



# DOSSIER DE PRÉSENTATION

## DE LA PREMIERE SALLE DE CINÉMA INTERACTIVE DE PARIS

Ce dossier stratégique présente notre projet de façon détaillée. Il inclut des descriptions textuelles et des supports visuels !



Découvrir

# Sommaire

## PRÉSENTATION DE CHOOSE

- Présentation de CHOOSE : notre concept et localisation.

## Qu'est-ce qu'un film interactif ?

- Explication du fonctionnement des films et des salles interactives.

## NOTRE PROGRAMMATION

- Détail de notre programmation : salles interactives, salles généraliste et semaine type fictive.

## DROITS ET ACQUISITIONS

- Point sur les droits et acquisitions pour déceler comment, concrètement, on obtient le droit de projeter ces films.

## ANIMATIONS & EVENEMENTS

- Détail de nos animations récurrentes et de nos évènements poctuels :Sing-Along, Machine à Cris, Salle Mystère, Blind Tests, Galas à thème, Rencontres, Tickets d'or.

## MARKETING & COMMUNICATION

- Actions et engagements planifiés pour l'année à venir, notamment l'expansion de la capacité d'énergie verte et la promotion de la consommation responsable.

## TARIFICATION & VIABILITÉ

- Points clés à retenir sur l'engagement, l'innovation et les partenariats de Rimberio pour un avenir durable.

## CONCLUSION

- C'est fini, merci d'avoir lu :)

# PRÉSENTATION DE CHOOSE

NOM : **CHOOSE**      SLOGAN : "LE FILM ENTRE VOS MAINS"      LIEU : **NATION, PARIS (11E/12E)**

CHOOSE est le premier cinéma interactif de Paris. Son concept central : toute la salle vote en temps réel pour orienter le récit d'un film ou d'un jeu narratif. La majorité l'emporte - chaque séance est unique, chaque soirée devient un événement collectif qu'on ne peut pas reproduire chez soi sur Netflix. Notre ambition est de devenir un lieu de vie communautaire pour les fans, les gamers, la Gen Z d'Ile-de-France.

## POURQUOI NATION ?

C'est un carrefour naturel de l'est parisien. Il s'agit d'une des stations les mieux desservies de Paris (lignes 1, 2, 6, 9 et RER A). Nation est accessible depuis la banlieue est et le centre en moins de 15 minutes. C'est un quartier dense, jeune, étudiant (il y a le nouveau bâtiment de la fac de Paris 3 juste à côté), sans l'aspect touristique et saturé des grandes artères du centre.

Le choix de Nation est indissociable du choix de 7 salles - l'un justifie l'autre. Là où implanter 8 salles à Châtelet face à UGC Ciné Cité Les Halles (notre intention première) aurait été une guerre perdue d'avance, Nation représente un vide à occuper. Malgré la présence du mk2 Nation, il n'existe pas de multiplex dominant dans ce quartier. CHOOSE n'arrive pas en concurrent - il arrive en pionnier et devient naturellement la référence cinéma de tout l'est parisien.

*Nous pouvons dresser une comparaison avec la logique illustrée en cours avec Un p'tit truc en plus. Pan Distribution a réalisé 10 millions d'entrées sur un film que tous les autres distributeurs avaient refusé, précisément parce qu'il n'y avait pas de concurrent sur ce créneau horaire. On applique le même raisonnement à l'exploitation : on s'installe là où personne n'est encore, avec un concept que personne ne propose !*

## CAPACITÉ DU CINÉMA

Le modèle économique repose sur un équilibre assumé entre deux types de salles aux rôles distincts. Nous avons les salles généralistes qui financent le projet, et les salles spécialisées qui sont le cœur identitaire.

### 3 SALLES GÉNÉRALISTES

#### 3 X 150 SIÈGES

Les multiplex comportent généralement 100 à 250 sièges. Dans notre cas, 150 sièges nous semblent être la jauge la plus appropriée - plaçant les salles généralistes dans la catégorie moyenne-petite. Selon nous, mieux vaut une salle qui affiche complet et génère du bouche-à-oreille qu'une grande salle à moitié vide.

### 1 SALLE ÉVÉNEMENTIELLE

#### 1 X 150 SIÈGES

En semaine, cette salle fonctionne comme une salle généraliste. Le week-end et lors d'occasions spéciales, elle se transforme : Rencontres avec réalisateurs, conférences, blind tests, galas... C'est la salle où il se passe toujours quelque chose de spécial - elle a une identité propre sans jamais dépendre uniquement de l'événementiel pour être remplie.

### 1 SALLE MYSTÈRE

#### 1 X 80 SIÈGES

Cette salle, c'est notre rendez-vous mystère avec le public. Une salle où le film n'est jamais révélé à l'avance. Chaque séance est pensée comme une expérience complète : boisson offerte, produits dérivés thématiques liés au film, ambiance soignée. On voulait un format intimiste avec 80 sièges - assez petit pour que chaque séance ait un caractère unique et exclusif.

### LES SALLES INTERACTIVES

#### 2 X 100 SIÈGES

Et finalement le cœur de concept : deux interactives pures. Des projections avec vote collectif en temps réel. Ces deux salles fonctionnent en rotation sur les créneaux forts (soirée, week-end), permettant de proposer deux films interactifs différents en simultané ! C'est un pari énorme et assumé. CHOOSE mise sur ce format maintenant, avant que d'autres arrivent sur le marché.

