

LE MARKETING DU CINÉMA



Chaque année, plus de 600 films sortent dans les salles de cinéma.

Pour permettre à chaque œuvre de rencontrer le public le plus large possible, il est nécessaire d'élaborer une stratégie de communication spécifique.

Le Marketing du cinéma explique dans le détail, chiffres à l'appui, le travail réalisé par le distributeur et ses équipes pour l'élaboration d'une sortie réussie :

- Comment définir la cible potentielle du film ? Et comment adapter la communication à cette cible ?
- Comment organiser le travail sur la création : titre, affiche, film-annonce, contenus on line, messages divers, etc.
- Les choix à faire sur l'achat d'espaces, sur les opérations de promotion et les partenaires.
- Quelle collaboration avec les artistes pour la tournée province, leur présence sur les plateaux télé...
- La relation avec la salle, le nombre de copies à mettre en place.
- Comment utiliser le marketing digital : le rôle des blogueurs et des influenceurs ? Quels réseaux sociaux privilégier ?

Cette nouvelle édition du *Marketing du cinéma* est écrite par deux professionnels, de haut niveau, au cœur du métier, Xavier Albert et Jean-François Camilleri.

Xavier Albert a collaboré avec Warner, Gaumont, Pathé, TF1, Sony, Twenty Century Fox, et Disney. Il est actuellement Directeur du Marketing pour Netflix en France.

Jean-François Camilleri dirige Walt Disney Compagny en France, Belgique, Luxembourg et Pays-Bas. Il a distribué plus de 500 films du *Roi lion* à *Sur le chemin de l'école*.