

KLOX

x

SCArE

Syndicat des Cinémas d'ART  
de Répertoire et d'ESSAI

**Comprendre les enjeux liés à la Data:**  
***Comment l'utiliser et la valoriser à travers des outils collaboratifs.***

KLOX

# Interlocuteurs.

**Romane Périssé** **SCARÉ** | Chargé de mission

**Béatrice Boursier** **SCARÉ** | Déléguée Générale

**Louis Divay** KLOX | Media Trader Culture

**Victor Balay** KLOX | Account Strategist Cinéma



# SOMMAIRE

**1.** Présentation des acteurs et du projet



**2.** La Data, c'est quoi ?



**3.** Exemples de campagnes

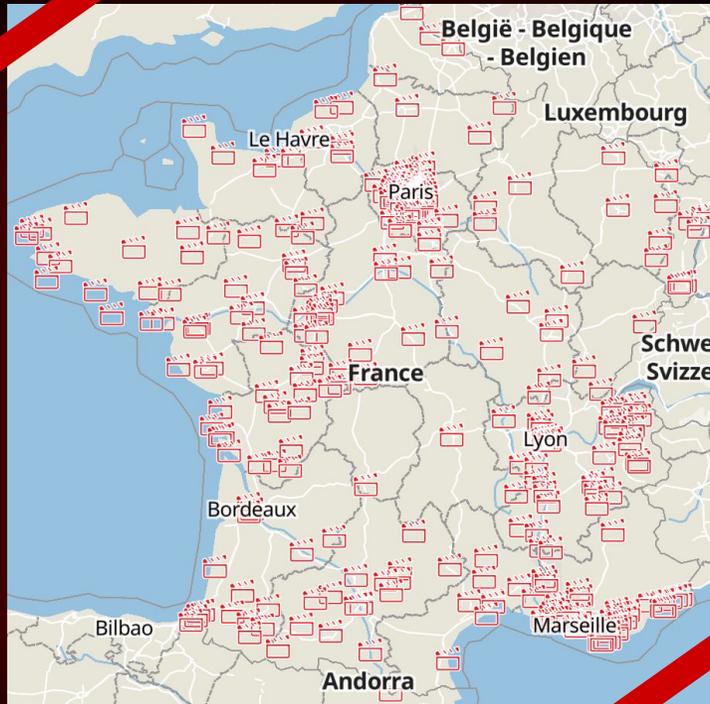


**4.** Réglementation et Next steps



**SCArE**

Syndicat des Cinémas d'ART  
de Répertoire et d'ESSAI



**435 cinémas adhérents**  
représentant 900 écrans en France



**11 associations régionales**

KLOX



**Agency As a Service**

avec un fort ADN Entertainment

---



**2017**

A Paris, France (5 ans)

---



**+1000**

Clients nous font confiance

---

KLOX

# ADN Cinéma.



**Branding.**



**Performance.**



**Engagement.**

## Une expertise adaptée à vos problématiques

- ★ Développer la **notoriété d'un film**
- ★ **Accompagnement fil rouge** pour des plateformes VOD/SVOD
- ★ **Campagnes de vente** sur des sorties vidéo
- ★ **Stratégie multi-formats** (teaser, cutdown, FA) avec nouveaux formats impactants

