

Gérard VUILLAUME

Conseil en Economie de l'Audiovisuel

Avril 2013

**ÉTUDE DE MARCHÉ CINÉMATOGRAPHIQUE
ET FINANCIÈRE CONCERNANT LA COMMUNE
DE LANNILIS
29 – FINISTÈRE**

**ETUDE REALISEE POUR LE COMPTE DE LA
COMMUNAUTE DE COMMUNES DU PAYS DES ABERS**

SOMMAIRE

NOTE A L'ATTENTION DE NOS CLIENTS	5
INTRODUCTION	6
1 ENVIRONNEMENT CINEMATOGRAPHIQUE DU PROJET	7
1.1 OBJECTIFS METHODOLOGIQUES LIES A L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT CINEMATOGRAPHIQUE DU PROJET	7
1.2 LE POSITIONNEMENT CINEMATOGRAPHIQUE DU FINISTERE	8
1.3 POSITIONNEMENT CINEMATOGRAPHIQUE DANS L'ENVIRONNEMENT DU PROJET	10
1.3.1 L'EXPLOITATION CINEMATOGRAPHIQUE A MOINS DE 10 MINUTES DU PROJET	10
1.3.2 L'EXPLOITATION CINEMATOGRAPHIQUE ENTRE 10 ET 15 MINUTES DU PROJET	10
1.3.3 L'EXPLOITATION CINEMATOGRAPHIQUE ENTRE 15 ET 20 MINUTES DU PROJET	10
1.3.4 POLES CINEMATOGRAPHIQUES POUVANT LIMITER LA ZONE D'INFLUENCE DU PROJET	10
1.3.5 L'EVOLUTION DE L'EXPLOITATION DANS LE SECTEUR DU PROJET	11
2 LA ZONE D'INFLUENCE CINEMATOGRAPHIQUE DU PROJET	13
2.1 METHODOLOGIE POUR LA DETERMINATION DE LA ZONE D'INFLUENCE	13
2.2 DEFINITION DE LA ZONE D'INFLUENCE CINEMATOGRAPHIQUE DU PROJET	14
2.3 POPULATIONS RETENUES	15
2.4 CARTOGRAPHIE DE LA ZONE D'INFLUENCE CINEMATOGRAPHIQUE	16
3 DETERMINATION DU MARCHÉ POTENTIEL.....	19
3.1 PRECISIONS METHODOLOGIQUES CONCERNANT LA DETERMINATION DU MARCHÉ POTENTIEL ...	19
3.2 LE PUBLIC DES SALLES EN FRANCE EN 2011 (SOURCE CNC / MEDIAMETRIE).....	22
3.2.1 LA POPULATION CINEMATOGRAPHIQUE	24
3.2.2 LE CRITERE « SEXE ».....	24
3.2.3 LE CRITERE « ÂGE ».....	25
3.2.4 LE CRITERE « PROFESSION »	28
3.2.5 LE CRITERE « HABITAT »	30
3.2.6 LE RYTHME DE FREQUENTATION.....	31
3.3 CARACTERISTIQUES SOCIODEMOGRAPHIQUES DE LA POPULATION PERMANENTE	32
3.3.1 L'EVOLUTION DEMOGRAPHIQUE DANS LE SECTEUR	32
3.3.2 STRUCTURE DE LA POPULATION PAR TRANCHE D'AGES	36
3.3.3 STRUCTURE DE LA POPULATION PAR CATEGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE (CSP)	40

3.3.4 LES SALARIES DU SECTEUR PUBLIC	45
3.3.5 STRUCTURE DE LA POPULATION PAR NIVEAU D'INSTRUCTION.....	47
3.3.6 L'EMPLOI.....	49
3.3.7 REVENU DES MENAGES	52
3.3.8 ETRANGERS ET FRANÇAIS PAR ACQUISITION.....	54
3.4 HYPOTHESE A : ESTIMATION DU MARCHÉ POTENTIEL DANS L'HYPOTHESE DE LA CREATION D'UN COMPLEXE DE TROIS SALLES	56
3.4.1 LE MARCHÉ POTENTIEL THÉORIQUE GLOBAL GÉNÈRE PAR LA POPULATION PERMANENTE.....	56
3.4.2 L'ATTRACTION DES CINÉMAS EN INTERACTION AVEC LE PROJET	57
3.4.2.1 LES INTERACTIONS ENTRE LES DIFFÉRENTS CINÉMAS	57
3.4.2.2 L'ATTRACTION DU POLE CINÉMATOGRAPHIQUE DE BREST	58
3.4.2.3 L'ATTRACTION DU CINÉMA DE LESNEVEN	58
3.4.2.4 L'ATTRACTION DU CINÉMA DE SAINT-RENAN	58
3.4.2.5 RECAPITULATIF DE L'ATTRACTION POTENTIELLE DES SITES CONCURRENTS	58
3.4.3 MARCHÉ POTENTIEL THÉORIQUE GÉNÈRE PAR LA POPULATION DE PASSAGE.....	59
➔ FREQUENTATION POTENTIELLE DE LA POPULATION DE PASSAGE DANS LES RESIDENCES SECONDAIRES DE LA Z.I.C.....	59
➔ FREQUENTATION POTENTIELLE DE LA POPULATION DE PASSAGE DANS LES CAMPINGS DE LA Z.I.C.	64
➔ FREQUENTATION POTENTIELLE DE LA POPULATION DE PASSAGE DANS LES HOTELS DE LA Z.I.C.....	69
➔ FREQUENTATION POTENTIELLE DE LA POPULATION DE PASSAGE DANS LES AUTRES FORMES D'HEBERGEMENT DE LA Z.I.C.	72
➔ RECAPITULATIF DU MARCHÉ GÉNÈRE PAR LA POPULATION DE PASSAGE	72
3.4.4 MARCHÉ POTENTIEL FINAL THÉORIQUE DU PROJET DANS L'HYPOTHESE A.....	72
3.5 HYPOTHESE B : ESTIMATION DU MARCHÉ POTENTIEL DANS L'HYPOTHESE DE LA CREATION D'UN COMPLEXE DE DEUX SALLES	73
3.5.1 LE MARCHÉ POTENTIEL THÉORIQUE GLOBAL GÉNÈRE PAR LA POPULATION PERMANENTE.....	73
3.5.2 L'ATTRACTION DES CINÉMAS EN INTERACTION AVEC LE PROJET DANS L'HYPOTHESE B.....	73
3.5.2.1 L'ATTRACTION DU POLE CINÉMATOGRAPHIQUE DE BREST	73
3.5.2.2 L'ATTRACTION DU CINÉMA DE LESNEVEN	73
3.5.2.3 L'ATTRACTION DU CINÉMA DE SAINT-RENAN	74
3.5.2.4 RECAPITULATIF DE L'ATTRACTION POTENTIELLE DES SITES CONCURRENTS	74
3.5.3 MARCHÉ POTENTIEL THÉORIQUE GÉNÈRE PAR LA POPULATION DE PASSAGE.....	74
3.5.4 MARCHÉ POTENTIEL FINAL THÉORIQUE DU PROJET DANS L'HYPOTHESE B.....	75

4 CONDITIONS POUR ATTEINDRE LE MARCHÉ POTENTIEL 76

4.1 PROGRAMMATION	76
-------------------------	----

4.1.1 NOMBRE ET NATURE DES FILMS A PROPOSER.....	76
4.1.2 NOMBRE DE SEANCES.....	77
4.2 NOMBRE DE SALLES ET DE FAUTEUILS UTILES / SURFACES ET INVESTISSEMENTS (HYPOTHESE A) ..	79
4.2.1 NOMBRE DE SALLES ET DE FAUTEUILS UTILES DANS L'HYPOTHESE DE LA CREATION D'UN CINEMA DE TROIS SALLES (HYPOTHESE A)	79
4.2.2 SURFACES UTILES ET INVESTISSEMENTS A PREVOIR.....	80
4.3 NOMBRE DE SALLES ET DE FAUTEUILS UTILES / SURFACES ET INVESTISSEMENTS (HYPOTHESE B) ...	81
4.3.1 NOMBRE DE SALLES ET DE FAUTEUILS UTILES DANS L'HYPOTHESE DE LA CREATION D'UN CINEMA DE DEUX SALLES (HYPOTHESE B)	81
4.3.2 SURFACES UTILES ET INVESTISSEMENTS A PREVOIR.....	82

5 CARACTERISTIQUES FINANCIERES DE L'EXPLOITATION DU PROJET SUR LA BASE DU MARCHE POTENTIEL 83

5.1 HYPOTHESE A : TROIS SALLES	83
5.1.1 RECETTE GUICHET ANNUELLE	83
5.1.2 COMPTE D'EXPLOITATION PREVISIONNEL SUR TROIS ANS.....	84
5.1.3 REMARQUES CONCERNANT LES DONNEES PREVISIONNELLES.....	85
5.1.4 SOUTIEN FINANCIER DE L'ETAT A L'INDUSTRIE CINEMATOGRAPHIQUE (S.F.E.I.C.).....	86
→ LA T.S.A.....	86
5.1.5 CALCUL DES DROITS ACQUIS ET DE L'AVANCE POUR LA FUTURE EXPLOITATION	87
→ RETOUR DE TSA PAR TRANCHE	87
→ CALCUL DES DROITS ACQUIS ET DES AVANCES SUR DROITS	87
5.2 HYPOTHESE B : DEUX SALLES	88
5.2.1 RECETTE GUICHET ANNUELLE	88
5.2.2 COMPTE D'EXPLOITATION PREVISIONNEL SUR TROIS ANS.....	89
5.2.3 REMARQUES CONCERNANT LES DONNEES PREVISIONNELLES.....	90
5.2.4 CALCUL DES DROITS ACQUIS ET DE L'AVANCE POUR LA FUTURE EXPLOITATION	91
→ RETOUR DE TSA PAR TRANCHE	91
→ CALCUL DES DROITS ACQUIS ET DES AVANCES SUR DROITS	91

FICHE DE SYNTHESE 92

ANNEXE : METHODOLOGIE POUR LA DETERMINATION DU MARCHE POTENTIEL 95

NOTE A L'ATTENTION DE NOS CLIENTS

Les marchés potentiels déterminés dans nos études reposent sur une analyse :

- des caractéristiques sociodémographiques de la population concernée par le projet,
- du niveau de l'activité cinématographique dans la zone à étudier,
- de la pression concurrentielle,
- d'une étude analogique des résultats de fréquentation enregistrés dans des villes comparables, si elles existent.

Certains critères non quantifiables, mais indispensables à la réalisation des marchés potentiels, peuvent faire varier la prévision :

- modification de l'environnement concurrentiel,
- offre de films inconstante,
- qualité de l'action menée par l'exploitant en matière d'animation et de politique de communication.

L'offre de films est un facteur a priori imprévisible quant à son attractivité sur le public d'une année sur l'autre. Lorsque la structure des salles correspond à l'attente des spectateurs, la variation de la qualité attractive des films explique en grande partie les variations conjoncturelles de fréquentation.

Nos prévisions sont faites à partir de l'analyse des données des années précédentes, en supposant qu'en année moyenne l'offre de films sera sensiblement identique à celle de la période retenue comme référence statistique.

Par ailleurs, des phénomènes de changement de comportement quant au mode de consommation du film peuvent être induits par l'arrivée des technologies nouvelles (home-cinéma, DVD, piratage...). Le manque de recul ne permet pas d'analyser finement l'impact à long terme de ces mutations comportementales et donc d'en chiffrer les conséquences.

Le travail de l'exploitant peut expliquer à lui seul d'importantes variations de fréquentation (jusqu'à 50%). L'étude, qui a pour objectif de donner un potentiel correspondant sur le long terme au volume d'entrées que la population de la zone de chalandise est susceptible d'induire compte-tenu de ses caractéristiques sociodémographiques et de la concurrence présente à proximité, ne prend pas en compte cet aspect des choses. En effet, les hommes et les équipes sont sujets à changement et la fréquentation, lorsqu'un tel changement se produit, retrouve son niveau naturel.

Notons par ailleurs que des échecs entraînés par un équipement mal réalisé, par un ratage au niveau du lancement ou par la mise en place d'équipes insuffisamment compétentes ont été enregistrés.

Un cinéma est un commerce. Son succès dépend de facteurs communs à tous les commerces : qualité de l'emplacement, accès facile, parking... Mais il doit en plus répondre à sa vocation divertissante en étant capable de faire rêver les spectateurs avec la qualité de son offre et de son environnement.

PAR AILLEURS, IL EST IMPORTANT DE SOULIGNER QUE LE MARCHE POTENTIEL N'EST GÉNÉRALEMENT ATTEINT QU'AU BOUT DE 18 MOIS A 2 ANNÉES COMPLÈTES DE FONCTIONNEMENT.

NOS PRÉVISIONS SONT VALABLES SUR UNE PÉRIODE DE TEMPS RELATIVEMENT LIMITÉE QUI N'EXCÈDE PAS 5 ANS.

Cabinet Gérard VUILLAUME

INTRODUCTION

La commune de Lannilis est localisée dans le département du Finistère, à proximité de Brest. Commune proche du littoral, la population permanente de Lannilis, et du secteur environnant, a connu une progression démographique moyenne, très supérieure à la moyenne nationale, de plus de 18 % entre les recensements de 1999 et 2010, passant pour Lannilis de 4 475 à 5 293 habitants. La commune fait partie de l'unité urbaine de Plouguerneau – Lannilis qui compte 11 686 habitants.

Malgré cette dynamique démographique, le territoire ne compte plus d'exploitation cinématographique permanente depuis la fermeture de L'ETOILE en 2002, et l'unité urbaine est aujourd'hui dépourvue de cinéma. Les cinémas les plus proches sont l'EVEN à Lesneven (seul cinéma à moins de 20 minutes) et le pôle cinématographique que représente l'agglomération de Brest, à une trentaine de minutes, qui draine aujourd'hui l'essentiel de la fréquentation.

Même si la création d'un nouveau multiplexe est actuellement envisagée à Brest, la mairie de Lannilis souhaite la réouverture d'un cinéma proposant des conditions d'exploitation et de programmation qui répondent aux normes actuelles de confort et d'animation.

La réouverture d'un cinéma à Lannilis permettrait de compléter les équipements et les événements qui contribuent à la dynamique démographique et culturelle forte engagée dans le territoire, et viendrait renforcer la position attractive de la ville dans la Communauté de Communes du Pays des Abers.

La réalisation d'un tel projet, qui coïnciderait avec le passage au numérique des salles de cinéma, devrait également être en mesure de favoriser un élargissement des activités et des contenus dans un cinéma qui développerait sa programmation en association avec les autres acteurs culturels du territoire.

C'est dans ce cadre que la Commune de Lannilis a souhaité bénéficier d'une étude de faisabilité d'un projet de cinéma qui permette de préciser :

► Le marché potentiel et l'intérêt du projet

- Détermination de la zone d'influence cinématographique ;
- Environnement cinématographique actuel ;
- Interactions entre cinémas susceptibles d'être en concurrence d'attraction ;
- Analyse sociodémographique de la population concernée par le cinéma ;
- Détermination du marché potentiel (clients issus de la zone de chalandise, scolaires, et éventuellement clientèle saisonnière) avec analyse de l'évolution démographique pour quantifier et anticiper les besoins.

► La définition d'un schéma d'aménagement du cinéma en fonction du marché potentiel défini

- Dimensionnement et évaluation du montant des investissements de l'équipement : nombre de salles, de fauteuils et de places de parking utiles, coût moyen au fauteuil... ;
- Ratios de détermination des surfaces affectées au cinéma (en m² surface plancher) et au parking ;
- Calcul du fonds de soutien de l'Etat à l'industrie cinématographique ;
- Chiffre d'affaires et compte d'exploitation prévisionnel sur 3 ans.

1 ENVIRONNEMENT CINEMATOGRAPHIQUE DU PROJET

1.1 OBJECTIFS METHODOLOGIQUES LIES A L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT CINEMATOGRAPHIQUE DU PROJET

L'analyse de l'environnement cinématographique du projet doit permettre d'apprécier les forces et les faiblesses des autres exploitations présentes dans le secteur. Cette évaluation s'effectue sur la base d'une analyse comparative de l'équipement existant, des conditions d'exploitation et des résultats de fréquentation par rapport au contexte local, départemental et national.

A partir des données recueillies, il est possible :

- d'apprécier l'attractivité relative de chaque cinéma en fonction de l'indice de fréquentation qu'il réalise par rapport à la population de la commune où il est situé. Plus cet indice est supérieur à l'indice de fréquentation moyen national dans les communes équipées (indice de 3.5 en 2011), plus l'attractivité du cinéma pourra être considérée comme forte par rapport à son environnement, et son influence étendue à un nombre important de communes. Inversement, en-dessous de cet indice, l'attractivité du cinéma pourra être considérée comme limitée à la commune où est situé le cinéma ;
- de circonscrire, en fonction de la densité et des éléments de compétitivité des cinémas concurrents, les limites du périmètre géographique dans lequel doit être positionné le projet.

1.2 LE POSITIONNEMENT CINEMATOGRAPHIQUE DU FINISTERE

Dans le tableau ci-dessous figurent les positionnements cinématographiques du département du Finistère en 2011 par rapport au niveau national et à la catégorie de territoire à laquelle appartient Lannilis.

	France (population totale)	France (population équipée)	Département du Finistère (population totale)	Département du Finistère (population équipée)
Population	62 134 870	30 010 000	897 628	386 663
Nombre d'établissements actifs	2 047	2 047	35	35
Multiplexes	172	172	2	2
Nombre d'écrans	5 465	5 465	81	81
Nombre de salles Art & Essai	1 077	1 077	23	23
Nombre de fauteuils	1 074 000	1 074 000	16 427	16 427
Spectateurs 2011	216 629 000	216 629 000	3 970 000	3 970 000
Recette guichet moyenne	6,32 €	6,32 €	5,73 €	5,73 €
Indice de fréquentation	3,49	7,22	4,42	10,27
Taux d'occupation	15,8%	15,8%	13,7%	13,7%
Nombre d'habitants / salle	11 370	5 491	11 082	4 774
Fauteuils / 1 000 habitants	17	36	18	42
Dépense moyenne par habitant	22,03 €	45,62 €	25,34 €	58,83 €

Sources : CNC / INSEE

Le département du Finistère se caractérise par :

- un indice de fréquentation supérieur à la moyenne nationale, que ce soit par rapport à la population totale (4,4 entrées par habitant, contre 3,5 en France), ou par rapport à la population équipée (10,2 entrées par habitant, contre 7,2 en France) ;
- une offre qui apparaît, en 2011, également supérieure à la moyenne nationale dans les communes équipées, avec 42 fauteuils pour 1 000 habitants contre 36 au niveau national.

Cette situation peut s'expliquer par :

- le caractère saisonnier de nombreux cinémas,
- une pratique du cinéma qui est restée très active dans un grand nombre de communes.

	Communes de moins de 10 000 habitants (population totale)	Communes de moins de 10 000 habitants (population équipée)
Population	6 463 000	3 917 000
Nombre d'établissements actifs	292	292
Multiplexes	16	16
Nombre d'écrans	732	732
Nombre de salles Art & Essai	177	177
Nombre de fauteuils	142 000	142 000
Spectateurs 2011	23 430 000	23 430 000
Recette guichet moyenne	6,02 €	6,02 €
Indice de fréquentation	3,63	5,98
Taux d'occupation	15,3%	15,3%
Nombre d'habitants / salle	8 829	5 351
Fauteuils / 1 000 habitants	22	36
Dépense moyenne par habitant	21,82 €	36,01 €

	Unités urbaines de moins de 10 000 habitants (population totale)	Unités urbaines de moins de 10 000 habitants (population équipée)
Population	3 205 000	2 528 000
Nombre d'établissements actifs	207	207
Multiplexes	1	1
Nombre d'écrans	371	371
Nombre de salles Art & Essai	148	148
Nombre de fauteuils	70 000	70 000
Spectateurs 2011	7 990 000	7 990 000
Recette guichet moyenne	5,60 €	5,60 €
Indice de fréquentation	2,49	3,16
Taux d'occupation	15,3%	15,3%
Nombre d'habitants / salle	8 639	6 814
Fauteuils / 1 000 habitants	22	28
Dépense moyenne par habitant	13,96 €	17,70 €

Sources : CNC / INSEE

1.3 POSITIONNEMENT CINEMATOGRAPHIQUE DANS L'ENVIRONNEMENT DU PROJET

1.3.1 L'EXPLOITATION CINEMATOGRAPHIQUE A MOINS DE 10 MINUTES DU PROJET

Il n'y a pas de salle de cinéma à moins de 10 minutes de Lannilis.

L'Etoile était également, au moment de sa fermeture, le seul cinéma dans un périmètre de 10 minutes de temps de déplacement autour de Lannilis.

1.3.2 L'EXPLOITATION CINEMATOGRAPHIQUE ENTRE 10 ET 15 MINUTES DU PROJET

Il n'y a pas de salle de cinéma entre 10 et 15 minutes de Lannilis.

1.3.3 L'EXPLOITATION CINEMATOGRAPHIQUE ENTRE 15 ET 20 MINUTES DU PROJET

Seul le cinéma L'EVEN de Lesneven a une activité permanente. Les caractéristiques d'exploitation de ce cinéma ont été les suivantes en 2011 :

Commune	Cinéma	Ecrans	Fauteuils	Séances	Entrées	Prix moyen	A & E
Lesneven	EVEN	1	340	450	33 393	4,85 €	E

1.3.4 POLES CINEMATOGRAPHIQUES POUVANT LIMITER LA ZONE D'INFLUENCE DU PROJET

Le marché potentiel cinématographique de la commune de Lannilis va être essentiellement limité par les salles de Brest. Il sera tenu compte dans la suite de l'étude du projet d'un nouveau multiplexe qui viendrait renforcer l'attractivité de ce pôle cinématographique.

Il convient également de prendre en compte les cinémas dynamiques de Saint-Renan (Le BRETAGNE) et de Landerneau (Le ROHAN) qui sont tous deux classés Art & Essai.

Les caractéristiques d'exploitation de ces différents cinémas sont les suivantes :

Commune	Cinéma	Ecrans	Fauteuils	Séances	Entrées	Prix moyen	A & E
Brest	CELTIC	8	1 727	11 498	130 062	5,57 €	non
	CINE LIBERTE	15	2 805	28 228	876 970	6,18 €	non
	OCEANOPOLIS	1	267	23	2 921	4,00 €	non
	LES STUDIOS	6	715	9 230	131 316	4,52 €	A
Landerneau	LE ROHAN	2	470	1 516	55 467	5,91 €	E
Saint-Renan	LE BRETAGNE	1	300	473	33 947	4,15 €	E

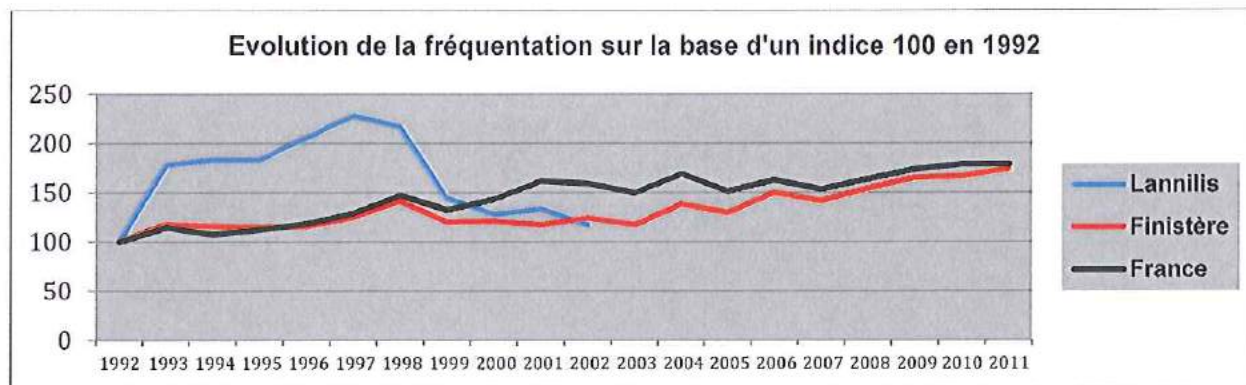
1.3.5 L'EVOLUTION DE L'EXPLOITATION DANS LE SECTEUR DU PROJET

L'évolution de la fréquentation depuis 1992 dans les cinémas se situant à proximité du projet est la suivante :

Année	Lannilis	Lesneven	Saint-Renan	Finistère	France
1992	1 800	19 800	-	1 442 436	116 000 000
1993	3 200	28 100	-	1 687 496	132 720 000
1994	3 300	25 700	-	1 666 127	124 420 000
1995	3 300	28 900	-	1 651 705	130 240 000
1996	3 700	27 700	-	1 665 632	136 740 000
1997	4 100	20 100	-	1 796 021	149 260 000
1998	3 900	43 600	-	2 036 359	170 600 000
1999	2 600	37 100	20 700	1 728 958	153 610 000
2000	2 300	69 700	21 300	1 739 500	165 760 000
2001	2 400	38 900	27 000	1 683 839	187 450 000
2002	2 100	32 900	32 800	1 788 291	184 410 000
2003	-	26 300	29 500	1 683 860	173 460 000
2004	-	32 300	38 700	1 988 000	195 530 000
2005	-	26 300	32 300	1 863 000	175 390 000
2006	-	30 600	34 100	2 158 000	188 670 000
2007	-	26 400	29 900	2 036 000	177 511 256
2008	-	28 700	32 400	2 213 000	189 710 000
2009	-	29 000	34 100	2 371 000	201 142 000
2010	-	31 400	36 000	2 394 000	206 811 000
2011	-	33 400	55 500	2 502 000	206 811 000

Sources : INSEE / CNC

Il est à noter la bonne tenue dans le temps des cinémas de Lesneven et Landerneau dont l'évolution de la fréquentation est restée peu sensible à la transformation du parc dans l'unité urbaine de Brest.



2 LA ZONE D'INFLUENCE CINEMATOGRAPHIQUE DU PROJET

2.1 METHODOLOGIE POUR LA DETERMINATION DE LA ZONE D'INFLUENCE

Pour déterminer la zone d'influence cinématographique (Z.I.C.) du projet, il est nécessaire de prendre en compte :

► la situation du projet et les conditions d'accès au cinéma

La zone d'influence du projet va d'abord être conditionnée par :

- **l'attractivité du site et son rayonnement en dehors de l'activité cinématographique.** Cette attractivité peut notamment se rattacher à la présence d'une grande / moyenne surface alimentaire qui attire la population des environs ;
- **les conditions d'accès au cinéma.** L'analyse des conditions d'accès au cinéma et de parking par les véhicules venant de l'extérieur est essentielle. Des difficultés pour atteindre le site en fin de parcours et chercher une place pour se garer peuvent rallonger de façon importante les temps moyens d'accès au cinéma et rendre dissuasive sa fréquentation régulière.

► le rayonnement prévisible du cinéma

L'attractivité du cinéma sera limitée par :

- la présence du pôle cinématographique de Brest qui attire une partie de la population située au sud de la zone d'influence. Cette attraction est renforcée par les déplacements domicile – travail ;
- des difficultés de circulation à partir de certaines communes rurales du secteur qui peuvent croître avec la distance à parcourir, en particulier en période estivale.

Le rayonnement maximum du cinéma va être en conséquence limité à 20 minutes de temps d'accès. La clientèle située au-delà de cette limite est considérée comme un public « diffus » non régulier.

► la population retenue dans les différentes zones analysées

A l'intérieur de chaque zone, la population retenue pour l'analyse est la population communale, sur la base du recensement de 2010.

2.2 DEFINITION DE LA ZONE D'INFLUENCE CINEMATOGRAPHIQUE DU PROJET

Comme indiqué dans le paragraphe précédent, la zone d'influence cinématographique (Z.I.C.) du projet peut être décomposée en trois zones :

- **Zone 1** : elle concerne les communes situées jusqu'à 10 minutes du projet, en considérant à part la commune de Lannilis ;
- **Zone 2** : elle concerne les communes situées entre 11 et 15 minutes du projet ;
- **Zone 3** : elle concerne les communes situées entre 16 et jusqu'à 20 minutes du projet.

La détermination de la Z.I.C. prend également en compte différents facteurs tels que :

- les réseaux routiers et autoroutiers,
- la présence de certaines barrières naturelles.

Les temps moyens de déplacement en voiture sont estimés à partir du logiciel de calcul d'itinéraires « Google Map ».

2.3 POPULATIONS RETENUES

Les populations indiquées dans le tableau suivant correspondent aux populations sans double compte, établies d'après le recensement général de 2008.

