

Comunicare con il cinema



27 settembre 2010



Marco Cino
Presidente CdA
Echo



Massimiliano Langs
Direttore Generale
Opus Proclama



Fabrizio Paschina
Responsabile Pubblicità e Web
Intesa Sanpaolo

moderatore

Carmelo Stancapiano
Comitato Ferpi Lombardia



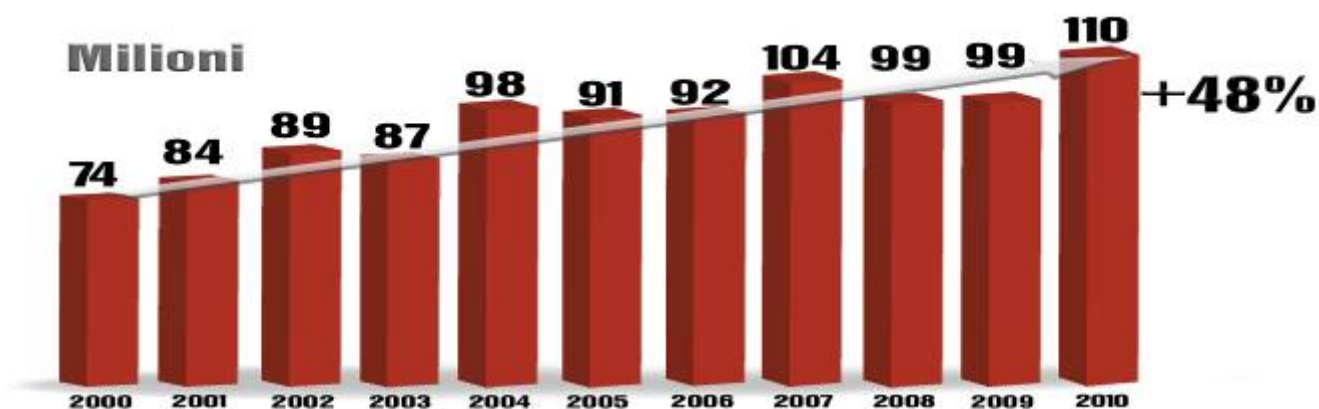


Fonti: Cinetel - Audimovie - Media Italia - Istat - BoxOffice

Gli italiani amano il grande schermo. Nei primi 8 mesi del 2010 sono stati venduti oltre **67 milioni di biglietti** con un **incremento del 16%** rispetto al 2009.

Gli incassi cinematografici sono **cresciuti del 26%**, anche grazie all'esplosione del 3D (il cui biglietto ha un costo superiore allo standard).

Il trend attuale può portare ad un totale di **>110 milioni di presenze** alla fine dell'anno: il miglior risultato dell'ultimo decennio.



La frequentazione cinematografica degli italiani non è molto elevata, se paragonata a quella di altri Paesi europei. Il **49,1%** della popolazione italiana si reca al cinema almeno una volta l'anno e di questi la metà si limita ad andarci **1-3 volte**:

| | | | |
|-----------|-----------|------------|-----------|
| 1-3 volte | 4-6 volte | 7-12 volte | >12 volte |
| 49,6% | 26,0% | 16,0% | 8,4% |

Fra gli spettatori vi è una leggera prevalenza del **pubblico femminile (53%)** e la presenza consolidata di un pubblico giovane e alto-consumante collocato nella fascia **18-44 anni (45%)**.

Il **51%** degli spettatori ha frequentato l'**università** o la **scuola media superiore** e ben il **64%** possiede un reddito compreso fra il **medio** e l'**alto**.



**I FILM
PIU' VISTI
NEL 2010**

| | titolo | presenze | di cui presenze 3D |
|----|---------------------|-----------|--------------------|
| 1 | AVATAR | 7.493.202 | 5.798.711 |
| 2 | ALICE IN WONDERLAND | 3.510.944 | 2.713.117 |
| 3 | IO, LORO E LARA | 2.537.203 | - |
| 4 | ECLIPSE | 2.491.432 | - |
| 5 | ROBIN HOOD | 1.772.968 | - |
| 6 | TOY STORY 3 | 1.651.997 | 1.160.081 |
| 7 | BACIAMMI ANCORA | 1.493.889 | - |
| 8 | SHERLOCK HOLMES | 1.436.476 | - |
| 9 | GENITORI E FIGLI | 1.402.394 | - |
| 10 | MINE VAGANTI | 1.396.821 | - |

dati aggiornati a fine agosto



Nel periodo gennaio-agosto 2010 i film di **produzione italiana** hanno avuto una discreta quota di mercato del **24%** (+3% rispetto al 2009).