#### Mais pourquoi 100 sièges pour les salles interactives ?

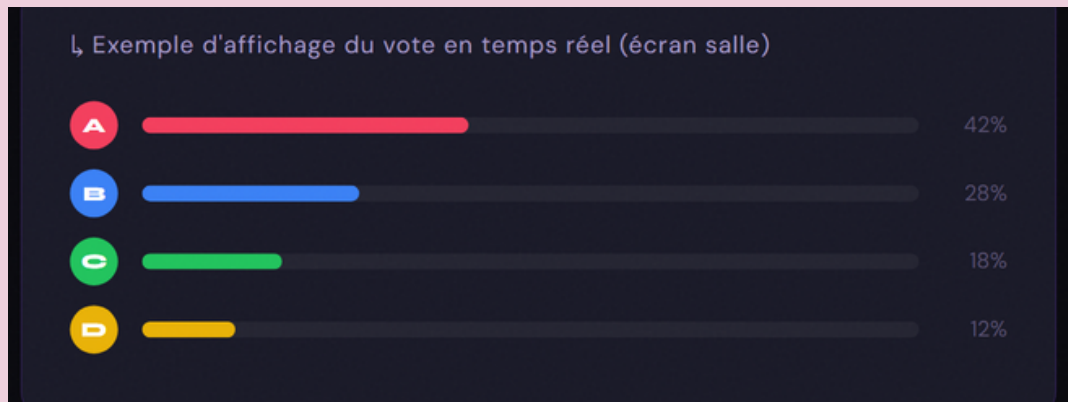
Selon nous, l'expérience interactive fonctionne mieux dans une salle à taille humaine. CHOOSE vise la communauté. Or, à 200 sièges, l'effet communautaire s'efface. 100 spectateurs, c'est assez grand pour que la tension collective soit tangible (le camp des A contre le camp des B), et aussi assez petit pour que l'ambiance soit électrique.



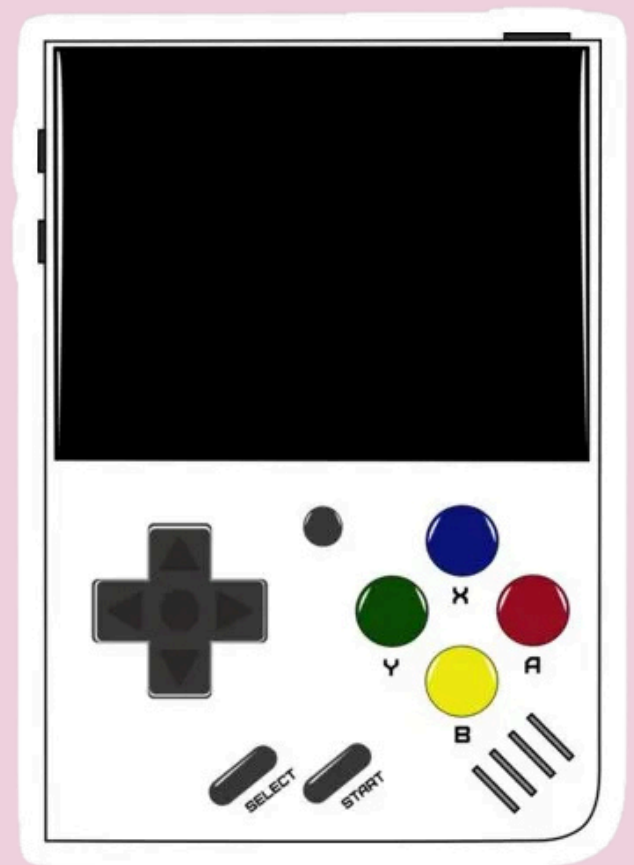
# DESIGN DES SALLES INTERACTIVES

Nous allons mettre un grand espace entre les rangées pour que les spectateurs puissent se lever, danser, chanter sans gêne. Au niveau de chaque siège, y aura aussi des repose-coudes larges avec télécommande intégrée détachable.

Les télécommandes CHOOSE ont un style rétro, une prise en main avec 4 boutons lumineux A/B/C/D. Le décompte s'affiche en temps réel à l'écran, les pourcentages apparaissent avant que le film reprenne.



