

POLITICA COMMERCIALE

gennaio-febbraio 2016

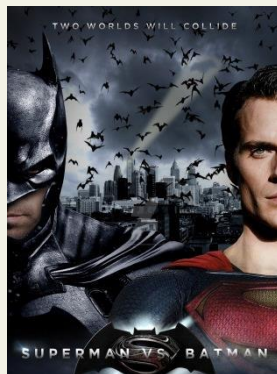
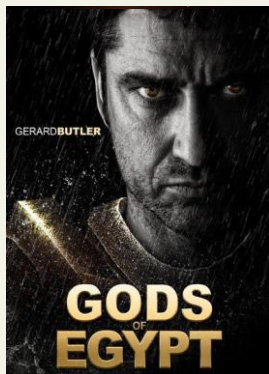
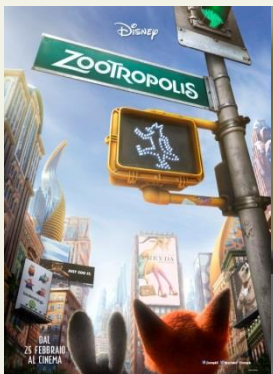
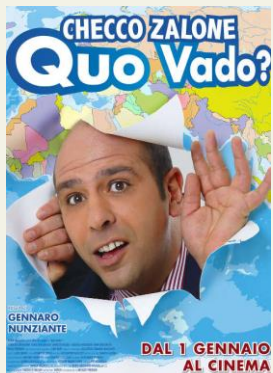


KEYWORDS

ASPETTATIVA
FILM
ESPERIENZA
GRANDE SCHERMO
BUIO ASSOLUTO
ATTESA
SCELTA
PLURISENSORIALE
ASSENZA DI
INTERRUZIONI
CONTINUITÀ
DI
FRUIZIONE
COINVOLGIMENTO
SPETTATORE
IMMEDESIMAZIONE
LEGAME
PASSIONI
STATI D'ANIMO
CONDIVISIONE
PENSIERI
COMMENTI
GIUDIZI
ATTIVITÀ SOCIALE



PROSSIMAMENTE



ATTENZIONE

ASSENZA DI
DISTRAZIONI

EMOZIONE

ASSOCIAZIONE DEL MESSAGGIO
PUBBLICITARIO AD ESPERIENZE POSITIVE

ATTENZIONE AL
MESSAGGIO

RICORDO

AUMENTO DELLA PROPENSIONE
ALL'ACQUISTO

ATTENZIONE ALLA PUBBLICITÀ



CINEMA
315



WEB
141



RADIO
121



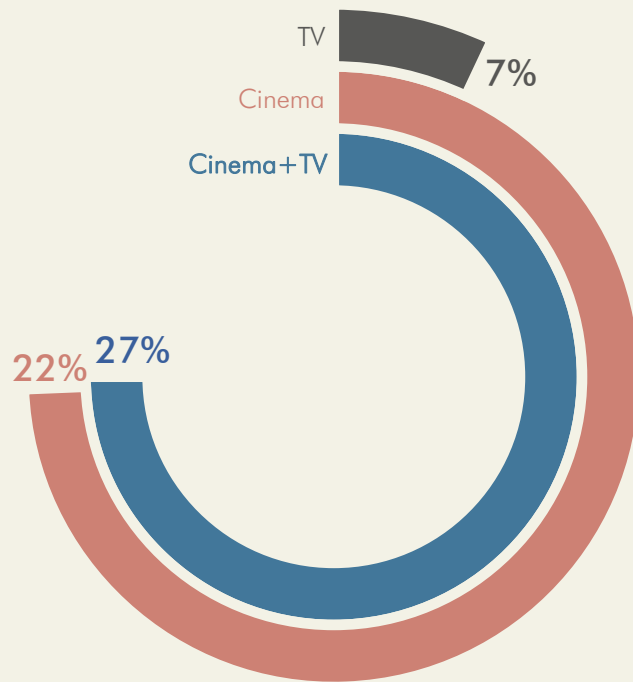
TIVÙ
102

Fonte: ricerche Lexis 2011; Ricordo sponaneo medio



RICORDO

Ricordo spontaneo
della pubblicità:

