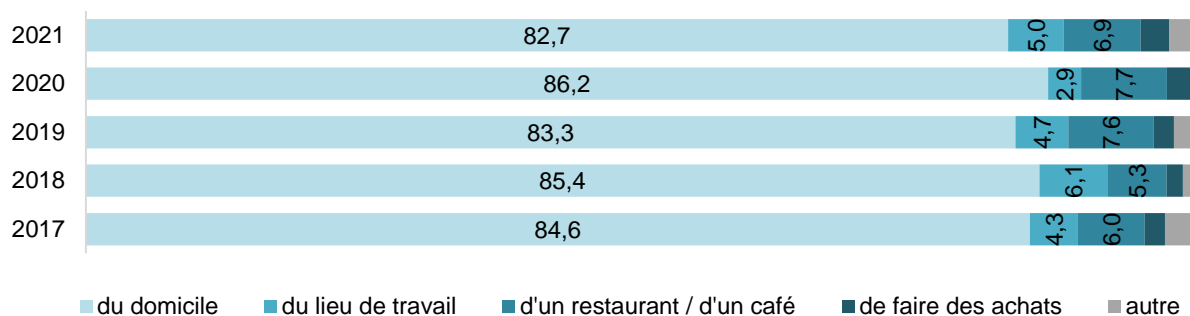


Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

B. L'accès au cinéma

En 2021, 82,7 % des spectateurs qui vont au cinéma viennent de leur domicile (86,2 % en 2020). 6,9 % d'entre eux déclarent cependant s'y rendre depuis un restaurant ou un café (7,7 % en 2020).

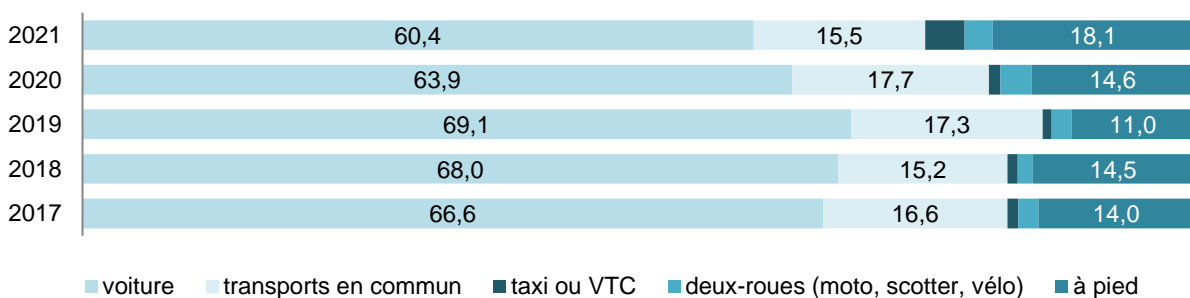
Provenance des spectateurs allant au cinéma (%)



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

Le mode de transport privilégié est la voiture (60,4 % en 2021). 15,5 % des spectateurs utilisent les transports en commun pour aller au cinéma et 18,1 % y vont à pied. Le lieu de résidence est déterminant du mode de transport pour se rendre au cinéma. Les Franciliens sont 38,5 % à se rendre au cinéma en voiture, contre 67,7 % pour les spectateurs résidant en régions. A l'inverse, 30,4 % des spectateurs franciliens optent pour les transports en commun, contre 10,5 % 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 2021, la durée du trajet pour se rendre au cinéma est de 10 à 20 minutes pour 41,2 % des spectateurs et de 5 à 10 minutes pour 32,5 %. 93,8 % des spectateurs se rendent au cinéma en moins de 30 minutes (88,2 % en 2020). Plus de 30 minutes sont nécessaires pour se rendre au cinéma pour 5,9 % des spectateurs en 2021, soit la part la plus faible des cinq dernières années.