Communes de la zone 1	Code INSEE	Temps d'accès	Population 1990	Population 1999	Population 2010
LANNILIS	29117	1	4 272	4 475	5 293
Zone 1 - Lannilis			4 272	4 475	5 293
TREGLONOU	29290	6	494	493	600
PLOUGUERNEAU	29195	7	5 255	5 631	6 393
LANDEDA	29101	7	2 666	2 963	3 612
KERNILIS	29093	10	1 016	1 062	1 350
Zone 1 - autres communes			9 431	10 149	11 955
Total zone 1			13 703	14 624	17 248
Communes de la zone 2	Code INSEE	Temps d'accès	Population 1990	Population 1999	Population 2010
COAT-MEAL	29035	11	669	739	1 009
PLOUVIEN	29209	11	2 886	3 188	3 693
BOURG-BLANC	29015	11	2 971	3 079	3 399
LOC-BREVALAIRE	29126	13	218	207	211
SAINT-PABU	29257	14	1 392	1 485	1 999
GUISSENY	29077	14	1 850	1 777	2 012
LAMPAUL-PLOUDALMEZEAU	29099	15	595	607	761
LANARVILY	29100	15	281	266	419
PLOUDALMEZEAU	29178	15	4 874	5 009	6 301
PLOUGUIN	29196	15	2 060	1 954	2 085
GUIPRONVEL	29076	15	570	611	762
Total zone 2			18 366	18 922	22 651
Communes de la zone 3	Code INSEE	Temps d'accès	Population 1990	Population 1999	Population 2010
LE FOLGOET	29055	16	3 094	3 103	3 055
MILIZAC	29149	17	2 925	2 889	3 009
PLABENNEC	29160	17	6 600	6 992	8 084
SAINT-FREGANT	29248	17	578	547	692
LESNEVEN	29124	17	6 250	6 347	7 083
PLOURIN	29208	19	895	981	1 194
TREOUERGAT	29299	19	263	252	302
KERLOUAN	29091	19	2 406	2 239	2 284
KERNOUES	29094	20	621	584	707
LE DRENNEC	29047	20	1 599	1 529	1 803
Total zone 3			25 231	25 463	28 213
Total Z.I.C.			57 300	59 009	68 112

2.4 CARTOGRAPHIE DE LA ZONE D'INFLUENCE CINEMATOGRAPHIQUE

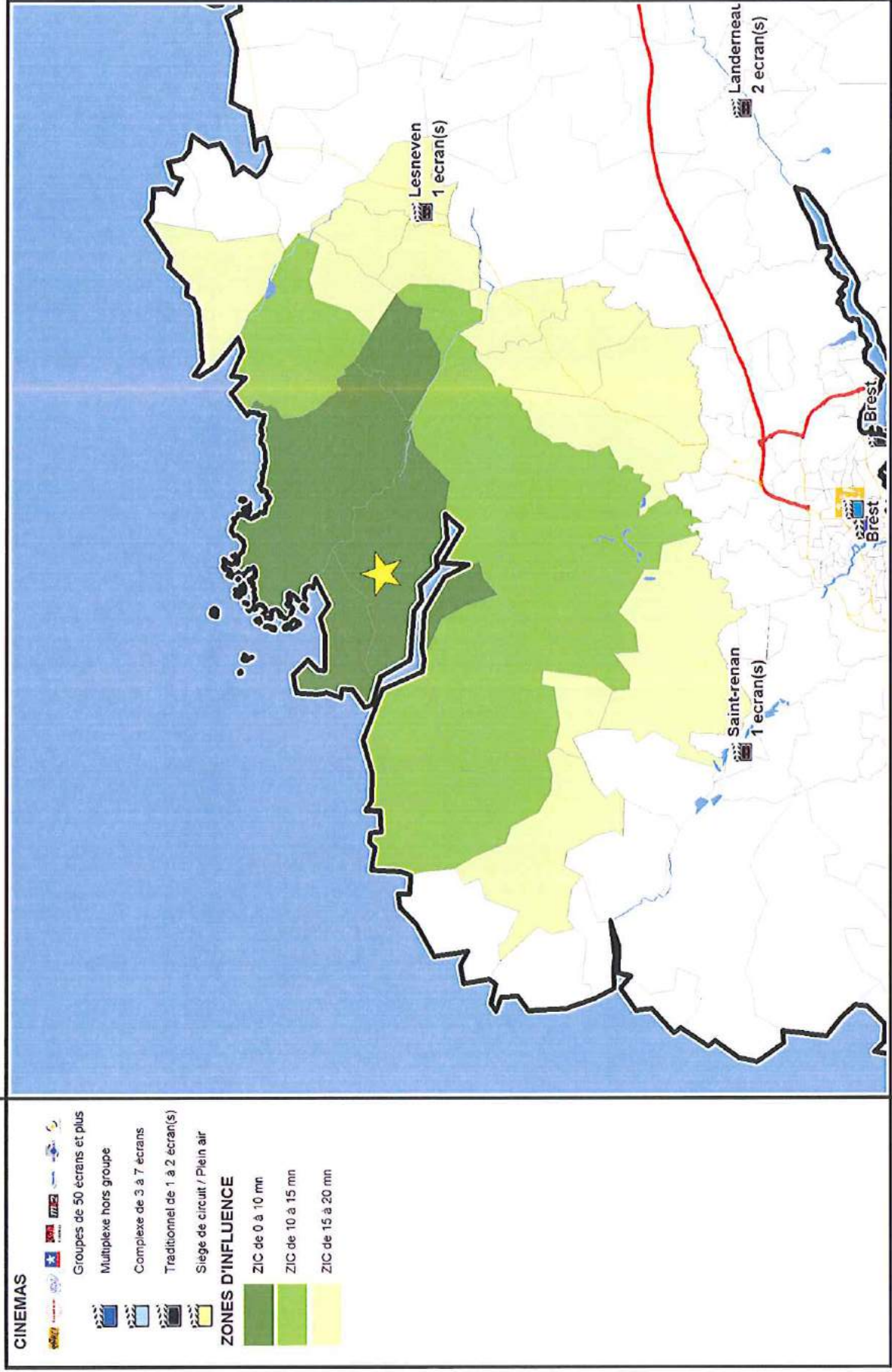
La zone d'influence cinématographique de Lannilis peut être visualisée par les deux cartes pages suivantes.

La première carte permet de mettre en évidence :

- la zone d'influence cinématographique délimitée,
- l'équipement cinématographique de la zone.

La deuxième carte permet de visualiser les principaux flux de déplacements domicile – travail dans la zone. Elle met en évidence l'attractivité exercée par Brest dans la partie sud de la Z.I.C.

ZONE D'INFLUENCE DU PROJET



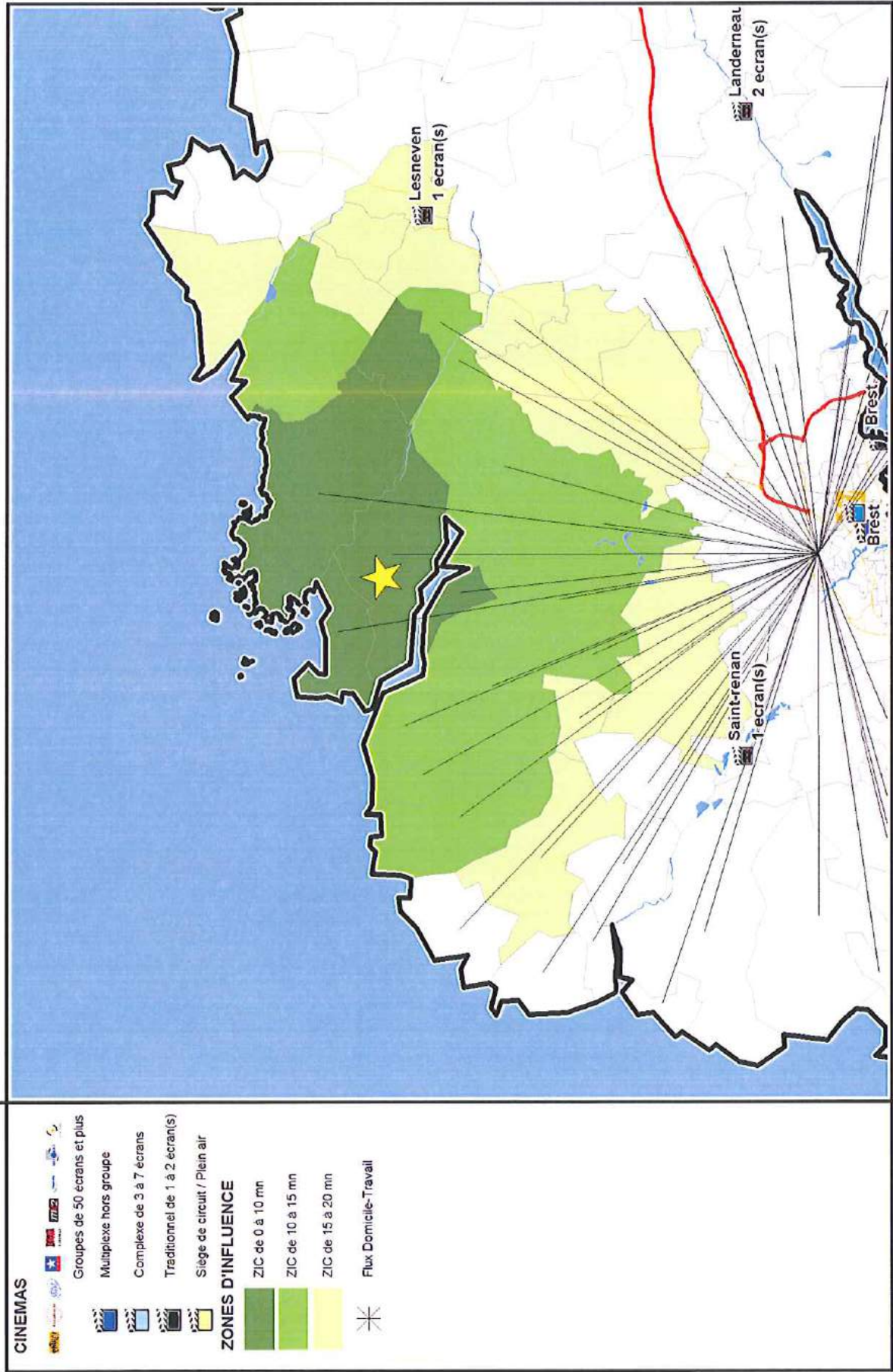
CINEMAS

- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air

ZONES D'INFLUENCE

- ZIC de 0 à 10 mn
- ZIC de 10 à 15 mn
- ZIC de 15 à 20 mn

ZONE D'INFLUENCE DU PROJET



3 DETERMINATION DU MARCHÉ POTENTIEL

3.1 PRECISIONS METHODOLOGIQUES CONCERNANT LA DETERMINATION DU MARCHÉ POTENTIEL

Le marché potentiel du projet est déterminé sur la base des éléments suivants :

► Analyse du public en France

L'analyse du public et de son évolution est déterminante pour la définition du marché potentiel d'un cinéma. Elle repose sur les enquêtes annuelles réalisées par Médiamétrie et le CNC, ainsi que sur l'analyse des pratiques culturelles des Français réalisée périodiquement (environ tous les 10 ans) par le Ministère de la Culture sur un échantillon important de personnes. Ces analyses permettent de connaître :

- **les habitudes de fréquentation du cinéma** en fonction de différentes caractéristiques sociodémographiques de la population. Au-delà de la connaissance du public, ces données servent à préciser la fréquentation pour plusieurs critères déterminants dans le cinéma, notamment l'âge, la CSP et le niveau d'instruction.
- **l'évolution des pratiques** afin de suivre, au fil des ans, les changements majeurs du public et l'identification de nouvelles formes de segmentations des publics étudiés pour en tenir compte dans les prévisions de fréquentations (comme par exemple l'évolution des pratiques chez les seniors dont une partie constitue désormais un marché potentiel important du cinéma).

► Caractéristiques sociodémographiques de la population locale

- **Les données statistiques locales** vont permettre :
 - de situer la population de la zone d'influence au regard des principales caractéristiques du public étudiées précédemment,
 - de mettre en évidence les forces et les faiblesses du projet par rapport aux caractéristiques de la population permanente du secteur.
- **La représentation cartographique des données sociodémographiques** de chaque commune de la zone d'influence du projet est essentielle pour :
 - apprécier, par critère sociodémographique, le positionnement de chaque commune par rapport à la moyenne nationale,
 - évaluer les déséquilibres entre secteurs de la zone d'influence,
 - mesurer le positionnement du projet vis-à-vis de la concurrence par rapport aux communes qui semblent les plus intéressantes en termes de public potentiel.

► Détermination du marché potentiel théorique global

Le calcul du marché potentiel théorique global est réalisé sur la base de la population permanente de la zone d'influence cinématographique définie pour le projet. Il est établi à partir des statistiques nationales de fréquentation hebdomadaire des cinémas, pour une population segmentée selon

plusieurs critères pour lesquels on dispose d'un suivi précis, année après année : classes d'âge, catégories socioprofessionnelles et niveaux de diplôme.

Ces taux de fréquentation segmentés par type de population permettent de déduire pour chacun des critères une évaluation du marché potentiel du projet. Une première estimation du « marché potentiel retenu » peut être définie comme la moyenne de ces évaluations.

Ce résultat est ensuite pondéré à la hausse ou à la baisse en fonction des autres caractéristiques sociodémographiques qui peuvent sembler discriminantes (revenus, population étrangère, chômage, présence de fonctionnaires...).

► **Détermination du marché potentiel final du projet**

Le marché potentiel lié à la population permanente doit tenir compte de l'attractivité des cinémas en concurrence. Il va être déterminé en plusieurs étapes de la façon suivante :

→ **Evaluation du marché absorbé par les principaux pôles cinématographiques qui exercent une attractivité sur la population de la Z.I.C.**

L'estimation de la fréquentation absorbée par les principaux pôles cinématographiques par rapport au projet permet de connaître le marché qui restera ensuite à répartir entre les autres cinémas en concurrence. Cette interaction est déterminée sur la base d'un modèle gravitaire (la loi de Reilly) de la façon suivante :

- Soit R le site de référence du projet avec ses zones isochrones ZR_1 , ZR_2 , ZR_3 , couvrant une zone totale ZR.
- Pour chaque cinéma en interaction est calculée une zone d'influence subdivisée en deux zones isochrones :
 - Si le nombre d'écrans du cinéma est supérieur ou égal à 8, la première zone sera située à moins de 15 minutes (incluses), et la seconde à moins de 30 minutes (incluses).
 - Si le nombre d'écrans du cinéma est inférieur à 8, la première zone sera située à moins de 10 minutes, et la seconde à 15 ou 20 minutes en fonction des résultats d'exploitation du cinéma considéré.

La mesure de l'interaction réalisée par chaque cinéma consiste à :

- confronter dans un tableau les distances-temps de chaque commune X de ZR au site de référence R, ainsi qu'aux cinémas concurrentiels.
- définir, pour chaque commune X, quelle est l'attraction dominante des cinémas existants.
- appliquer le modèle gravitaire (loi de Reilly) pour déterminer la population attirée, et donc le marché absorbé par l'un ou l'autre des cinémas dans chaque zone de la Z.I.C. Selon cette loi, le pouvoir d'attraction d'une ville sur la population d'une commune est directement proportionnel à sa population agglomérée et inversement proportionnel au carré de la distance qui sépare les deux villes. Le modèle prend en compte une pondération relative au poids de l'équipement (nombre de salles et/ou de fauteuils) et à la dynamique de l'exploitation (nombre de séances).
- agréger les données obtenues par cinéma.

→ Estimation du public extérieur à la zone d'influence directe du cinéma

Le marché généré par la clientèle de passage (population résidant en dehors de la zone d'influence) doit être pris en compte.

Dans le cas de la zone d'influence de Lannilis, il convient de tenir compte de la fréquentation liée à la population touristique saisonnière, en particulier dans le secteur du littoral au nord de la Z.I.C. Ce marché potentiel est calculé sur la base des nuitées touristiques estimées ou réelles. Elles sont établies à partir des données communiquées par le Pôle Observatoire du CRT Bretagne pour la saison 2011, l'INSEE. Le calcul distinguera, pour chaque commune de la zone :

- les capacités offertes par les différentes formes de séjour :
 - résidences secondaires (données INSEE + estimation du remplissage),
 - emplacements de camping (données INSEE + taux au cas par cas CRT / CDT),
 - chambres et lits d'hôtel (données INSEE + taux au cas par cas CRT / CDT),
 - les autres formes de couchage (meubiés, gîtes & chambres d'hôtes, résidences...).
- l'estimation moyenne du nombre de nuitées effectives, en distinguant pour chaque forme de séjour les nuitées françaises et étrangères.

Les nuitées françaises ainsi définies peuvent être transformées en équivalent population permanente par période (mois / semaine). Sur la base de la moyenne nationale, un taux de fréquentation hebdomadaire peut être défini pour la population touristique française de chaque zone. Il permet d'évaluer le marché potentiel du projet lié à la population saisonnière.

→ Détermination du marché potentiel final

Il résulte de l'assemblage des données déterminées dans les étapes précédentes.

3.2 LE PUBLIC DES SALLES EN FRANCE EN 2011 (SOURCE CNC / MEDIAMETRIE)

Chaque année depuis 1993, le CNC présente les résultats d'une étude¹ menée par Médiamétrie visant à mettre en exergue les tendances sociodémographiques du public des salles de cinéma.

Cinq critères sont pris en compte pour renseigner le profil des spectateurs :

- le sexe,
- l'âge,
- la catégorie socioprofessionnelle,
- la taille de l'agglomération de résidence,
- les habitudes de fréquentation.

Chaque critère est analysé au vu de cinq indicateurs :

- le poids dans la population totale,
- le taux de pénétration,
- la structure du public,
- la structure des entrées,
- le nombre moyen d'entrées par an.

Une synthèse des principaux enseignements de l'étude est présentée dans les pages suivantes.

► **Définitions des termes utilisés**

- **Population cinématographique** : ensemble des individus âgés de six ans et plus étant allés au cinéma au moins une fois dans l'année.
- **Taux de pénétration** : population cinématographique de ce groupe / population totale de ce groupe.
- **Structure du public** : individus concernés / population cinématographique totale.
- **Structure des entrées** : entrées réalisées par les individus concernés / total des entrées.
- **Nombre moyen d'entrées** : correspond au nombre moyen d'entrées annuelles d'un individu de la population cinématographique de ce groupe.

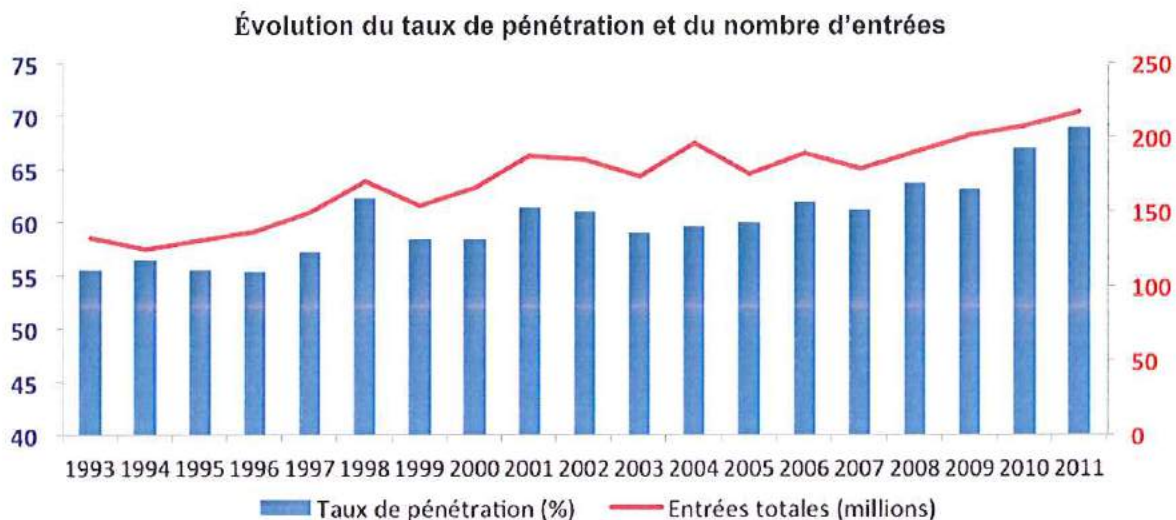
¹ Médiamétrie enquête 75 000 cinéma – 6 ans et plus

En 2011, le public des salles de cinéma a le profil suivant :

CRITERE	POIDS DANS LA POPULATION	TAUX DE PENETRATION	STRUCTURE DU PUBLIC	STRUCTURE DES ENTREES	NOMBRE MOYEN D'ENTREES PAR AN
SEXE					
MASCULIN	48,20%	68,40%	47,90%	45,70%	5,2
FEMININ	51,80%	69,20%	52,10%	54,30%	5,7
ÂGE					
6 – 10 ANS	6,70%	78,20%	7,60%	4,90%	3,5
11 – 14 ANS	5,30%	89,50%	6,90%	6,40%	5
15 – 19 ANS	6,30%	91,90%	8,40%	8,50%	5,5
20 – 24 ANS	6,40%	90,90%	8,50%	12,00%	7,7
25 – 34 ANS	13,30%	71,50%	13,80%	14,30%	5,6
35 – 49 ANS	21,80%	67,10%	21,30%	19,70%	5
50 – 59 ANS	14,20%	57,60%	11,90%	11,10%	5,1
60 ANS ET PLUS	26,00%	57,30%	21,70%	23,10%	5,8
PROFESSION					
CSP +	22,50%	75,50%	24,70%	28,30%	6,2
CADRES SUPERIEURS	8,20%	77,90%	9,30%	12,10%	7,1
PROFESSIONS INTERMEDIAIRES	11,50%	75,50%	12,60%	13,90%	6
AUTRES C.S.P. +	2,80%	68,80%	2,80%	2,30%	4,5
CSP-	26,30%	62,40%	23,90%	20,40%	4,6
AGRICULTEURS	0,90%	64,0%	0,80%	0,40%	2,6
EMPLOYES	14,30%	69,30%	14,40%	12,70%	4,8
OUVRIERS	11,10%	53,50%	8,60%	7,30%	4,6
INACTIFS	51,10%	69,20%	51,40%	51,20%	5,4
RETRAITES	21,50%	58,40%	18,20%	18,60%	5,5
ELEVES, ETUDIANTS	22,30%	86,50%	28,00%	27,50%	5,3
AUTRES INACTIFS	7,30%	49,01%	5,20%	5,10%	5,3
HABITAT					
ZONES RURALES	25,80%	66,80%	25,10%	17,40%	3,8
AGGLO. < 20 000 HABITANTS	17,00%	70,20%	17,30%	11,90%	3,7
AGGLO. DE 20 A 50 000 HAB	6,20%	59,50%	5,40%	6,00%	6,1
AGGLO. DE 50 A 100 000 HAB	6,80%	73,10%	7,20%	5,90%	4,4
AGGLO. > 100 000 HAB	27,80%	68,80%	27,80%	33,80%	6,6
AGGLOMERATION DE PARIS	16,40%	72,20%	17,20%	24,90%	7,9
MOYENNE NATIONALE	100,00%	68,8%	100,00%	100,00%	5,4

3.2.1 LA POPULATION CINEMATOGRAPHIQUE

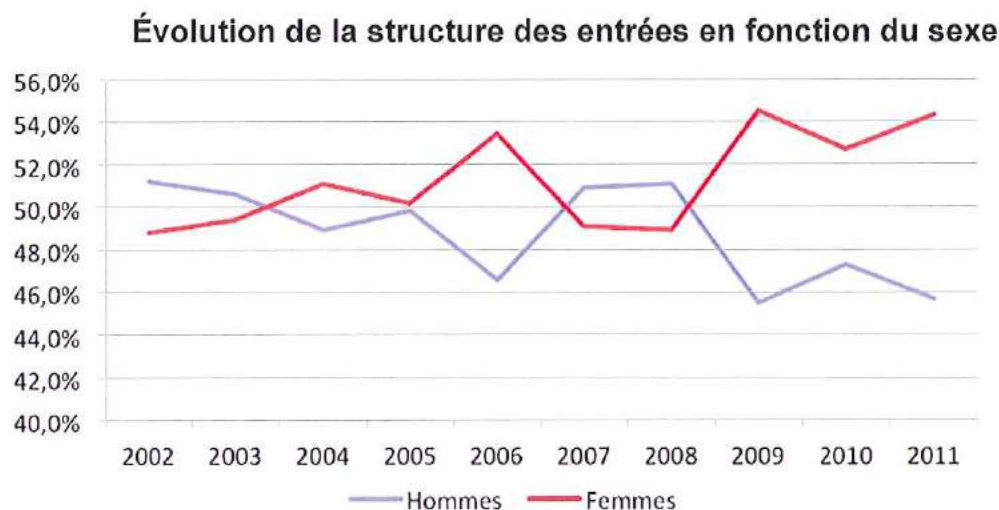
En 2011, 39,94 millions de Français âgés de 6 ans et plus se sont rendus au moins une fois au cinéma durant l'année, soit 3,4% de plus que l'année précédente. 216,63 millions d'entrées ont été réalisées (+ 4,7% par rapport à 2010), ce qui constitue un record absolu. Quant au nombre d'entrées moyen par an, celui-ci reste stable à 5,4.



Ce graphique illustre le fait que le nombre d'entrées réalisées et le taux de pénétration n'ont jamais atteint un niveau aussi élevé.

3.2.2 LE CRITERE « SEXE »

La population française est composée de 51,8% de femmes, et ce pourcentage est resté stable ces quatre dernières années. En ce qui concerne la structure du public, ces dernières sont aussi majoritaires, puisqu'en 2011 elles représentaient 52,1% du public et 54,3% des entrées. De plus, le nombre moyen d'entrées par an a augmenté pour les femmes entre 2010 et 2011, celui-ci est passé de 5,2 à 5,7. A contrario, le nombre d'entrées annuelles a baissé pour les hommes sur cette même période (5,5 en 2010 contre 5,2 en 2011).



3.2.3 LE CRITERE « ÂGE »

Le vieillissement de la population française a indubitablement une incidence sur la population cinématographique. Le tableau suivant met en évidence les évolutions qui se sont opérées sur ces dix-neuf dernières années :

Évolution du nombre de spectateurs par tranche d'âge entre 1993 et 2011				
Âge	Population française		Population cinématographique	
	En valeur	En %	En valeur	En %
6 - 10 ans	+54 526	+1,4%	-56 734	-1,8%
11 - 14 ans	-22 726	-0,7%	+187 064	+7,3%
15 - 19 ans	-387 786	-9,6%	-336 504	-9,1%
20 - 24 ans	-434 798	-10,5%	-150 060	-4,2%
25 - 34 ans	-684 416	-8,1%	+501 972	+10,0%
35 - 49 ans	+782 684	+6,6%	+2 413 672	+39,6%
50 - 59 ans	+2 464 516	+42,7%	+2 585 136	+119,2%
60 ans et +	+3 746 000	+33,0%	+5 503 448	+173,9%
TOTAL	+5 518 000	+10,5%	+10 647 994	+36,3%

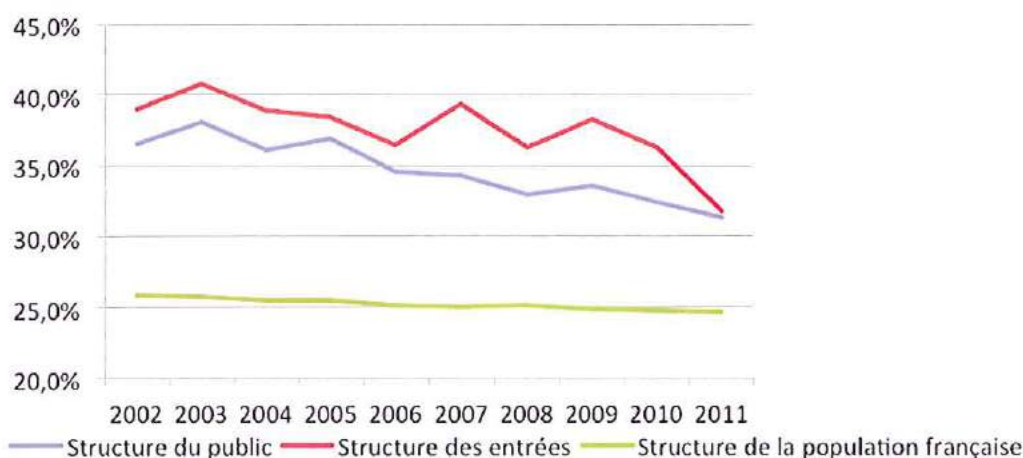
Source : CNC - Médiamétrie enquête 75 000 Cinéma

L'évolution la plus spectaculaire concerne la population de 60 ans et plus. En effet, leur accroissement dans la population cinématographique a été environ 5 fois plus important que leur essor démographique.

► Les spectateurs de moins de 25 ans (de 6 à 24 ans)

Cette strate, qui représente 24,7% de la population française en 2011, constitue 31,4% du public et 31,8% des entrées. L'élément qui caractérise le plus cette population est le taux élevé de pénétration constaté. En effet, environ 90% des 11-24 ans sont allés au moins une fois au cinéma en 2011.

Évolution de la structure de la population, du public et des entrées des moins de 25 ans



Même si ces dernières années la proportion des moins de 25 ans régresse au niveau du public et des entrées, leur part reste tout de même importante au vu de leur poids dans la population française.

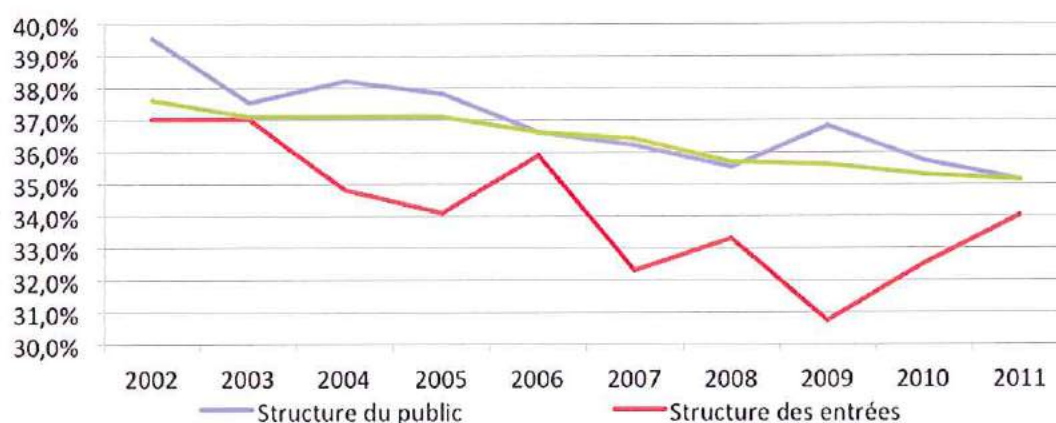
Nombre moyen d'entrées par an				
Âge	2010	2011	Variation	
			En valeur	En %
6 - 10 ans	4,1	3,5	-0,6	-14,63%
11 - 14 ans	4,6	5	+0,4	+8,70%
15 - 19 ans	6,4	5,5	-0,9	-14,06%
20 - 24 ans	8,5	7,7	-0,8	-9,41%
Moyenne nationale	5,4	5,4	0	0%

→ Le nombre moyen d'entrées par an a uniquement augmenté pour les 11-14 ans entre 2010 et 2011. En ce qui concerne les 15-24 ans, cet indicateur a subi une diminution mais reste tout de même supérieur à la moyenne nationale.

► Les spectateurs de 25 à 49 ans

En 2011, 35,1% de la population totale et du public de cinéma appartenait à cette tranche d'âge et ces spectateurs ont généré 34% des entrées.

Évolution de la structure de la population, du public et des entrées des individus de 25 à 49 ans



Globalement, on remarque que, pour cette strate, la structure du public et des entrées des 25-49 ans tend à avoisiner la structure de la population totale. Cependant, en dépit du fait que la structure des entrées ait augmenté entre 2009 et 2011 pour ce type de spectateurs (+3,3 points), elle demeure légèrement inférieure aux deux autres indicateurs.