Il dato che emerge fortemente è il successo dei **film 3D** (incasso +16% sul 2009), che conquistano i **primi 2 posti nella classifica** delle presenze (senza considerare *Shrek 4*, che è ancora in programmazione e sta ottenendo risultati significativi).

Il dato è ulteriormente rafforzato dal fatto che la sola quota delle proiezioni 3D rappresenta più del **70%** dell'incasso complessivo dei titoli distribuiti anche in questo formato. *Avatar* in particolare è il primo incasso nella storia del cinema.



> PUBBLICITA' AL CINEMA

Il **45%** degli intervistati ricorda spontaneamente almeno uno spot cui ha assistito al cinema (mediamente ne ricorda quasi 3, che salgono ad 8 con sollecitazione di ricordo).

Paragonando i risultati a medesima ricerca condotta sul mezzo televisivo emerge un valore triplo a favore del cinema.

Il **67%** degli intervistati dichiara che gli spot sul grande schermo sembrano più belli e spettacolari che in tv e il **55%** sostiene inoltre che la comunicazione al cinema è più spettacolare ed emozionante rispetto a tutti gli altri mezzi.

Il **16%** dichiara di aver acquistato un prodotto dopo aver visto lo spot al cinema.



> Il nuovo ambiente cinema



Il multiplex

- La scatola magica -



400 film lanciati ogni anno per un pubblico altamente segmentato.

100 milioni di persone che scelgono il cinema per passare il proprio tempo libero.

100 strutture con oltre il **63%** del mercato cinema in poco più di 10 anni:

I MULTIPLEX.

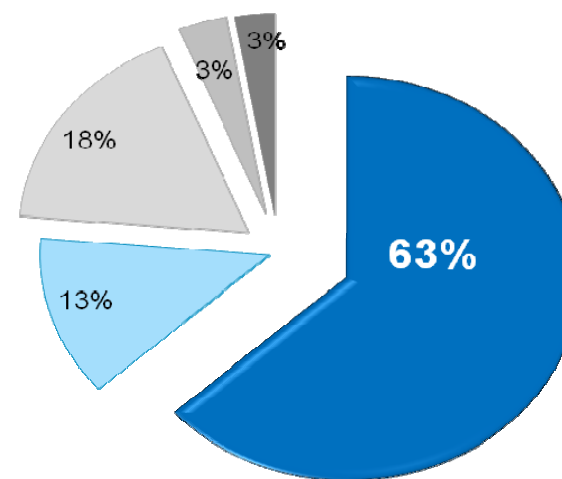


Il multiplex - La scatola magica -

Oltre cinquanta milioni di persone ogni anno passano il loro tempo in un ambiente nuovo: il multiplex.

I cinema non sono più soltanto "la sala" dove guardare il film ma sempre più agorà, luoghi ove passare il tempo libero.