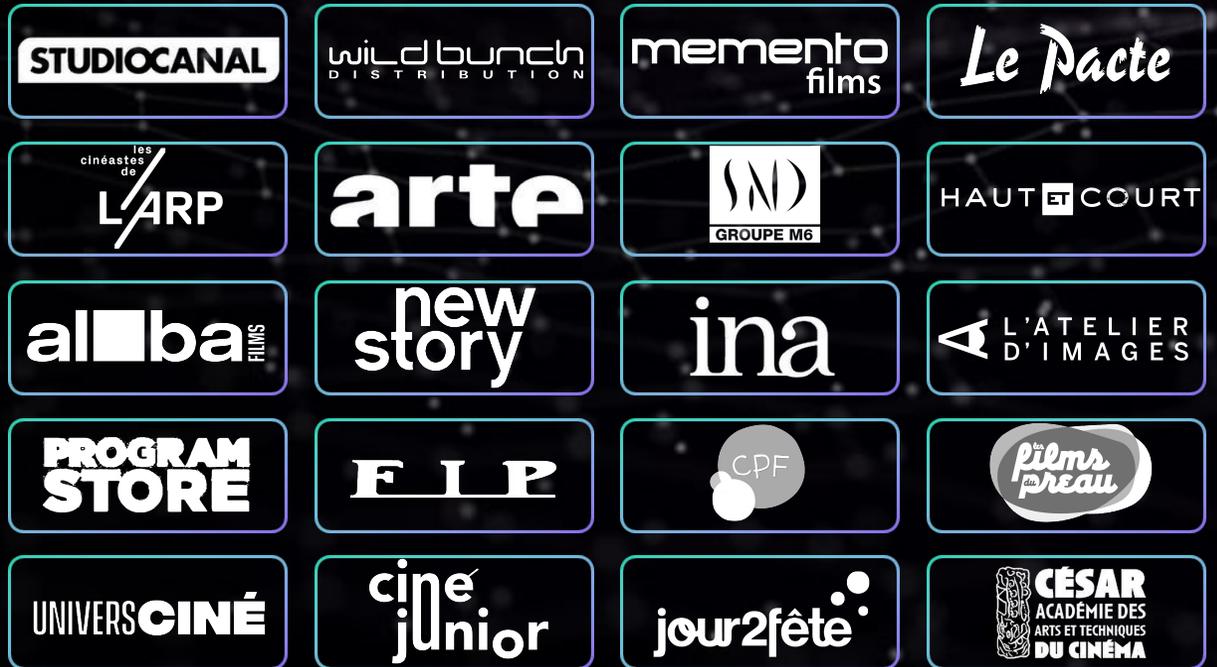
## La data au service de la performance

- ★ **Collecte et activation** des données - Data cookie - CRM
- ★ **Retargeting** aux coeurs des stratégies
- ★ Définition de **KPIs adaptés** à vos enjeux
- ★ **Connaissance de vos cibles** pour de meilleurs perfs

KLOX

# Partenaires

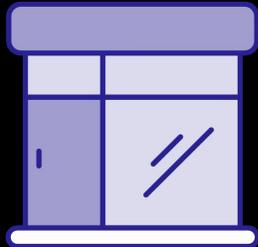
+ 60 partenaires Cinéma & Culture  
conquis par nos services en 5 ans.



KLOX

# Notre solution.

Distributeurs



nouvelle sortie

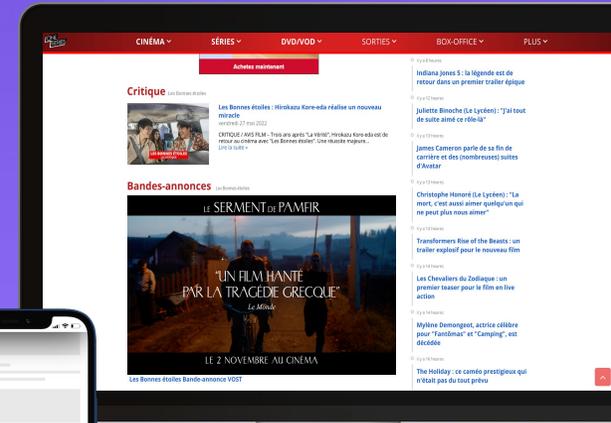
# KLOX

- Prise de brief
- Déf. **ciblage** et plan d'action

diffusion de la **campagne digitale**



## Affichage display et vidéo



ainsi que :



# 3 solutions de ciblage.



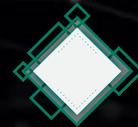
## Ciblage Média

Une diffusion massive de vos formats publicitaires sur des sites internet affinitaires avec votre cible et les thématiques du produit/service



## Ciblage Sémantique

Une diffusion ciblée sur des articles intégrant des mots-clés en relation avec votre produit/service

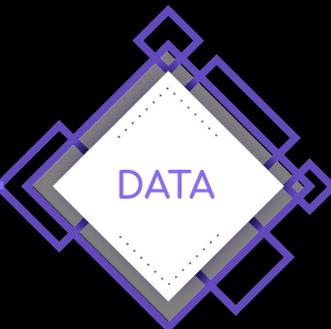


## Ciblage Data

Une diffusion basée sur les bases de données de nos partenaires pour cibler une audience par son âge, son comportement, ses intérêts...



# Problèmes identifiés



DATA

Les cinémas d'art & essai disposent d'une **data** très qualitative non utilisée.



Un réel **atout** pour aller toucher un **public niche/cinéphile** pour les distributeurs.



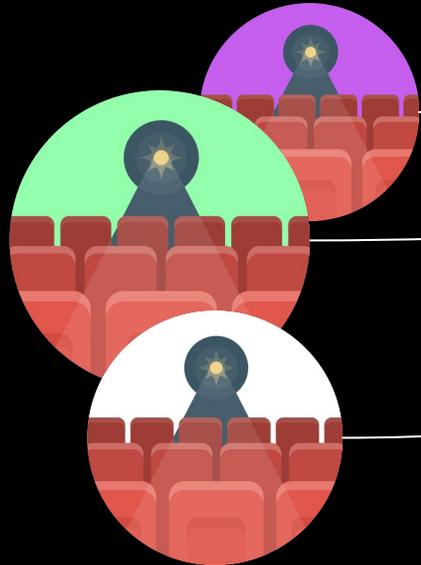
Cet atout pourrait être décuplé si les données étaient **mutualisées** entre les **indépendants**.



Un nouveau **moyen** de toucher vos **spectateurs** et de **limiter la fracture numérique** avec les grandes enseignes de l'industrie.