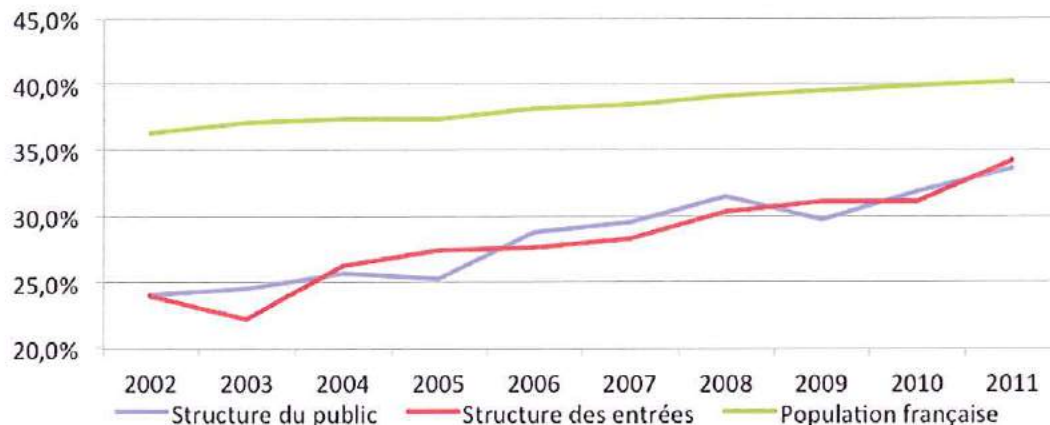
Nombre moyen d'entrées par an				
Âge	2010	2011	Variation	
			En valeur	En %
25 - 34 ans	5,2	5,6	+0,4	+7,69%
35 - 49 ans	4,7	5	+0,3	+6,38%
Moyenne nationale	5,4	5,4	0	0%

→ Le nombre moyen d'entrées a augmenté pour les deux tranches d'âge appartenant à cette strate, les 25-34 ans passant légèrement au-dessus de la moyenne nationale en 2011, et les 35-49 ans légèrement en deçà.

► Les spectateurs de 50 ans et plus

En 2011, la part des seniors est de 40,2% au niveau de la population totale, et de 33,6% au niveau de la population cinématographique. Ces derniers assurent 34,2% des entrées.

Évolution de la structure de la population, du public et des entrées des individus de 60 ans et +



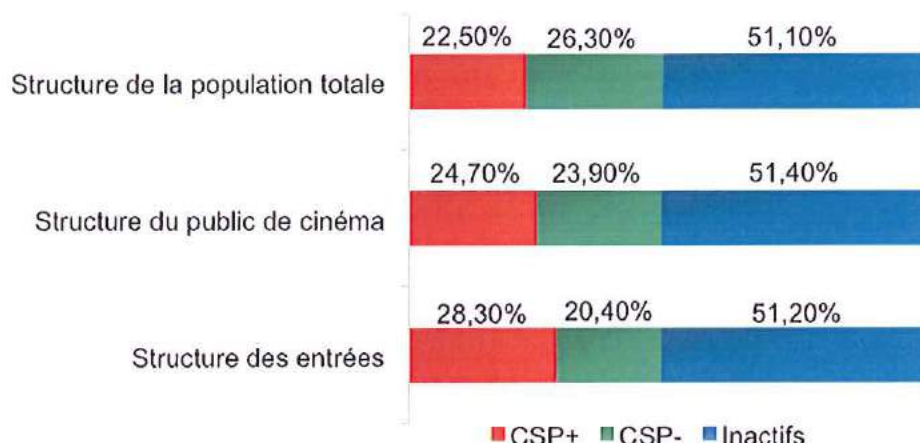
On constate que l'accroissement de la population des plus de 50 ans qu'a connu la France sur ces dix dernières années s'est accompagné d'une augmentation plus que proportionnelle de la composition du public cinématographique et de la structure des entrées des individus appartenant à cette même tranche d'âge.

Nombre moyen d'entrées par an				
Âge	2010	2011	Variation	
			En valeur	En %
50 - 59 ans	4,4	5,1	+0,7	+15,91%
60 ans et plus	5,7	5,8	+0,1	+1,75%
Moyenne nationale	5,4	5,4	0	0%

→ Le nombre moyen d'entrées annuelles a nettement augmenté pour les 50-59 ans, même s'il reste inférieur à la moyenne nationale.

3.2.4 LE CRITERE « PROFESSION »

Comparaison de la structure de la population, du public et des entrées 2011 selon le type de CSP



► Les CSP +

La population des « CSP+ » demeure la plus largement attirée par le cinéma. En 2011, 75,5% des individus appartenant à cette catégorie se sont rendus au moins une fois au cinéma. Le poids qu'ils représentent dans la structure du public est en baisse depuis 2009 (-1,1 point entre 2009 et 2011), en revanche, la part des entrées qu'ils génèrent a augmenté de 0,6 point sur cette même période. De ces variations résulte un accroissement du nombre moyen d'entrées annuelles par spectateur (5,8 en 2010 contre 6,2 en 2011).

► Les CSP -

Le poids des « CSP- » dans la structure du public est resté quasiment le même sur ces dix-neuf dernières années, connaissant néanmoins une légère baisse : ils représentent 23,9% du public en 2011, contre 24,6% en 1993. Cependant, le taux de pénétration ainsi que le nombre moyen d'entrées progressent au sein de cette catégorie. En 2011, 62,4% d'entre eux sont allés au moins une fois au cinéma contre 61% en 2010, et le nombre moyen d'entrées est passé de 4,3 à 4,6 sur cette même période.

► Les inactifs

Les « inactifs », qui représentent plus de 50% de la population totale, sont 69,2% à s'être rendus au moins une fois au cinéma en 2011, ce qui représente 3,2 points de plus qu'en 2010. En observant en détail cette catégorie, on constate que cette progression est engendrée par la population de retraités (+10,7 points) qui compense une réduction enregistrée au sein de la population étudiante (-1,8 point).

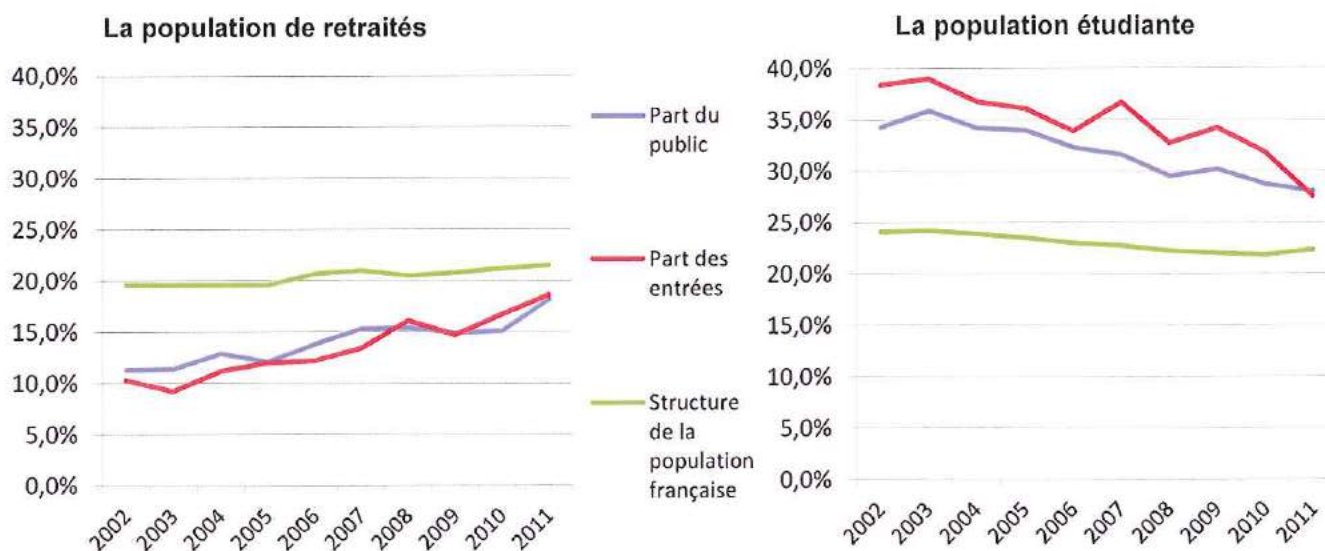
Quant à la structure du public et celle des entrées des inactifs, elles sont à peu près proportionnelles à leur poids dans la population totale (environ 51%).

En revanche, comme le montre le tableau ci-dessous, le nombre d'entrées moyen a diminué pour l'ensemble des strates de cette catégorie :

Nombre moyen d'entrées par an				
Âge	2010	2011	Variation	
			En valeur	En %
Inactifs	5,6	5,4	-0,2	-3,57%
Retraités	5,9	5,5	-0,4	-6,78%
Elèves, étudiants	5,9	5,3	-0,6	-10,17%
Moyenne nationale	5,4	5,4	0	0,00%

Comparaison de l'évolution de la structure de la population, du public et des entrées des principales catégories d'inactifs

Les deux graphiques suivants illustrent l'effet de compensation qui s'opère au sein de la population d'inactifs. La part des retraités tend à augmenter au niveau du nombre d'entrées et de la structure du public, tandis que la part d'étudiants se réduit sur ces deux critères.



3.2.5 LE CRITERE « HABITAT »

	Poids dans la population		Taux de pénétration		Structure du public		Structure des entrées		Nombre moyen d'entrées par an	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Zones rurales	25,70%	25,80%	62,90%	66,80%	24,20%	25,10%	17,30%	17,40%	3,8	3,8
Agglo. < 20 000 habitants	16,90%	17,00%	63,30%	70,20%	16,00%	17,30%	11,70%	11,90%	3,9	3,7
Agglo. de 20 à 50 000 habitants	6,20%	6,20%	62,10%	59,50%	5,80%	5,40%	5,50%	6,00%	5,1	6,1
Agglo. de 50 à 100 000 habitants	6,80%	6,80%	63,40%	73,10%	6,40%	7,20%	5,80%	5,90%	4,8	4,4
Agglo. > 100 000 habitants	28,00%	27,80%	70,30%	68,80%	29,40%	27,80%	33,50%	33,80%	6,1	6,6
Agglomération de Paris	16,40%	16,40%	74,50%	72,20%	18,30%	17,20%	26,10%	24,90%	7,6	7,9
Moyenne nationale	100%	100%	66,90%	68,80%	100%	100%	100%	100%	5,4	5,4

► Les zones rurales et les agglomérations de moins de 20 000 habitants

Le poids de la population de ces zones rapporté à la population totale est resté quasiment stable entre 2010 et 2011 (+ 0,2 point). En revanche, la structure du public et celle des entrées ont crû (respectivement + 2,2 points et + 0,3 point). De plus, le taux de pénétration a connu une croissance considérable (+ 3,9 points pour les zones rurales et + 6,9 points pour les agglomérations de moins de 10 000 hab.). Le nombre moyen d'entrées annuelles par individu est relativement stable mais nettement inférieur à la moyenne nationale.

► Les agglomérations comprenant entre 20 000 et 100 000 habitants

Le poids des habitants de ces agglomérations dans la population totale n'a pas connu de variation par rapport à l'année précédente. On remarque que le taux de pénétration ainsi que la proportion dans le public ont chuté pour les résidents des agglomérations de 20 000 à 50 000 habitants (respectivement de - 2,6 points et - 0,4 point) et ont augmenté pour la population des agglomérations de 50 000 à 100 000 habitants (+ 9,7 points et + 0,8 point). Concernant le poids dans la structure des entrées, celui-ci a augmenté pour les deux types d'agglomération.

► Les agglomérations de plus de 100 000 habitants et de Paris

Ces agglomérations, qui regroupent 44% de la population française en 2011, ont généré sur cette année 45% des spectateurs et 58,7% des entrées. Globalement, les performances réalisées sur cette strate sont en baisse, hormis le nombre moyen d'entrées par an qui a progressé.

3.2.6 LE RYTHME DE FREQUENTATION

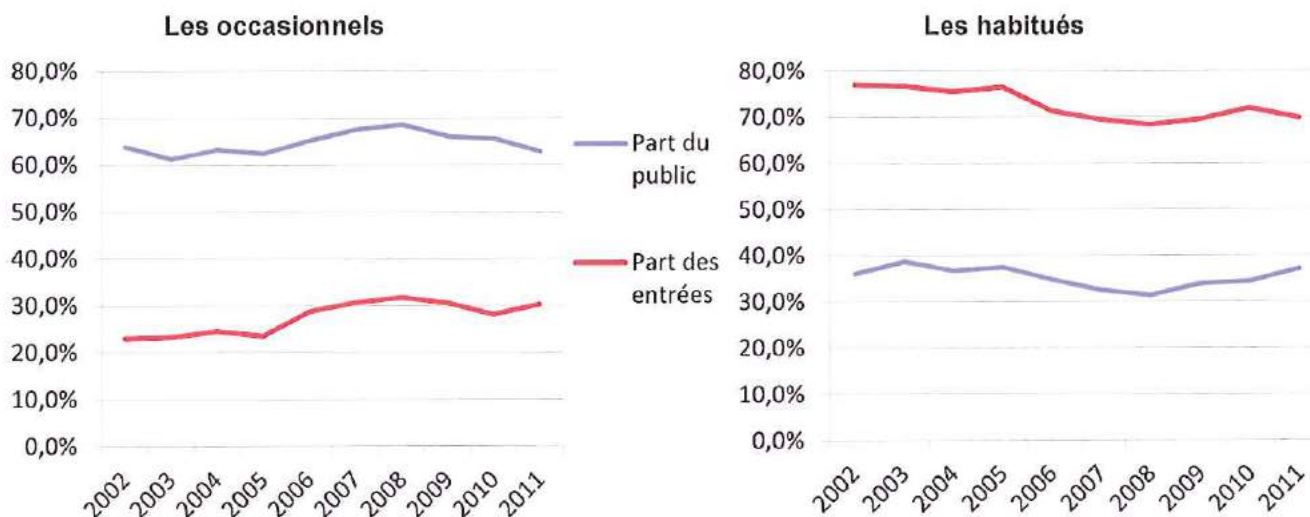
Les spectateurs de cinéma se répartissent en trois catégories selon leur rythme de fréquentation :

- Les **assidus** : ceux qui déclarent aller au cinéma **une fois par semaine**. Alors qu'ils ne représentent que 5% du public en 2011, ils ont généré 21,5% des entrées.
- Les **réguliers** : ceux qui déclarent aller au cinéma de **moins d'une fois par semaine à au moins une fois par mois**. Ils représentent 32,1% du public et 48,2% des entrées.

→ Ces deux catégories de spectateurs forment les **habituéés**.

- Les **occasionnels** : ceux qui déclarent aller au cinéma **de moins d'une fois par mois à au moins une fois par an**. Ils représentent 62,9% du public et 30,2% des entrées. Cette population concentre ses sorties cinéma sur les quelques films « événements » ou présentés comme tels.

Comparaison de l'évolution de la structure du public et des entrées selon le rythme de fréquentation



Entre 2010 et 2011, on observe une légère diminution du public occasionnel en valeur (-0,8%) tandis que le nombre de spectateurs habituéés (public régulier et assidu) est passé de 13,3 à 14,8 millions (+11,3%). La proportion de spectateurs occasionnels par rapport à la population cinématographique totale a donc diminué de 2,7 points au profit de la population d'habituéés. Au niveau de la structure des entrées totales, l'effet inverse se produit au détriment des habituéés qui « perdent » 2,1 points.

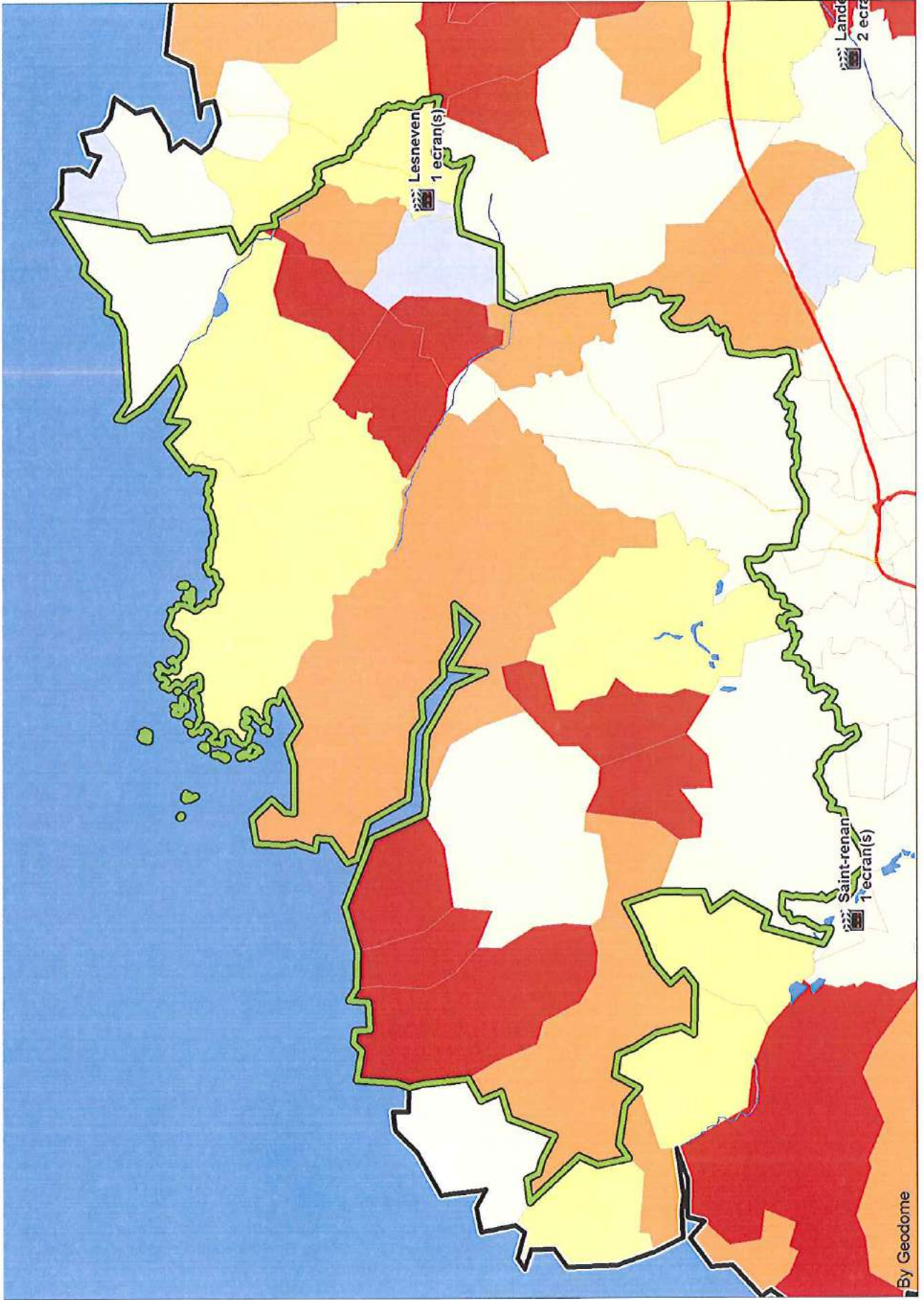
3.3 CARACTERISTIQUES SOCIODEMOGRAPHIQUES DE LA POPULATION PERMANENTE

3.3.1 L'EVOLUTION DEMOGRAPHIQUE DANS LE SECTEUR

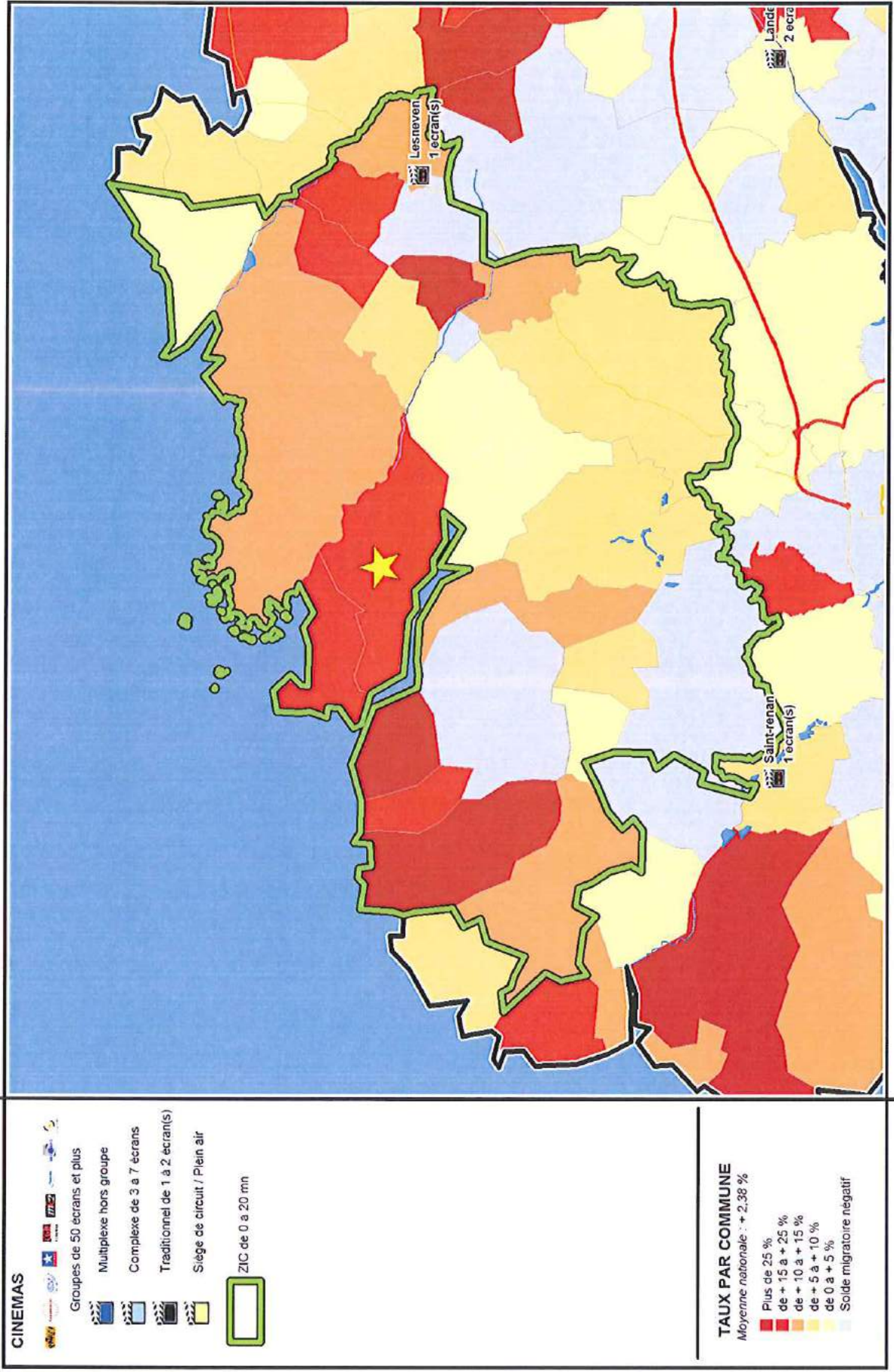
Z.I.C. du projet		Population 1990	Population 1999	Population 2010	Evolution démographique 1990/1999	Evolution démographique 1999/2010
Zone 1 : 0 à 10 minutes	LANNILIS	4 272	4 475	5 293	4,75%	18,28%
	Autres communes	9 431	10 149	11 955	7,61%	17,79%
	Total zone 1	13 703	14 624	17 248	6,72%	17,94%
Zone 2 : 11 à 15 minutes		18 366	18 922	22 651	3,03%	19,71%
Zone 3 : 16 à 20 minutes		25 231	25 463	28 213	0,92%	10,80%
Total Z.I.C.		57 300	59 009	68 112	2,98%	15,43%
FINISTERE		838 687	852 685	897 628	1,67%	5,27%
FRANCE		56 615 155	58 520 688	62 134 866	3,37%	6,18%

Source : INSEE

La population de la Z.I.C. de Lannilis s'est accrue de façon importante depuis 1999 et dans des proportions supérieures à l'évolution démographique nationale et départementale. La croissance est perceptible dans chacune des trois zones de la Z.I.C., et dans la commune de Lannilis en particulier où elle a été supérieure à 18% entre 1999 et 2010.



EVOLUTION DU SOLDE MIGRATOIRE APPARENT ENTRE 1999 ET 2009



CINEMAS

- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
- ZIC de 0 à 20 mn

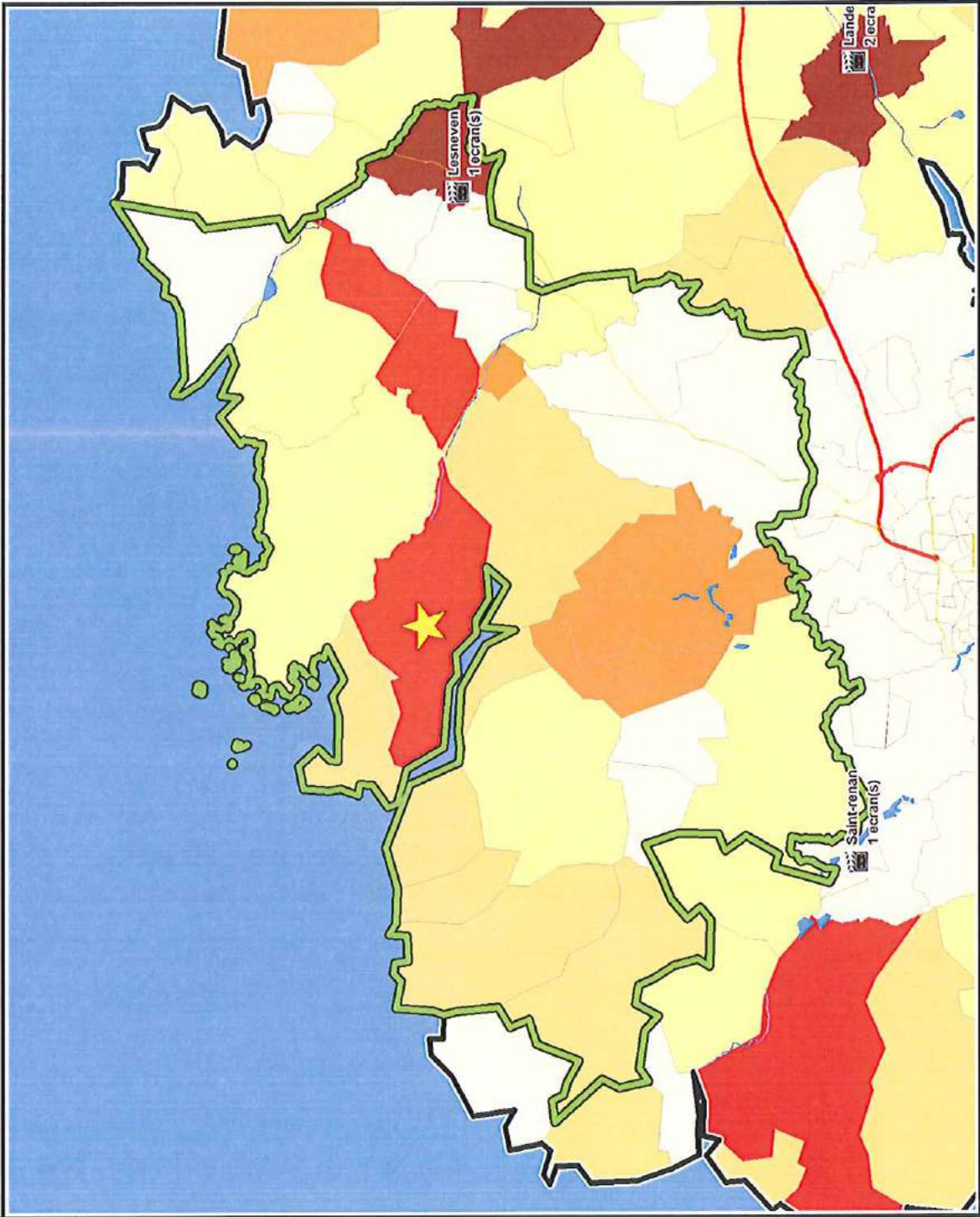
TAUX PAR COMMUNE

- Moyenne nationale : + 2,38 %
- Plus de 25 %
 - de +15 à +25 %
 - de +10 à +15 %
 - de +5 à +10 %
 - de 0 à +5 %
 - Solde migratoire négatif

RAPPEL : Solde migratoire apparent = Evolution démographique globale - Solde naturel

© Cabinet Gérard Vuillaume

TAUX DE MENAGES AYANT EMMENAGE DEPUIS MOINS DE 5 ANS EN 2008



CINEMAS

- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air

ZIC de 0 à 20 mn

TAUX PAR COMMUNE / IRIS

Moyenne nationale : 33,10 %

- Plus de 36 %
- de 33,10 à 36 %
- de 30 à 33,10 %
- de 27 à 30 %
- de 24 à 27 %
- Moins de 24 %

3.3.2 STRUCTURE DE LA POPULATION PAR TRANCHE D'AGES

CLASSES D'AGES	LANNILIS	Zone 1	Zone 2	Zone 3	TOTAL ZONE	FINISTERE	Moyennes FRANCE
6 - 10 ans	8,25%	7,59%	8,38%	7,53%	7,82%	6,47%	6,64%
11 - 14 ans	6,14%	5,73%	5,90%	5,72%	5,78%	5,07%	5,18%
15 - 19 ans	6,54%	6,00%	5,85%	6,70%	6,24%	6,46%	6,82%
20 - 24 ans	5,23%	4,30%	4,23%	4,75%	4,46%	5,85%	6,75%
25 - 34 ans	12,25%	11,59%	13,11%	12,30%	12,38%	12,02%	13,62%
35 - 49 ans	24,07%	23,42%	24,38%	23,59%	23,81%	22,08%	22,69%
50 - 59 ans	12,17%	13,64%	14,10%	14,66%	14,21%	14,78%	14,47%
60 ans et plus	25,35%	27,73%	24,06%	24,75%	25,29%	27,27%	23,83%

Source : INSEE

La Z.I.C. se caractérise par une surreprésentation des plus de 60 ans par rapport à la moyenne nationale, mais qui reste cependant inférieure à la proportion départementale (25,3 % pour une moyenne nationale de 23,8 % et une moyenne départementale de 27,3 %). Dans les communes du littoral, la proportion de seniors ayant un niveau d'instruction est supérieure à la moyenne nationale. Cette catégorie de population s'avère de plus en plus importante pour la fréquentation cinématographique.