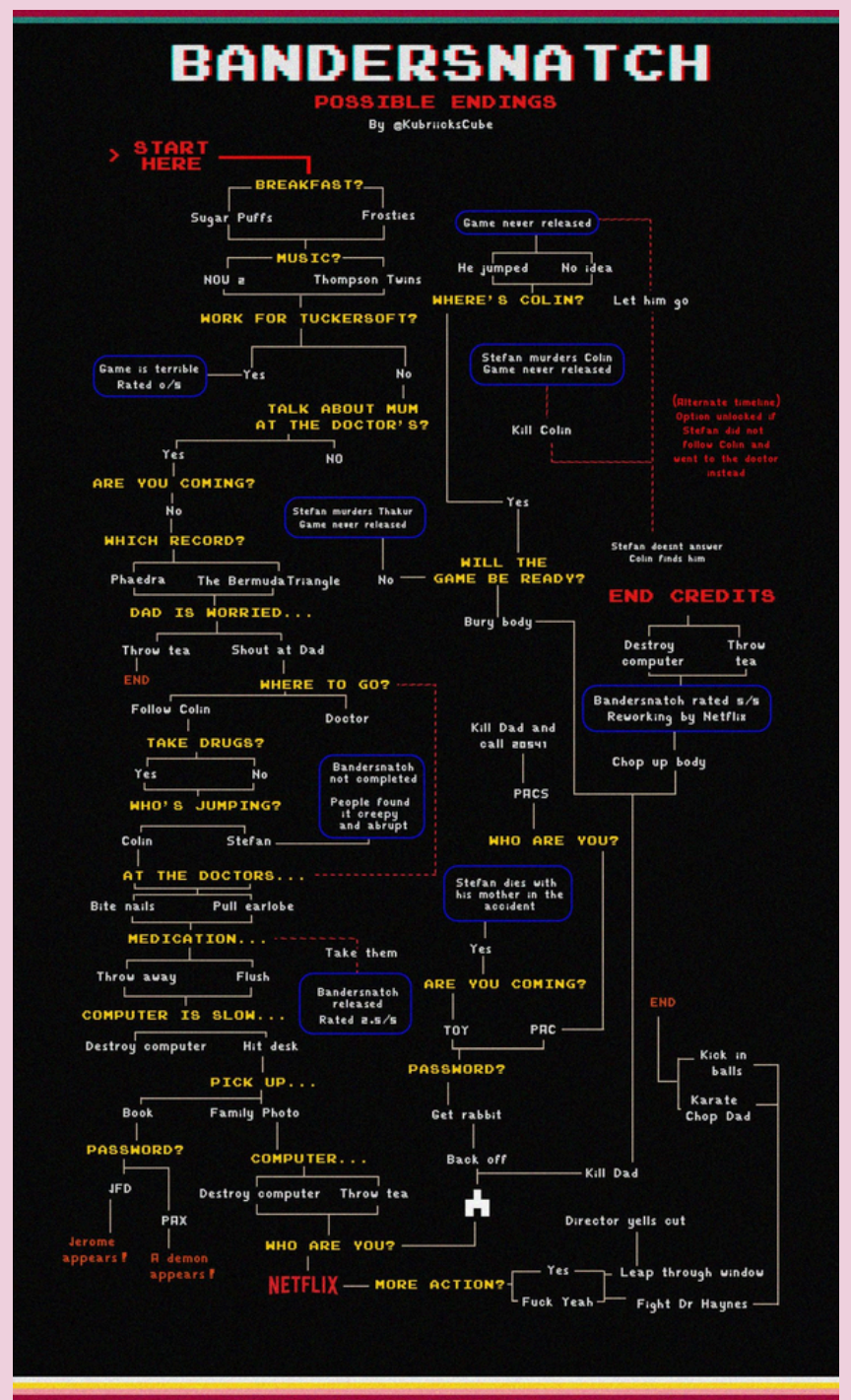
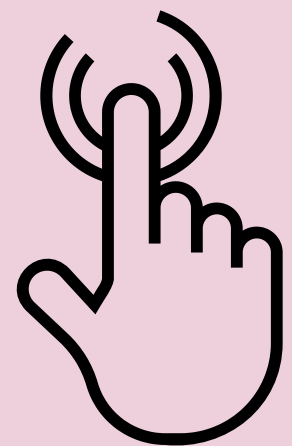
## CROQUIS TÉLÉCOMMANDE



# QU'EST-CE QU'UN FILM INTERACTIF ?

**Un film interactif est une œuvre narrative dans laquelle le spectateur est amené à faire des choix qui influencent le déroulement de l'histoire. À intervalles réguliers, le film se met en pause sur un moment de bifurcation — une décision à prendre, une direction à choisir entre plusieurs options.**

Le catalogue de films interactifs est encore émergent - mais c'est exactement pour ça qu'on s'y positionne maintenant, avant que les grands circuits s'en emparent.





# NOTRE PROGRAMMATION

## LES SALLES INTERACTIVES



**Films en streaming portés sur grand écran :** *Black Mirror : Bandersnatch*, *Amour au choix*, *Le Chat Potté : Emprisonné pour toujours*, *Erica*, *Chapardeur*

**Adaptation cinéma de jeux narratifs :** *Until Dawn* (film 2024, sortie salles existante) - une passerelle naturelle entre le jeu narratif original et le grand écran.

Le catalogue interactif étant encore limité, CHOOSE s'appuie sur le modèle du *Rocky Horror Picture Show* (1975) - projeté à Paris, au Studio Galande, depuis plus de 40 ans avec un public qui revient régulièrement, connaît l'œuvre par cœur et construit ses propres rituels. Chez nous, chaque titre du catalogue interactif tourne en séances récurrentes, ce qui permet de faire vivre un petit nombre d'œuvres dans la durée plutôt que de chercher à renouveler constamment la programmation. La rareté du catalogue devient une force : le public revient, les rituels se construisent, la communauté se fidélise naturellement.

## LES SING-ALONG

Les vendredis et samedis à 20h30, la salle interactive 2 se transforme en Sing Along. On projette des comédies musicales - *Wicked*, *Grease*, *Pitch Perfect*, *The Greatest Showman*, *High School Musical* - avec des sous-titres type karaoké pour les scènes de chant. Et on va encore plus loin : on diffuse aussi des concerts d'artistes, comme le *BTS World Tour* ou *Billie Eilish Live at the O2*. La salle chante, danse, participe - chaque spectateur devient acteur. C'est du partage, du jeu, et la liberté de réagir audiblement au film. C'est exactement ce qui, historiquement, fait l'essence du cinéma, et ce qu'à travers CHOOSE, on cherche à retrouver.



## LES SALLES GÉNÉRALISTES



Les trois salles généralistes et la salle événementielle programment ce que les multiplex sous-exploitent. Nous programmons principalement des films de science-fiction, de l'horreur et des franchises. Mais nous incluons aussi de l'animation, des franchises plus pointues et du cinéma communautaire - films LGBT, queer, représentations culturelles spécifiques. On ne fait pas de concurrence frontale avec les grands circuits, CHOOSE programme ce qui parle à son public, pas ce que tout le monde propose déjà.