KLOX

# Un outil collaboratif.



Cinémas



Engagement

Collecte de données

# KLOX

- Permettre aux salles de se **réapproprier** leur données pour qu'elles soient utilisées
- Regrouper ces données afin de créer plus de **volume** et **d'utilisateurs** à cibler
- Améliorer nos moyens de ciblage sur **l'audience recherchée**

↓  
Activation

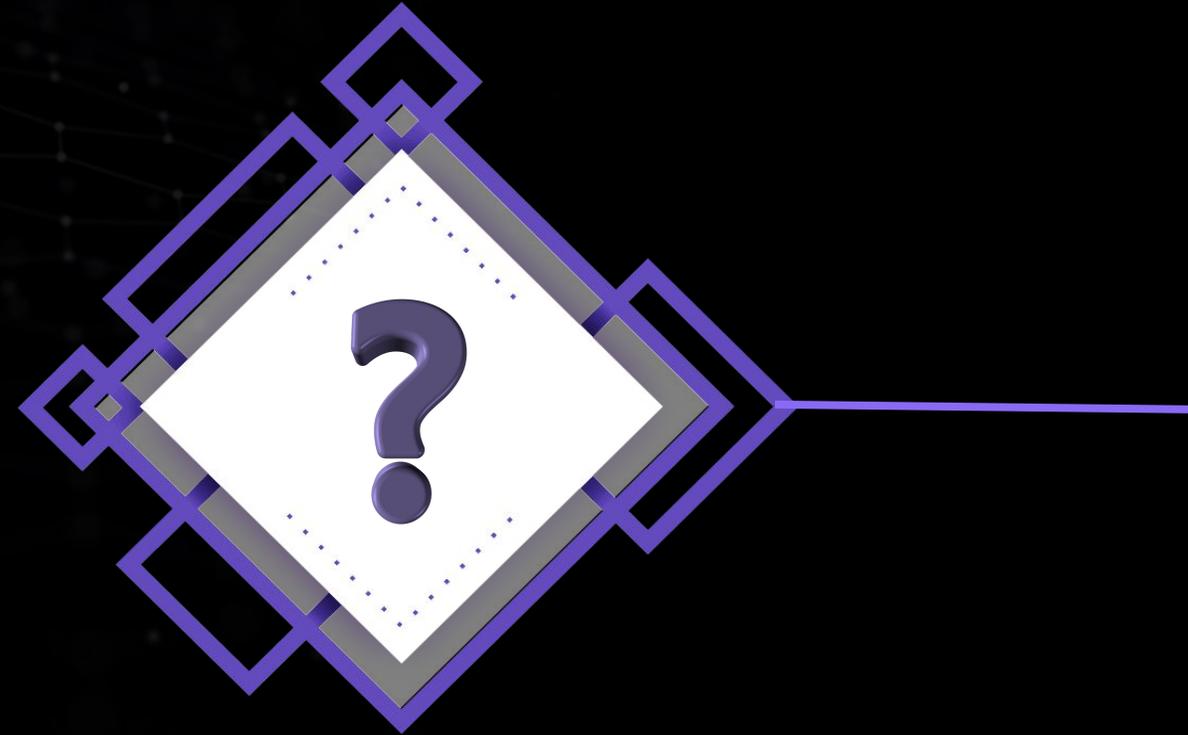
Campagne publicitaire



KLOX

## Zoom : Data .

- ❑ La notion de data fait référence aux **données** qui peuvent être **collectées** à des fins d'utilisations marketing et **publicitaires**.
- ❑ Bassin de données existant sur l'environnement **digital** assimilé à des profils que nous allons pouvoir **cibler**
- ❑ La donnée est la première étape de toute **stratégie** marketing.



# Zoom : Data .

## ❑ First Party Data

Appartient à l'annonceur  
Provient des clients et prospects (online ou offline) de manière déclarative ou non.

**Gratuite, Accessible, qualitative**

- Quantité limitée

## ❑ Second Party Data

Appartient à un partenaire qui accepte de l'échanger (gratuitement ou non)