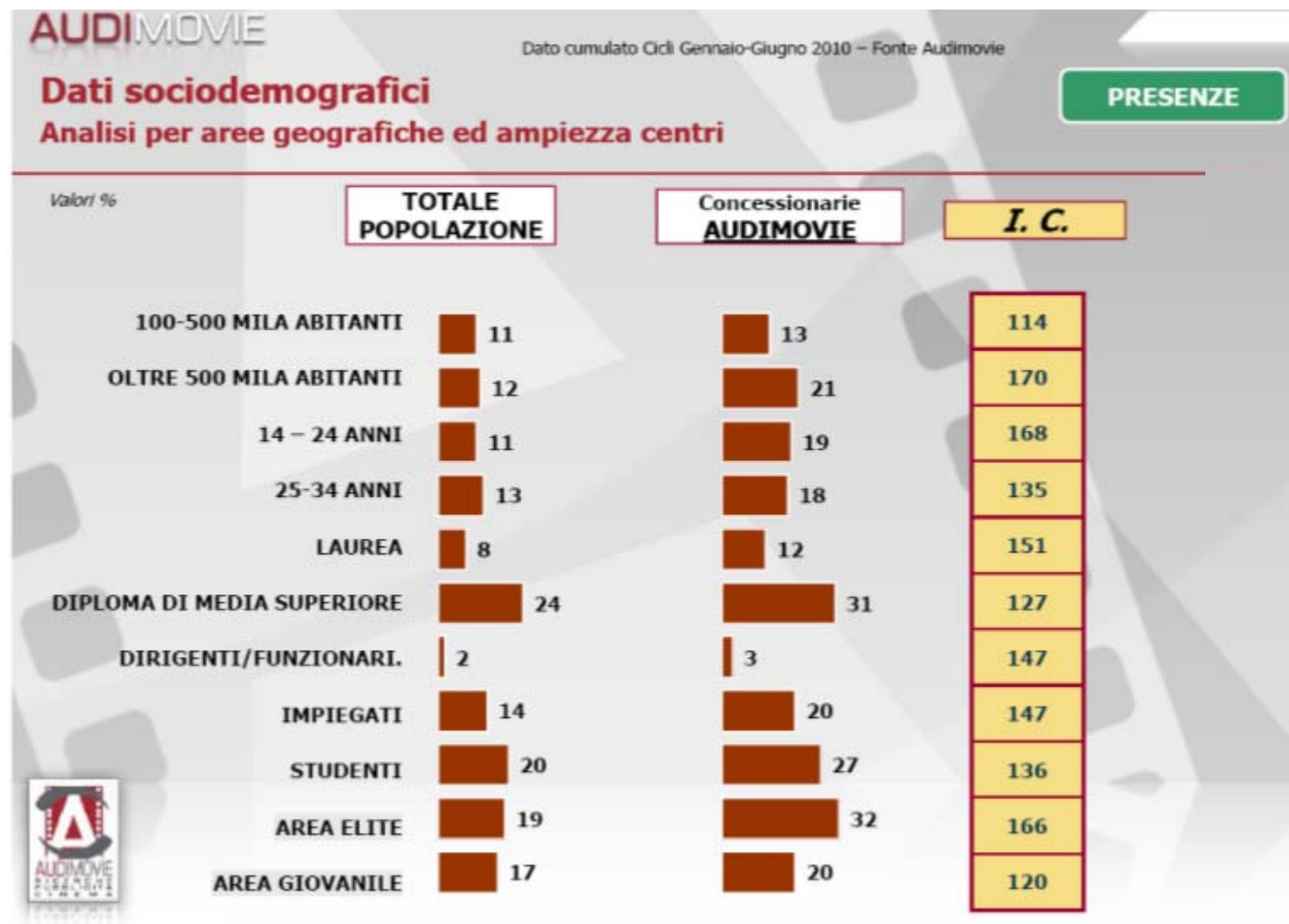
PRESENZE GEN-AGO 2010
64.496.950 biglietti



- Multiplex
- 6-7 schermi
- 3-5 schermi
- 2 schermi
- 1 schermo



Principali caratteristiche del target cinema



Il multiplex

– La scatola magica –



In un cinema
tutto è magia...
Condividiamo con le marche i
valori intangibili del cinema
catturando l'attenzione del
consumatore attraverso azione di
cinemarketing in location
uniche.





27 settembre 2010



- > **Il cinema come medium di comunicazione, anche aziendale**
- > **L'efficacia di un piano multicanale**
- > **La long tail di un progetto**





27 settembre 2010



Le possibilità di comunicazione al cinema

Case History



IERI



Pellicola

- Nessuna targetizzazione della campagna
- Consegna materiali 20 gg prima dell'on air
- Alti costi di produz. materiali
 - Unico soggetto per la pianificazione
- Pianificazione quindicinale o mensile
 - Impossibile pianificare realmente

OGGI



Digitale

- Massima targetizzazione della campagna, attraverso la scelta di un film, di un genere, dell'orario o di un giorno
- Consegna materiali 72h prima
- Nessun costo di produzione
 - Rotazione più soggetti
 - Flessibilità temporale
 - Geomarketing

DOMANI



Brand Experience

- Il media è il luogo in cui diventa importante la qualità del contatto e la moltitudine dei diversi linguaggi di comunicazione (advertising, digital, interactive, eventi, product trial, creazione database, etc.) in grado di suscitare risposte emotive che durino nel tempo, anche oltre il ritorno a casa





27 settembre 2010



> Le forme di legame con il cinema



> PROMOTION

Concorsi ed operazioni a premio per raggiungere efficacemente e gratificare ogni target.