### SCIENCE-FICTION ET FRANCHISES

- 1) Des titres grand public comme *Mickey 17* de Bong Joon-ho ou *Sinners* de Ryan Coogler.
- 2) Des blockbusters d'auteur qui méritent le grand écran et attirent notre public naturellement comme *Minecraft*.
- 3) Des films moins exposés comme *Hundreds of Beavers* ou *A Different Man*, qui auraient du mal à trouver leur place ailleurs.

### CINÉMA D' HORREUR

Un genre massivement communautaire malgré sa sous-représentation dans les salles indépendantes. On programme des sorties récentes comme *The Substance* de Coralie Fargeat ou *Longlegs* de Osgood Perkins, mais aussi des titres moins distribués comme *Heretic* de Scott Beck et Bryan Woods ou *Strange Darling* de JT Mollner, qui fédèrent un public jeune et passionné cherchant autre chose que les franchises d'horreur mainstream.

### ANIMATION

Au-delà des productions grand public, des films comme *Flow* de Gints Zilbalodis, ou *Le Seigneur des Anneaux : La Guerre des Rohirrim* de Kenji Kamiyama - des œuvres ambitieuses qui peinent à trouver leur espace dans les cinémas saturés par les sorties Disney et DreamWorks.

### CINÉMA COMMUNAUTAIRE

Films LGBT, queer, représentations culturelles spécifiques. Des titres comme *Challengers* de Luca Guadagnino ou *Monster* de Hirokazu Kore-eda, mais aussi des films plus 'niche' comme *Problemista* de Julio Torres ou *I Saw the TV Glow* de Jane Schoenbrun.



# PROGRAMMATON

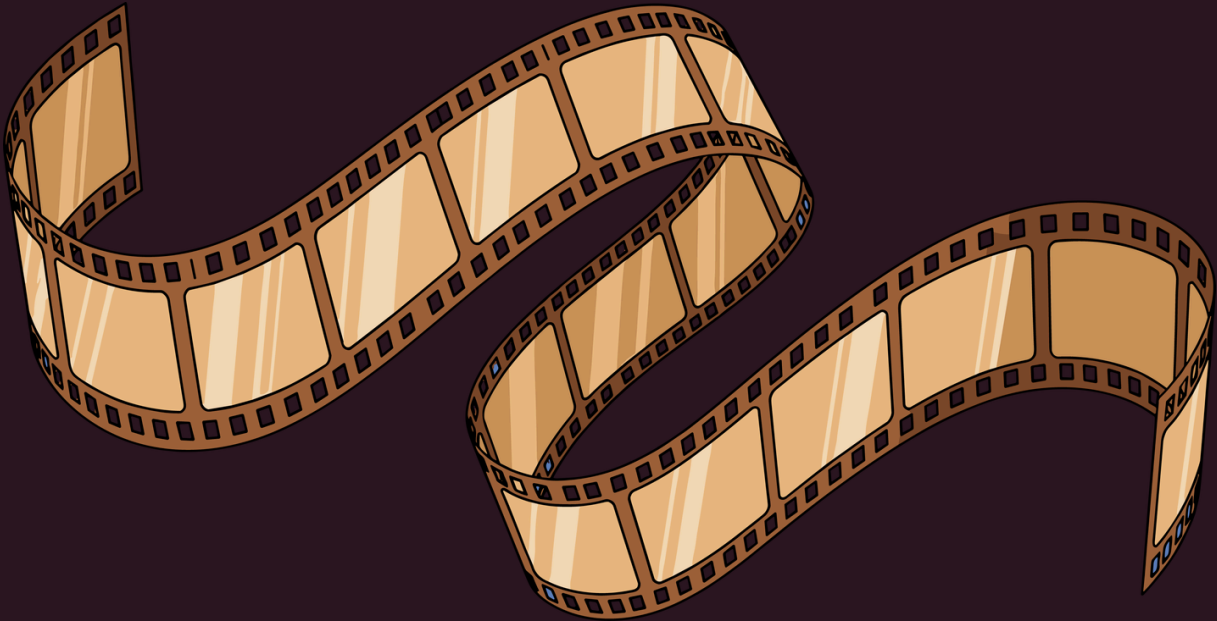
## Une semaine chez CHOOSE

Voici notre semaine type fictive, construite pour illustrer le fonctionnement de notre programmation et la logique de rotation / équilibre entre les salles. Chaque ligne correspond à une salle, chaque colonne à un jour - les couleurs distinguent les types de salles et les événements spéciaux apparaissent directement dans les cases concernées.

Dans les deux salles interactives, *Bandersnatch* et *Amour au choix* tournent toute la semaine - c'est voulu, c'est le modèle de la salle interactive. Le vendredi et samedi soir, la salle interactive 2 bascule en Sing Along à 20h30. Dans les salles généralistes, les films varient en cours de semaine - *Mickey 17* et *Sinners* en début de semaine, *Thunderbolts* et *A Minecraft Movie* à partir du jeudi. Le jeudi soir, la Machine à cris s'invite dans la salle C. La salle événementielle programme *Flow* en semaine, avec un Blind Test le vendredi et un Gala le samedi soir. La Mystère - deux séances par jour, film non révélé.