On peut également remarquer une présence supérieure à la moyenne nationale et à la moyenne départementale :

- des jeunes actifs de 35-49 ans : 23,8 %
- des jeunes enfants : 7,8 %

Les autres caractéristiques sont proches de la moyenne nationale.

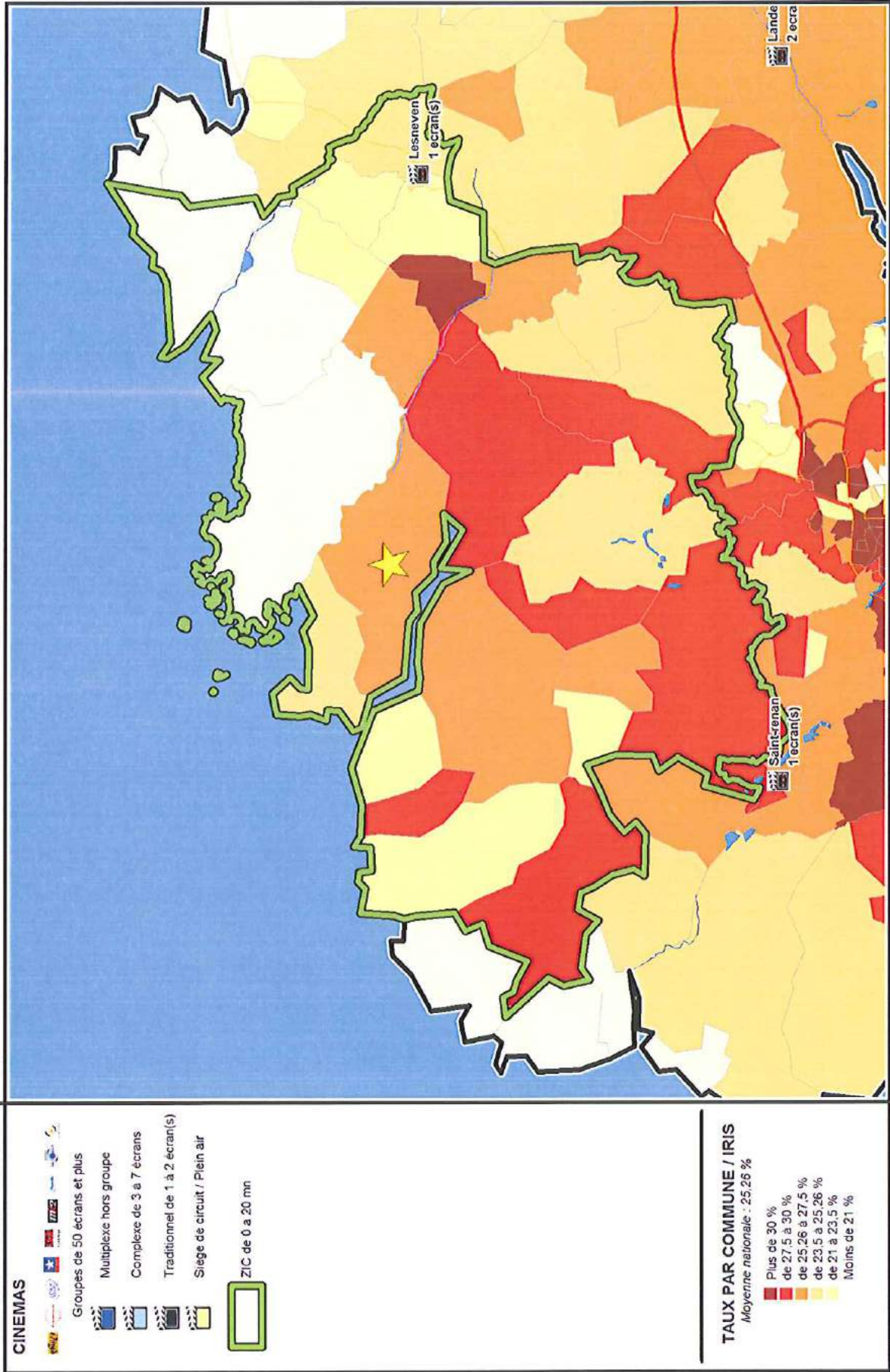
Ces caractéristiques sont favorables pour la fréquentation cinématographique.

CLASSES D'AGES	Rappel des habitudes de fréquentation au niveau national			
	Pénétration	% du public	% des entrées	Fréquentation moyenne par an
6 - 10 ans	74.0%	7.8%	5.9%	3.9
11 - 14 ans	83.0%	6.8%	5.4%	4.1
15 - 19 ans	92.6%	9.5%	11.9%	6.6
20 - 24 ans	83.7%	8.9%	13.1%	7.6
25 - 34 ans	62.4%	13.0%	14.0%	5.6
35 - 49 ans	63.9%	22.5%	19.3%	4.5
50 - 59 ans	58.3%	13.2%	12.3%	4.9
60 ans et plus	47.3%	18.3%	18.0%	5.1

Sources : Médiamétrie / CNC

POPULATION AGEÉE DE 6 A 24 ANS EN 2009

rapportée à la population de 6 ans et plus



CINEMAS

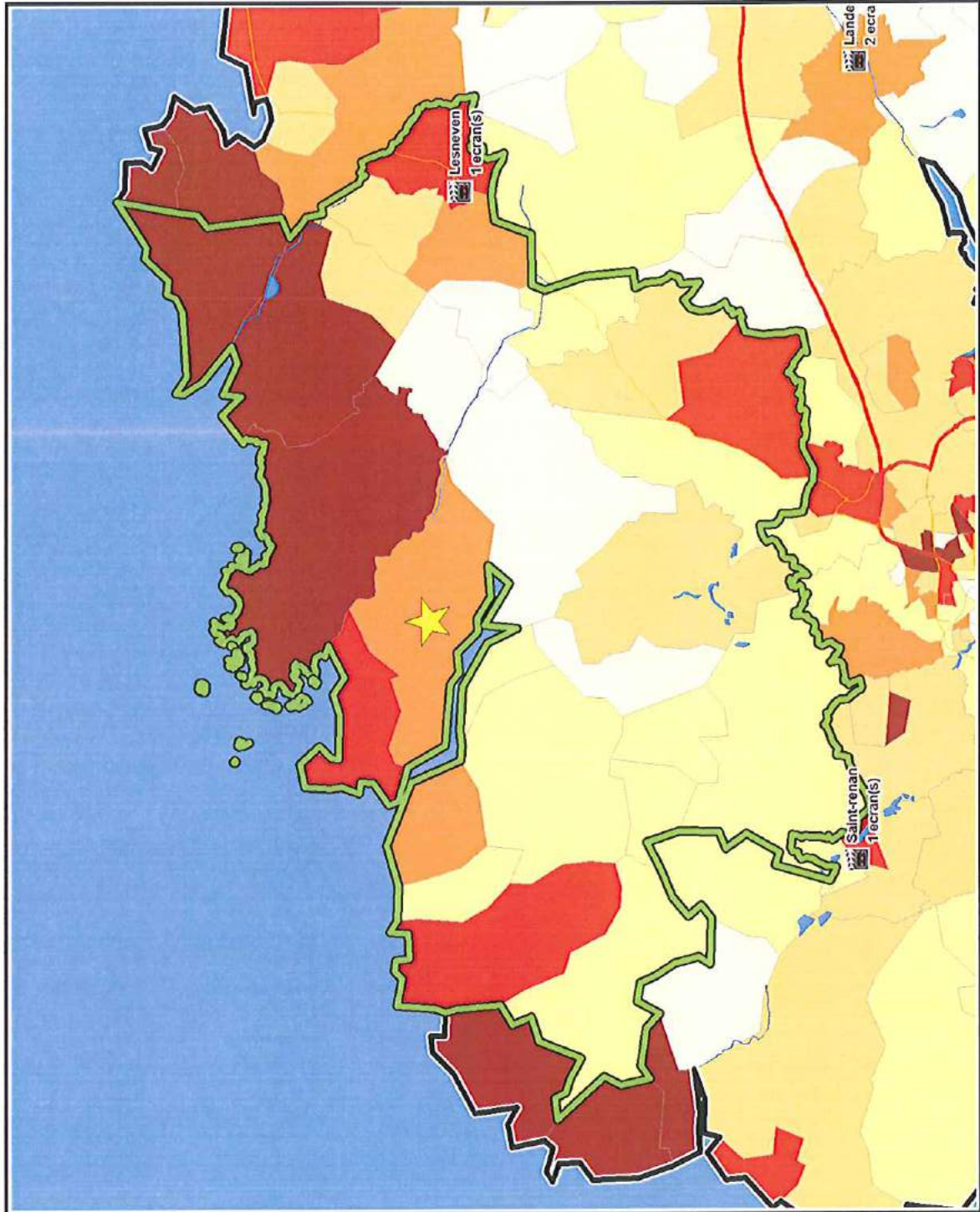
- Groupes de 50 écrans et plus
 - Multiplexe hors groupe
 - Complexe de 3 à 7 écrans
 - Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
 - Siège de circuit / Plein air
 - ZIC de 0 à 20 mn

TAUX PAR COMMUNE / IRIS

Moyenne nationale : 25,26 %

- Plus de 30 %
- de 27,5 à 30 %
- de 25,26 à 27,5 %
- de 23,5 à 25,26 %
- de 21 à 23,5 %
- Moins de 21 %

POPULATION AGEE DE 60 ANS ET PLUS EN 2009 rapportée à la population de 6 ans et plus



CINEMAS

-       
- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
-  ZIC de 0 à 20 mn

TAUX PAR COMMUNE / IRIS

- Moyenne nationale : 24,34 %
-  Plus de 33 %
 -  de 28 à 33 %
 -  de 24,34 à 28 %
 -  de 21 à 24,34 %
 -  de 18 à 21 %
 -  Moins de 18 %

POPULATION AGEE DE 60 à 79 ANS DIPLOMEE DU BAC OU SUPERIEUR EN 2006

CINEMAS

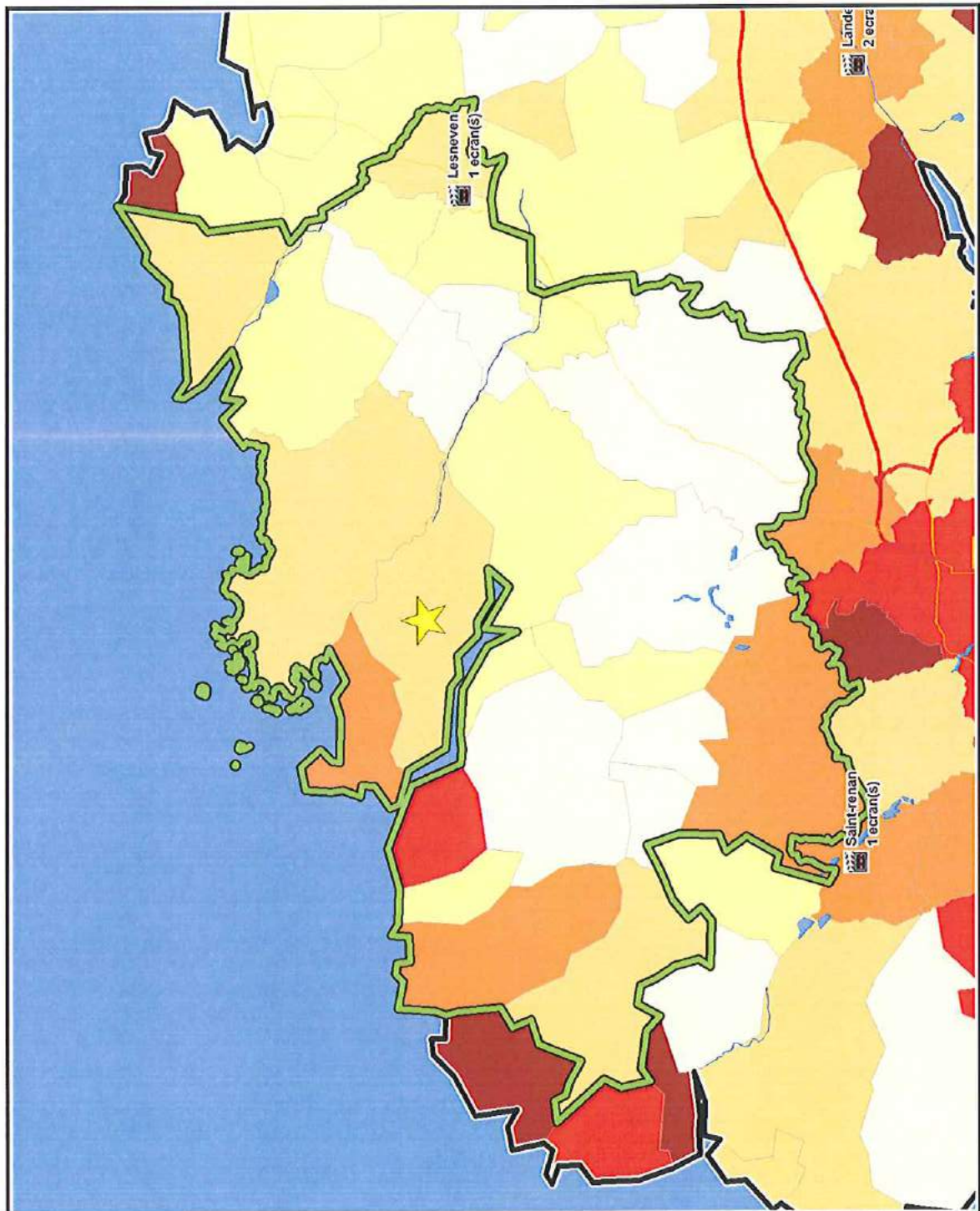
- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air

ZIC de 0 à 20 mn

TAUX PAR COMMUNE

Moyenne nationale : 19,10 %

- Plus de 28 %
- de 23 à 28 %
- de 19,1 à 23 %
- de 15 à 19,1 %
- de 10 à 15 %
- Moins de 10 %



rapportée à la population de 60 à 79 ans tous niveaux d'instruction confondus

3.3.3 STRUCTURE DE LA POPULATION PAR CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (CSP)

C.S.P.	LANNILIS	Zone 1	Zone 2	Zone 3	TOTAL ZONE	FINISTERE	Moyennes FRANCE
Cadres & Professions intellectuelles supérieures	4,86%	5,01%	4,67%	4,24%	4,58%	5,77%	7,55%
Professions intermédiaires	11,79%	12,19%	12,67%	11,97%	12,25%	11,70%	12,16%
Autres C.S.P. supérieures (Artisans, Commerçants)	1,82%	2,46%	2,86%	2,54%	2,62%	2,89%	2,87%
Agriculteurs	1,38%	1,17%	1,96%	1,55%	1,59%	1,31%	0,89%
Employés	15,04%	14,35%	15,15%	15,59%	15,13%	14,18%	14,69%
Ouvriers (Qualifiés, Spécialisés, Agricoles)	12,88%	12,43%	13,56%	13,15%	13,10%	12,25%	12,08%
Retraités	25,73%	26,58%	23,19%	25,23%	24,90%	26,87%	22,86%
Etudiants, Lycéens, Collégiens, Ecoliers de 6 ans et plus	20,66%	19,13%	20,18%	19,85%	19,78%	18,55%	19,13%
Autres Inactifs de 6 ans et plus	5,83%	6,68%	5,77%	5,88%	6,05%	6,48%	7,77%

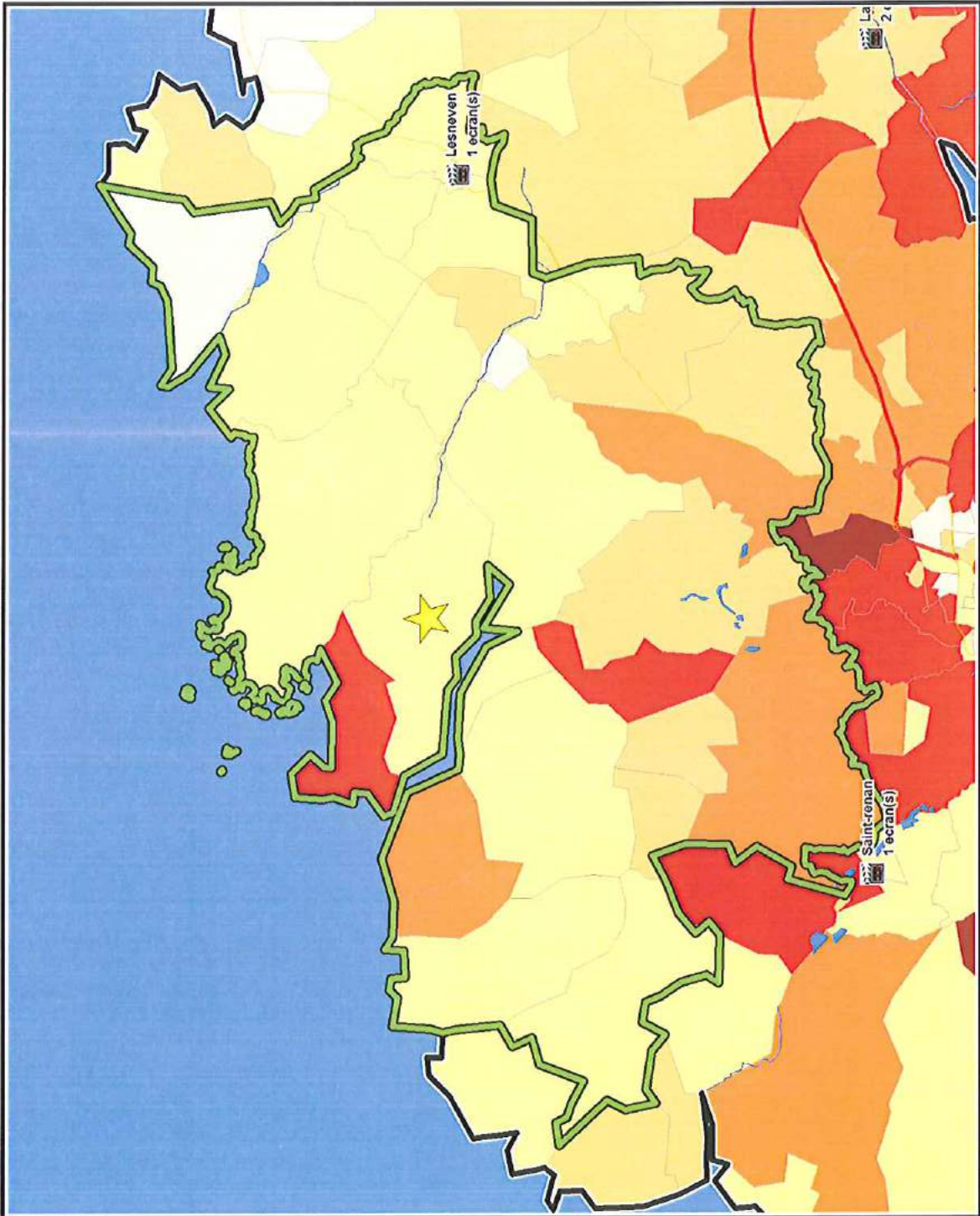
Source : INSEE

Les catégories socioprofessionnelles « supérieures » sont légèrement sous-représentées dans la Z.I.C. par rapport au niveau national. Ces catégories sont surtout présentes dans la zone littorale et au sud de la Z.I.C. dans l'attractivité de Brest. La proportion des scolaires et étudiants est supérieure à la moyenne nationale dans l'ensemble de la Z.I.C. On remarque, par contre, une proportion de retraités supérieure au niveau national pour l'ensemble du périmètre.

CSP	Rappel des habitudes de fréquentation au niveau national			
	Pénétration	% du public	% des entrées	Fréquentation moyenne par an
Cadres Sup. (Chefs d'entreprise, Ingénieurs, Professeurs, Professions libérales)	80.2%	9.6%	26.3%	5.4
Prof. Intermédiaires (Instituteurs, Infirmiers, Techniciens, Contremaîtres, Agents de maîtrise, Clergé)	73.0%	12.8%	13.2%	5.4
Autres CSP + (Artisans, Commerçants)	75.0%	2.8%	2.4%	5.4
Agriculteurs exploitants	45.9%	0.7%	ns	ns
Employés	60.7%	14.0%	12.4%	4.6
Ouvriers (Qualifiés, Spécialisés, Agricoles)	50.7%	9.2%	6.9%	3.9
Retraités	47.7%	15.4%	16.1%	5.6
Etudiants, Lycéens, Militaires du contingent	84.9%	29.5%	32.7%	5.8
Autres Inactifs	63.0%	5.9%	5.3%	5.8

Sources : Médiamétrie / CNC

PROFESSIONS ET CATEGORIES SOCIALES SUPERIEURES EN 2009



CINEMAS

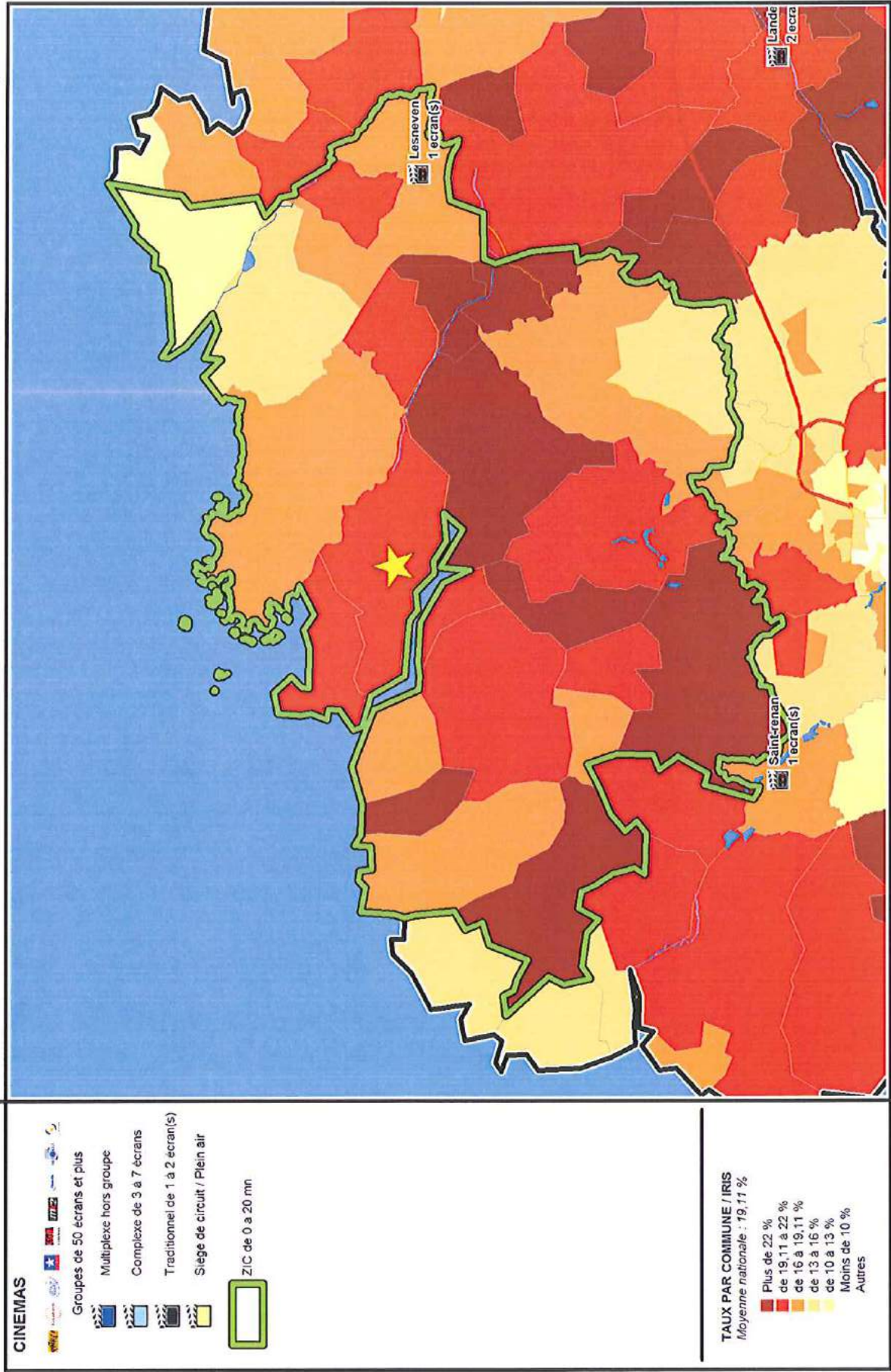
- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
- ZIC de 0 à 20 mn

TAUX PAR COMMUNE / IRIS

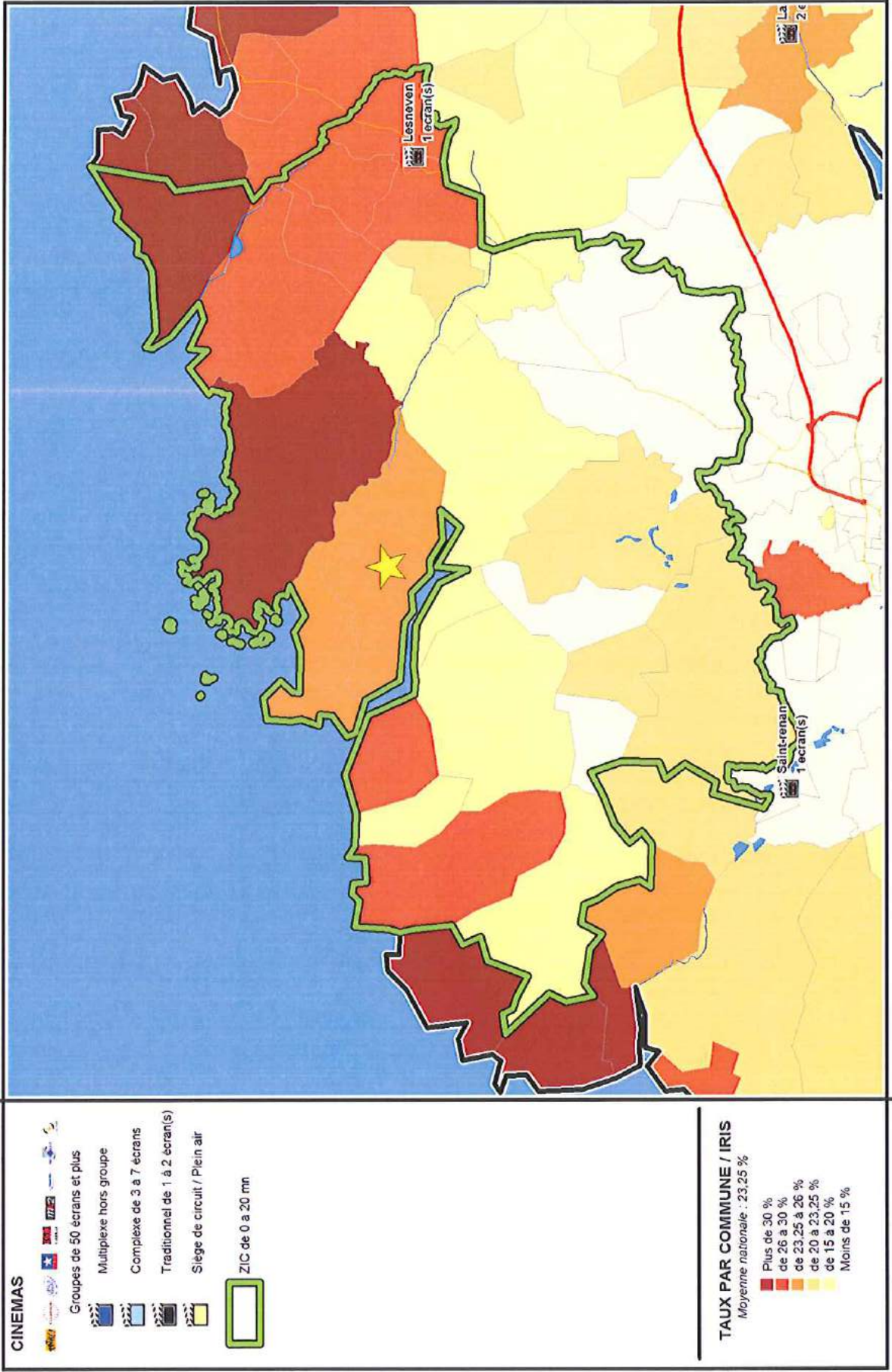
- Moyenne nationale : 22,94 %
- Plus de 30 %
 - de 25 à 30 %
 - de 22,94 à 25 %
 - de 20 à 22,94 %
 - de 15 à 20 %
 - Moins de 15 %