Durée du trajet pour aller au cinéma (%)

	2017	2018	2019	2020	2021
moins de 5 minutes	7,9	7,3	8,7	3,3	6,3
entre 5 et 10 minutes	31,5	30,9	31,1	25,4	32,5
entre 10 et 20 minutes	37,8	40,9	34,9	40,9	41,2
entre 20 et 30 minutes	14,9	15,1	17,5	18,6	14,2
plus de 30 minutes	8,0	5,9	7,8	11,8	5,9
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

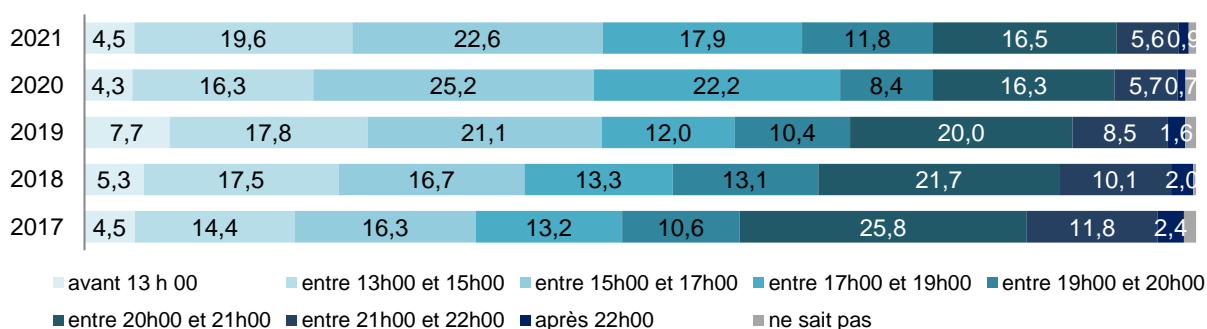
C. Les modalités de fréquentation des salles de cinéma

Il convient de préciser que pendant la période d'administration de cette question en juin 2021, un couvre-feu était en vigueur, à 21h jusqu'au 9 juin puis à 23h jusqu'au 30 juin. Les cinémas ont dû adapter leurs horaires d'ouverture et leurs séances pour s'assurer de la venue des spectateurs.

En 2021, 65,2 % des spectateurs de cinéma déclarent prendre connaissance de l'heure de la séance sur internet. Cette part atteint 71,0 % chez les étudiants et 66,4 % chez les 25-34 ans. 15,2 % consultent le programme édité par le cinéma, contre 13,5 % en 2020.

La crise sanitaire, et notamment les différents couvre-feux, ont eu un impact sur le choix de la séance. En 2021, 40,5 % des personnes interrogées vont au cinéma en journée entre 15h00 et 19h00, contre 47,4 % en 2020. Cette part atteint 43,4 % pour les moins de 25 ans, 41,7 % pour les spectateurs occasionnels et 43,4 % pour les Franciliens. Les séances en soirée semblent attirer plus de spectateurs en 2021 : 33,9 % y sont allés entre 19h00 et 22h00, contre 30,3 % en 2020. Les hommes (34,0 %) et les CSP+ (37,4 %) ont davantage fréquenté les cinémas en soirée en 2021.

Heures des séances fréquentées¹ (% des spectateurs)

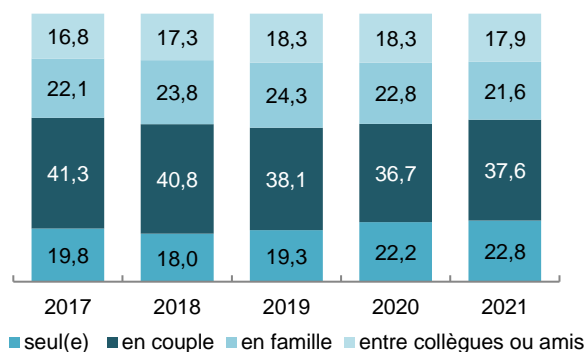


¹ Lors de la dernière fréquentation.