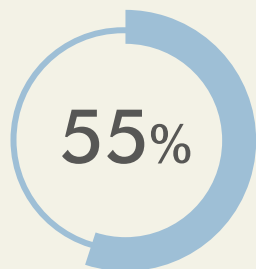


la sinergia di una
campagna **tv+cinema**

Fonte: ricerche Lexis 2011; Ricordo sponaneo medio

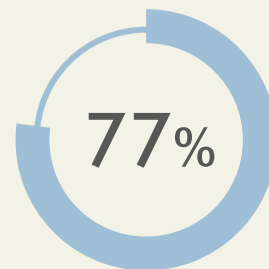


IL PUBBLICO



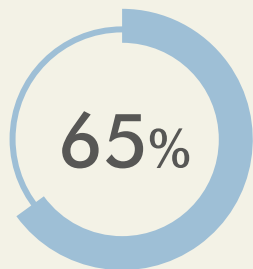
COLTI

diplomato-laureato



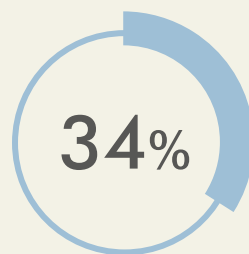
ÉLITE

quadrante "élite"
(mappa Eurisko)



GIOVANI

meno di 44 anni

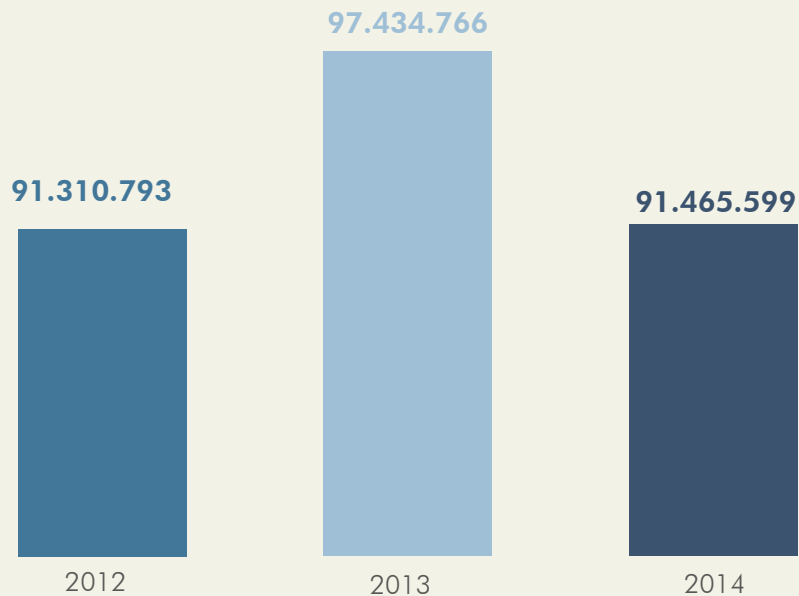


INDIPENDENTI

reddito elevato

Fonte: EURISKO

TREND PRESENZE

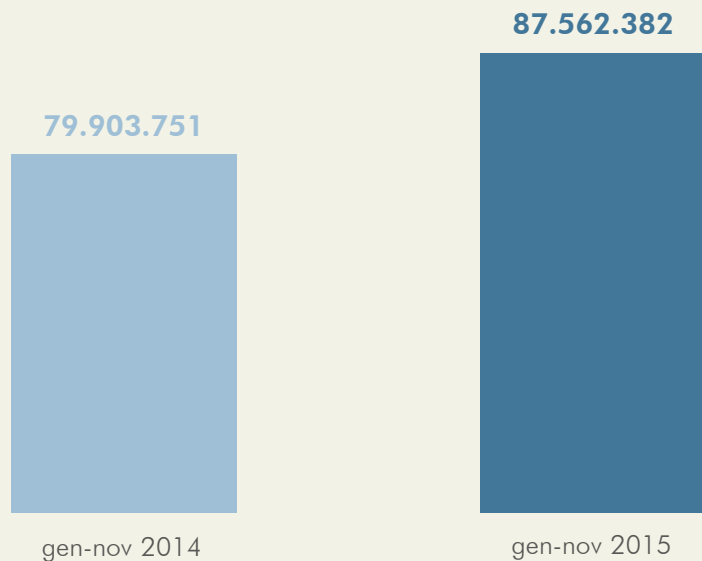


Il mercato cinematografico è influenzato dalla qualità della programmazione in sala, come testimonia l'andamento altalenante degli ultimi anni.

Il 2014, dopo un 2013 ricco di film, torna ai valori del 2012.