ETUDIANTS DE 6 ANS ET PLUS EN 2009

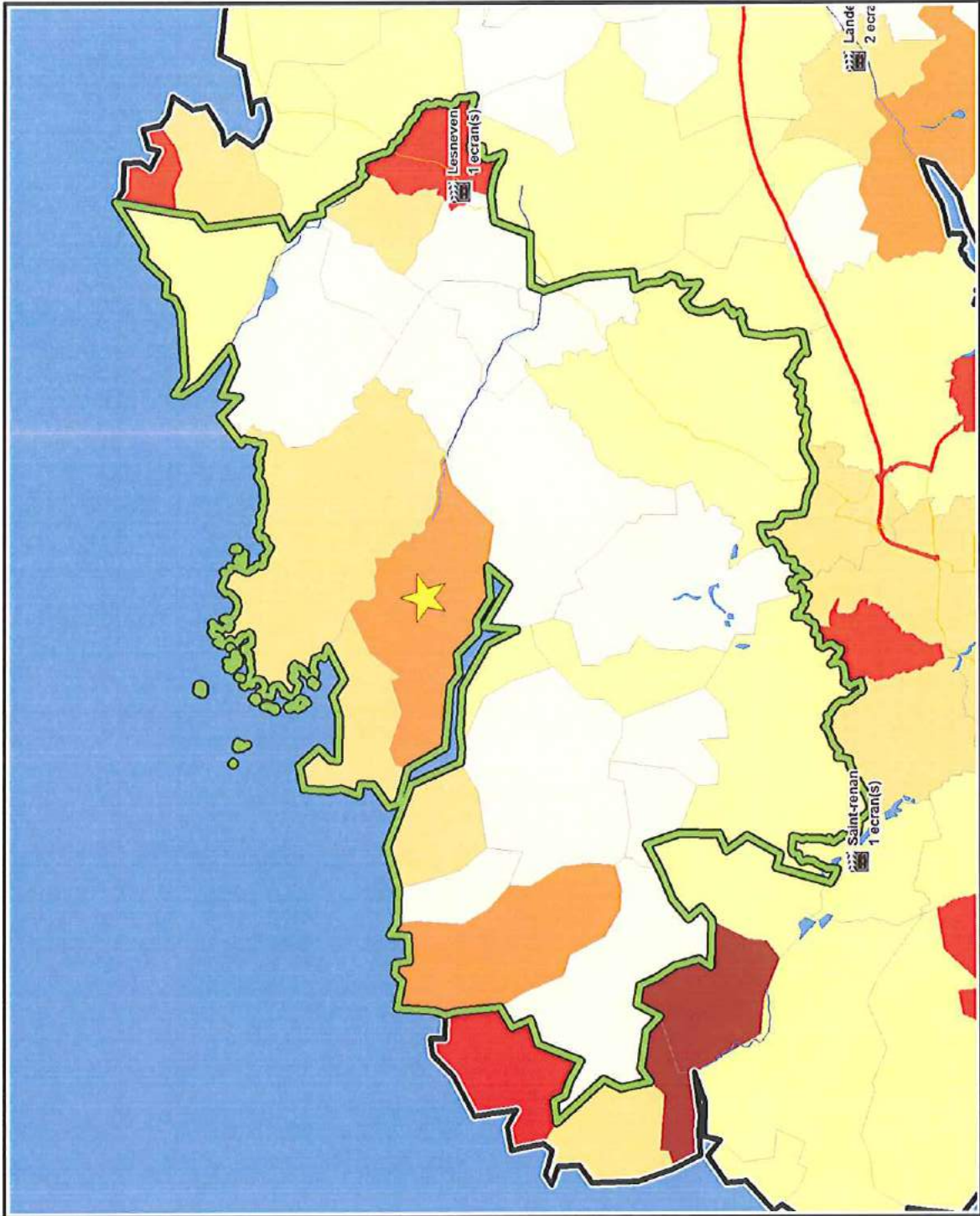
rapportés à la population des 6 ans et plus



PROFESSIONS ET CATEGORIES SOCIALES RETRAITES EN 2009



RETRAITES AGES DE 65 ANS ET PLUS ANCIENS PCS + EN 2006



CINEMAS

- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
- ZIC de 0 à 20 mm

TAUX PAR COMMUNE
Moyenne nationale : 32,39 %

- Plus de 45 %
- de 37,5 à 45 %
- de 32,39 à 37,5 %
- de 27,5 à 32,39 %
- de 20 à 27,5 %
- Autres

rapportés à la population totale de 65 ans et plus

© Cabinet Gérard Vuillaume

3.3.4 LES SALARIES DU SECTEUR PUBLIC

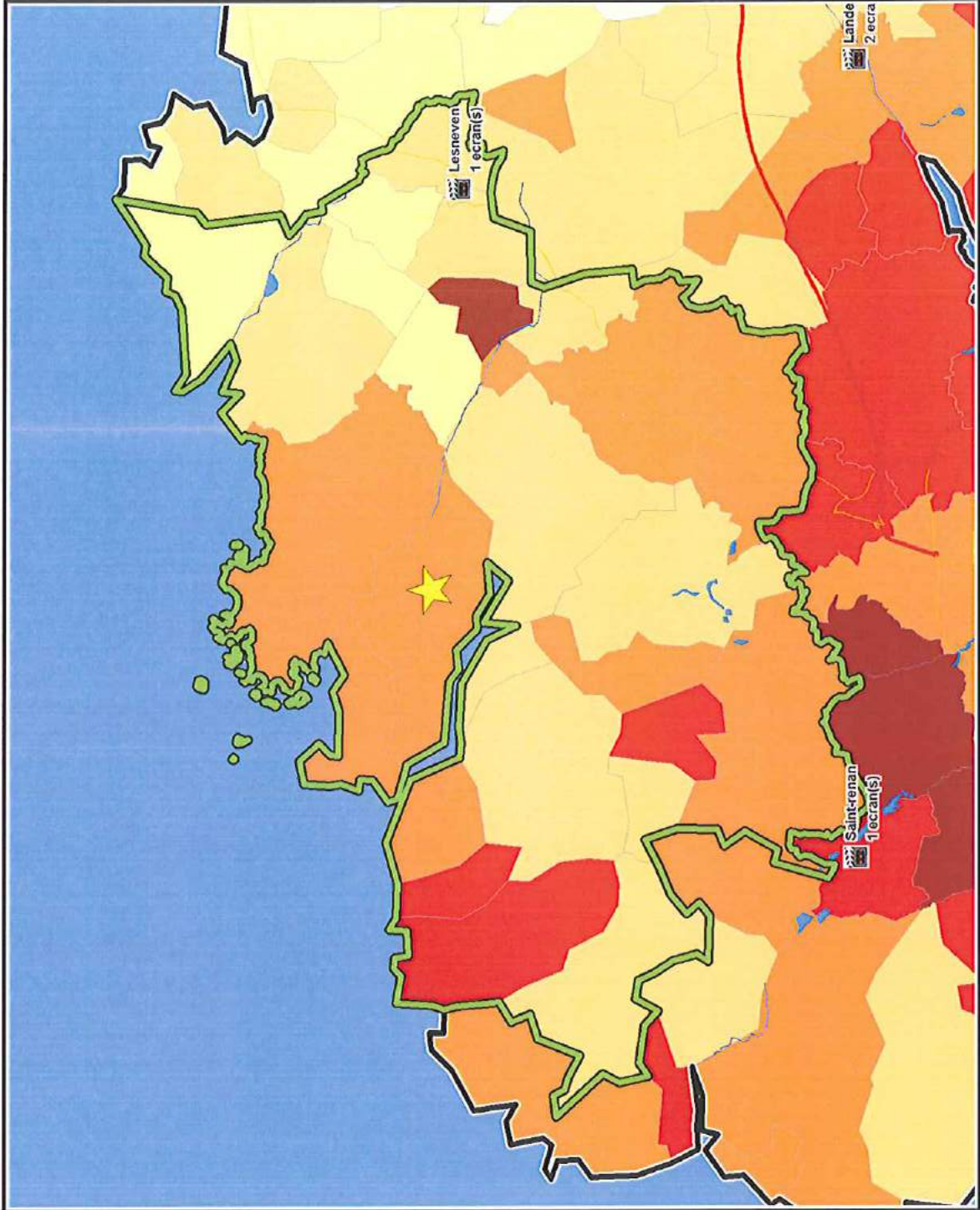
EMPLOI PUBLIC	Taux de salariés de la fonction publique en % de la population totale	Taux de salariés de la fonction publique en % de la population active
LANNILIS	5,67%	13,21%
Zone 1	5,23%	12,19%
Zone 2	5,36%	12,14%
Zone 3	4,83%	10,86%
TOTAL ZONE	5,11%	11,62%
FINISTERE	5,68%	12,79%
FRANCE	5,74%	12,31%

Source : INSEE

Les études de fréquentation réalisées par le Cabinet Gérard Vuillaume montrent que cette catégorie de population fréquente davantage les salles de cinéma.

Le poids des fonctionnaires est légèrement inférieur à la moyenne nationale dans les communes de la Z.I.C.

AGENTS DE LA FONCTION PUBLIQUE CATEGORIES A, B ou C EN 2006



CINEMAS

- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
- ZIC de 0 à 20 mn

TAUX PAR COMMUNE

Moyenne nationale : 11,70 %

- Plus de 18 %
- de 15 à 18 %
- de 11,7 à 15 %
- de 9 à 11,7 %
- de 6 à 9 %
- Moins de 6 %
- Autres

rapportés à la population active totale au lieu de résidence

© Cabinet Gérard Vuillaume

3.3.5 STRUCTURE DE LA POPULATION PAR NIVEAU D'INSTRUCTION

NIVEAU D'INSTRUCTION	LANNILIS	Zone 1	Zone 2	Zone 3	TOTAL ZONE	FINISTERE	Moyennes FRANCE
Sans diplôme	9,46%	8,49%	8,67%	9,75%	9,07%	10,33%	11,30%
Primaire	21,66%	23,38%	22,16%	22,97%	22,81%	22,00%	26,79%
Secondaire	24,89%	22,58%	22,73%	22,89%	22,76%	22,72%	19,53%
Technique Professionnel	24,25%	25,05%	27,08%	25,84%	26,04%	23,84%	21,29%
Supérieur	19,74%	20,50%	19,36%	18,55%	19,31%	21,12%	21,12%

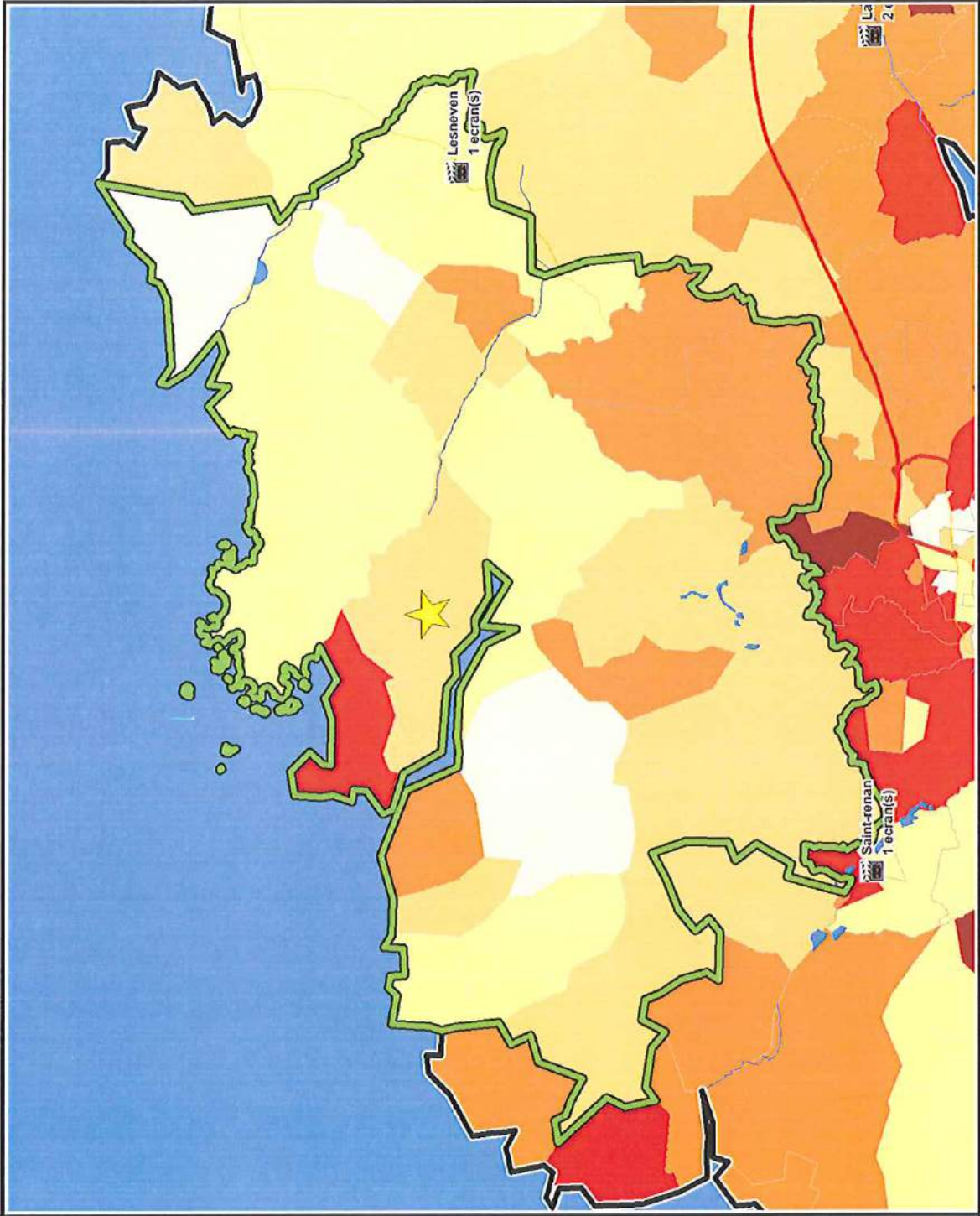
Source : INSEE

La commune de Lannilis fait apparaître une légère sous-représentativité des niveaux "supérieurs" par rapport au niveau national et au niveau départemental (19,7 % à Lannilis contre 21,1 % aux niveaux départemental et national). Cette proportion moyenne est également faible dans le reste de la Z.I.C.

Ce facteur est plutôt défavorable pour la fréquentation cinématographique.

DIPLOMES DU NIVEAU SUPERIEUR EN 2009

rapportés à la population de 15 ans et plus



CINEMAS

- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
- ZIC de 0 à 20 mm

TAUX PAR COMMUNE / IRIS

Moyenne nationale : 21,76 %

- Plus de 29 %
- de 25 à 29 %
- de 21,76 à 25 %
- de 19 à 21,76 %
- de 15 à 19 %
- Moins de 15 %

3.3.6 L'EMPLOI

CHOMAGE	Taux de demandeurs d'emploi 2ème trimestre 2011	Taux de demandeurs d'emploi 3 ^{ème} trimestre 2008	Variation T2 2011 / T3 2008
LANNILIS	11,58%	6,83%	69,68%
Zone 1	11,94%	7,18%	66,29%
Zone 2	9,40%	6,05%	55,37%
Zone 3	11,67%	6,93%	68,39%
TOTAL ZONE	10,98%	6,70%	63,91%
FINISTERE	12,63%	8,21%	53,96%
FRANCE	13,67%	8,65%	58,03%

Le taux d'évolution du chômage constitue un élément important à prendre en compte car l'emploi détermine la confiance du territoire dans l'avenir et favorise la propension à consommer.

Le niveau d'indemnités et le niveau d'instruction représentent en effet des facteurs clés déterminants pour la fréquentation cinématographique potentielle des demandeurs d'emploi.

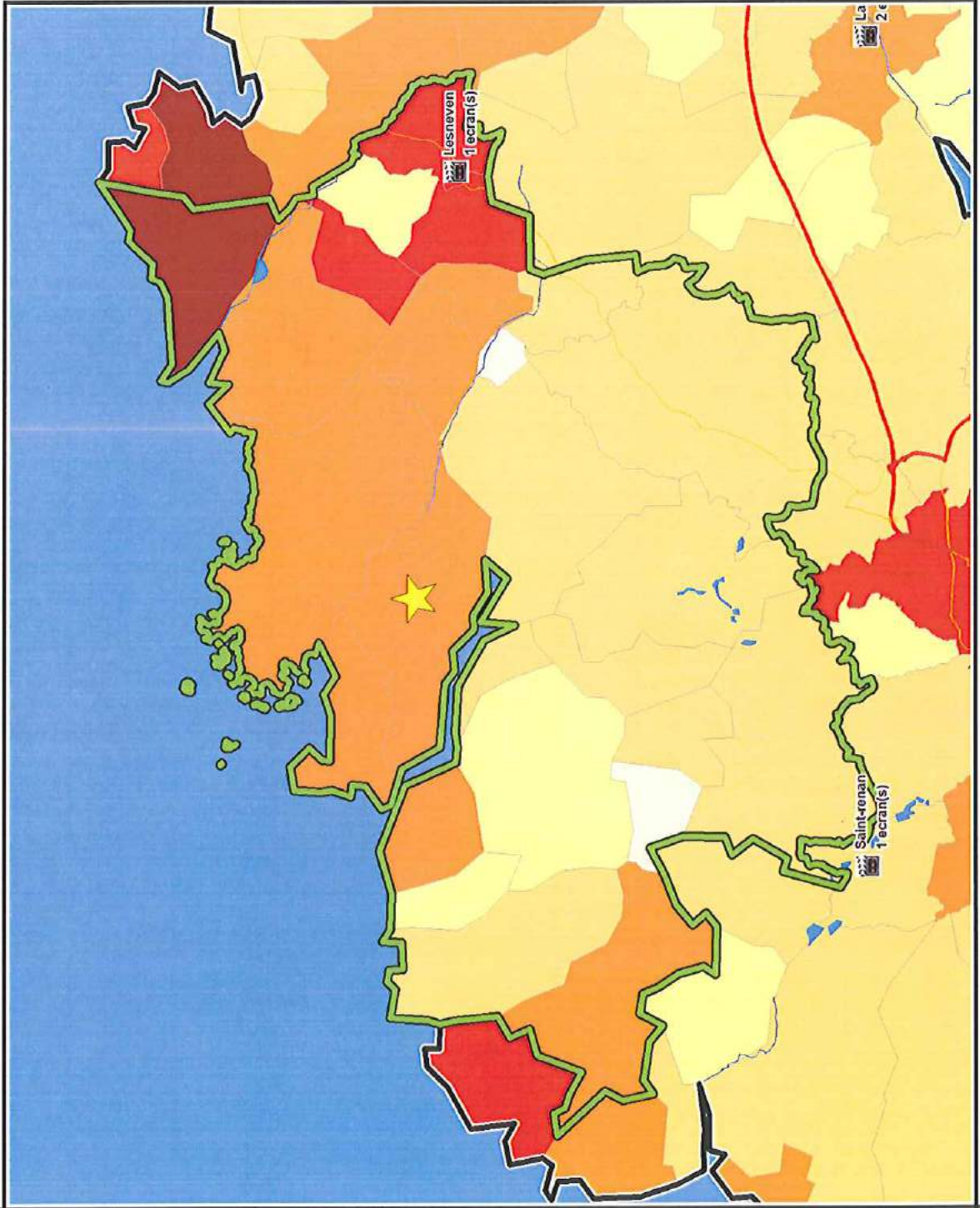
Le taux de demandeurs d'emploi est, en moyenne, légèrement inférieur à la moyenne nationale dans la Z.I.C. Entre 2008 et 2011, la situation de l'emploi s'est dégradée dans des proportions supérieures à la moyenne nationale.

Sur 100 personnes de chaque groupe, ont fréquenté le cinéma au cours des 12 derniers mois...	jamais	1 à 2 fois	3 à 4 fois	5 à 11 fois	12 fois et plus
Demandeurs d'emploi	39	21	12	13	15

Source : Enquête Pratiques culturelles des Français, 2008 - DEPS Ministère de la Culture et de la Communication

TAUX DE DEMANDEURS D'EMPLOI

catégories A, B, C à fin juin 2011



CINEMAS

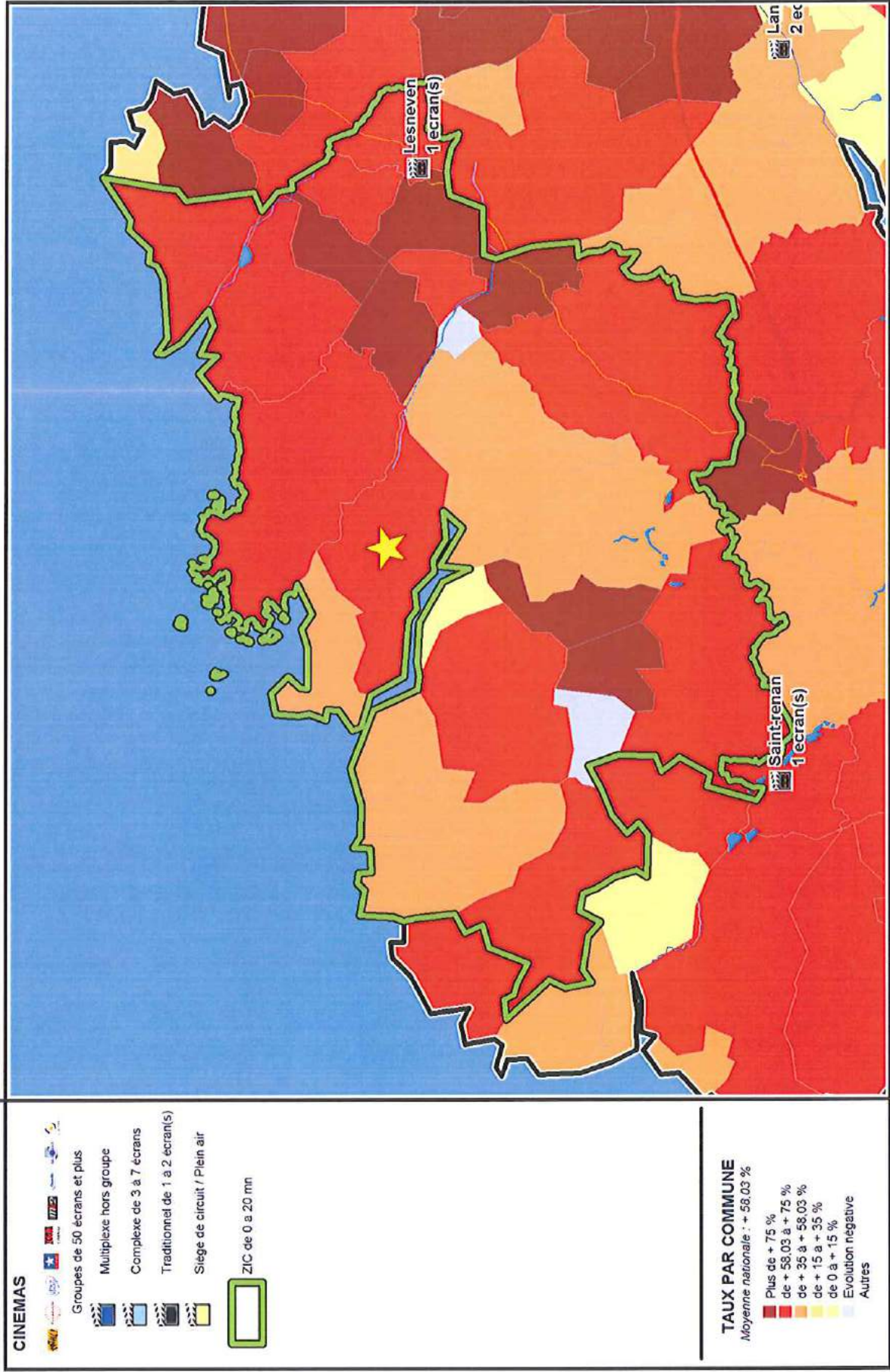
- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
- ZIC de 0 à 20 km

TAUX PAR COMMUNE

Moyenne nationale : 13,65 %

- Plus de 17 %
- de 13,65 à 17 %
- de 11 à 13,65 %
- de 8 à 11 %
- de 5 à 8 %
- Moins de 5 %

EVOLUTION DES DEMANDEURS D'EMPLOI ENTRE OCTOBRE 2008 ET JUIN 2011



CINEMAS

- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
- ZIC de 0 à 20 mm

TAUX PAR COMMUNE

Moyenne nationale : + 58,03 %

- Plus de + 75 %
- de + 58,03 à + 75 %
- de + 35 à + 58,03 %
- de + 15 à + 35 %
- de 0 à + 15 %
- Evolution negative
- Autres

3.3.7 REVENU DES MENAGES

Pour étudier le niveau du revenu des ménages, on utilise la médiane du revenu déclaré par unité de consommation (UC)² qui partage les personnes en deux groupes : la moitié des personnes appartiennent à un ménage qui déclare un revenu par UC inférieur à cette valeur, et l'autre moitié un revenu par UC supérieur.

Les quartiles figurant dans le tableau ci-après sont les valeurs qui partagent la distribution des salaires des ménages en parties égales :

- le premier quartile est le salaire au-dessous duquel se situent 25 % des salaires,
- le deuxième quartile est le salaire au-dessous duquel se situent 50 % des salaires, c'est la médiane,
- le troisième quartile est le salaire au-dessous duquel se situent 75 % des salaires.

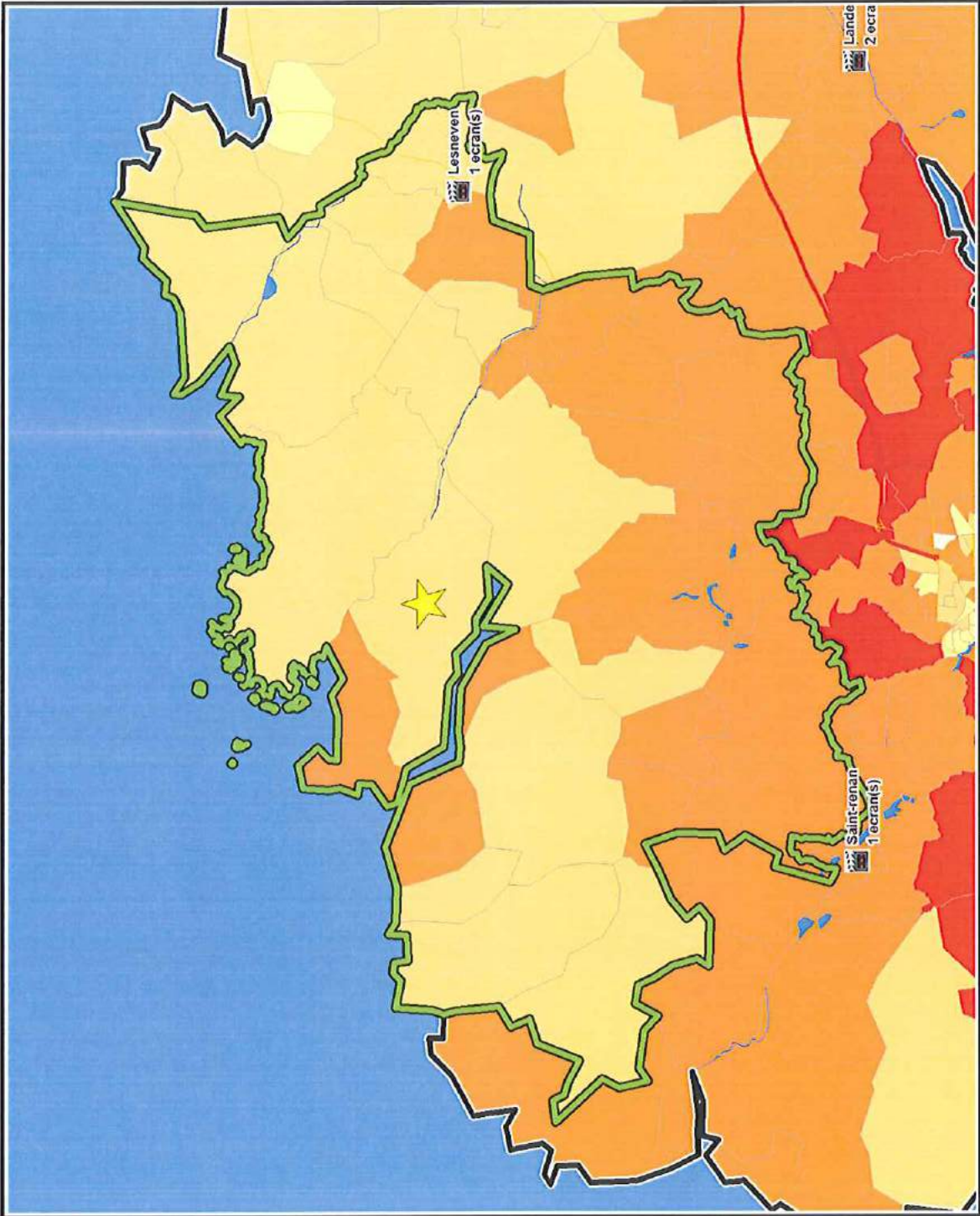
REVENUS FISCAUX PAR UC	Quartile 1	Médiane 2010	Quartile 3
LANNILIS	13 058 €	18 020 €	24 125 €
Zone 1	13 708 €	18 286 €	25 489 €
Zone 2	13 784 €	18 572 €	23 925 €
Zone 3	13 701 €	18 494 €	24 328 €
FINISTERE	13 209 €	18 446 €	25 026 €
FRANCE	12 266 €	18 749 €	26 789 €

Source : INSEE

L'ensemble du périmètre étudié se caractérise, pour le quartile 1 et le niveau médian, par des niveaux moyens de revenus relativement proches ou légèrement supérieurs par rapport à la moyenne nationale, et très proches de la moyenne départementale. Ces caractéristiques, qui traduisent un revenu confortable pour une majorité des habitants, sont favorables aux dépenses de loisirs et aux activités culturelles.

² Système de pondération attribuant un coefficient à chaque membre du ménage, et permettant de comparer les niveaux de vie de ménages de tailles ou de compositions différentes. Avec cette pondération, le nombre de personnes est ramené à un nombre d'unités de consommation (UC).

REVENUS FISCAUX MEDIANS PAR UNITE DE CONSOMMATION EN 2010



CINEMAS

- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
- ZIC de 0 à 20 mn

MONTANT PAR COMMUNE

- Médiane nationale : 18 749 euros
- Plus de 29 336 €
 - 21 466 - 29 336
 - 18 749 - 21 466
 - 16 239 - 18 749
 - 10 717 - 16 239
 - Moins de 10 717 €
 - Non disponible

3.3.8 ETRANGERS ET FRANÇAIS PAR ACQUISITION

La proportion d'habitants étrangers et français par acquisition est très faible par rapport à la moyenne nationale dans l'ensemble de Z.I.C.

POPULATIONS	Etrangers en % pop active	Etrangers en % pop totale
LANNILIS	2,73%	1,17%
Zone 1	2,85%	1,22%
Zone 2	2,09%	0,92%
Zone 3	2,07%	0,92%
TOTAL ZONE	2,27%	1,00%
FINISTERE	5,21%	2,31%
FRANCE	21,22%	9,90%

NOTION D'ETRANGERS, source INSEE :

La population est répartie en deux grands groupes : Français / Étrangers.

Dans certains tableaux, la distinction est faite parmi les Français entre :

- Français de naissance (y compris par réintégration) ;
- Français par acquisition (personnes devenues françaises par naturalisation, mariage, déclaration ou à leur majorité).