BURGER KING

VINCI IL MONDO DI

TRANSFORMERS

AL CINEMA DAL 26 GIUGNO

SCEGLI

OPTIMUS PRIME® WHOPPER® O MEGATRON® XXL

RICEVERAI SUBITO UNA O PIU' CARDS* PER VINCERE UN VIAGGIO A DUBAI E INOLTRE

50 VIDEOGIOCHI TRANSFORMERS "LA VENETTA DEL CADUTO" **ACTIVISION**

100 ACTION FIGURES TRANSFORMERS **Hasbro**

*Aggiungendo una fetta di carne al tuo Optimus Prime® Whopper® riceverai un'ulteriore card; riceverai due card se acquisti Megatron® XXL.

Concorso in Card: gioco, si scarica clicando in originale in caso di scelta.
Concorso valida dal 1 giugno al 31 agosto 2009. Partecipazione libera entro il 3 settembre 2009. Valore max premio in denaro € 1.000.000. Regolamento completo su www.transformers.it o [**BASTARDI SENZA GLORIA**
IL NUOVO FILM DI QUENTIN TARANTINO

GUARDA IL TRAILER E VINCI LOS ANGELES!

GUARDA IL TRAILER FINO ALLA FINE
COMPILA IL FORM
E RISPONDI ALLA DOMANDA,
IN PALIO PER TE
UN VIAGGIO A LOS ANGELES!

HOME SINOSI PHOTOCALLERY **GUARDA IL TRAILER E VINCI LOS ANGELES!** SITO UFFICIALE](http://www.burgerking.it</small></p></div><div data-bbox=)



> CO-MARKETING

Gli obiettivi di due o più realtà si sposano per raggiungere un risultato finale più mirato ed efficace.

www.unieuro.it
Dall'8 al 30 Aprile 2010 **UniEuro**

IRON MAN 2
DAL 30 APRILE AL CINEMA
IRONMAN2-ILFILM.IT

TI SFIDA A VINCERE!
PREPARATI A UN MEGA-ATTACCO
DI PREMI A ESTRAZIONE!

100 COLONNE SONORE
80 VIDEOGAME PER PLAYSTATION 3
E XBOX 360
2 BIGLIETTI PER 2 PERSONE
PER IL CONCERTO ITALIANO DEGLI
AC/DC

3 CELLULARI
1 VIAGGIO FAVOLOSO A LOS ANGELES

LG Life's Good
ELEDOFE l'outlet di viaggi e vacanze
www.eledofe.it

CONSERVA LO SCONTRINO PER PARTECIPARE AL CONCORSO.

CONCORSO VALIDO DAL 08/04/2010 AL 30/04/2010 ESTRAZIONE FINALE ENTRO IL 04/05/2010
REGOLAMENTO COMPLETO SU WWW.UNIEURO.IT. IN TUTTE LE MULTIMEDIA OGGI 8.99€ CON SCONTO DEL 50%

CON **Fitness First**
SCEGLI IL GRANDE CINEMA
RITIRA QUI LA TUA
MOVIECARD* PER LA VISIONE DI
WANTED
SCEGLI IL TUO DESTINO
A PREZZO RIDOTTO

WANTED
SCEGLI IL TUO DESTINO

02.07.08
www.wanted-movie.com

Patatine Chips **sorpresa** **CRİK CROK**
100% Naturale
No Chips senza glutine
No glutine senza chips
No glutine senza patate
No glutine senza sale
No glutine senza oli vegetali

the Karate Kid
la leggenda continua
DAL 3 SETTEMBRE AL CINEMA
www.karatekid.it

ICA **CRİK CROK**

La PINS
o la FASCIA
in ogni
sacchetto



> LICENSING

La forza del cinema e dei character consente a prodotti di uso quotidiano di ottenere un push supplementare.