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, 77,2 % des Français y sont allés à plusieurs en 2021 dont 37,6 % en couple et 39,6 % entre amis ou en famille. Les assidus se démarquent : 38,3 % d'entre eux déclarent s'y être rendus seuls, contre 22,8 % pour l'ensemble des spectateurs.

Mode de fréquentation des salles de cinéma ¹(%)

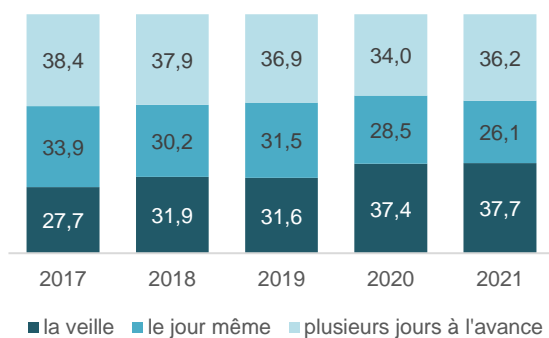


¹ Lors de la dernière fréquentation.

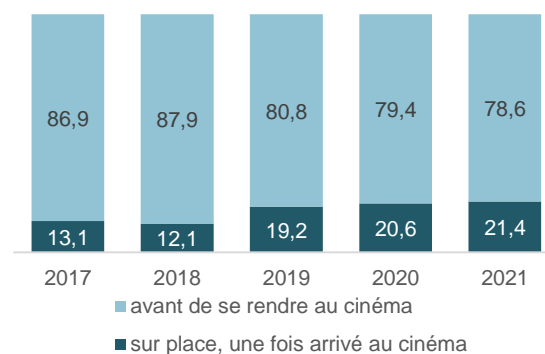
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Autres caractéristiques discriminantes, 39,0 % des assidus prennent la décision d'aller au cinéma le jour même (26,1 % pour l'ensemble des répondants en 2021) et 88,1 % choisissent eux-mêmes le film (70,2 % au global en 2021). La décision d'aller au cinéma est prise la veille ou plusieurs jours à l'avance pour 73,9 % de l'ensemble des spectateurs. Le choix du film se fait avant de se rendre au cinéma pour 78,6 % des spectateurs. 21,4 % du public choisit le film sur place, une fois arrivés dans le cinéma.

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



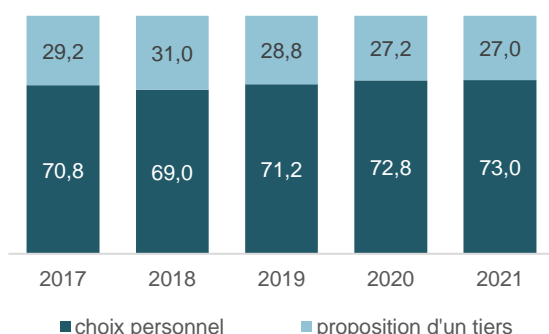
Moment du choix du film (%)



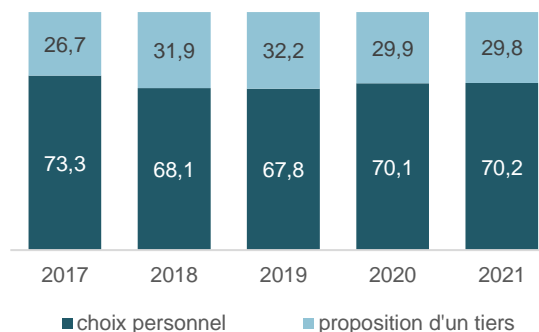
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Si la plupart des personnes interrogées se déclare à l'origine de la décision d'aller au cinéma (73,0 %) et du choix du film (70,2 %), les étudiants et les occasionnels apparaissent moins décisionnaires. Moins de 38 % des individus de chacun de ces groupes va au cinéma sur proposition d'un tiers (29,8 % 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 2021, 57,1 % des spectateurs choisissent d'aller voir un film dans les 15 jours suivant sa sortie (54,7 % en 2020) ou plus tard encore (12,2 % en 2021, 13,4 % en 2020), plutôt que le premier jour (4,7 % en 2021, 5,0 % en 2020).