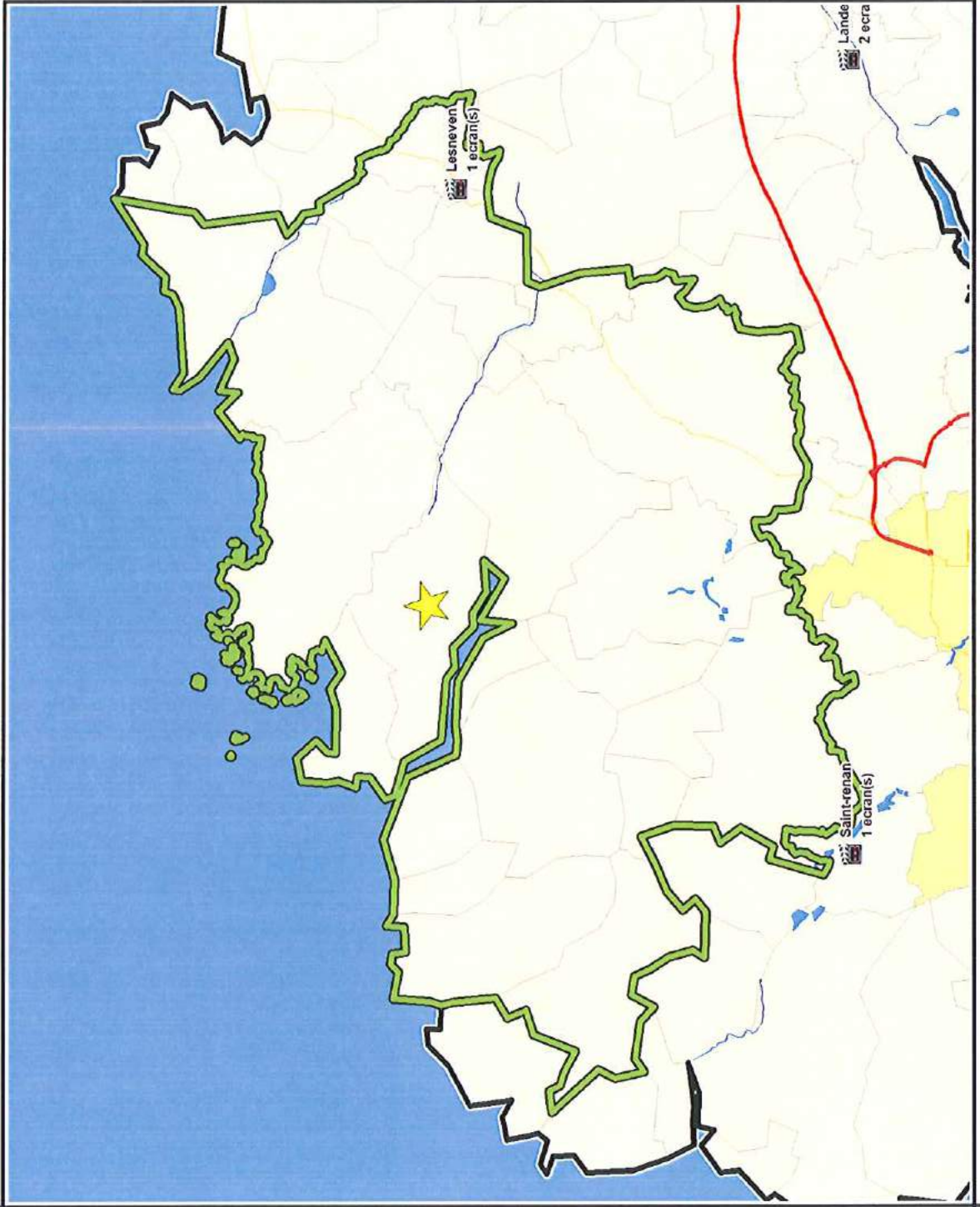
La population étrangère est définie en fonction d'un critère de nationalité : est étrangère toute personne résidant en France qui n'a pas la nationalité française. Un étranger peut acquérir la nationalité française au cours de sa vie, en fonction des possibilités offertes par la législation. Il devient alors Français par acquisition.

Parmi les étrangers se trouvant en France au moment du recensement, seuls ont été recensés ceux qui ont leur résidence permanente en France et ceux qui y travaillent ou y étudient (travailleurs permanents, stagiaires, étudiants, ainsi que leur famille le cas échéant), à l'exception des travailleurs saisonniers et des travailleurs frontaliers.

En outre, n'ont pas été recensés les étrangers membres du corps diplomatique, mais le personnel étranger (administratif, technique ou de service) des ambassades résidant de façon permanente en France l'a été. Ne sont recensés ni les touristes ni les personnes faisant en France un séjour de courte durée.

Les études de fréquentation réalisées par le Cabinet Gérard Vuillaume montrent que dans les territoires où les populations étrangères sont présentes dans de fortes proportions, le taux de fréquentation est, en règle générale, inférieur aux moyennes constatées. Ces caractéristiques semblent principalement liées aux pratiques culturelles et linguistiques des populations concernées.

TAUX D'ETRANGERS ET FRANCAIS PAR ACQUISITION EN 2006



CINEMAS

-
- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
- ZIC de 0 à 20 mm

TAUX PAR COMMUNE

- Moyenne nationale : 10,07 %
- Plus de 17 %
 - de 14 à 17 %
 - de 10,07 à 14 %
 - de 6 à 10,07 %
 - de 3 à 6 %
 - Moins de 3 %
 - Autres

3.4 HYPOTHESE A : ESTIMATION DU MARCHÉ POTENTIEL DANS L'HYPOTHESE DE LA CREATION D'UN COMPLEXE DE TROIS SALLES

3.4.1 LE MARCHÉ POTENTIEL THEORIQUE GLOBAL GENERE PAR LA POPULATION PERMANENTE

Le marché potentiel global du projet est déterminé en appliquant aux populations respectives des différentes zones, des taux de fréquentation hebdomadaire (Voir approche méthodologique au début du § 3).

Ces taux de fréquentation hebdomadaire sont déterminés en conjuguant les caractéristiques sociodémographiques de la population locale et les habitudes de fréquentation en France en 2011.

Les caractéristiques sociodémographiques de la population de la Z.I.C. ont pour conséquence des taux de fréquentation hebdomadaire légèrement inférieurs à la moyenne nationale. Les analyses qui suivent sont établies sur la base de la réalisation d'un complexe cinématographique traditionnel. Dans cette hypothèse, les taux de fréquentation retenus pour les différentes zones de la Z.I.C. sont les suivants :

- Zone 1 (jusqu'à 10 minutes) :
 - Lannilis : 6,37 %
 - Autres communes : 6,29 %
- Zone 2 (11 à 15 minutes) : 3,18 %
- Zone 3 (16 à 20 minutes) : 1,25 %

Sur cette base, le marché potentiel théorique d'un projet à Lannilis par rapport à la population permanente sera composé de la façon suivante :

Z.I.C.		Population	Taux de fréquentation hebdomadaire	Marché correspondant (52 semaines)	Marché films Art & Essai (28%)	Marché films non Art & Essai (72%)
Zone 1	Zone 1 : Lannilis	5 293	6,37%	17 537	4 910	12 627
	Zone 1 : autres communes	11 955	6,29%	39 133	10 957	28 176
	Total zone 1	17 248	6,32%	56 670	15 868	40 802
Zone 2		22 651	3,18%	37 434	10 482	26 952
Zone 3		28 213	1,25%	18 327	5 132	13 195
TOTAL		68 112		112 431	31 481	80 950

Le marché potentiel du projet par rapport à la population permanente des communes de la zone d'influence cinématographique du projet peut être estimé à environ 112 000 spectateurs par an.

Sur la base des fréquentations constatées en 2011 dans le département, la part de marché des films Art & Essai représente environ 28 % des entrées, soit environ 31 000 spectateurs par an.

3.4.2 L'ATTRACTION DES CINEMAS EN INTERACTION AVEC LE PROJET

3.4.2.1 LES INTERACTIONS ENTRE LES DIFFERENTS CINEMAS

Le positionnement des différentes communes de la Z.I.C. par rapport au projet, par rapport aux communes équipées les plus proches et par rapport au pôle cinématographique de Brest est défini ci-après.

Le tableau fait ressortir les éléments suivants :

- Le pôle de Brest exerce une attractivité dominante sur la quasi-totalité de la Z.I.C. Cette attractivité doit être considérée dans la perspective de l'ouverture d'un nouveau multiplexe ;
- L'attractivité de Brest est limitée dans la zone littorale ;
- Les cinémas de Lesneven et Saint-Renan exercent également une attractivité relative dans certaines communes.

NOM DE LA COMMUNE	CODE INSEE	DISTANCE ROUTE (KM)	TEMPS D'ACCES (T.A.) AU PROJET EN MN	T.A. LESNEVEN	T.A. SAINT-RENAN	T.A. BREST
LANNILIS	29117	0	1	17	24	26
TREGLONOU	29290	3,1	6	21	20	27
LANDEDA	29101	4,8	7	22	29	32
PLOUGUERNEAU	29195	5,6	7	16	27	29
KERNILIS	29093	8,1	10	10	29	31
PLOUVIEN	29209	8,2	11	14	21	25
BOURG-BLANC	29015	9,2	11	20	15	20
COAT-MEAL	29035	8,3	11	25	15	22
LOC-BREVALAIRE	29126	12,3	13	10	26	30
SAINT-PABU	29257	10	14	28	24	35
GUISSENY	29077	13,7	14	15	32	34
GUIPRONVEL	29076	11,7	15	29	13	25
LANARVILY	29100	12,5	15	11	30	31
PLOUGUIN	29196	13,8	15	30	19	27
LAMPAUL-PLOUDALMEZEAU	29099	13,1	15	31	22	37
PLOUDALMEZEAU	29178	12,6	15	29	16	32
LE FOLGOET	29055	14,6	16	3	32	29
PLABENNEC	29160	12,2	17	12	23	21
MILIZAC	29149	15,4	17	26	9	21
LESNEVEN	29124	15,7	17	2	35	29
SAINT-FREGANT	29248	14,9	17	9	34	36
KERLOUAN	29091	17,6	19	14	37	40
TREOUERGAT	29299	14,6	19	32	15	27
PLOURIN	29208	16,7	19	34	13	29
KERNOUES	29094	18,2	20	6	36	33
LE DRENNEC	29047	18,8	20	7	28	25

3.4.2.2 L'ATTRACTION DU POLE CINEMATOGRAPHIQUE DE BREST

A partir de la loi de Reilly, l'interaction entre un projet à Lannilis et le pôle cinématographique de Brest peut être approchée de la façon suivante :

Z.I.C.	POPULATION EN INTERACTION : BREST	POPULATION ATTIREE : BREST	Taux de fréquentation hebdomadaire	PART DE MARCHÉ ABSORBÉE : BREST
Zone 1 : Lannilis	5 293	2 516	6,37%	8 336
Zone 1 : autres communes	6 993	4 043	6,29%	13 029
Total Zone 1	12 286	6 559	6,32%	21 365
Zone 2	11 159	9 374	3,18%	15 546
Zone 3	24 530	19 644	1,25%	12 855
TOTAL	47 975	35 577		49 766

L'attraction du pôle cinématographique de Brest peut être estimée à environ 50 000 entrées annuelles.

3.4.2.3 L'ATTRACTION DU CINEMA DE LESNEVEN

Z.I.C.	POPULATION EN INTERACTION : LESNEVEN (EVEN)	POPULATION ATTIREE : LESNEVEN (EVEN)	Taux de fréquentation hebdomadaire	PART DE MARCHÉ ABSORBÉE : LESNEVEN (EVEN)
Zone 1 : Lannilis	5 293	65	6,37%	217
Zone 1 : autres communes	7 743	430	6,29%	1 420
Total Zone 1	13 036	495	6,32%	1 637
Zone 2	9 734	689	3,18%	1 135
Zone 3	23 708	4 653	1,25%	2 977
TOTAL	46 478	5 837		5 749

Le marché qui sera absorbé par le cinéma de Lesneven par rapport à la population permanente est d'environ 5 700 entrées annuelles.

3.4.2.4 L'ATTRACTION DU CINEMA DE SAINT-RENAN

Z.I.C.	POPULATION EN INTERACTION : SAINT-RENAN (LE BRETAGNE)	POPULATION ATTIREE : SAINT-RENAN (LE BRETAGNE)	Taux de fréquentation hebdomadaire	PART DE MARCHÉ ABSORBÉE : SAINT-RENAN (LE BRETAGNE)
Zone 1 : Lannilis	-	-	6,37%	-
Zone 1 : autres communes	600	7	6,29%	24
Total Zone 1	600	7	6,32%	24
Zone 2	13 556	1 482	3,18%	2 424
Zone 3	4 505	248	1,25%	168
TOTAL	18 661	1 737		2 616

Le marché qui sera absorbé par le cinéma de Saint-Renan par rapport à la population permanente est d'environ 2 600 entrées annuelles.

3.4.2.5 RECAPITULATIF DE L'ATTRACTION POTENTIELLE DES SITES CONCURRENTS

Cinéma en interaction	Population en interaction	Population attirée	Marché absorbé
Brest	47 975	35 577	49 766
Lesneven	46 478	5 837	5 749
Saint-Renan	18 661	1 737	2 616
TOTAL			58 131

L'attraction potentielle des sites concurrents par rapport à la population permanente de la Z.I.C. de Lannilis peut être estimée à environ 58 000 entrées annuelles.

3.4.3 MARCHE POTENTIEL THEORIQUE GENERE PAR LA POPULATION DE PASSAGE

En 2010, la fréquentation touristique du département du Finistère a été de 30,3 millions de nuitées (source : B.E.T. F. Marchand / CRT).

Le marché potentiel généré par la population de passage est déterminé sur la base de l'analyse de la fréquentation touristique des principales catégories d'hébergements marchands et non marchands situés dans le périmètre de la Z.I.C. :

- les résidences secondaires,
- les campings (hôtellerie de plein-air),
- les hôtels homologués,
- les meublés labellisés (Gîtes de France, chambre d'hôtes, Clévacances...).

➔ FREQUENTATION POTENTIELLE DE LA POPULATION DE PASSAGE DANS LES RESIDENCES SECONDAIRES DE LA Z.I.C.

En 2010, la Bretagne compte plus de 220 000 résidences secondaires. Ce mode d'hébergement représente 73,3 % de la capacité régionale en lits touristiques. L'importance des résidences secondaires (un logement sur cinq sur le littoral) participe à la hausse des prix et au vieillissement du territoire. La Bretagne attire en effet largement les retraités (qualité de vie et retour au pays) et 54 % des propriétaires de résidence secondaire sur le littoral ont plus de 60 ans.

Le parc de résidences secondaires continue d'augmenter sur le littoral, avec toutefois une diminution relative dans le total des logements depuis quelques années, probablement due à la transformation de résidences secondaires en résidences permanentes.

► Répartition des résidences secondaires selon la commune

En 2010, la répartition et la proportion des résidences secondaires dans les communes de la Z.I.C. de Lannilis sont les suivantes :

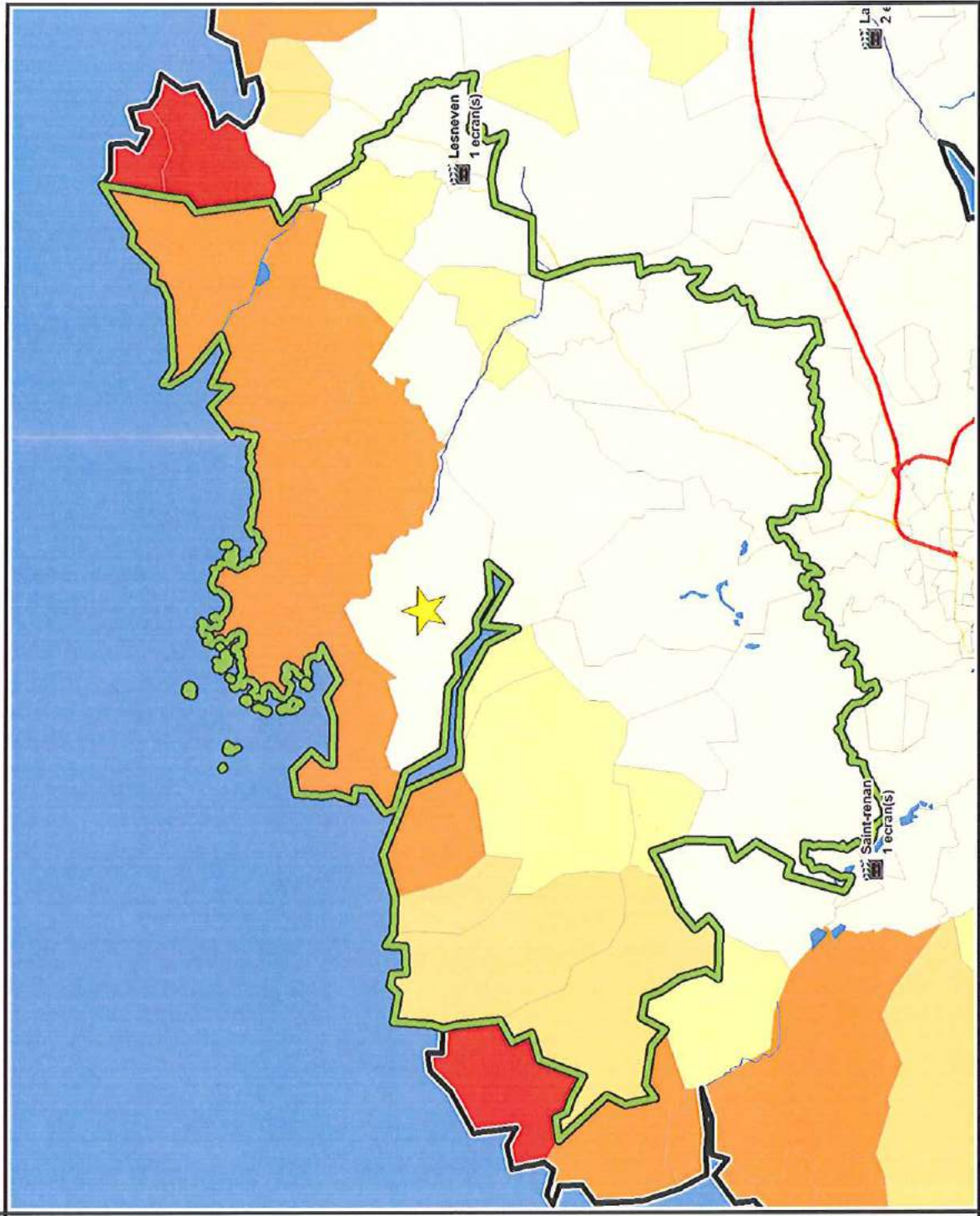
Communes de la zone 1	Code INSEE	Population 2010	Nombre de logements	Nombre de résidences secondaires	Taux de résidences secondaires
LANNILIS	29117	5 293	2 360	106	4%
Zone 1 - Lannilis		5 293	2 360	106	4%
TREGLONOU	29290	600	274	24	9%
PLOUGUERNEAU	29195	6 393	4 179	1 123	27%
LANDEDA	29101	3 612	2 090	440	21%
KERNILIS	29093	1 350	523	10	2%
Zone 1 - autres communes		11 955	7 066	1 598	23%
Total zone 1		17 248	9 427	1 704	18%
Communes de la zone 2	Code INSEE	Population 2010	Nombre de logements	Nombre de résidences secondaires	Taux de résidences secondaires
COAT-MEAL	29035	1 009	381	14	4%
PLOUVIEN	29209	3 693	1 511	37	2%
BOURG-BLANC	29015	3 399	1 296	10	1%
LOC-BREVALAIRE	29126	211	88	5	6%
SAINT-PABU	29257	1 999	1 195	342	29%
GUISSENY	29077	2 012	1 293	333	26%
LAMPAUL-PLOUDALMEZEAU	29099	761	370	65	18%
LANARVILY	29100	419	159	11	7%
PLOUDALMEZEAU	29178	6 301	3 188	586	18%
PLOUGUIN	29196	2 085	851	49	6%
GUIPRONVEL	29076	762	277	2	1%
Total zone 2		22 651	10 608	1 454	14%
Communes de la zone 3	Code INSEE	Population 2010	Nombre de logements	Nombre de résidences secondaires	Taux de résidences secondaires
LE FOLGOET	29055	3 055	1 286	14	1%
MILIZAC	29149	3 009	1 208	40	3%
PLABENNEC	29160	8 084	3 240	41	1%
SAINT-FREGANT	29248	692	332	22	7%
LESNEVEN	29124	7 083	3 358	51	2%
PLOURIN	29208	1 194	509	49	10%
TREOUERGAT	29299	302	122	11	9%
KERLOUAN	29091	2 284	1 726	582	34%
KERNOUES	29094	707	298	15	5%
LE DRENNEC	29047	1 803	698	15	2%
Total zone 3		28 213	12 778	841	7%
Total Z.I.C.		68 112	32 813	3 999	12%

RESIDENCES SECONDAIRES ET OCCASIONNELLES EN 2009

CINEMAS

LEGENDES de 50 écrans et plus

- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
- ZIC de 0 à 20 mn



TAUX PAR COMMUNE / IRIS

Moyenne nationale : 9.63 %

- Plus de 60 %
- de 40 à 60 %
- de 20 à 40 %
- de 9.63 à 20 %
- de 5 à 9.63 %
- Moins de 5 %

► **Evaluation du marché potentiel théorique de la population séjournant dans les résidences secondaires de la Z.I.C.**

A la différence du tourisme marchand, il n'existe pas d'analyse précise et régulière de la population des résidences secondaires et de ses caractéristiques (profil sociodémographique des résidents, période et durée de séjour...). Les estimations suivantes sont établies sur la base de données 2006 et 2009. Elles permettent d'avoir une approximation suffisamment précise du nombre moyen de nuitées annuel pour ce type d'hébergement.

Le Finistère compte, au recensement de 2006, un parc de 64 239 résidences secondaires. En 2009, les résidences secondaires ont représenté environ 31,6 % des nuitées touristiques non marchandes dans le département, soit environ 4 110 000 nuitées qui se sont réparties comme suit :

- 20,9 % sont réalisées dans des résidences secondaires personnelles,
- 10,7 % sont réalisées dans des résidences secondaires de parents et amis.

L'évaluation du marché potentiel est établie sur la base du nombre moyen de nuitées constaté au niveau départemental pour une résidence, soit environ 64 nuitées (17 semaines).

Nombre de résidences secondaires dans le Finistère en 2006	Nombre de nuitées non marchandes dans le Finistère (2009)	% nuitées en résidences secondaires	Nombre annuel de nuitées en résidences secondaires	Nombre moyen de nuitées par résidence secondaire
64 239	13 008 600	31,60%	4 110 718	64

La population des résidences secondaires est considérée sur la base des données correspondant à une forte proportion des catégories de population qui fréquentent le plus le cinéma (niveau d'éducation supérieur, CSP supérieure, revenu élevé). L'indice de fréquentation est revalorisé sur la base de ces catégories de public.

Pour la Bretagne, la proportion de nuitées étrangères en hébergement non marchand (famille, amis, résidences secondaires) peut être estimée à environ 7 % (source MORGOAT enquête TNS SOFRES 2005).

Le taux d'occupation moyen retenu est de 70 % (3,5 personnes par séjour).

Résidences secondaires	Nombre de lits	Estimation du % de séjours réalisés par des Français	Taux d'occupation moyen au cours d'un séjour	Nombre de lits effectivement occupés par des Français
Zone 1	8 520	93,00%	70,00%	5 547
Zone 2	7 271	93,00%	70,00%	4 733
Zone 3	4 204	93,00%	70,00%	2 737
TOTAL	19 995			13 017

Le marché potentiel représenté par la population de passage française dans les résidences secondaires de la Z.I.C. peut donc être estimé à environ 13 000 entrées annuelles.

► **Evaluation du marché potentiel retenu pour le projet concernant la population séjournant en résidences secondaires**

Le marché potentiel retenu pour le projet devra tenir compte de l'attraction exercée par les pôles cinématographiques voisins. Cette attractivité sera d'autant plus forte que l'on s'éloignera de Lannilis.

Résidences secondaires	Marché potentiel	Taux d'attraction des sites concurrents	Marché capté par les sites concurrents	Fréquentation potentielle retenue
Zone 1	7 747	3,00%	232	7 515
Zone 2	3 327	30,00%	998	2 329
Zone 3	756	70,00%	529	227
TOTAL	11 830		1 760	10 070

Le marché potentiel représenté par la population française de passage dans les résidences secondaires de la Z.I.C. peut donc être estimé à environ 10 000 entrées annuelles.

➔ FREQUENTATION POTENTIELLE DE LA POPULATION DE PASSAGE DANS LES CAMPINGS DE LA Z.I.C.

En 2009, la clientèle de l'hôtellerie de plein air représente 3 191 000 nuitées dans le Finistère pour 32 649 emplacements, soit environ 97 nuitées par emplacement (source : CDT29) pour une période touristique qui s'étend sur environ 22 semaines, de mai à septembre.

On observe une très forte concentration de l'offre de campings sur le littoral.

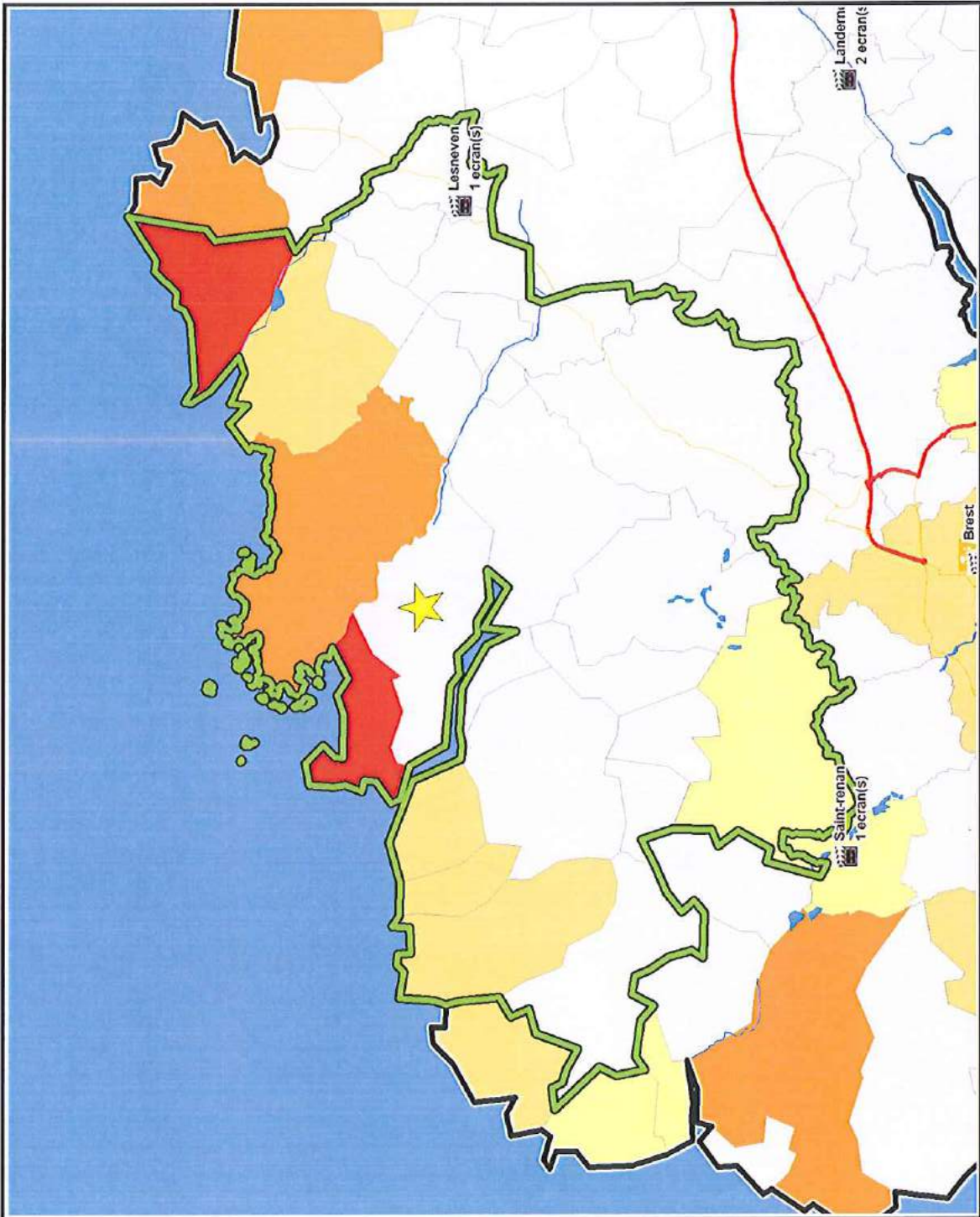
Les principales caractéristiques de la clientèle de l'hôtellerie de plein air restent sa jeunesse et son caractère familial (premier hébergement touristique pour les familles composées de 3 ou 4 enfants), son origine urbaine (plus la taille de l'agglomération augmente, plus la proportion de résidents fréquentant l'hôtellerie de plein air progresse). Ces données constituent, bien entendu, des éléments favorables pour la fréquentation cinématographique.

► Répartition et capacités d'accueil des campings dans le périmètre de la Z.I.C.

Les capacités d'accueil en camping dans les communes de la Z.I.C. de Lannilis se répartissent de la manière suivante :

Communes de la zone 1	Code INSEE	Nombre d'emplacements de camping
LANNILIS	29117	-
Zone 1 - Lannilis		-
TREGLONOU	29290	-
PLOUGUERNEAU	29195	227
LANDEDA	29101	316
KERNILIS	29093	-
Zone 1 - autres communes		543
Total zone 1		543
Communes de la zone 2	Code INSEE	Nombre d'emplacements de camping
COAT-MEAL	29035	-
PLOUVIEN	29209	-
BOURG-BLANC	29015	-
LOC-BREVALAIRE	29126	-
SAINTE-PABU	29257	131
GUISSENY	29077	100
LAMPAUL-PLOUDALMEZEAU	29099	188
LANARVILY	29100	-
PLOUDALMEZEAU	29178	135
PLOUGUIN	29196	-
GUIPRONVEL	29076	-
Total zone 2		554
Communes de la zone 3	Code INSEE	Nombre d'emplacements de camping
LE FOLGOET	29055	-
MILIZAC	29149	50
PLABENNEC	29160	-
SAINTE-FREGANT	29248	-
LESNEVEN	29124	-
PLOURIN	29208	-
TREOUERGAT	29299	-
KERLOUAN	29091	324
KERNOUES	29094	-
LE DRENNEC	29047	-
Total zone 3		374
Total Z.I.C.		1 471

EMPLACEMENTS DANS CAMPINGS CLASSES EN 2012



CINEMAS

- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
- ZIC de 0 à 20 mm

NOMBRE PAR COMMUNE
Moyenne nationale : 182

- Plus de 500
- de 300 à 500
- de 200 à 300
- de 100 à 200
- de 50 à 100
- de 1 à 50
- Aucun camping

► Répartition de la fréquentation des campings dans le périmètre de la Z.I.C.