**Complète la First**

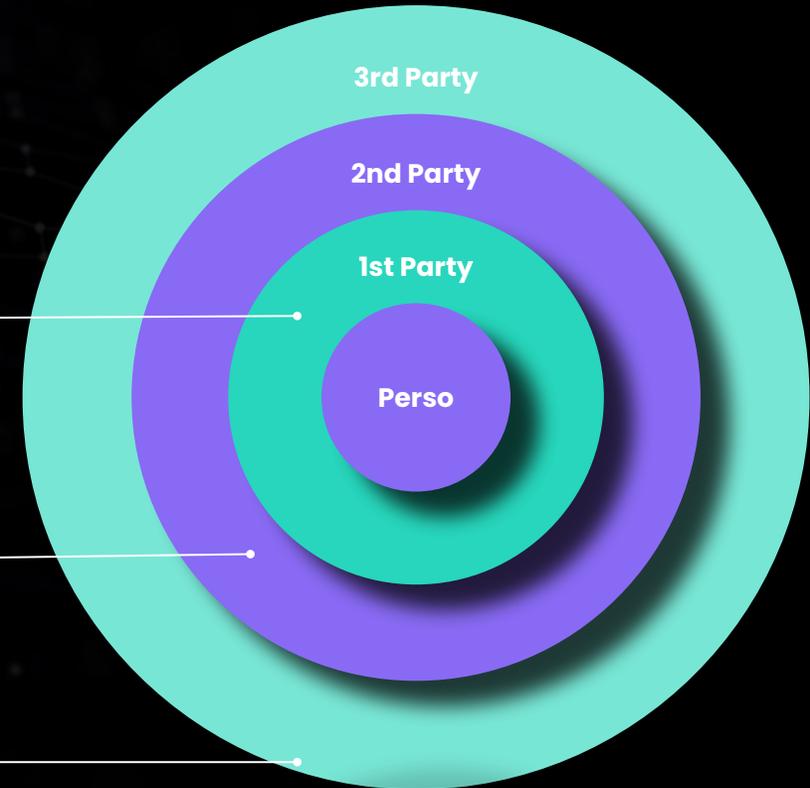
- Processus parfois difficile

## ❑ 3rd Party Data

Provient d'un tiers, professionnel du domaine.

**Grande quantité**

- Qualité et fiabilité parfois moindres



KLOX

# Zoom : Data

## 1. Collecte / Analyse

Type données :  
-CRM  
-Cookie/ Device ID

## 2. Segmentation

Critères :  
-Socio-démographiques  
-Intérêts/Comportements

## 3. Activation

Activation data: Mise en place de campagnes digitales scénarisées pour engager vos publics.

# 1. Collecte & Analyse



## Cookies/Device ID

Fichier qui recueille les informations de navigation sur web/app : suivi du parcours client et permet d'analyser le comportement des internautes

**Collecter :** - Pose de pixels sur les sites du spectacle et billetterie en marque blanche  
- Utilisation de segment data via une DMP\* (exemple : Femmes de 30 ans et plus)

**Récupération et analyse :** Klox :)



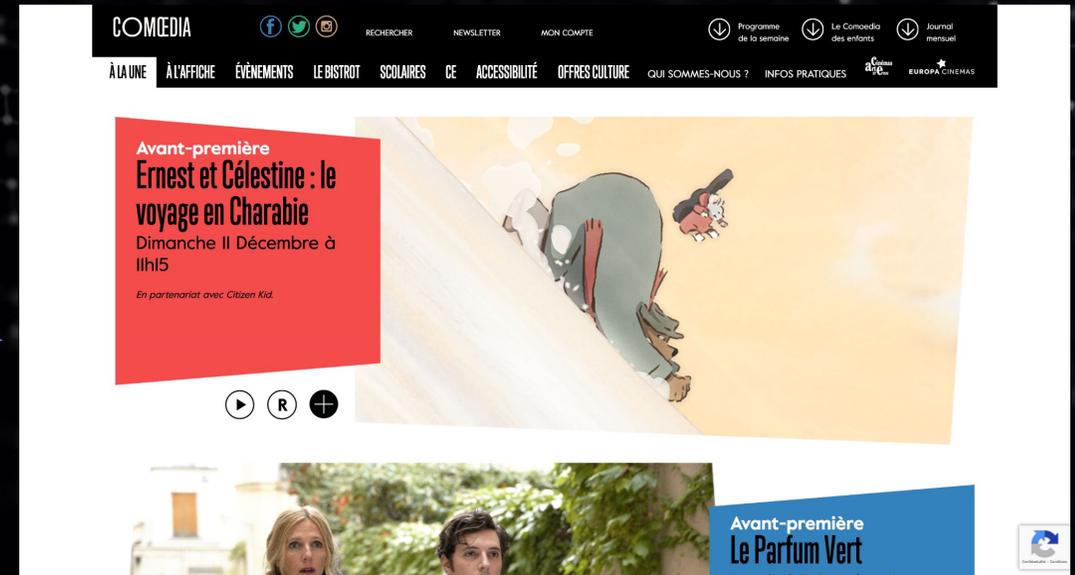
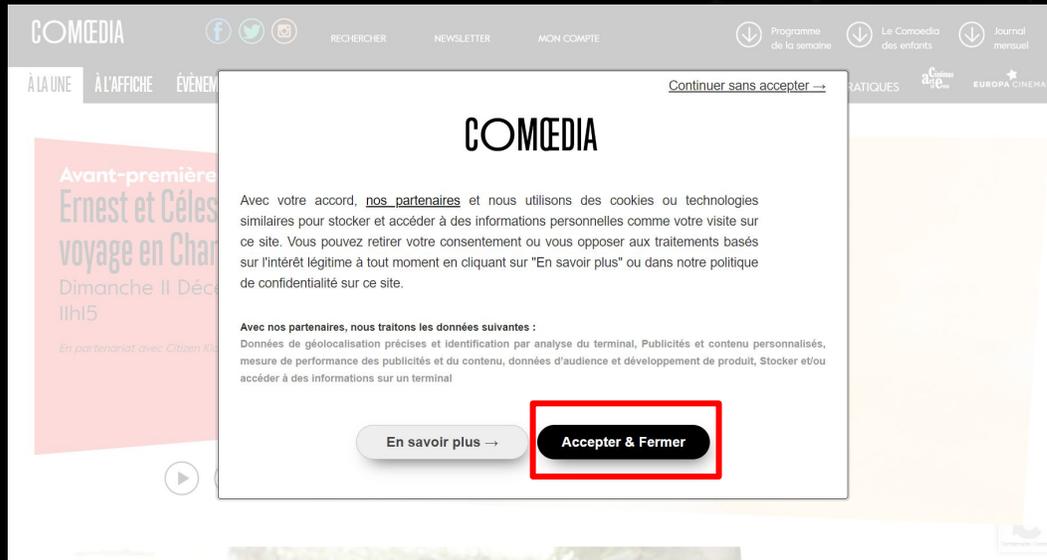
## Bases CRM