En revanche, une forte part de spectateurs préfère aller voir un film rapidement, avant la fin du premier week-end suivant sa sortie (23,1 % en 2021, 22,8 % en 2020). Cette réactivité est nettement plus prononcée chez les assidus (34,9 % en 2021) et chez les jeunes (27,7 %).

Moment de fréquentation des salles de cinéma (%)

	2017	2018	2019	2020	2021
premier jour de la sortie du film	3,9	3,1	4,5	5,0	4,7
premier week-end de la sortie du film	20,1	17,1	17,2	22,8	23,1
15 premiers jours de la sortie du film	56,7	60,8	58,0	54,7	57,1
plus tard	14,1	15,1	15,7	13,4	12,2
ne sait pas	5,2	3,9	4,6	4,0	3,0
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 83,4 % des spectateurs en 2021. Loin derrière, la télévision est le deuxième média cité par 6,1 % des répondants en 2021, devant le DVD ou le Blu-ray à seulement 3,0 %, internet à 4,6 % et enfin la vidéo à la demande à 3,0 %. Pour 88,7 % 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)

	2017	2018	2019	2020	2021
salles de cinéma	85,0	83,9	84,1	82,1	83,4
télévision	6,0	7,6	5,4	6,0	6,1
internet	4,7	4,9	4,0	4,2	4,6
DVD ou Blu-ray	3,0	2,0	3,6	4,8	3,0
vidéo à la demande (VàD)	1,3	1,6	3,0	2,8	3,0
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

En 2021, la bande-annonce vue au cinéma demeure la première source d'information incitant le public à aller voir un film. Elle est citée par 54,2 % des personnes interrogées. Son impact est plus important auprès des spectateurs assidus (65,5 % en 2021). Dans une moindre mesure, la télévision (38,3 % en 2021) est la deuxième source d'information grâce aux extraits ou à la bande-annonce du film diffusés à la télévision (28,1 % en 2021) et aux publicités vues à la télévision (16,0 %). Le fait d'en avoir entendu parler par ses proches est la troisième source d'information ayant le plus d'impact auprès des spectateurs (29,3 % en 2021).

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

	2017	2018	2019	2020	2021
bande-annonce vue au cinéma	58,1	53,6	58,0	56,3	54,2
télévision en général	nc	nc	nc	nc	38,3
<i>dont une publicité vue à la télévision</i>	<i>nc</i>	<i>nc</i>	<i>nc</i>	<i>nc</i>	16,0
<i>dont un extrait ou bande-annonce vus à la télévision</i>	30,3	34,3	33,5	28,4	28,1
bouche-à-oreille	31,4	35,4	29,9	27,3	29,3
internet	23,0	27,2	24,6	22,7	27,4
affiche du film	26,5	24,3	24,6	33,9	22,2
critiques de médias	18,4	21,8	23,6	20,0	20,5
publicité ou article dans la presse	10,5	9,2	9,6	14,2	10,7
publicité ou émission à la radio	8,5	8,3	6,3	7,3	7,8

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. 48,9 % des spectateurs interrogés y ont recours en 2021. 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 2021, 21,0 % des spectateurs de cinéma ont recours aux réseaux sociaux pour s'informer. L'utilisation des sites de partage de vidéo est citée par 18,4 % des spectateurs de cinéma en 2021. La consultation des sites de réseaux sociaux et des sites de partages de vidéo est une pratique plus répandue chez les 15-24 ans : respectivement 33,8 % et 32,0 % en 2021.