La fréquentation des campings se répartit sur une saison de cinq mois, allant de mai à septembre. Pour la saison 2009, la répartition de la fréquentation dans les campings dans le Finistère a été la suivante :

Campings	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Saison
Estimation de la répartition de la fréquentation	4.5%	6.4%	35.9%	48.5%	4.7%	100.00%
Taux d'occupation moyen	10,5%	13,0%	42,7%	52,8%	11,2%	29,2%

Source : INSEE fréquentation dans l'hôtellerie de plein air 2009 / CDT 29

La clientèle française et étrangère s'est répartie en 2012 de la façon suivante :

Campings	Français	Etrangers
Part dans le nombre total de nuitées	71,9%	28,1%

Source : INSEE fréquentation dans l'hôtellerie de plein air 2012 / CDT 29

► Evaluation du marché potentiel théorique de la population séjournant en camping

L'évaluation du marché potentiel est établie sur la base du nombre de nuitées moyen constaté au niveau départemental.

Le taux d'occupation moyen retenu est de 28,3 % (moyenne 2012 pour le département du Finistère) sur la base de trois couchages pour un emplacement (base INSEE).

Le volume de nuitées françaises est considéré en prenant comme référence la moyenne départementale en 2012 pour les campings, soit 71,9 %.

L'indice de fréquentation retenu pour cette catégorie de population est établi sur la base de taux de fréquentations moyens observés au niveau national dans les cinémas saisonniers.

Z.I.C.	Nombre d'emplacements offerts	Taux d'occupation moyen	Nombre moyen d'emplacements occupés	Nombre de couchages effectivement occupés en moyenne (*)	Nombre moyen de couchages effectivement occupés par des Français
Zone 1	543	28,30%	154	461	331
Zone 2	554	28,30%	157	470	338
Zone 3	374	28,30%	106	318	228
TOTAL	1 471		416	1 249	898

(*) Base INSEE : 1 emplacement de camping = 3 couchages

Source : DGCIS INSEE 2012

Campings	Nombre moyen de couchages occupés par des Français	Taux de fréquentation hebdomadaire	Marché correspondant sur la saison (base 22 semaines)
Zone 1	331	14,30%	1 042
Zone 2	338	8,58%	638
Zone 3	228	3,43%	172
TOTAL	898		1 853

Le marché potentiel représenté par la population de passage française dans les campings de la Z.I.C. peut donc être estimé à environ 1 900 entrées annuelles.

► **Evaluation du marché potentiel retenu pour le projet concernant la population séjournant en camping**

Le marché potentiel retenu pour le projet devra tenir compte de l'attraction exercée par les pôles cinématographiques voisins. Cette attractivité sera d'autant plus forte que l'on s'éloignera de Lannilis.

Campings	Marché potentiel	Taux d'attraction des sites concurrents	Marché capté par les sites concurrents	Fréquentation potentielle retenue
Zone 1	1 042	3,00%	31	1 011
Zone 2	638	30,00%	191	447
Zone 3	172	70,00%	121	52
TOTAL	1 853		343	1 510

Le marché potentiel représenté par la population de passage française dans les campings de la Z.I.C. peut donc être estimé à environ 1 500 entrées annuelles.

➔ FREQUENTATION POTENTIELLE DE LA POPULATION DE PASSAGE DANS LES HOTELS DE LA Z.I.C.

En 2009, la clientèle de l'hôtellerie classée représente 1 610 000 nuitées dans le Finistère pour 23 942 chambres (47 884 lits), soit environ 67 nuitées par chambre (source : CDT29).

La capacité hôtelière est cependant relativement faible dans la Z.I.C. par rapport à d'autres secteurs du littoral breton.

► Répartition et capacités d'accueil des hôtels dans le périmètre de la Z.I.C.

La capacité des hôtels des communes de la Z.I.C. de Lannilis se répartit de la façon suivante :

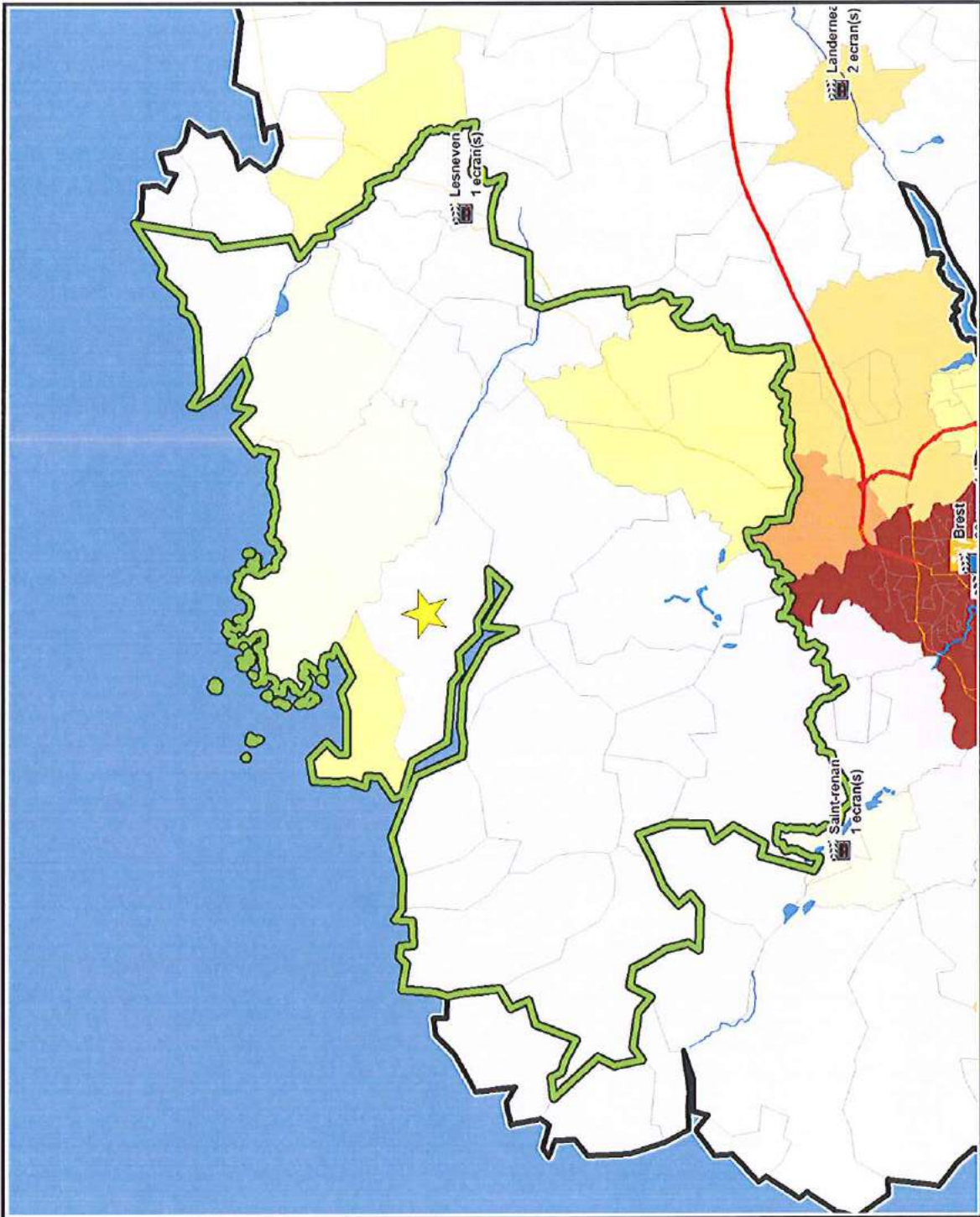
Communes de la zone 1	Code INSEE	Nombre de chambres d'hôtel
LANNILIS	29117	-
Zone 1 - Lannilis		-
TREGLONOU	29290	-
PLOUGUERNEAU	29195	14
LANDEDA	29101	40
KERNILIS	29093	-
Zone 1 - autres communes		54
Total zone 1		54
Communes de la zone 2	Code INSEE	Nombre de chambres d'hôtel
COAT-MEAL	29035	-
PLOUVIEN	29209	-
BOURG-BLANC	29015	-
LOC-BREVALAIRE	29126	-
SAINT-PABU	29257	-
GUISSENY	29077	11
LAMPAUL-LOUDALMEZEAU	29099	-
LANARVILY	29100	-
PLOUDALMEZEAU	29178	-
PLOUGUIN	29196	-
GUIPRONVEL	29076	-
Total zone 2		11
Communes de la zone 3	Code INSEE	Nombre de chambres d'hôtel
LE FOLGOET	29055	-
MILIZAC	29149	-
PLABENNEC	29160	26
SAINT-FREGANT	29248	-
LESNEVEN	29124	-
PLOURIN	29208	-
TREOUERGAT	29299	-
KERLOUAN	29091	-
KERNOUES	29094	-
LE DRENNEC	29047	-
Total zone 3		26
Total Z.I.C.		91

CHAMBRES D'HOTELS EN 2012

hotels classés & hôtels de chaîne non classés

CINEMAS

- Groupes de 50 écrans et plus
- Multiplexe hors groupe
- Complexe de 3 à 7 écrans
- Traditionnel de 1 à 2 écran(s)
- Siège de circuit / Plein air
- ZIC de 0 à 20 mn



NOMBRE PAR COMMUNE
Moyenne nationale : 706

- Plus de 500
- de 250 à 500
- de 100 à 250
- de 50 à 100
- de 25 à 50
- Moins de 25
- Aucun hôtel

► Répartition de la fréquentation des hôtels dans le périmètre de la Z.I.C.

En 2012, le taux de fréquentation moyen en hôtellerie classée dans le Finistère a été de 56,8 %.

La clientèle française et étrangère s'est répartie de la façon suivante :

Hôtels	Français	Etrangers
Part dans le nombre total de nuitées	82,7	17,3%

Source : CDT 29

► Evaluation du marché potentiel théorique de la population séjournant en hôtel

L'évaluation du marché potentiel est établie sur la base du taux de fréquentation constaté au niveau du département.

L'indice de fréquentation retenu pour cette catégorie de population est établi sur la base d'indices moyens de fréquentation observés au niveau national dans les zones littorales.

Hôtels	Nombre de chambres	Nombre de lits offerts	Taux moyen d'occupation	Nombre de lits effectivement occupés	Estimation du % de séjours réalisés par des Français	Nombre moyen de lits occupés par des Français	Estimation du nombre moyen de nuitées françaises
Zone 1	54	108	56,80%	61	82,70%	51	18 466
Zone 2	11	22	56,80%	12	82,70%	10	3 762
Zone 3	26	52	56,80%	30	82,70%	24	8 891
TOTAL	91	182		103		85	31 119

Hôtels	Nuitées françaises (équivalent population permanente)	Taux de fréquentation hebdomadaire	Marché correspondant sur la saison (base 52 semaines)
Zone 1	51	14,30%	377
Zone 2	10	8,58%	46
Zone 3	24	3,43%	44
TOTAL	85		467

► Evaluation du marché potentiel retenu pour le projet concernant la population séjournant en hôtel

Le marché potentiel retenu pour le projet devra tenir compte de l'attraction exercée par les pôles cinématographiques voisins.

Hôtels	Marché potentiel	Taux d'attraction des sites concurrents	Marché capté par les sites concurrents	Fréquentation potentielle retenue
Zone 1	377	3,00%	11	366
Zone 2	46	30,00%	14	32
Zone 3	44	70,00%	31	13
TOTAL	467		56	411

Le marché potentiel représenté par la population française de passage dans les hôtels de la Z.I.C. est marginal. Il peut être estimé à un peu plus de 400 entrées annuelles.

→ FREQUENTATION POTENTIELLE DE LA POPULATION DE PASSAGE DANS LES AUTRES FORMES D'HEBERGEMENT DE LA Z.I.C.

Les autres formes d'offre touristique doivent également être prises en compte car elles représentent plus de 35 % des nuitées touristiques dans le département. Elles concernent les hébergements ci-après :

Autres formes d'offre d'hébergement	% des nuitées
Meublé	13,8%
Village de vacances	2,4%
Gîte rural	7,1%
Chambre d'hôtes	1,6%
Résidence principale de parents ou amis	10,6%
Ensemble	35,5%

→ RECAPITULATIF DU MARCHÉ GÉNÉRÉ PAR LA POPULATION DE PASSAGE

Z.I.C.	Résidences secondaires	Campings	Hôtels	Autres formes d'offre (35,5%)	Marché potentiel total	Marché attiré par les sites concurrents	Fréquentation potentielle retenue
Zone 1	7 747	1 042	377	5 050	14 217	427	13 790
Zone 2	3 327	638	46	2 210	6 221	1 866	4 355
Zone 3	756	172	44	530	1 502	1 051	451
TOTAL	11 830	1 853	467	7 790	21 940	3 344	18 596

Le marché généré par la population de passage dans la Z.I.C. de Lannilis peut donc être estimé à environ 18 000 entrées annuelles.

3.4.4 MARCHÉ POTENTIEL FINAL THÉORIQUE DU PROJET DANS L'HYPOTHESE A

Le marché final théorique d'un cinéma situé à Lannilis peut se décomposer de la façon suivante :

	Nombre d'entrées
Marché potentiel théorique généré par la population permanente	112 431
- Attraction potentielle des principaux pôles cinématographiques concurrents	58 131
+ Marché potentiel généré par la clientèle de passage	18 596
Marché potentiel final	72 896
Marché potentiel final arrondi	72 000

Le marché final théorique d'un cinéma à Lannilis dans l'hypothèse de la création d'un complexe de trois salles peut être estimé à environ 72 000 entrées par an.

3.5 HYPOTHESE B : ESTIMATION DU MARCHE POTENTIEL DANS L'HYPOTHESE DE LA CREATION D'UN COMPLEXE DE DEUX SALLES

3.5.1 LE MARCHE POTENTIEL THEORIQUE GLOBAL GENERE PAR LA POPULATION PERMANENTE

Le marché potentiel théorique global du projet est identique à celui défini dans l'hypothèse A. Il peut être estimé à environ 112 000 spectateurs par an, avec un marché potentiel d'environ 31 000 entrées pour les films Art & Essai.

3.5.2 L'ATTRACTION DES CINEMAS EN INTERACTION AVEC LE PROJET DANS L'HYPOTHESE B

Dans l'hypothèse B, les caractéristiques d'exploitation du cinéma vont être modifiées (moins de séances, moins de films, durée d'exposition des films moins longue). L'attraction des cinémas en concurrence se trouve renforcée par rapport à l'hypothèse A.

3.5.2.1 L'ATTRACTION DU POLE CINEMATOGRAPHIQUE DE BREST

A partir de la loi de Reilly, l'interaction entre un projet à Lannilis et le pôle cinématographique de Brest peut être approchée de la façon suivante :

Z.I.C.	POPULATION EN INTERACTION : BREST	POPULATION ATTIREE : BREST	Taux de fréquentation hebdomadaire	PART DE MARCHÉ ABSORBÉE : BREST
Zone 1 : Lannilis	5 293	3 382	6,37%	11 204
Zone 1 : autres communes	6 993	5 062	6,29%	16 310
Total Zone 1	12 286	8 444	6,32%	27 514
Zone 2	11 159	10 049	3,18%	16 667
Zone 3	24 530	20 453	1,25%	13 383
TOTAL	47 975	38 946		57 564

L'attraction du pôle cinématographique de Brest peut être estimée à environ 57 600 entrées annuelles.

3.5.2.2 L'ATTRACTION DU CINEMA DE LESNEVEN

Z.I.C.	POPULATION EN INTERACTION : LESNEVEN (EVEN)	POPULATION ATTIREE : LESNEVEN (EVEN)	Taux de fréquentation hebdomadaire	PART DE MARCHÉ ABSORBÉE : LESNEVEN (EVEN)
Zone 1 : Lannilis	5 293	83	6,37%	274
Zone 1 : autres communes	7 743	622	6,29%	2 061
Total Zone 1	13 036	705	6,32%	2 335
Zone 2	9 734	992	3,18%	1 629
Zone 3	23 708	5 146	1,25%	3 284
TOTAL	46 478	6 843		7 248

Le marché qui sera absorbé par le cinéma de Lesneven par rapport à la population permanente est d'environ 7 300 entrées annuelles.

3.5.2.3 L'ATTRACTION DU CINEMA DE SAINT-RENAN

Z.I.C.	POPULATION EN INTERACTION : SAINT-RENAN (LE BRETAGNE)	POPULATION ATTIREE : SAINT-RENAN (LE BRETAGNE)	Taux de fréquentation hebdomadaire	PART DE MARCHÉ ABSORBÉE : SAINT-RENAN (LE BRETAGNE)
Zone 1 : Lannilis	-	-	6,37%	-
Zone 1 : autres communes	600	9	6,29%	29
Total Zone 1	600	9	6,32%	29
Zone 2	13 556	2 255	3,18%	3 686
Zone 3	4 505	241	1,25%	163
TOTAL	18 661	2 505		3 878

Le marché qui sera absorbé par le cinéma de Saint-Renan par rapport à la population permanente est d'environ 3 900 entrées annuelles.

3.5.2.4 RECAPITULATIF DE L'ATTRACTION POTENTIELLE DES SITES CONCURRENTS

Cinémas en interaction	Population en interaction	Population attirée	Marché absorbé
Brest	47 975	38 946	57 564
Lesneven	46 478	6 843	7 248
Saint-Renan	18 661	2 505	3 878
TOTAL			68 690

L'attraction potentielle des sites concurrents par rapport à la population permanente de la Z.I.C. de Lannilis peut être estimée à environ 69 000 entrées annuelles.

3.5.3 MARCHÉ POTENTIEL THEORIQUE GENERE PAR LA POPULATION DE PASSAGE

Dans l'hypothèse B, l'attractivité du cinéma par rapport à la population de passage dans la Z.I.C. de Lannilis sera légèrement inférieure par rapport à l'hypothèse A.

Dans l'hypothèse de la création d'un complexe de deux salles, la fréquentation de la population de passage représentera environ 14 000 entrées annuelles, soit environ 24 % du marché potentiel final.

3.5.4 MARCHE POTENTIEL FINAL THEORIQUE DU PROJET DANS L'HYPOTHESE B

Dans l'hypothèse de la création d'un complexe de deux salles, le marché final théorique d'un cinéma situé à Lannilis se décompose de la façon suivante :

	Nombre d'entrées
Marché potentiel théorique généré par la population permanente	112 431
- Attraction potentielle des principaux pôles cinématographiques concurrents	68 690
+ Marché potentiel généré par la clientèle de passage	14 000
Marché potentiel final	57 741
Marché potentiel final arrondi	58 000

Le marché final théorique d'un cinéma à Lannilis dans l'hypothèse de la création d'un complexe de deux salles peut être estimé à environ 58 000 entrées par an.

4 CONDITIONS POUR ATTEINDRE LE MARCHÉ POTENTIEL

4.1 PROGRAMMATION

4.1.1 NOMBRE ET NATURE DES FILMS À PROPOSER

Les tableaux ci-après synthétisent, sur la base des résultats obtenus en 2011, la programmation proposée dans les cinémas des communes de moins de 10 000 habitants situées dans des unités urbaines dont la population est comprise entre 5 000 et 15 000 habitants.

Cinémas des communes de moins de 10 000 habitants situées dans des unités urbaines de 5 à 15 000 habitants	Nombre moyen d'écrans	Nombre moyen de films	Nombre moyen de films par semaine	Nombre moyen de films Art & Essai	% moyen de films Art & Essai
Moins de 5 000 entrées	1,1	55	1,9	21	38,94%
Entre 5 000 et 10 000 entrées	1,0	92	2,1	42	45,37%
Entre 10 000 et 20 000 entrées	1,2	131	2,6	58	44,50%
Entre 20 000 et 30 000 entrées	1,2	147	2,9	70	47,42%
Entre 30 000 et 40 000 entrées	1,4	172	3,3	82	47,39%
Entre 40 000 et 50 000 entrées	1,9	195	3,8	93	47,72%
Entre 50 000 et 70 000 entrées	1,9	205	4,0	98	47,72%
Plus de 70 000 entrées	3,1	257	4,9	142	55,26%

Source : d'après données CNC 2011 & INSEE

Préconisations pour Lannilis	Nombre de films	Nombre de films par semaine	Nombre de films Art & Essai	% de films Art & Essai
Hypothèse A : trois salles	250	5	137	55%
Hypothèse B : deux salles	220	4	106	48%

Une programmation comprise entre 220 et 250 films par an devrait constituer un niveau d'offre optimum pour le projet.

► Types de films

Les cinémas qui réalisent entre 40 000 et 70 000 entrées ont généralement plus de deux salles. Ceux qui réalisent plus de 70 000 entrées proposent trois écrans.

L'ouverture d'un cinéma de trois salles renforcera l'attractivité du projet en permettant de proposer tout au long de l'année une programmation qui concerne simultanément :

- le grand public avec des films d'exclusivités qui peuvent être exploités dans la durée en combinant les différentes capacités des salles,
- les publics spécifiques en proposant chaque semaine une programmation adaptée aux différentes catégories de publics qu'il faut désormais prendre en compte à part égale dans les cinémas (jeunes, seniors et amateurs de films Art & Essai).

► Délais de passage

Le délai de passage constitue un facteur clé à l'origine de la fuite de spectateurs vers les cinémas qui bénéficient systématiquement des sorties nationales. L'accès aux copies numériques devrait permettre de disposer d'un nombre suffisant de films en sortie nationale.

Au-delà des capacités d'innovation que permet le film numérique (films 3D, accès aux programmes alternatifs en vidéo-transmission...), l'équipement numérique du cinéma devrait également permettre une grande souplesse de programmation.

4.1.2 NOMBRE DE SEANCES

Le tableau ci-après synthétise, sur la base des résultats obtenus en 2011, le rythme de séances proposé dans les cinémas des communes de moins de 10 000 habitants qui sont situées dans des unités urbaines de 5 000 à 15 000 habitants

Cinémas des communes de moins de 10 000 habitants situées dans des unités urbaines de 5 à 15 000 habitants	Nombre moyen de séances	Nombre moyen de séances hebdomadaires par salle	Nombre moyen de séances par film	% moyen de séances A&E (basé sur données 2009)
Moins de 5 000 entrées	137	4,34	2,51	31,05%
Entre 5 000 et 10 000 entrées	305	7,01	3,31	39,66%
Entre 10 000 et 20 000 entrées	524	8,70	4,01	33,40%
Entre 20 000 et 30 000 entrées	738	11,82	5,00	34,55%
Entre 30 000 et 40 000 entrées	995	13,66	5,78	33,17%
Entre 40 000 et 50 000 entrées	1 599	16,25	8,19	31,69%
Entre 50 000 et 70 000 entrées	1 682	16,82	8,21	33,68%
Plus de 70 000 entrées	3 135	18,97	12,21	34,02%

Source : d'après données CNC 2011 & INSEE

Préconisations pour Lannilis	Nombre de séances	Nombre de séances hebdomadaires par salle	Nombre de séances par film	% de séances A&E (basé sur données 2009)
Hypothèse A : trois salles	3 300	21	9	34%
Hypothèse B : deux salles	2 200	21	12	34%

► L'impact du nombre de séances

L'analyse du nombre moyen de séances par film dans les cinémas situés dans des communes ayant des caractéristiques similaires à Lannilis fait apparaître une relation directe entre :

- le nombre de séances annuel et le nombre d'entrées du cinéma,
- le nombre moyen de séances par film et le nombre d'entrées par film.

Lorsqu'un film est exploité sur un nombre de séances trop faible, il aura peu de chance de toucher l'ensemble du public potentiel local pour ce film.

Les cinémas qui ont une fréquentation supérieure à 50 000 entrées réalisent entre 9 et 12 séances par film en moyenne, pour une programmation comprise entre 220 et 250 films par an.

Un cinéma proposant plusieurs salles permettra de :

- laisser à l'affiche les films réalisant les plus fortes fréquentations,
- proposer une plus grande diversité d'horaires et de jours de projection pour tous les autres films.

► Prix des places

Le tableau ci-après synthétise, sur la base des résultats obtenus en 2011, le prix moyen de place proposé dans les cinémas des communes de moins de 10 000 habitants qui sont situées dans des unités urbaines de 5 000 à 15 000 habitants. Il apparaît que, dans le cadre du projet, le prix de place moyen devra se situer à environ 5,5 € TTC, quelle que soit l'hypothèse retenue.

Cinémas des communes de moins de 10 000 habitants situées dans des unités urbaines de 5 à 15 000 habitants	Prix moyen pratiqué
Moins de 5 000 entrées	5,1 €
Entre 5 000 et 10 000 entrées	4,5 €
Entre 10 000 et 20 000 entrées	4,9 €
Entre 20 000 et 30 000 entrées	5,0 €
Entre 30 000 et 40 000 entrées	5,0 €
Entre 40 000 et 50 000 entrées	5,3 €
Entre 50 000 et 70 000 entrées	5,5 €
Plus de 70 000 entrées	6,0 €

Source : CNC 2011

► Diversité des jours et des horaires de projection

L'analyse de l'évolution du public en France fait apparaître une transformation importante de la répartition des entrées. Le vieillissement de la population et l'accroissement continu du taux de fréquentation cinématographique des plus de 60 ans amènent à prendre en compte pratiquement à part égale les moins de 24 ans, les 25 – 49 ans et les plus de 50 ans.

Si les séances en soirées et le week-end restent des moments privilégiés, des créneaux de projection l'après-midi adaptés aux habitudes des nouvelles catégories de publics doivent donc également être étudiés. La projection numérique facilite cette plus grande souplesse dans les horaires d'ouverture du cinéma.

Le tableau suivant montre que, pour atteindre le marché envisagé, il sera nécessaire que le cinéma soit ouvert toute l'année

Cinémas des communes de moins de 10 000 habitants situées dans des unités urbaines de 5 à 15 000 habitants	Nombre de semaines d'ouverture du cinéma
Moins de 5 000 entrées	29
Entre 5 000 et 10 000 entrées	43
Entre 10 000 et 20 000 entrées	50
Entre 20 000 et 30 000 entrées	51
Entre 30 000 et 40 000 entrées	52
Entre 40 000 et 50 000 entrées	52
Entre 50 000 et 70 000 entrées	52
Plus de 70 000 entrées	53

Source : CNC 2011

4.2 NOMBRE DE SALLES ET DE FAUTEUILS UTILES / SURFACES ET INVESTISSEMENTS (HYPOTHESE A)

4.2.1 NOMBRE DE SALLES ET DE FAUTEUILS UTILES DANS L'HYPOTHESE DE LA CREATION D'UN CINEMA DE TROIS SALLES (HYPOTHESE A)

La politique de programmation et d'animation qui est envisagée va nécessiter de disposer d'un équipement qui soit en mesure d'accueillir simultanément le public des films à forte fréquentation, les différentes catégories de publics spécifiques et le public saisonnier. Ces éléments conduisent à évaluer le nombre de fauteuils utiles sur la base d'un taux moyen d'occupation qui devrait théoriquement se situer entre 14 % et 16 %, mais pourra varier en fonction du nombre de séances effectivement proposé. Ce taux devrait être plus élevé en saison estivale.

Nombre de séances par an par salle	1 100
Nombre de séances par an	3 300

Marché final théorique du cinéma	Nombre moyen de séances par salle et par jour	Nombre de jours par salle et par an	Taux moyen d'occupation des fauteuils			Taux d'occupation retenu	Nombre de fauteuils utiles
			14,00%	15,00%	16,00%		
72 000	3	365	468	436	409	15,22%	430

Le nombre de fauteuils utiles proposé pour réaliser le marché final théorique est de 430.

Dans la perspective du travail d'animation qui est envisagé, et pour tenir compte de pointes de fréquentation pendant la saison estivale et lors des films à forte audience, l'équipement devrait se répartir en trois salles qui auraient les capacités suivantes :

- Salle 1 : 230 fauteuils
- Salle 2 : 120 fauteuils
- Salle 3 : 80 fauteuils

4.2.2 SURFACES UTILES ET INVESTISSEMENTS A PREVOIR

Les normes de surfaces et d'investissements seront les suivantes :

- entre 3 et 3,5 m² de surface utile par fauteuil,
- investissement, hors foncier, entre 5 500 € et 6 000 € / fauteuil,
- une place de parking pour trois fauteuils.

Pour 430 fauteuils, la surface à prévoir devra donc se situer entre 1 290 m² et 1 505 m². Il faudra bénéficier d'environ 143 places de parking à proximité pour absorber les pics de fréquentation, en particulier le samedi et en période estivale. L'investissement à prévoir (hors foncier) devrait se situer entre 2,4 et 2,6 millions d'euros.

Réalisation d'un complexe de trois salles	
Nombre de fauteuils	430
Surface utile à prévoir pour la partie cinéma	entre 1 290 m ² et 1 505 m ²
Investissement à prévoir (hors foncier)	entre 2,4 M€ et 2,6 M€
Nombre de places de parking	143

4.3 NOMBRE DE SALLES ET DE FAUTEUILS UTILES / SURFACES ET INVESTISSEMENTS (HYPOTHESE B)

4.3.1 NOMBRE DE SALLES ET DE FAUTEUILS UTILES DANS L'HYPOTHESE DE LA CREATION D'UN CINEMA DE DEUX SALLES (HYPOTHESE B)

Dans cette hypothèse, le nombre de fauteuils utiles est également défini sur la base d'un taux moyen d'occupation se situant entre 14 % et 16 %. Les caractéristiques d'équipement à prévoir seront les suivantes :

Nombre de séances par an par salle	1 100
Nombre de séances par an	2 200

Marché final théorique du cinéma	Nombre moyen de séances par salle et par jour	Nombre de jours par salle et par an	Taux moyen d'occupation des fauteuils			Taux d'occupation retenu	Nombre de fauteuils utiles
			14,00%	15,00%	16,00%		
58 000	3	365	377	352	330	16,48%	320

Le nombre de fauteuils utiles proposé pour réaliser le marché final théorique est de 320.