|                     | Lun.                                    | Mar.                                    | Mer.                                    | Jeu.                                          | Ven.                                        | Sam.                                        | Dim.                                        |
|---------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 🎬 Gén. A<br>150 s.  | Mickey 17<br>11h15-14h30<br>17h45-21h00 | Mickey 17<br>11h15-14h30<br>17h45-21h00 | Mickey 17<br>11h15-14h30<br>17h45-21h00 | Thunderbolts*<br>11h15-14h30<br>17h45-21h00   | Thunderbolts*<br>11h15-14h30<br>17h45-21h00 | Thunderbolts*<br>11h15-14h30<br>17h45-21h00 | Thunderbolts*<br>11h15-14h30<br>17h45-21h00 |
| 🎬 Gén. B<br>150 s.  | Sinners<br>11h00-14h15<br>17h30-20h45   | Sinners<br>11h00-14h15<br>17h30-20h45   | Sinners<br>11h00-14h15<br>17h30-20h45   | Minecraft<br>10h45-13h30<br>16h15-19h30       | Minecraft<br>10h45-13h30<br>16h15-19h30     | Minecraft<br>10h45-13h30<br>16h15-19h30     | Minecraft<br>10h45-13h30<br>16h15-19h30     |
| 🎬 Gén. C<br>150 s.  | Novocaïne<br>13h00-16h30<br>20h00       | Novocaïne<br>13h00-16h30<br>20h00       | Novocaïne<br>13h00-16h30<br>20h00       | 🗣️ Mach.cris<br>Novocaïne 13h<br>Monkey 21h15 | Drop game<br>13h15-16h45<br>20h15           | Drop game<br>13h15-16h45<br>20h15           | Drop game<br>13h15-16h45<br>20h15           |
| 🌟 Mystère<br>80 s.  | ? Mystère<br>15h45 · 20h30              | ? Mystère<br>15h45 · 20h30              | ? Mystère<br>15h45 · 20h30              | ? Mystère<br>15h45 · 20h30                    | ? Mystère<br>15h45 · 20h30                  | ? Mystère<br>15h45 · 20h30                  | ? Mystère<br>15h45 · 20h30                  |
| 🎭 Événem.<br>150 s. | Flow<br>10h30-14h15<br>17h45-21h15      | Flow<br>10h30-14h15<br>17h45-21h15      | Flow<br>10h30-14h15<br>17h45-21h15      | Flow<br>10h30-14h15<br>17h45-21h15            | Flow<br>10h30-14h15<br>🎯 BlindTest 20h      | Flow<br>10h30-14h15<br>🎭 Gala 19h           | Flow<br>10h30-14h15<br>17h45-21h15          |
| 📍 Inter.1<br>100 s. | Bandersnatch<br>14h00-17h30<br>21h15    | Bandersnatch<br>14h00-17h30<br>21h15    | Bandersnatch<br>14h00-17h30<br>21h15    | Bandersnatch<br>14h00-17h30<br>21h15          | Bandersnatch<br>14h00-17h30<br>21h15        | Bandersnatch<br>14h00-17h30<br>21h15        | Bandersnatch<br>14h00-17h30<br>21h15        |
| 📍 Inter.2<br>100 s. | Amour/choix<br>14h15-17h45<br>21h30     | Amour/choix<br>14h15-17h45<br>21h30     | Amour/choix<br>14h15-17h45<br>21h30     | Amour/choix<br>14h15-17h45<br>21h30           | Amour/choix<br>14h15-17h45<br>🎵 Sing 20h30  | Amour/choix<br>14h15-17h45<br>🎵 Sing 20h30  | Amour/choix<br>14h15-17h45<br>21h30         |

📍 Interactif : même prog. toute la semaine (modèle Rocky Horror) · 🎬 Généraliste : rotation en cours de semaine · 🎵 Sing Along Ven/Sam · 🎯 Événements



Une question se pose :  
Comment on obtient concrètement le droit de projeter tout ça ?

# DROITS ET ACQUISITIONS

Toute œuvre destinée à être exploitée commercialement dans les salles de cinéma françaises est soumise à l'obtention d'un visa d'exploitation, régi par l'article *L211-1* du Code du cinéma et de l'image animée. C'est le cadre dans lequel s'inscrit CHOOSE pour l'ensemble de sa programmation - y compris les œuvres interactives.

Pour les films avec un distributeur français existant (ex. *Until Dawn*) nous pouvons mener une négociation commerciale directe, selon le mécanisme classique vu en cours.

En revanche, pour les œuvres sans visa salle existant (ex. *Bandersnatch* ), le cas est plus complexe, et central pour nous. Deux démarches parallèles sont nécessaires. on a besoin de l'accord des ayants droit d'abord, puis d'un visa exceptionnel CNC gratuit. Ce visa limite les projections à 30 séances par fiction. L'objectif pour nous, c'est d'utiliser ces 30 séances comme preuve d'appétit du public pour convaincre Netflix et les éditeurs d'intégrer ces œuvres à notre catalogue sur le **long terme**. Pour les Sing Along, il nous suffit juste une déclaration SACEM - ce que tout cinéma paie déjà !

|                                 |                                                  |
|---------------------------------|--------------------------------------------------|
| Film avec distributeur français | Négociation commerciale directe                  |
| Oeuvre sans visa salle          | Accord ayants droit + visa exceptionnel CNC      |
| Sing-Along                      | Déclaration SACEM suffisante                     |
| Conférence / Rencontre          | Accord contractuel avec l'intervenant uniquement |





# ANIMATIONS & ÉVÈNEMENTS

01

## SOIRÉES SING-ALONG

*Inspirées du principe du karaoké, les soirées Sing-Along sont des projections où la participation du public n'est pas seulement tolérée, mais encouragée ! Projections de comédies musicales ou concerts, sous-titres affichés, rangées larges pour pouvoir bouger aisément - CHOOSE invite le public à chanter, danser et s'amuser !*