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

	2017	2018	2019	2020	2021
site internet spécialisé dans le cinéma	50,8	47,0	48,3	49,9	48,9
site de réseaux sociaux	21,5	18,1	19,6	21,6	21,0
site internet officiel d'un film	16,0	14,7	18,5	21,6	18,9
site de partage de vidéo	13,5	15,8	14,6	18,3	18,4
site internet généraliste	5,9	4,2	4,8	7,3	5,6
application sur téléphone mobile	3,5	4,5	4,4	3,3	4,6

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 est une pratique qui renoue avec son niveau de 2019. 45,0 % des spectateurs de cinéma l'ont fait au moins une fois en 2021 (37,2 % en 2020 et 46,6 % en 2019). Cette pratique est particulièrement répandue chez les spectateurs assidus (50,5 %) et les 25-34 ans (69,8 %). Parmi les spectateurs ayant visité la page Facebook d'un film, 17,8 % ont parfois cliqué sur « j'aime » (11,3 % en 2020) et 2,9 % l'ont fait systématiquement (4,2 % en 2020).

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

	2017	2018	2019	2020	2021
visite de la page Facebook d'un film, mais n'a jamais cliqué sur "j'aime"	26,6	27,9	29,5	21,6	24,4
visite de la page Facebook d'un film, et a parfois cliqué sur "j'aime"	15,5	17,5	14,6	11,3	17,8
visite de la page Facebook d'un film, et a toujours cliqué sur "j'aime"	3,1	4,1	2,5	4,2	2,9
n'a jamais visité la page Facebook d'un film	54,7	50,5	53,4	62,8	55,0
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

34,8 % des spectateurs de cinéma ont déjà publié un avis à propos d'un film sur internet en 2021 (33,3 % en 2020). Cela concerne 46,7 % des spectateurs assidus et 55,6 % des 25-34 ans. Les réseaux sociaux sont les médias les plus utilisés pour publier des commentaires sur les films (16,5 % en 2021, contre 13,0 % en 2020), devant les sites spécialisés dans le cinéma (13,7 % en 2021, une part égale à celle de 2020).

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

	2017	2018	2019	2020	2021
sur un réseau social (Facebook, Twitter ...)	18,9	21,1	20,6	13,0	16,5
sur un site spécialisé dans le cinéma (Allociné, Comme Au Cinéma ...)	12,2	18,2	16,7	13,7	13,7
sur un site de presse généraliste (Le Monde, Libération ...)	5,9	5,2	6,9	4,3	4,4
sur un site spécialisé dans les critiques (Senscritique, kritikat ...)	3,3	3,9	3,3	2,8	3,5
sur un autre site	3,4	3,2	3,0	3,0	3,2
sur un forum de discussion	3,7	2,8	2,8	3,0	2,5
sur un blog	2,2	1,8	3,3	2,2	1,7
n'a jamais publié d'avis	63,7	58,1	59,0	66,7	65,2

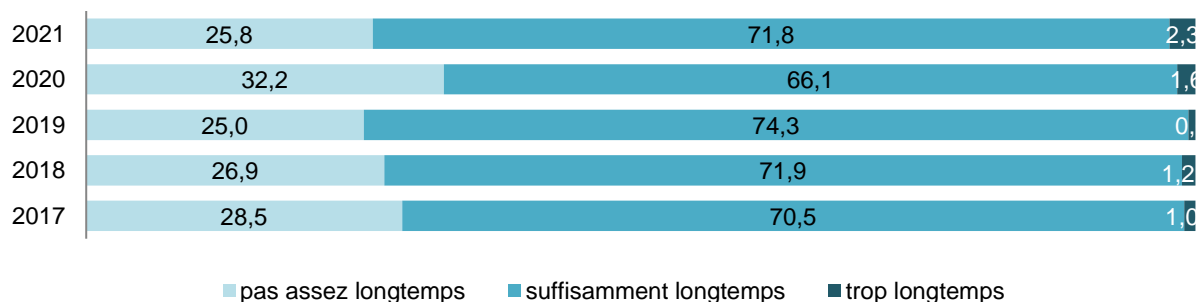
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

Perception de la durée d'exploitation des films

En 2021, les spectateurs considèrent à 71,8 % que les films restent suffisamment longtemps à l'affiche. La part des spectateurs estimant la durée d'exploitation des films trop courte recule à 25,8 % en 2021. Les seniors sont 28,7 % à considérer la période d'exploitation des films trop courte. Les personnes les plus satisfaites de la durée d'exploitation des films sont les hommes (72,9 %) et les 25-34 ans (74,2 %).

