



Segmentation du public audiovisuel français

Il n'existe pas un public mais **des publics**, et selon ce que l'on développe, on sélectionne celui que notre projet devra attirer. Par la suite, pendant tout le développement, il est important de penser son projet cinématographique ou audiovisuelle en fonction du public à toucher, et donc à **ses problématiques et enjeux**.

On sépare trois grandes tranches en fonction des âges et des préoccupations de chaque public, elles-mêmes segmentées en plusieurs sous-tranches. Les connaître permet d'affiner les points d'attention de son projet.

PROGRAMMES JEUNESSE		
PRESCHOOL	KIDS 6-8 ans	TWEENS 10-13 ans,
Cible spécifique sur le plan cognitif et narratif : les enfants ont besoin de schémas simples, récits courts, souvent bouclés, et d'univers sécurisants. Thèmes : l'apprentissage émotionnel (peur, joie, partage), des notions sociales (amitié, la famille, les règles à l'école). Les épisodes font 2', 7' ou 11' minutes max). Ex : Oggy	Cœur historique de l'animation télévisuelle Les personnages sont identifiants, les intrigues plus complexes avec des aventures structurées (des quêtes, des missions) avec des valeurs sociales dans des intrigues plus complexes (justice, courage, amitié) et un humour plus élaboré Ex : Belfort et Lupin	<u>Cible stratégique : la consommation bascule vers les plateformes + live-action.</u> Intrigues sérieuses (programmes feuilletonnant), avec enjeux identitaires, personnages aux psychologies plus élaborées, on s'intéresse à l'émotion des personnages autant qu'à leurs aventures (+ amorce des transformations physiques) Parfois les univers sont réalistes, voire « sombres » Ex : Skam, ASkip, Miraculous

TRANCHE INTERMÉDIAIRE	
ADOS 15-18 ans	JEUNES ADULTES 18-25 ans Entre liberté et vertige
Thèmes de prédilection : montée des revendications identitaires (politique, engagement, identité sexuelle). Les thèmes de ces séries et de ces films tournent autour de l'injonction contradictoire : être semblable tout en étant différent. Ex : Nudes, Dear You, les 7 vies de Léa, Mercredi	Phase d'exploration identitaire vs peur de se "tromper de vie" Construction progressive de l'intimité, recherche de profondeur émotionnelle et de réciprocité. Rapport au monde plus conscient et plus critique, le socle narcissique se reconfigure : on devient plus dépendants de la reconnaissance sociale et professionnelle. Quête de cohérence interne : aligner valeurs/désirs/choix de vie Ex : Amours solitaires, Chair Tendre, Euphoria, Normal People, Amanda

PUBLIC ADULTE Cœur de cible publicitaire	
USAGE FAMILIAL	USAGE INDIVIDUEL
Programmes intergénérationnels, pour réunir parents et enfants (comédies, aventure, animation)	Adaptation aux goûts individuels (drame, thriller, polar, film d'auteur)
PROGRAMMES COMMUNAUTAIRES	
Programmes qui intéresseront des communautés, pour un public jeune adulte (Films de genre, fantaisie, ou films d'action)	