02

## LA MACHINE À CRIS

*Elle s'installe lors des séances horreur hebdomadaires. Avant chaque film, un décibelmètre mesure la salle. La semaine suivante, un palmarès est affiché. La salle qui a le plus crié gagne une réduction sur une prochaine séance. Un QR code à la sortie pour récupérer les infos des participants.*

03

## SALLE MYSTÈRE

*Film non révélé, expérience augmentée : merch thématique, nourriture tirée de l'univers du film, ambiance soignée. Joue sur le mystère et la confiance qui nous est accordée par le public.*

04

## BLIND TEST

*Il prend place le vendredi soir dans la salle événementielle. C'est un Quiz autour du cinéma - musiques, répliques, extraits. Participation active, convivialité.*

05

## GALAS À THÈME

*Lors d'occasions spéciales, notre espace buvette / café se transforme en gala (19h-22h) avant une projection. Ces galas thématiques inspirés de franchises (ex. Wicked, Marvel) ou d'occasions spéciales (ex. Halloween, Saint-Valentin) sont l'occasion de réunir des fans, s'amuser et participer à la création d'une réelle communauté !*

06

## RENCONTRES

*Rencontres avec réalisateurs, scénaristes, acteurs... conférences ponctuelles sur le cinéma interactif, l'horreur ou les comédies musicales. Des séances qui combinent projection.*

07

## LE TICKET D'OR

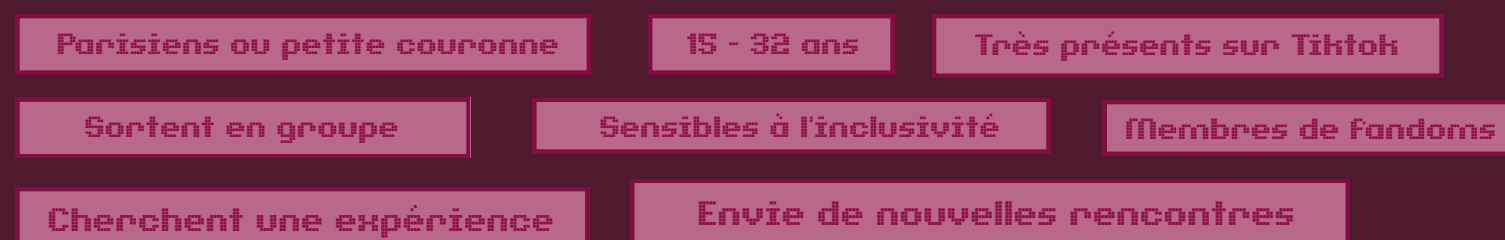
*inspiré directement de Charlie et la chocolaterie est glissé dans des barres chocolatées partenaires. Il est 100 % gagnant avec une boisson offerte au minimum. On prévoit un gagnant par an remportent un an de cinéma gratuit.*

# MARKETING & COMMUNICATION

## ● NOTRE PUBLIC CIBLE



### CE QU'ILS ONT EN COMMUN...



*Et pour leur parler, on a un ton précis :*

## ● NOTRE TON ÉDITORIAL

### PROXIMITÉ

CHOOSE tutoie son audience. On utilise le “vous” inclusif ou le “on” communautaire. Le ton est celui d'un pair.

### HUMOUR & SECOND DEGRÉ

L'ironie est une signature de CHOOSE. On peut se moquer de l'industrie, de ses propres choix de programmation, de l'actu culturelle tout en restant bienveillants.

### ENGAGEMENT ASSUMÉ

CHOOSE prend des positions claires sur les questions culturelles et sociales qui touchent son public - représentation, inclusion, parité...

### RÉACTIVITÉ CULTURELLE

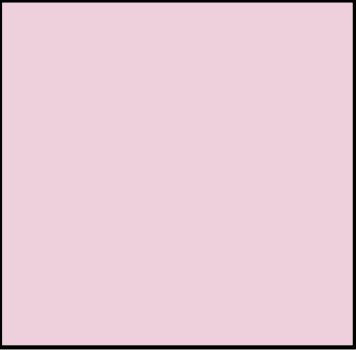
On réagit à l'actualité cinématographique en temps réel, avec un regard informé et un ton décalé. Chaque prise de parole sur l'actu se conclut par un lien avec la programmation.



# CHARTE GRAPHIQUE

*Cette identité éditoriale, on l'a traduite visuellement dans une charte graphique complète. Notre identité visuelle est pensée pour être immédiatement reconnaissable et cohérente avec l'expérience qu'on propose - une esthétique arcade rétro et bubblegum pop, sombre et immersive, assumée.*

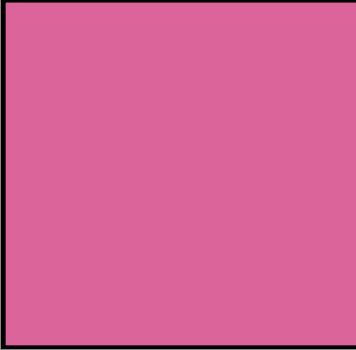
Une base sombre & immersive avec des accents roses — signature visuelle de CHOOSE.