Les deux salles devraient avoir les capacités suivantes :

- Salle 1 : 220 fauteuils
- Salle 2 : 100 fauteuils

4.3.2 SURFACES UTILES ET INVESTISSEMENTS A PREVOIR

Les normes de surfaces et d'investissements seront les suivantes :

- entre 3 et 3,5 m² de surface utile par fauteuil,
- investissement, hors foncier, entre 5 500 € et 6 000 € / fauteuil,
- une place de parking pour trois fauteuils.

Pour 320 fauteuils, la surface à prévoir devra donc se situer entre 960 m² et 1 120 m². Il faudra bénéficier d'environ 107 places de parking à proximité pour absorber les pics de fréquentation, en particulier le samedi et en période estivale. L'investissement à prévoir (hors foncier) devrait se situer entre 1,76 et 1,92 millions d'euros.

Réalisation d'un complexe de deux salles	
Nombre de fauteuils	320
Surface utile à prévoir pour la partie cinéma	entre 960 m ² et 1 120 m ²
Investissement à prévoir (hors foncier)	entre 1,76 M€ et 1,92 M€
Nombre de places de parking	107

5 CARACTERISTIQUES FINANCIERES DE L'EXPLOITATION DU PROJET SUR LA BASE DU MARCHE POTENTIEL

5.1 HYPOTHESE A : TROIS SALLES

5.1.1 RECETTE GUICHET ANNUELLE

Il est fait l'hypothèse d'une montée en charge de la fréquentation, le marché potentiel n'étant atteint qu'en troisième année d'exploitation.

ANNEES	N	N+1	N+2
Nombre d'entrées	65 000	69 000	72 000
Prix de place moyen	5,50 €	5,61 €	5,72 €
Prix de place moyen hors T.V.A.	5,14 €	5,24 €	5,35 €
T.S.A. par billet	0,59 €	0,60 €	0,61 €
Prix de place moyen H.T.	4,55 €	4,64 €	4,73 €
Recette guichet T.T.C.	357 500 €	387 090 €	411 998 €
T.V.A. (5,5%)	23 388 €	25 324 €	26 953 €
T.S.A.	38 324 €	41 496 €	44 166 €
Recette H.T.	295 788 €	320 270 €	340 879 €
Recette hebdomadaire H.T.	5 688 €	6 159 €	6 555 €
Recette hebdomadaire T.T.C.	6 875 €	7 444 €	7 923 €
Recette confiserie			
Consommation par spectateur (T.T.C.)	0,60 €	0,61 €	0,62 €
Recette confiserie T.T.C.	39 000 €	42 228 €	44 945 €
Recette confiserie H.T.	36 449 €	39 465 €	42 005 €
Recette totale T.T.C.	396 500 €	429 318 €	456 944 €
Recette totale H.T.	332 237 €	359 736 €	382 884 €

5.1.2 COMPTE D'EXPLOITATION PREVISIONNEL SUR TROIS ANS

	Base	Valeur	EXERCICE N	EXERCICE N + 1	EXERCICE N + 2
CHIFFRE D'AFFAIRES HT					
Ventes de marchandises (confiserie, boissons...)	par spectateur	0,56	36 449	39 465	42 005
PRESTATIONS DE SERVICES HT					
Recette guichet	par spectateur	4,55	295 788	320 270	340 879
Publicité	par spectateur	0,10	6 500	7 038	7 491
Recettes publicités diverses	recette guichet HT	1,50%	4 437	4 804	5 113
Autres recettes (locations de salles...)	recette guichet HT	1,50%	4 437	4 804	5 113
Prime Art et Essai			0	5 000	5 000
TOTAL PRODUITS D'EXPLOITATION			347 610	381 382	405 601
ACHATS DE MARCHANDISES					
Achat de confiserie, boissons...	25 à 35 % sur vente de marchandises	0,3	10 935	11 840	12 601
Achat de billets	par spectateur	0,003 €	195	199	203
TOTAL ACHATS DE MARCHANDISES			11 130	12 039	12 804
AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES					
Programmation (base : recette distributeur)		3,0%	8 874	9 608	10 226
Redevances Sacem+Spre		1,725%	5 102	5 525	5 880
Locations de films		48,79%	144 315	156 260	166 315
Locations immobilières	à définir		-	-	-
Publicité films (affiches)	ratio par nbre de films	19,10	4 775	4 871	4 968
Eau	ratio par salle	300 €	900	918	936
Electricité et chauffage	ratio par salle	6 000 €	18 000	18 360	18 727
Fournitures cabines	ratio à la cabine	2 200 €	6 600	6 732	6 867
Fournitures de bureau	ratio par salle	200 €	600	612	624
Port	ratio par nbre de films	45 €	11 250	11 475	11 705
Locations matériels divers			800	816	832
Entretien, réparations, constructions	ratio par salle	500 €	1 500	1 530	1 561
Maintenance (cabines, climatiseurs, ascenseur...)	ratio par salle	1 200 €	3 600	3 672	3 745
Télésurveillance			1 500	1 530	1 561
Assurances	ratio par salle	1 500 €	4 500	4 590	4 682
Assurance véhicule et entretien			500	510	520
Documentations générales			600	612	624
Honoraires			3 000	3 060	3 121
Frais d'actes et contentieux			200	204	208
Publicité, relations publiques			15 000	15 300	15 606
Voyages et déplacements	ratio au mois	150 €	1 800	1 836	1 873
Missions et réceptions			2 000	2 040	2 081
Frais postaux et téléphone			1 500	1 530	1 561
Services bancaires	% de la recette guichet TTC	0,25%	876	949	1 010
Divers			4 000	4 080	4 162
TOTAL AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES			241 792	256 619	269 394
VALEUR AJOUTEE			94 689	112 724	123 403
IMPOTS ET TAXES					
Taxe Apprentissage	sur masse salariale	0,68%	654	667	681
Contribution Economique Territoriale	hypothèse exonération		0	0	0
Taxes Foncières	hypothèse		0	0	2 000
Taxe Organic	sur chiffre d'affaires	0,16%	556	610	649
Cotisation AFCAE		4,50%	0	225	225
Cotisation CNC		0,232%	686	743	791
TOTAL IMPOTS ET TAXES			1 897	2 246	4 345
FRAIS DE PERSONNEL					
Salaires et appointements bruts			96 212	98 136	100 099
Charges sociales		41,3%	39 735	40 530	41 341
Médecine du travail		80,0	320	326	333
TOTAL FRAIS DE PERSONNEL			136 267	138 993	141 773
EXCEDENT BRUT EXPLOITATION			-43 475	-28 514	-22 716

5.1.3 REMARQUES CONCERNANT LES DONNEES PREVISIONNELLES

► Les produits

Il a été tenu compte d'une évolution annuelle des prix de 2 %.

Recette guichet : elle correspond au nombre d'entrées annuelles résultant de l'étude de marché.

Le prix moyen retenu (5,50 €) tient compte des caractéristiques sociodémographiques de la population et des actions d'animation qui seront pratiquées. Il se base également sur les prix moyens pratiqués dans cette catégorie de salle et de territoire.

Le prix moyen évolue sur la base d'une augmentation de 0,16 € par an ensuite.

Confiserie : 0,60 € TTC par spectateur.

► Les charges

Programmation / gestion de l'exploitation : il est fait l'hypothèse que l'exploitant aura recours à un programmateur (comme c'est le cas actuellement).

Publicité : basée sur des sites équivalents.

Chauffage, eau, électricité : basés sur des sites équivalents.

Entretien : lié à l'entretien du matériel de projection et du cinéma en général.

Autres charges externes : entretien général, photocopies, réceptions...

Frais de personnel : comme il est d'usage dans les complexes de cette dimension, il est fait l'hypothèse que le directeur et les membres du personnel assurent plusieurs fonctions dans le cinéma (caisse, projection, animation...).

Les frais de personnel se répartiront de la manière suivante :

Salaire brut mensuel (base 35h00)	Nombre	Salaire brut mensuel maxi (pour 151h30)	Total salaires mensuels bruts	Total salaires annuels bruts
Direction				
Directeur	1,0	2 398,70 €	2 639 €	34 301 €
Personnel de cabine				
Opérateur Hautement Qualifié	0,5	1 614,22 €	888 €	11 542 €
Nettoyage				
Agent d'entretien	0,5	1 357,75 €	747 €	9 708 €
Administration				
Agent administratif	0,5	1 453,30 €	799 €	10 391 €
Personnel de caisse et de contrôle				
Caissier	1,0	1 413,07 €	1 554 €	20 207 €
Remboursement nettoyage de vêtement	2,5	5,84	15 €	175 €
SOUS-TOTAL PERSONNEL AUTRE QUE DIRECTEUR	3,0		4 763 €	61 910 €
TOTAL PERSONNEL AVEC DIRECTEUR	4,0		7 402 €	96 212 €
TOTAL ANNUEL				96 212 €

Taxe foncière : elle est définie au niveau de chaque territoire sur la base de la surface cadastrale. Elle devra être précisée sur la base du projet définitif.

Contribution économique territoriale : pour les cinémas, les mêmes règles que pour la taxe professionnelle s'appliquent. La norme applicable correspond à un maximum de 3 % par rapport à la valeur ajoutée. Une exonération peut toutefois être accordée par délibération du conseil municipal :

- Dans la limite de 66 % pour les établissements de spectacles cinématographiques situés dans les communes de moins de 100 000 habitants qui, quel que soit le nombre de leurs salles, réalisent en moyenne hebdomadaire moins de 2 000 entrées ;
- Dans la limite de 100 %, les établissements de spectacles cinématographiques qui, quel que soit le nombre de leurs salles, réalisent en moyenne hebdomadaire moins de 5 000 entrées et bénéficient d'un classement "Art & Essai" au titre de l'année de référence (ce devrait être le cas pour Lannilis dans les deux hypothèses).

5.1.4 SOUTIEN FINANCIER DE L'ETAT A L'INDUSTRIE CINEMATOGRAPHIQUE (S.F.E.I.C.)

→ LA T.S.A.

Une taxe spéciale additionnelle est perçue sur chaque place de cinéma. Elle vient alimenter le compte de Soutien Financier de l'État à l'Industrie Cinématographique qui constitue une forme d'épargne-investissement dont bénéficient les entreprises de la branche.

Le montant de ces droits acquis (ne pouvant être inférieurs à 30 % de la T.S.A. versée) peut être mobilisé par le bénéficiaire lorsqu'il procède à des travaux de modernisation ou à des acquisitions de matériel.

Les travaux sont susceptibles d'être couverts par le Fonds de Soutien dans la limite de 90 % du coût hors taxes. La liste de ces travaux est fixée par arrêté et les factures sont vérifiées par le Service du Fonds de Soutien.

Versements du Fonds de Soutien : le versement fait à l'exploitant est égal au total de ses droits acquis jusqu'à concurrence du montant de son attribution.

Des avances sur droits sont possibles (si la trésorerie du Compte de Soutien le permet). Elles sont calculées par l'application aux droits acquis d'un coefficient multiplicateur fonction du volume de taxe annuelle :

- moins de 152.000 € de taxe acquittée : 3 fois les droits acquis sur les douze derniers mois,
- entre 152.000 € et 305.000 € de taxe acquittée : 2 fois les droits acquis sur les douze derniers mois,
- plus de 305.000 € de taxe acquittée : 1,5 fois les droits acquis sur les douze derniers mois.

Des avances majorées, avec application d'un multiplicateur de 6, peuvent être accordées par le Directeur général du C.N.C. après l'avis d'une commission technique, en cas de restructuration ou de rénovation importante (possibilité ouverte aux structures propriétaires d'au plus 50 écrans).

5.1.5 CALCUL DES DROITS ACQUIS ET DE L'AVANCE POUR LA FUTURE EXPLOITATION

→ RETOUR DE TSA PAR TRANCHE

		TSA par tranche Année N	TSA par tranche Année N + 1	TSA par tranche Année N + 2
TSA Total		38 324 €	41 496 €	44 166 €
Tranche	Taux de retour			
0 – 8 500	80%	6 800 €	6 800 €	6 800 €
8 501 – 25 500	70%	11 899 €	11 899 €	11 899 €
25 501 – 51 000	60%	7 695 €	9 598 €	11 200 €
51 001 – 136 200	50%			
> 136 200	20%			
	Total	26 394 €	28 298 €	29 900 €

→ CALCUL DES DROITS ACQUIS ET DES AVANCES SUR DROITS

	Année N	Année N + 1	Année N + 2
Nombre de salles	3	3	3
Coefficient	1,05	1,05	1,05
Montant des droits	27 714 €	29 712 €	31 395 €
Calcul de l'avance	83 142 €		

5.2 HYPOTHESE B : DEUX SALLES

5.2.1 RECETTE GUICHET ANNUELLE

Il est fait l'hypothèse d'une montée en charge de la fréquentation, le marché potentiel n'étant atteint qu'en troisième année d'exploitation.

ANNEES	N	N+1	N+2
Nombre d'entrées	52 000	55 000	58 000
Prix de place moyen	5,50 €	5,61 €	5,72 €
Prix de place moyen hors T.V.A.	5,14 €	5,24 €	5,35 €
T.S.A. par billet	0,59 €	0,60 €	0,61 €
Prix de place moyen H.T.	4,55 €	4,64 €	4,73 €
Recette guichet T.T.C.	286 000 €	308 550 €	331 888 €
T.V.A. (5,5%)	18 710 €	20 186 €	21 712 €
T.S.A.	30 659 €	33 077 €	35 578 €
Recette H.T.	236 631 €	255 288 €	274 597 €
Recette hebdomadaire H.T.	4 551 €	4 909 €	5 281 €
Recette hebdomadaire T.T.C.	5 500 €	5 934 €	6 382 €
Recette confiserie			
Consommation par spectateur (T.T.C.)	0,60 €	0,61 €	0,62 €
Recette confiserie T.T.C.	31 200 €	33 660 €	36 206 €
Recette confiserie H.T.	29 159 €	31 458 €	33 837 €
Recette totale T.T.C.	317 200 €	342 210 €	368 094 €
Recette totale H.T.	265 789 €	286 746 €	308 434 €

5.2.2 COMPTE D'EXPLOITATION PREVISIONNEL SUR TROIS ANS

	Base	Valeur	EXERCICE N	EXERCICE N + 1	EXERCICE N + 2
CHIFFRE D'AFFAIRES HT					
Ventes de marchandises (confiserie, boissons...)	par spectateur	0,56	29 159	31 458	33 837
PRESTATIONS DE SERVICES HT					
Recette guichet	par spectateur	4,55	236 631	255 288	274 597
Publicité	par spectateur	0,10	5 200	5 610	6 034
Recettes publicités diverses	recette guichet HT	1,50%	3 549	3 829	4 119
Autres recettes (locations de salles...)	recette guichet HT	1,50%	3 549	3 829	4 119
Prime Art et Essai			0	5 000	5 000
TOTAL PRODUITS D'EXPLOITATION			278 088	305 015	327 707
ACHATS DE MARCHANDISES					
Achat de confiserie, boissons...	25 à 35 % sur vente de marchandises	0,3	8 748	9 437	10 151
Achat de billets	par spectateur	0,003 €	156	159	162
TOTAL ACHATS DE MARCHANDISES			8 904	9 597	10 313
AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES					
Programmation (base : recette distributeur)		3,0%	7 099	7 659	8 238
Redevances Sacem+Spre		1,725%	4 082	4 404	4 737
Locations de films		48,79%	115 452	124 555	133 976
Locations immobilières	à définir		-	-	-
Publicité films (affiches)	ratio par nbre de films	19,10	4 202	4 286	4 372
Eau	ratio par salle	300 €	600	612	624
Electricité et chauffage	ratio par salle	6 000 €	12 000	12 240	12 485
Fournitures cabines	ratio à la cabine	2 200 €	4 400	4 488	4 578
Fournitures de bureau	ratio par salle	200 €	400	408	416
Port	ratio par nbre de films	45 €	9 900	10 098	10 300
Locations matériels divers			800	816	832
Entretien, réparations, constructions	ratio par salle	500 €	1 000	1 020	1 040
Maintenance (cabines, climatiseurs, ascenseur...)	ratio par salle	1 200 €	2 400	2 448	2 497
Télésurveillance			1 500	1 530	1 561
Assurances	ratio par salle	1 500 €	3 000	3 060	3 121
Assurance véhicule et entretien			500	510	520
Documentations générales			600	612	624
Honoraires			3 000	3 060	3 121
Frais d'actes et contentieux			200	204	208
Publicité, relations publiques			15 000	15 300	15 606
Voyages et déplacements	ratio au mois	150 €	1 800	1 836	1 873
Missions et réceptions			2 000	2 040	2 081
Frais postaux et téléphone			1 500	1 530	1 561
Services bancaires	% de la recette guichet TTC	0,25%	701	756	813
Divers			4 000	4 080	4 162
TOTAL AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES			196 136	207 552	219 346
VALEUR AJOUTEE			73 049	87 866	98 047
IMPOTS ET TAXES					
Taxe Apprentissage	sur masse salariale	0,68%	505	515	525
Contribution Economique Territoriale	hypothèse exonération	0	0	0	0
Taxes Foncières	hypothèse	0	0	0	2 000
Taxe Organic	sur chiffre d'affaires	0,16%	445	488	524
Cotisation AFCAE		4,50%	0	225	225
Cotisation CNC		0,232%	549	592	637
TOTAL IMPOTS ET TAXES			1 499	1 820	3 912
FRAIS DE PERSONNEL					
Salaires et appointements bruts			74 244	75 729	77 244
Charges sociales		41,3%	30 663	31 276	31 902
Médecine du travail		80,0	240	245	250
TOTAL FRAIS DE PERSONNEL			105 147	107 250	109 395
EXCEDENT BRUT EXPLOITATION			-33 597	-21 204	-15 259

5.2.3 REMARQUES CONCERNANT LES DONNEES PREVISIONNELLES

► Les produits

Il a été tenu compte d'une évolution annuelle des prix de 2 %.

Recette guichet : elle correspond au nombre d'entrées annuelles résultant de l'étude de marché.

Le prix moyen retenu (5,50 €) tient compte des caractéristiques sociodémographiques de la population et des actions d'animation qui seront pratiquées. Il se base également sur les prix moyens pratiqués dans ce type d'exploitation et dans cette catégorie de territoire.

Le prix moyen évolue sur la base d'une augmentation de 0,16 € par an ensuite.

Confiserie : 0,60 € TTC par spectateur.

► Les charges

Programmation / gestion de l'exploitation : il est fait l'hypothèse que l'exploitant aura recours à un programmateur (comme c'est le cas actuellement).

Publicité : basée sur des sites équivalents.

Chauffage, eau, électricité : basés sur des sites équivalents.

Entretien : lié à l'entretien du matériel de projection et du cinéma en général.

Autres charges externes : entretien général, photocopies, réceptions...

Frais de personnel : comme il est d'usage dans les complexes de cette dimension, il est fait l'hypothèse que le directeur du cinéma assure des fonctions d'administration et d'animation du cinéma et intervienne également dans le fonctionnement du cinéma (caisse, projection...).

Les frais de personnel se répartiront de la manière suivante :

Salaire brut mensuel (base 35h00)	Nombre	Salaire brut mensuel maxi (pour 151h30)	Total salaires mensuels bruts	Total salaires annuels bruts
Direction / Administration				
Directeur	1,0	2 398,70 €	2 639 €	34 301 €
Nettoyage				
Agent d'entretien	0,5	1 357,75 €	747 €	9 708 €
Personnel de caisse et de contrôle				
Caissier	1,0	1 413,07 €	1 554 €	20 207 €
Contrôleur	0,5	1 382,90 €	761 €	9 888 €
Remboursement nettoyage de vêtement	2,0	5,84	12 €	140 €
SOUS-TOTAL PERSONNEL AUTRE QUE DIRECTEUR	2,0		3 073 €	39 943 €
TOTAL PERSONNEL AVEC DIRECTEUR	3,0		5 712 €	74 244 €
TOTAL ANNUEL				74 244 €

Taxe foncière : elle est définie au niveau de chaque territoire sur la base de la surface cadastrale. Elle devra être précisée sur la base du projet définitif.

Contribution économique territoriale : pour les cinémas, les mêmes règles que pour la taxe professionnelle s'appliquent. La norme applicable correspond à un maximum de 3 % par rapport à la valeur ajoutée. Une exonération peut toutefois être accordée par délibération du conseil municipal :

- Dans la limite de 66 % pour les établissements de spectacles cinématographiques situés dans les communes de moins de 100 000 habitants qui, quel que soit le nombre de leurs salles, réalisent en moyenne hebdomadaire moins de 2 000 entrées ;
- Dans la limite de 100 %, les établissements de spectacles cinématographiques qui, quel que soit le nombre de leurs salles, réalisent en moyenne hebdomadaire moins de 5 000 entrées et bénéficient d'un classement "Art & Essai" au titre de l'année de référence (ce devrait être le cas pour Lannilis)

5.2.4 CALCUL DES DROITS ACQUIS ET DE L'AVANCE POUR LA FUTURE EXPLOITATION

→ RETOUR DE TSA PAR TRANCHE

		TSA par tranche Année N	TSA par tranche Année N + 1	TSA par tranche Année N + 2
TSA Total		30 659 €	33 077 €	35 578 €
Tranche	Taux de retour			
0 – 8 500	80%	6 800 €	6 800 €	6 800 €
8 501 – 25 500	70%	11 899 €	11 899 €	11 899 €
25 501 – 51 000	60%	3 096 €	4 547 €	6 048 €
51 001 – 136 200	50%			
> 136 200	20%			
	Total	21 795 €	23 246 €	24 747 €

→ CALCUL DES DROITS ACQUIS ET DES AVANCES SUR DROITS

	Année N	Année N + 1	Année N + 2
Nombre de salles	2	2	2
Coefficient	1,00	1,00	1,00
Montant des droits	21 795 €	23 246 €	24 747 €
Calcul de l'avance	65 386 €		

FICHE DE SYNTHÈSE

Avec la fermeture de l'Etoile en 2002, c'est une population de plus de 22 000 habitants dans un rayon de 15 minutes autour de Lannilis qui se trouve aujourd'hui dépourvue de cinéma.

L'ensemble de la zone d'influence du projet (Z.I.C.) bénéficie par ailleurs d'une croissance démographique supérieure à la moyenne nationale et à la moyenne départementale.

Z.I.C. du projet		Population 1990	Population 1999	Population 2010	Evolution démographique 1990/1999	Evolution démographique 1999/2010
Zone 1 : 0 à 10 minutes	LANNILIS	4 272	4 475	5 293	4,75%	18,28%
	Autres communes	9 431	10 149	11 955	7,61%	17,79%
	Total zone 1	13 703	14 624	17 248	6,72%	17,94%
Zone 2 : 11 à 15 minutes		18 366	18 922	22 651	3,03%	19,71%
Zone 3 : 16 à 20 minutes		25 231	25 463	28 213	0,92%	10,80%
Total Z.I.C.		57 300	59 009	68 112	2,98%	15,43%
FINISTERE		838 687	852 685	897 628	1,67%	5,27%
FRANCE		56 615 155	58 520 688	62 134 866	3,37%	6,18%

L'étude de marché confirme le besoin de création d'un cinéma dans ce secteur central du Pays des Abers :

- qui est suffisamment éloigné de Brest (26') pour limiter l'attractivité des multiplexes de l'agglomération,
- qui peut bénéficier de la fréquentation d'une population de passage relativement importante dans la zone littorale.

Sur les bases d'une programmation performante au regard de la proximité relative avec Brest, et en tenant compte de la perspective d'une ouverture d'un nouveau multiplexe dans cette ville, le marché potentiel d'un cinéma à Lannilis peut être estimé à :

- environ 72 000 entrées par an **dans l'hypothèse de la création d'un complexe de trois salles (hypothèse A)**. Pour atteindre ce marché potentiel, il est nécessaire de réaliser un cinéma de 430 fauteuils répartis en trois salles de 230, 120 et 80 fauteuils ;
- environ 58 000 entrées par an **dans l'hypothèse de la création d'un complexe de deux salles (hypothèse B)**. Dans ce cas, l'équipement optimal pour atteindre le marché potentiel serait de 320 fauteuils répartis en deux salles qui auraient respectivement 220 et 100 fauteuils.

Dans l'hypothèse A, pour un complexe de 430 fauteuils, la surface à prévoir devra se situer entre 1 290 m² et 1 500 m². Il faudra bénéficier d'environ 143 places de parking à proximité pour absorber les pics de fréquentation, en particulier en saison estivale. L'investissement à prévoir (hors foncier, assurances et travaux spécifiques) devrait se situer, dans ce cas, entre 2,4 et 2,6 millions d'euros.

Réalisation d'un complexe de trois salles	
Nombre de fauteuils	430
Surface utile à prévoir pour la partie cinéma	entre 1 290 m ² et 1 505 m ²
Investissement à prévoir (hors foncier)	entre 2,4 M€ et 2,6 M€
Nombre de places de parking	143

Dans l'hypothèse B, pour un cinéma de deux salles et 320 fauteuils, la surface à prévoir devra se situer entre 960 m² et 1 120 m². Il faudra bénéficier d'environ 107 places de parking à proximité, et l'investissement à prévoir (hors foncier, assurances et travaux spécifiques) devrait se situer entre 1,8 et 1,9 millions d'euros.

Réalisation d'un complexe de deux salles	
Nombre de fauteuils	320
Surface utile à prévoir pour la partie cinéma	entre 960 m ² et 1 120 m ²
Investissement à prévoir (hors foncier)	entre 1,76 M€ et 1,92 M€
Nombre de places de parking	107

En prenant, dans chacun des deux cas de figure, une hypothèse de montée en charge de la fréquentation, un prix moyen de 5,5 € la première année, les comptes d'exploitation prévisionnels laissent apparaître les résultats bruts d'exploitation (RBE) suivants :

Hypothèse A : trois salles	Année 1	Année 2	Année 3
Chiffre d'affaires H.T.	347 610 €	381 382 €	405 601 €
Charges externes	252 922 €	268 657 €	282 199 €
Valeur ajoutée	94 689 €	112 724 €	123 403 €
Impôts et taxes	1 897 €	2 246 €	4 345 €
Frais de personnel	136 267 €	138 993 €	141 773 €
Excédent brut d'exploitation	-43 475 €	-28 514 €	-22 716 €

Hypothèse B : deux salles	Année 1	Année 2	Année 3
Chiffre d'affaires H.T.	278 088 €	305 015 €	327 707 €
Charges externes	205 040 €	217 148 €	229 659 €
Valeur ajoutée	73 049 €	87 866 €	98 047 €
Impôts et taxes	1 499 €	1 820 €	3 912 €
Frais de personnel	105 147 €	107 250 €	109 395 €
Excédent brut d'exploitation	-33 597 €	-21 204 €	-15 259 €

Dans les deux hypothèses, les recettes prévues ne permettront pas de couvrir les frais de fonctionnement du futur cinéma.

Le projet doit donc être nécessairement envisagé dans le cadre d'un partenariat associant la Commune et le futur exploitant.

L'analyse financière montre en effet, comme dans la plupart des unités urbaines de cette taille, que la réussite d'un tel projet repose sur :

- l'engagement de la Collectivité qui est indispensable pour assurer la réalisation d'un équipement culturel qui représente un investissement important, et pour soutenir l'exploitation.
- l'engagement d'un exploitant qui aura la capacité de répondre aux contraintes de programmation et d'exploitation, indispensable pour atteindre le marché potentiel :
 - Films en sortie nationale ;
 - Travail d'animation important pour tirer parti des différents publics spécifiques qui caractérisent aujourd'hui le cinéma : les jeunes dont la fréquentation reste essentielle, mais également une nouvelle génération de seniors qui représentent désormais le tiers du public. La participation de bénévoles dans le fonctionnement du cinéma peut être un atout dans ce type de projet pour accentuer l'attractivité du cinéma, mais aussi contribuer à réduire de façon sensible les frais de personnel ;
 - Diversité des films, des séances et des horaires proposés pour tenir compte des attentes de ces différents publics.

ANNEXE : METHODOLOGIE POUR LA DETERMINATION DU MARCHE POTENTIEL

Les cinémas, comme tout autre commerce, possèdent une zone d'influence (zone de chalandise) dont l'aire est déterminée à la fois par la taille de l'équipement (effet d'offre) et par le type d'agglomération dans lesquelles ils sont implantés (région parisienne, agglomérations de province ayant un rayonnement régional, agglomérations de grande taille ayant un rayonnement local).

Les effets d'interaction concurrentielle limitent ces zones qui épousent les contours des grands axes de circulation routière et sont ainsi moins sensibles aux barrières naturelles lorsque ces mêmes axes les franchissent.

La détermination des zones de chalandise est assurée par un logiciel qui calcule les temps de déplacement entre la commune d'implantation et les communes susceptibles d'appartenir à l'aire d'influence. Ce même logiciel permet d'établir les zones partagées entre plusieurs influences.

L'analyse de la population conduit ensuite à déterminer le volume de fréquentation des équipements en présence, par sous zone, obtenu en multipliant le nombre d'habitants par un taux de fréquentation hebdomadaire calculé à l'aide d'un modèle de demande conçu par le Cabinet Gérard VUILLAUME, et résultant de la mise en équation des critères discriminants pour l'activité cinématographique (âge, catégorie socioprofessionnelle, niveau d'instruction et habitat).

Le taux de fréquentation hebdomadaire varie d'une manière dégressive en fonction de l'éloignement. Il est actualisé chaque année avec les résultats de l'enquête "Médiamétrie" sur le public du cinéma et permet d'établir une fréquentation théorique dont le niveau varie en fonction du type d'équipement (multiplexe, complexe traditionnel...). La sensibilité de la demande à l'offre a été étudiée, dans un premier temps, dans le cadre d'une étude nationale sur les multiplexes (C.N.C 1996/1997), puis ensuite au travers d'enquêtes ponctuelles sur le public des différentes catégories de salles de cinéma.

Lorsque la zone étudiée fait apparaître une interaction entre plusieurs multiplexes proches les uns des autres, la répartition du marché entre ces différents multiplexes est établie à partir de la loi de Reilly. Selon cette loi, le pouvoir d'attraction d'une ville sur la population d'une commune est directement proportionnel à sa population agglomérée et inversement proportionnel au carré de la distance qui sépare les deux villes. Appliquée au marché des multiplexes, cette relation prend en compte une pondération relative au poids de l'équipement (nombre de salles et/ou de fauteuils).

Ces données sont confrontées in fine, aux séries statistiques de fréquentation dans la zone sur une période de 15 ans et comparées aux résultats d'une recherche analogique des entrées enregistrées par des sites ayant des structures de population comparables.