Données personnelles associées à un client : nom, adresse e-mail, état civil, âge, téléphone...

**Collecter :** Réservation de places en ligne / Programmes de fidélité  
**Récupération et analyse :** CRM comme Salesforce par exemple

KLOX

# Tracking d'un utilisateur



- Un consentement **obligatoire** depuis avril 2021 pour déclencher le **tracking**
- Une fois les **cookies acceptés**, nous sommes capable de **cibler** les utilisateurs selon les **pages visitées**

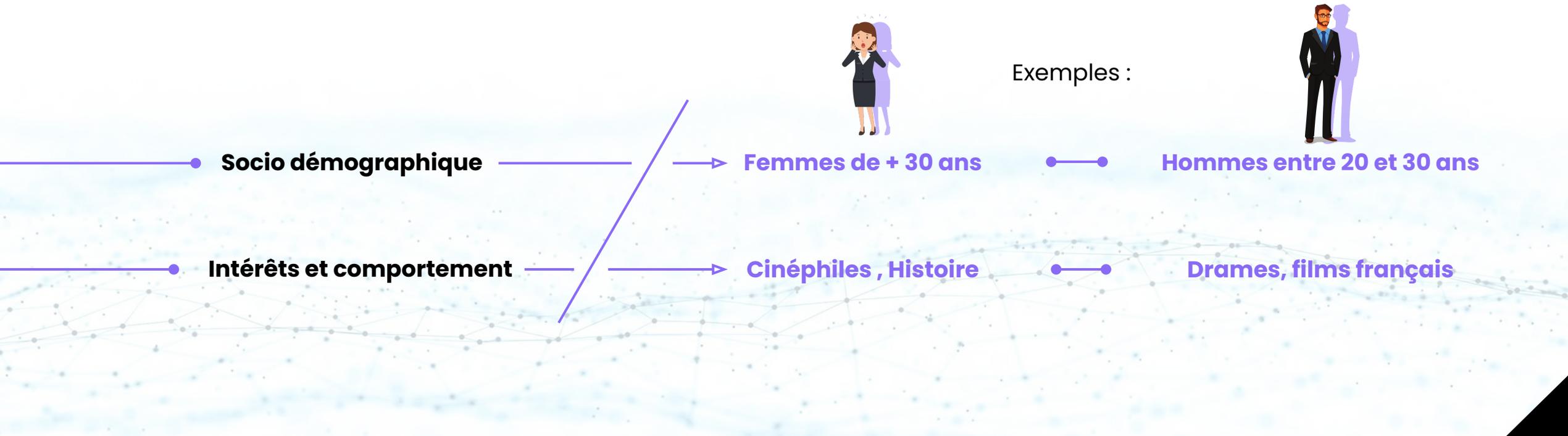
## 2. Segmentation : *Connaître et qualifier son audience*

- **Qui segmente quelles données ? :**

**Mails/CRM** : des acteurs CRM ⇒ Critères socio-démo et comportementaux (exemple : achats réalisés dans le passé)

**Cookies/Device ID : Klox Entertainment** ⇒ Comportement sur site web (viewers vidéos, cliqueurs bannières, visiteurs site et billetterie marque blanche)

## 2. Segmentation : *Connaître et qualifier son audience*



# 3. Activation d'une campagne

## Définition de la stratégie digitale

1

Pour exploiter votre data et cibler vos audiences selon vos objectifs et votre budget  
Choix des leviers : Programmatique display/vidéo, Réseaux Sociaux, Youtube...

## Lancement de campagne

2

Mise en place de campagnes scénarisées, ciblées et géolocalisées : Acquisition des audiences identifiées grâce à votre data.