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

les films restent à l'affiche...

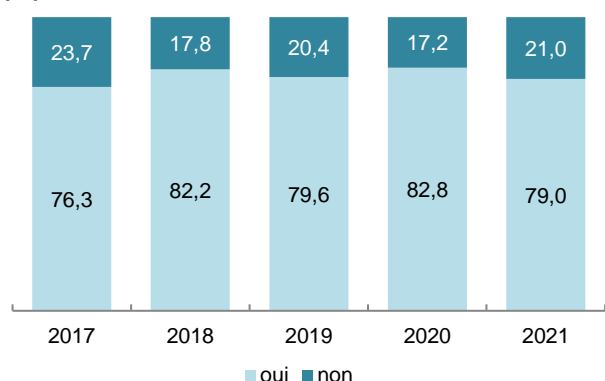


Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 15 ans et plus.

E. Le cinéma fréquenté

En 2021, 79,0 % des spectateurs déclarent toujours aller dans le même cinéma. Ceux qui en fréquentent plusieurs (21,0 %) 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 (71,0 % en 2021) est l'argument le plus cité par les personnes interrogées. Suivent des critères qualitatifs propres aux salles : le confort est mentionné par 31,6 % des spectateurs et la facilité d'accès par 27,8%. Ces deux critères sont davantage cités par les inactifs (respectivement 36,2 % et 34,3 %). La politique tarifaire de la salle apparaît comme déterminante pour 14,1 % des répondants en 2021. Ce facteur est plus important pour les inactifs (17,1 %) et les CSP- (14,8 %).

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

	2017	2018	2019	2020	2021
proximité du domicile	70,1	71,0	71,9	69,0	71,0
confort de la salle	31,6	29,3	28,0	27,6	31,6
facilité d'accès	30,7	28,8	28,0	25,5	27,8
richesse de l'offre	22,5	23,2	22,6	23,6	25,4
prix du billet	14,5	13,1	14,2	13,4	14,1
possession d'une carte illimitée	8,2	7,9	6,0	9,5	11,8
proximité du lieu de travail	3,8	3,8	3,5	3,6	3,5

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

En 2021, le taux de satisfaction est très élevé pour la plupart des critères sur lesquels les spectateurs sont interrogés et tout particulièrement sur les critères techniques : 97,2 % se déclarent satisfaits par la qualité de la projection, 96,4 % par la taille de l'écran et 96,3 % par la qualité du son. 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)

	2017	2018	2019	2020	2021
qualité de la projection	97,8	96,8	97,8	97,4	97,2
taille des écrans	96,9	96,5	95,9	97,6	96,4
qualité du son	95,7	97,8	97,6	98,9	96,3
taille de la salle	95,2	93,4	93,8	96,5	96,1
temps d'attente pour obtenir vos billets	93,4	90,8	90,9	94,1	93,1
nombre de films proposés	93,1	91,5	93,2	92,3	92,6
confort des fauteuils	89,7	88,8	88,5	94,3	92,6
accueil	91,6	89,9	91,2	92,1	92,5
conditions d'attente avant d'entrer dans	91,8	88,0	88,8	94,4	91,1
propreté de la salle	88,2	84,6	87,4	92,2	90,5
possibilités de stationnement à proximité	79,8	78,7	80,7	87,7	84,6

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

39,4% des spectateurs déclarent acheter des boissons, du pop-corn ou de la confiserie à l'occasion de leur sortie au cinéma en 2021 (41,4 % en 2020). Les 15-24 ans (65,7 %) et les 25-34 ans (62,8 %) consomment davantage que l'ensemble du public. Le pop-corn est le produit préféré des spectateurs. 26,3 % déclarent en acheter et les jeunes en sont les

spectateurs les plus friands (45,8 % des 15-24 ans).

