



Comunicato stampa

AUDIMOVIE PRESENTA INDAGINE SULLO SPETTATORE CINEMA E FILE DI PIANIFICAZIONE 2010

Audimovie ha presentato l'Indagine sullo spettatore cinema e il File di pianificazione 2010 (14 Settembre, Terrazza Martini, Milano), di fronte a inserzionisti e centri media. Erano presenti circa centottanta persone, a testimonianza della grande attenzione in questo momento riservata al cinema.

Focus sul Cinema

La presentazione ha offerto l'occasione per un focus su un media che sta rapidamente evolvendosi. Il Cinema vive un periodo aureo dovuto ad alcuni importanti fenomeni che vanno consolidandosi: il successo del 3D, la digitalizzazione, la proiezione nelle sale di eventi, lo sviluppo di nuove tipologie di struttura che offrono motivi di attrazione aggiuntivi oltre alla normale proiezione della pellicola. Oggi il Cinema regala prospettive nuove al mercato pubblicitario, come sottolineato nel corso del suo intervento da Fidelio Perchinelli, Presidente Audimovie.

L'Indagine Quantitativa

Audimovie fornisce i dati sulle presenze nelle sale cinematografiche attraverso la propria Indagine Quantitativa sui biglietti venduti. Dati che vanno sempre più articolandosi per rispecchiare i cambiamenti in atto. Per esempio sono da poco disponibili i dati sui biglietti venduti per le sole proiezioni in 3D e i dati per settimana oltre che per Ciclo, perché la digitalizzazione consente alle aziende di pianificare con tempistiche più flessibili. Il mezzo Cinema dispone quindi di una peculiarità particolarmente favorevole ai fini della misurazione per il mercato pubblicitario: i biglietti, cioè le "presenze", che sono completamente definiti e misurati in modo oggettivo e indipendente.

Indagine 2010 sullo spettatore Cinema

Audimovie, oltre all'Indagine Quantitativa, dal 2008 sta progressivamente sviluppando l'Indagine Quali-Quantitativa sullo spettatore Cinema per rispondere alle domande: chi è lo Spettatore del Cinema? Qual è la sua frequenza al Cinema? Qual è il profilo delle Concessionarie? Qual è il profilo dei Circuiti delle Concessionarie?"

Nel 2010 la ricerca si avvale di una nuova soluzione metodologica: un panel con registrazione periodica dei comportamenti tramite strumento elettronico (Dialogatore).

L'indagine "Panel Dialogatore", commissionata da Audimovie all'istituto GFK Eurisko, impiega un panel di 4.000 famiglie (circa 10.000 individui) rappresentativo dell'Universo Famiglie Italiane (per Area Geografica, Ampiezza del Centro di Residenza, Numero componenti, Ciclo di vita, Sesso, Età, Istruzione, Professione del capofamiglia).

Ciascuna famiglia è dotata di un Dialogatore, uno strumento elettronico che permette al panelista di inserire continuamente le informazioni richieste: il film visto, il cinema e la sala in cui è stato proiettato, la data e l'orario di visione, abbinandole al proprio profilo socio-demografico. Il Dialogatore è dotato di una fotocamera che fotografa direttamente i biglietti d'ingresso garantendo la completezza e l'oggettività dei dati.



La nuova metodologia ha permesso di definire il target Cinema per singola Concessionaria e per i Circuiti di quella Concessionaria, e per la prima volta questi dati saranno fruibili da tutti gli operatori attraverso un File di Pianificazione.

Il profilo dello spettatore Cinema

Nei primi sei Cicli Audimovie dell'anno 2010 (Gennaio-Giugno) l'Indagine sullo spettatore Cinema evidenzia una leggera prevalenza del pubblico femminile (53%) rispetto a quello maschile (47%). La presenza consolidata di un pubblico giovane e "consumante", quello della fascia 18-44 anni che annovera il 45% degli spettatori. Il 51% ha frequentato l'università o la scuola media superiore. Ma soprattutto è da sottolineare che il 64% degli spettatori ha un reddito compreso tra il medio e l'alto.

3D e digitalizzazione

3D e digitalizzazione rappresentano i due fenomeni che stanno cambiando in maniera veloce e radicale il mezzo. La nuova stagione del 3D promette di essere duratura e di consolidarsi col tempo. Anche grazie al 3D le vendite dei biglietti nei Cicli da Gennaio ad Agosto 2010 hanno fatto segnare un +16% rispetto al 2009 (fonte Audimovie). Nello stesso periodo Audimovie registra un numero di presenze alle proiezioni in 3D pari al 17% del totale.

L'altro importantissimo fenomeno, la digitalizzazione degli esercenti, ovvero la sostituzione dei vecchi proiettori e delle "pizze" con moderni proiettori digitali per la proiezione del film o anche solo della pubblicità, sta avendo conseguenze dirette sul piano degli investimenti pubblicitari e delle modalità di pianificazione. La digitalizzazione offre la possibilità di pianificare secondo una periodicità flessibile, di pianificare la singola pellicola e di conseguenza di selezionare con estrema accuratezza un target specifico, di abbattere i costi di produzione dei materiali, di controllare l'avvenuto passaggio dello spot attraverso moderne tecnologie.

Un ruolo importante nel processo di digitalizzazione lo stanno avendo le Concessionarie, che investono in prima persona per attrezzare gli esercenti con le nuove tecnologie e mettono a punto innovative politiche commerciali.

Gli sviluppi dell'Indagine sullo spettatore Cinema

Le indagini svolte negli anni passati hanno dimostrato che l'interazione con il Cinema non è solo un semplice "contatto mediale" ma costituisce un "evento speciale" con una forte pregnanza e specificità di vissuti: in relazione al film visto, in relazione all'esperienza complessiva che l'uscita al Cinema è in grado di alimentare, anche rispetto ai servizi ulteriori presenti in alcune tipologie di Strutture. Per tale ragione Audimovie sta valutando per l'indagine 2011 l'introduzione di ulteriori sviluppi: categorizzazione dei film per genere (Avventura, Commedia, ecc.), categorizzazione delle strutture in base ai servizi ulteriori stabilmente presenti (negozi, ristoranti, aree di intrattenimento e/o di gioco, ecc.). Ogni "contatto"/ogni uscita al Cinema di ciascuno spettatore potrà essere corredata di tali informazioni. Il mercato potrà utilizzare i dati per progettare nuovi target e nuove modalità di pianificazione.



AUDIMOVIE S.R.L.
Via Larga, 31
20122 Milano
Tel. 02.58.32.86.78
Fax 02.58.43.55.43
www.audimovie.it