## Reciblage

3

Reciblage des profils collectés grâce à votre data (CRM/Cookie)  
Onboarding data CRM : réconciliation base e-mail & cookie  
Reciblage des viewers vidéos, cliqueurs bannières.

KLOX

# Des exemples concrets .

*-3 campagnes Klox lancée en 2022-*

# Condor - Le Serment de Pamfir.



## Cibles

- Cinéphiles
- Fans de films d'auteurs



## Leviers

- Programmatique vidéo



Accroître la **notoriété du film** pour générer des **entrées en salle**



## Dates

Du 31/10 au  
09/11/2022



## Géolocalisation

France

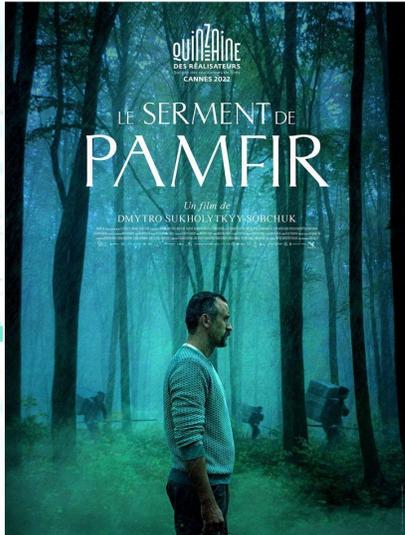


## Format

Teaser 30s

KLOX

# Condor - Le Serment de Pamfir.



## > Ciblage médias :



## Pack Cinéma

## > Ciblage sémantique adapté :

- **Films d'auteur récents :** *Entre Ciel et Terre, Comedy Queen, Pacification, Les Amandiers, The Wonder, Plus Que Jamais, Bones and All, Mascarade, Close, Armageddon Time, La Conspiration du Caire...*
- 

## > Ciblage DATA adapté :

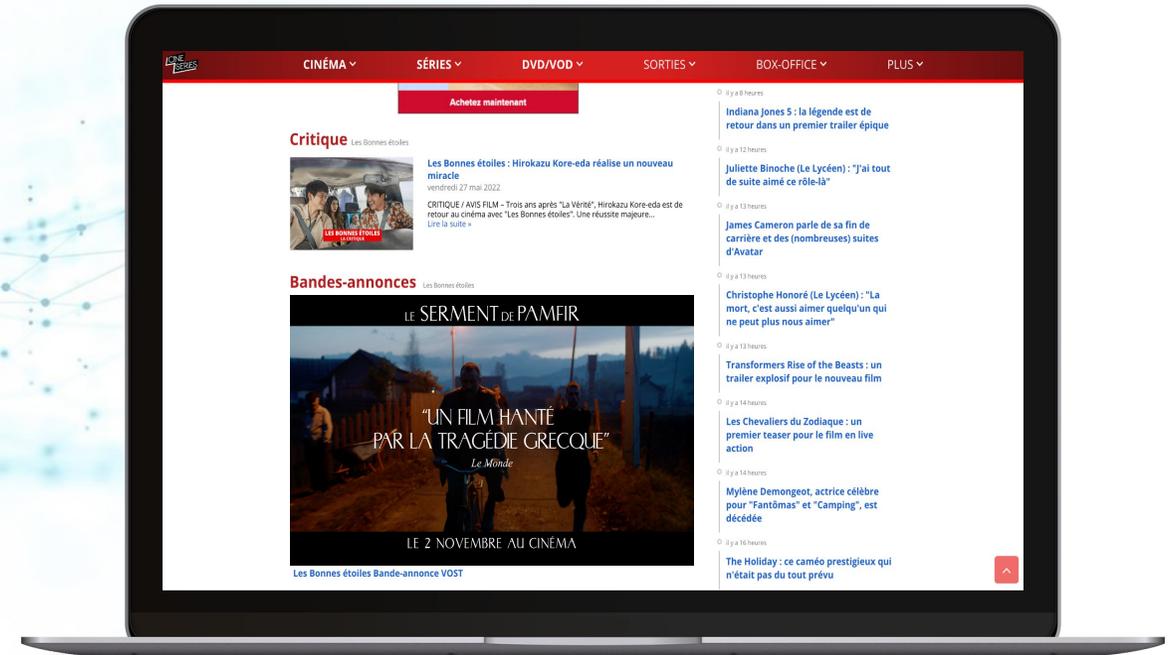
- **Data: OCS** abonnés ayant montré un intérêt pour les films d'auteurs.