Achats effectués au sein du cinéma (%)

	2017	2018	2019	2020	2021
pop-corn	25,7	30,7	32,7	26,8	26,3
boisson	16,0	19,1	24,8	19,6	19,3
confiserie	9,6	13,9	16,4	13,1	10,8
aucun achat	61,0	55,7	52,3	58,6	60,6

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

F. 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 2021 mais cela est principalement dû à la fermeture d'un grand nombre d'établissements culturels (y compris les cinémas). En 2021, 72,6 % d'entre eux n'ont profité d'aucune de ces offres. Cette part est encore plus élevée chez les occasionnels (81,9 %). 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, 8,0 % ont assisté à une avant-première en présence de l'équipe d'un film. Cela concerne 15,0 % des assidus et 4,2 % des occasionnels. En 2021, 6,3 % des spectateurs sont allés à une séance de ciné-club (9,7 % des assidus, 3,5 % des occasionnels) et 6,1 % sont allés à une conférence sur un film (10,6 % des assidus et 3,0 % 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 (%)

	2017	2018	2019	2020	2021
avant-première en présence de l'équipe d'un film	11,1	10,6	9,6	10,7	8,0
séance de ciné-club (séance de cinéma suivie d'un débat entre les spectateurs)	6,3	6,5	6,6	7,1	6,3
conférence sur un film	4,4	4,6	4,7	5,0	6,1
retransmission d'un spectacle vivant (opéra, danse, théâtre, ...) dans une salle de cinéma	6,5	6,7	5,8	8,0	5,7
rencontre avec un professionnel du cinéma (acteur, réalisateur, ...)	5,5	5,8	4,9	4,3	5,3
retransmission sportive dans une salle de cinéma	2,1	2,8	4,0	3,8	4,7
conférence sur un thème lié au cinéma	3,9	3,8	3,9	4,7	4,6
aucune de ces activités	73,5	72,1	74,7	71,0	72,6

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

25,8 % 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 (36,2 %), les assidus (30,5 %) et les CSP+ (29,5 %). 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 (26,9 %, contre 20,3 % en moyenne tous spectateurs de cinéma confondus), des expositions (25,4 % contre 18,0 %), des galeries d'art (13,2 % contre 8,9 %) ou des théâtres (12,0 % contre 7,6 %). 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 (27,9 %), bibliothèques (22,6 %) ou salles de spectacles (6,9 %). 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 (%)

	2017	2018	2019	2020	2021
musée	30,2	31,5	30,0	29,3	25,8
parc d'attractions et de loisirs	27,4	30,9	24,1	24,9	22,6
monument historique	27,3	26,2	23,9	26,5	20,4
bibliothèque	26,8	30,5	23,9	27,4	20,3
exposition	27,1	26,5	24,0	24,6	18,0
médiathèque	22,5	19,7	22,3	22,3	16,7
galerie d'art	10,0	10,5	9,1	9,9	8,9
concert	26,8	27,1	23,7	26,1	8,5
salle de spectacles	24,6	23,6	21,0	24,3	8,2
théâtre	18,2	16,7	15,6	19,9	7,6
salle de jeux vidéo	6,0	7,9	10,1	8,2	6,8
festival de cinéma et de musique	5,6	4,6	6,1	5,5	6,1
cybercafé	5,8	5,5	6,2	5,0	5,2
cirque	9,1	8,1	6,7	6,4	3,4
opéra	3,9	3,2	3,5	3,5	2,4
aucun de ces lieux	22,5	18,7	22,4	20,7	29,4

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 2020**

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 2021