DREAMY PASTEL

#eed0dd

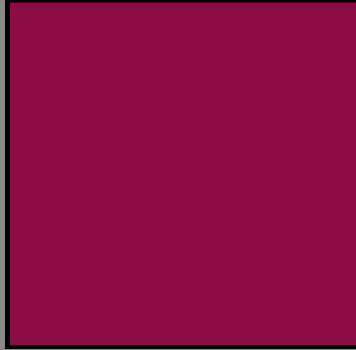
Fond secondaire



VIBRANT PINK

#db659b

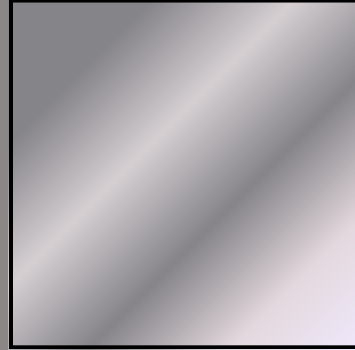
Accents lumineux



CHOOSE SIGNATURE

#8c0c46

Couleur signature



GLOW

Dégradé de gris froid

Texte premium



VOID

#eed0dd

Fond principal



Logo officiel de CHOOSE.

Les 4 couleurs de vote sont le cœur de l'identité visuelle. Elles apparaissent sur les télécommandes, les écrans, les affiches, le merch.



BLUE

#5170ff



RED

#ff3131



YELLOW

#ffde59



GREEN

#7ed957

## LE SYSTÈME DE POLICES

### BRICK SANS

Usage : logo, grands titres, titres de section, noms d'événements, merch. Utiliser avec ombre portée bordeaux décalée sur la droite ou effet néon. Ne jamais utiliser en corps de texte long.

### ACRADE GAMER

Usage : sous-titres de section, titres de cartes, labels d'événements.

### Hammersmith One

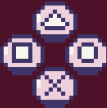
Usage : descriptions, textes longs, contenu éditorial, newsletters.

### Inter

Usage : légendes, horaires, informations pratiques, crédits.

## L'UNIVERS VISUEL

### ARCADE RÉTRO



Pixel art, scanlines, ombres portées nettes, boutons glossy. L'esthétique des bornes d'arcade et des jeux 16-bit revisitée en premium.

Références : UI de jeux SNES, Neo Geo, flipper des années 90.

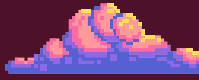
### CINÉMA POP CULTURE



Univers Marvel, DC, franchises de jeux vidéo, couvertures de BD américaines. Graphisme fort, hiérarchie visuelle claire, couleurs vives sur fond sombre.

Références : affiches de films de genre années 80.

### BUBELEGUM POP



Roses saturés, pastel doux, énergie joyeuse et assumée. Contraste fort avec le fond sombre.

Références : pochettes d'albums pop coréens, esthétique Y2K, magazines Sanrio revisités.

C'est dans cette esthétique que s'inscrivent nos produits dérivés - qui sont d'ailleurs un des piliers de notre stratégie de communication. On a développé une gamme cohérente avec notre identité visuelle : tote bag, t-shirts oversize et crop top, bucket hat, gourde. Et la barre de chocolat CHOOSE, directement liée au Ticket d'or 100% gagnant que nous avons évoqué tout à l'heure.

Le merch, c'est notre présence dans la rue. Un spectateur qui sort de chez nous avec un tote bag, c'est notre slogan dans le métro, sur les campus, dans la rue. Et c'est aussi notre principal levier de jeux concours organisés sur les réseaux sociaux.



# LES PRODUITS DÉRIVÉS

Prototypes réalisés sur photoshop, en transformant des images de produits neutres, trouvés en ligne.

# RÉSEAUX SOCIAUX & PRESSE

*Cette section met en lumière les initiatives futures de notre entreprise, visant à consolider notre engagement envers la durabilité et l'innovation. Nous explorerons les stratégies clés qui façonneront notre avenir, tout en continuant à relever les défis environnementaux et sociétaux avec détermination.*

## 01

### TIKTOK

TikTok, c'est là où vit notre audience. On y prend position sur l'actu ciné, on tease les séances interactives en faisant voter la communauté avant même qu'elle entre en salle, on filme les coulisses d'événements à la volée.

Ex. On demande : « Tu préfères le remake ou l'original ? », « T'es plus Marvel ou DC ? », On s'exprime : « Chez nous, vous trouverez jamais Le dernier Tango à Paris ou un film de Roman Polanski ».

## 02

### INSTAGRAM

Sur Instagram, on est plus posés : affiches de programmation hebdo, photos de galas, stories interactives - sondages, quiz, et surtout des jeux concours réguliers. On fait gagner des pièces de notre merch sur des mécaniques simples : costume le plus créatif, meilleur fan art, réponse à un quiz ciné. C'est de l'engagement, de la visibilité, et ça met le merch en circulation dans notre communauté avant même qu'il soit en vente. En décembre, le Calendrier de l'Avent Cinéma - chaque jour une surprise.

## 03

### NEWSLETTER

La newsletter est notre canal de fidélisation - elle s'adresse à ceux qui sont déjà convaincus par notre concept.

Chaque semaine, les abonnés reçoivent la programmation détaillée avec nos choix éditoriaux expliqués, des codes promo exclusifs, et un accès en avant-première aux billetteries des événements avant qu'ils soient annoncés publiquement. C'est une ligne directe entre CHOOSE et sa communauté.'

## 04

### PRESSE

Au-delà de nos propres canaux, on s'appuie sur des médias et créateurs qui parlent directement à notre cible. On a pensé à Brut et Konbini en priorité - un sujet Brut du type "On a laissé 100 personnes décider de la fin d'un film" c'est exactement ce qui performe sur leur chaîne. Pour la légitimité culturelle, Télérama sur nos séances communautaires, et Quotidien lors d'un événement fort.