KLOX

# Condor - Le Serment de Pamfir.



Audiences	Impressions	Vidéos vues	Taux de vues
Sémantiques Custom	326 386	134 450	41,19%
Médias Cinéma	53 639	20 233	37,72%
Data OCS	3 382	1 875	55,44%
<b>TOTAL</b>	<b>383 407</b>	<b>156 558</b>	<b>40,83%</b>



KLOX

# Le Pacte - Nos Frangins .



## Cibles

- Cinéphiles
- Intérêt Actualité / Sujet sociétaux
- Fans du casting



## Leviers

- Programmatique Vidéo **acquisition**
- Programmatique Display **engagement / reciblage**



Accroître la **notoriété du film** pour générer des **entrées en salles**



### Dates

Du 30/11 au  
12/12/2022



### Géolocalisation

France



### Format

Teaser 30s  
Bannières Display

KLOX

# Le Pacte - Nos Frangins .

**Acquisition** : Ciblage des audiences définies avec le Teaser

**Reciblage** des viewers par des bannières display

## > Ciblage Médias :

### Pack Cinéma

Télérama'



PREMIERE



### Pack News

RTL

yahoo!



BFM TV.

Le Monde

LE FIGARO



## > Ciblage Sémantique adapté :

- **Thème du film:** Bavure Policière, Manifestation, Malik Oussekine, Affaire Oussekine, Abdel Benyahia, Police Française, Mensonge d'Etat, Réforme de l'éducation, Liberté de Manifestation, Répression policière, Violence policière, Sujet sociétaux, Conflit social...
- **Casting :**  
Rachid Bouchareb: Les miens, France, Jeanne...  
Reda Kateb: Hors Normes, Django, Le Chant du Loup, Les Promesses, Frères Ennemis, L'Amour Flou, En Thérapie, Django...  
Lyna Khoudri: Novembre, The French Dispatch, Gagarine, Haute Couture, Hors Normes, Papicha...

## > Ciblage DATA adapté :

- **DATA OCS:** abonnés OCS ayant montré un intérêt pour les drames français & les films historiques.

KLOX

# Le Pacte - Nos Frangins .



Lever	Impressions	Vidéos vues à 100%	Clics
Campagne programmatique Vidéo	535 433	328 793	-
Campagne Programmatique Display	1 299 499	-	1 952
<b>TOTAL</b>	<b>1 834 932</b>	<b>328 793</b>	<b>1 952</b>

Le Monde | ACTUALITÉS | ÉCONOMIE | VIDÉOS | DÉBATS | CULTURE | LE GOÛT DU MONDE | SERVICES | S'abonner

Article réservé aux abonnés

« Cow », documentaire britannique d'Andrea Arnold. AD VITAM

**L'AVIS DU « MONDE » – AVOIR**

Plusieurs documentaires se sont attelés, ces dernières années, à saisir la cinégénie de la vache: *Bovines, ou la vraie vie des vaches*, d'Emmanuel Gras (2012), *Vedette*, de Claudine Bories et Patrice Chagnard (2021). Voici *Cow*, premier documentaire de la cinéaste britannique Andrea Arnold.

## eddon Time

Anthony Hopkins, Ryan Sell, Andrew Polk,

**Synopsis**  
L'histoire très personnelle du passage à l'âge adulte d'un garçon du Queens dans les années 80, de la force de la famille et de la quête générationnelle du rêve américain.