> PRODUCT PLACEMENT

Collocazione razionale di prodotti/servizi in una pellicola.
Per affermare un messaggio e reiterarlo nel tempo.



> EVENTI

Sorpresa, effetto spettacolare o momento di comunicazione.
Ad ognuno il suo stile con il cinema...



> Cinema e aziende: un legame spettacolare



> SHREK 4 e PAGINE GIALLE

Con l'orco più famoso del mondo paginegialle.it diventano verdi!

Obiettivo del portale è di stimolare iscrizioni ed arricchire il data-base.



La soluzione è un concorso che mette in palio premi-Shrek e offre contenuti per tutti gli iscritti.



> COIN e IL CINEMA

Coin offre con il Cinema un valore aggiunto di qualità ai propri clienti.

Vengono realizzati concorsi con premi a tema e mini-eventi.



Le attività vengono comunicate all'interno e all'esterno degli store, anche tramite vetrine ad hoc.



> ACQUA SANT'ANNA e IL CINEMA

Sant'Anna personalizza decine di milioni di etichette di acqua minerale con soggetti cinema.



Raccogliendo prove d'acquisto si possono vincere premi a tema.

I film ottengono grande visibilità e Sant'Anna arricchisce e diversifica le proprie confezioni.



> IL CINEMA e IL CALCIO

Il cinema scende in campo e comunica in forma non convenzionale titoli a target, sposando la passione degli italiani.

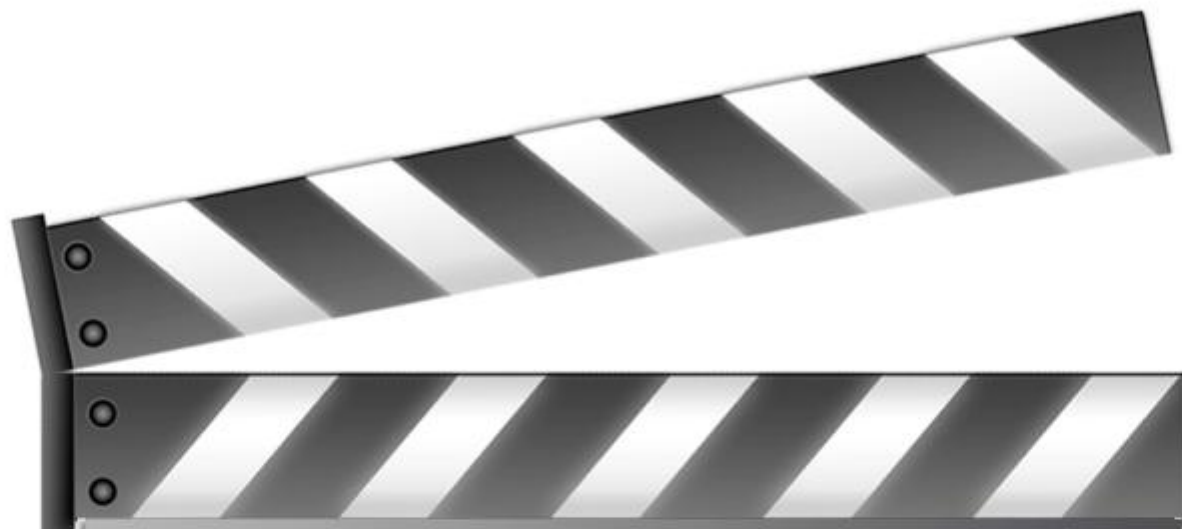


Le attività creano grande curiosità ed ottengono significativa copertura media.





27 settembre 2010



Il cinema oltre il cinema

Gli eventi Live



IL 3D



Immergersi nell'evento

- l'esperienza della visione di un film realizzato in **3D stereoscopico** è uno degli elementi di maggior successo del cinema di questi giorni.
- vivere l'esperienza in 3D anche nella comunicazione di brand **rafforza al massimo il ricordo** che lo spettatore ha **del brand**
- **l'immersione** della persona nel messaggio di marketing è **totale**, fa diventare attori protagonisti gli spettatori seduti in sala





27 settembre 2010