Côté créateurs, notre levier c'est l'invitation. On invite des créateurs à vivre l'expérience CHOOSE et le contenu se crée naturellement. On pense notamment à Squeezie pour son ancrage gaming, Maxime Biaggi pour son ancrage ciné - il a déjà réalisé des concepts en salle - et Sofyan, très axé culture cinématographique et fort sur les 18-25.



# TARIFICATION & VIABILITÉ ÉCONOMIQUE

Chaque salle dispose d'un tarif différencié, pensé en cohérence avec l'expérience proposée et les coûts qui lui sont associés. Des réductions étudiantes et enfants sont appliquées sur l'ensemble de la grille, à l'exception des soirées spéciales.

## NOS TARIFS

| TYPE DE SÉANCE                                            | Plein tarif | Étudiant | Enfant  |
|-----------------------------------------------------------|-------------|----------|---------|
| Séance Classique<br>Salles généralistes                   | 12,90 €     | 7,90 €   | 4,90 €  |
| Séance Interactive<br>Sing Along · Conférence · Événement | 20,00 €     | 15,90 €  | 10,90 € |
| Salle Mystère<br>Expérience augmentée                     | 15,90 €     | 11,90 €  | 8,90 €  |
| Soirées Spéciales<br>Galas · Halloween · Marathons        | 20–50 €     | —        | —       |

MARDI ETUDIANT : -50 % SUR PLEIN TARIF

Sur cette base, nous devons nous questionner sur la viabilité économique du projet. Pour ce faire, nous avons consulté le bilan annuel du CNC (2024). Le marché est favorable : 181,5 millions d'entrées en France en 2024, dont 42,7 millions en Île-de-France - soit 23,5 % du total national et l'indice de fréquentation le plus élevé du pays à 3,45 entrées par habitant (Bilan CNC 2024). En tant qu'exploitant, CHOOSE perçoit environ 40 % du prix du billet – soit 4,80 € sur un billet classique à 12 €, 6,40 € sur un billet Comfy à 16 €, et 8 € sur un billet interactif à 20 €. A artir de là, nous pouvons établir des projections annuelles.

## PROJECTIONS DE RECETTES BILLETERIE ANNUELLES BRUTES

| Type de Salle          | Capacité & Rythme                 | Part exploitant | Scénario Prudent (21,1 entrées/séance ) | Scénario Cible (35 entrées/séance ) |
|------------------------|-----------------------------------|-----------------|-----------------------------------------|-------------------------------------|
| 3 Salles Généralistes  | 150 sièges / 3 séanc. jour / 12 € | 4,80 €          | ~332 000 €                              | ~551 000 €                          |
| 1 Salle Comfy          | 80 sièges / 2 séanc. jour / 16 €  | 6,40 €          | ~98 000 €                               | ~163 000 €                          |
| 1 Salle Événementielle | 150 sièges / Mixte 12 €/ 20 €     | 4,80 € / 8 €    | ~132 000 €                              | ~219 000 €                          |
| 2 Salles Interactives  | 100 sièges / 3 séanc. jour / 20 € | 8,00 €          | ~370 000 €                              | ~613 000 €                          |
| TOTAL GÉNÉRAL          | 7 salles                          | —               | ~932 000 €                              | ~1 546 000 €                        |

Ce que ces calculs nous montrent, c'est que les salles interactives représentent le potentiel financier le plus fort. Le tarif à 20€ est dans la fourchette des expériences immersives parisiennes (ex. Atelier des Lumières à 22€ plein tarif) et le mardi étudiant à -50% ramène la séance à 10€ ce qui préserve l'accessibilité.

Le risque principal est le catalogue interactif est encore émergent. Si les salles tournent à faible remplissage en phase de démarrage, la recette premium ne se réalise pas pleinement. C'est pourquoi, les salles généralistes constituent notre socle de revenus le plus stable. La salle événementielle mixte quant à elle, est pensée comme filet de sécurité, générant des recettes classiques en semaine et premium le week-end. L'événementiel privatisé complète sans coût de programmation supplémentaire.

Côté aides publiques, on sollicite L'aide sélective du CNC - environ 50 000 € pour les structures indépendantes de qualité. La programmation de CHOOSE, cinéma communautaire, expérimental et engagé, correspond à notre sens au profil soutenu.

CHOOSE répond à la question suivante :

## **Pourquoi sortir de chez soi pour aller au cinéma en 2026 ?**

Le cinéma n'a pas besoin d'être sauvé - il a besoin d'être réinventé. Les salles continuent d'attirer des millions de spectateurs chaque année, et c'est précisément parce qu'elles offrent quelque chose qu'aucun écran à domicile ne peut reproduire : la dimension collective, le grand écran, le rituel de la sortie.

CHOOSE part de cette conviction et la pousse plus loin - en ajoutant la participation, l'imprévisibilité, la communauté. Décider collectivement de ce qui se passe à l'écran, chanter avec 100 inconnus, vivre quelque chose qu'on ne peut pas reproduire seul dans son salon.

L'ambition Nous sommes conscients de projet est ambitieux - 7 salles, Nation, un concept inédit à Paris. Mais chaque choix est justifié : le lieu par l'absence de concurrence, la capacité par l'équilibre économique, le concept par la croissance du catalogue interactif, la communication par les mécaniques de guérilla marketing étudiées en cours.



Sources : BILAN DU CNC (2024), [www.commentfaireunfilm.com](http://www.commentfaireunfilm.com)  
sites Pathé, UGC  
Images : Google Images

**Dossier signé par :**  
**Athéna TANGUI**  
**Eryka HUBERT**  
**Trent CHIODO**