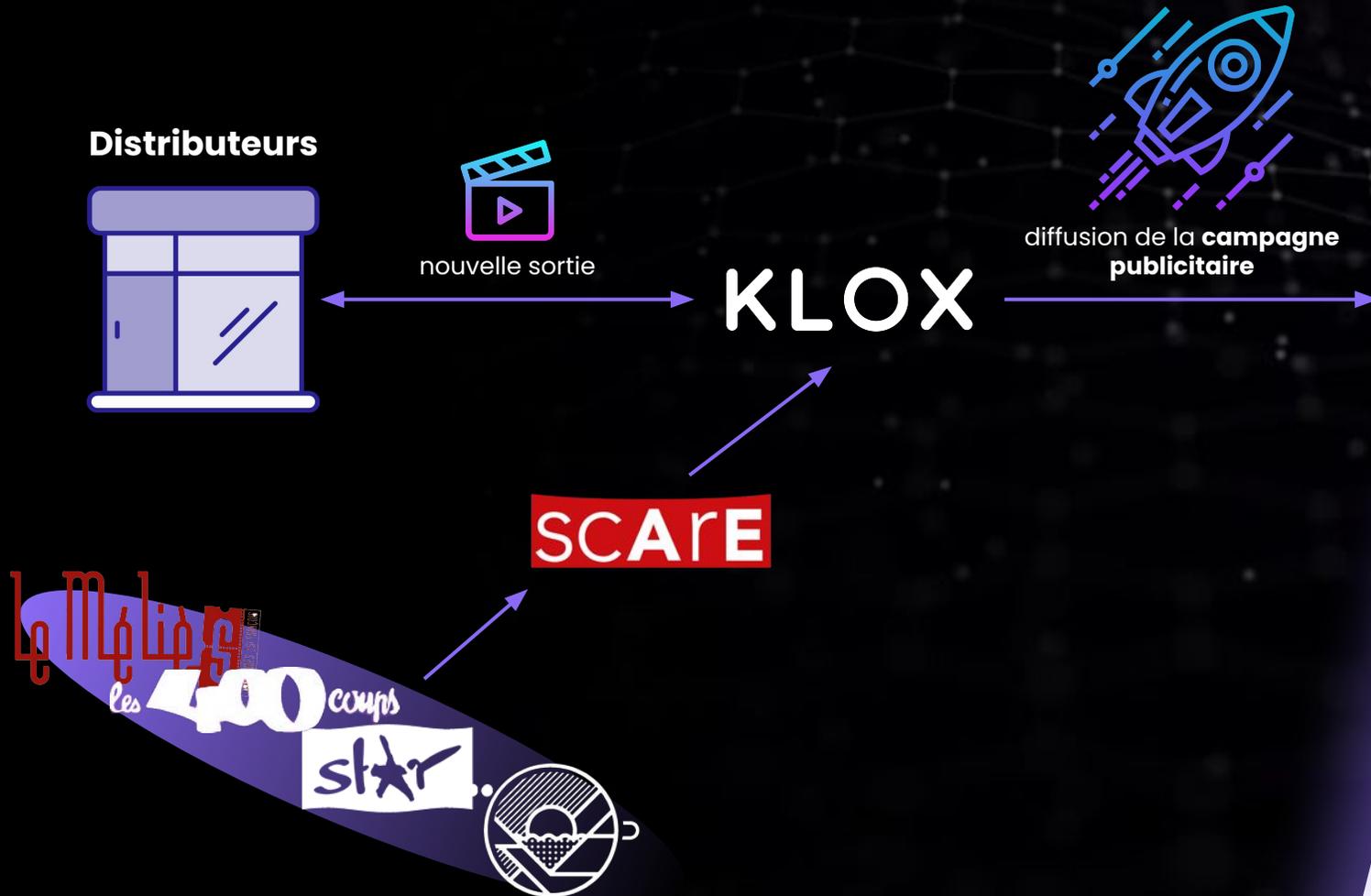
Envie de voir

# Stratégies possibles

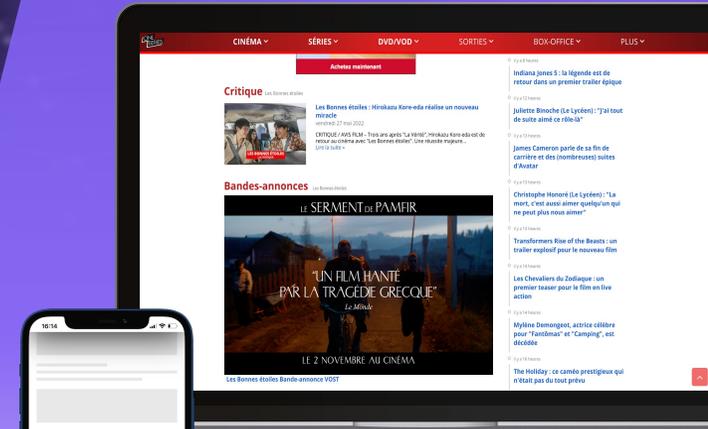


KLOX

# Projet final.



## Affichage display et vidéo



# Réglementation



## CMP: Règlement général sur la protection des données

*Précision nécessaires :*

- *Usage de la Data*
- *Qui va l'utiliser*
- *La durée de stockage*
- *Comment sortir de la base*



## La fin des cookies

- *Google a repoussé la fin des cookies à 2024*
- *Des solutions alternatives sont en développement (Universal ID, Ramp ID...)*
- *Pas la fin mais une évolution de la publicité ciblée*



Avec votre accord, [nos partenaires](#) et nous utilisons des cookies ou technologies similaires pour stocker et accéder à des informations personnelles comme votre visite sur ce site. Vous pouvez retirer votre consentement ou vous opposer aux traitements basés sur l'intérêt légitime à tout moment en cliquant sur "En savoir plus" ou dans notre politique de confidentialité sur ce site.

**Avec nos partenaires, nous traitons les données suivantes :**

Données de géolocalisation précises et identification par analyse du terminal, Publicités et contenu personnalisés, mesure de performance des publicités et du contenu, données d'audience et développement de produit, Stocker et/ou accéder à des informations sur un terminal

En savoir plus →

Accepter & Fermer

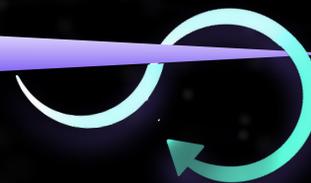
KLOX

# Next step.

*Si vous êtes intéressés...*

Activation dès le début

# 2023



- **RDV Webinar** avec notre **trafic manager** (*apprentissage pose de pixel*)

- **Pose du pixel**

- **Récupération, analyse et réutilisation** de la **Data** sur des **campagnes futures**

**Merci !**

***Des questions ? C'est le moment ! 🤝***