Fonte: Cinetel

SPETTATORI 2015



I primi undici mesi del 2015 segnano un ottimo **+10%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Fonte: Audimovie, settimana 1-48, 2015 vs 2014



IL GRANDE SCHERMO

POLITICA
COMMERCIALE

IMPAGINAZIONE E PRODOTTI



MOVIE SPOT

PREMIUM SPOT

SEGUI FILM

TOP SPOT



promo editore

trailer

FILM

BLOCKBUSTER

percorso mensile che permette di seguire i film di maggiore richiamo nella prima settimana d'uscita in sala, posizionato alla fine del premium spot

ADV STORY

formati lunghi per comunicare valori e innovazioni aziendali
posizionato nell'ultima posizione del Movie Spot

PRESTIGE TIME

modulo esclusivo per i clienti lusso
posizionato subito dopo il segui film nei salotti cittadini

LIBERA

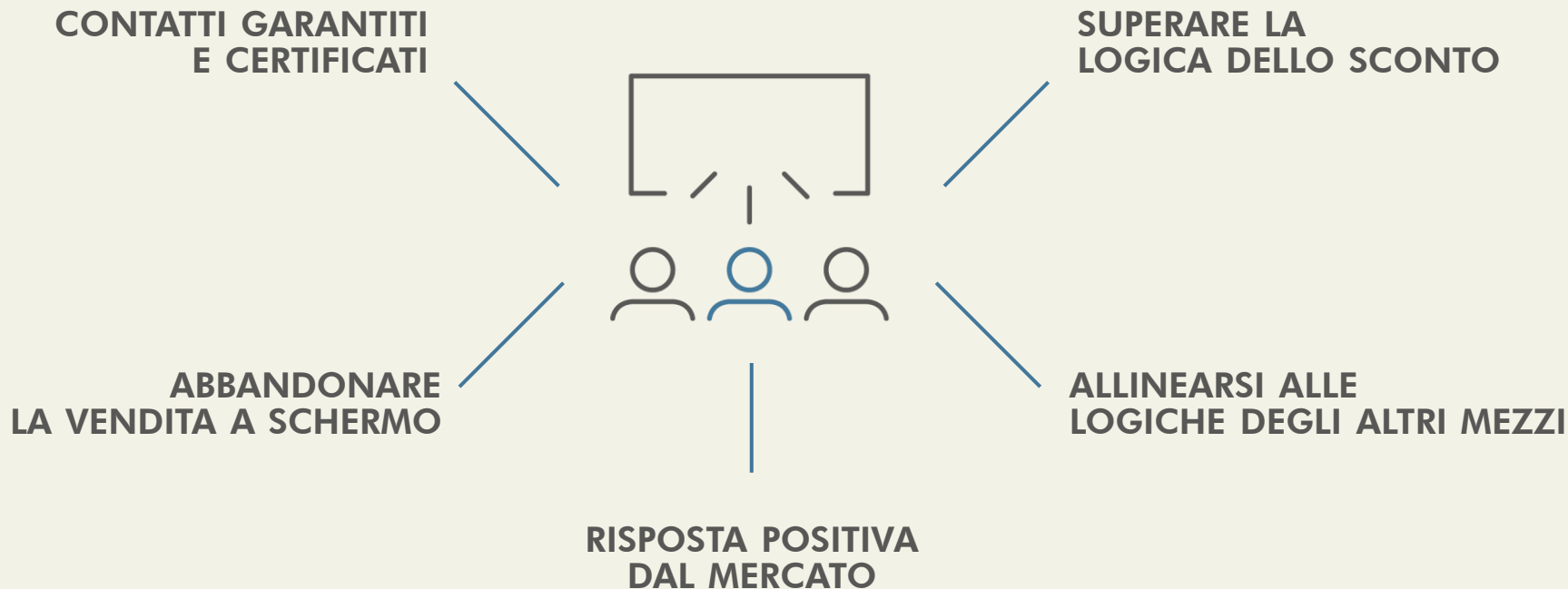
possibilità di acquistare il cinema di interesse per localizzazione o target

TARGET

percorso settimanale utile per pianificare la propria campagna pubblicitaria profilando il target di fruizione: uomini, donne o famiglie con bambini



NOVITÀ



COSTO CONTATTO

ANALISI QUANTITATIVE

ANALISI
MODALITÀ DI VENDITA PERIODI
PRECEDENTI
RAFFRONTO
CON ALTRI MEZZI
GARANZIA
DEI CONTATTI

ANALISI QUALITATIVE

CONTATTI CERTI
BIGLIETTI CERTIFICATI CINETEL
CONTATTI ATTENTI
BUIO IN SALA/GRANDE SCHERMO
FRUIZIONE ESCLUSIVA
CONTATTI QUALIFICATI
TARGET DI QUALITÀ

COSTO
CONTATTO
CINEMA

0,08

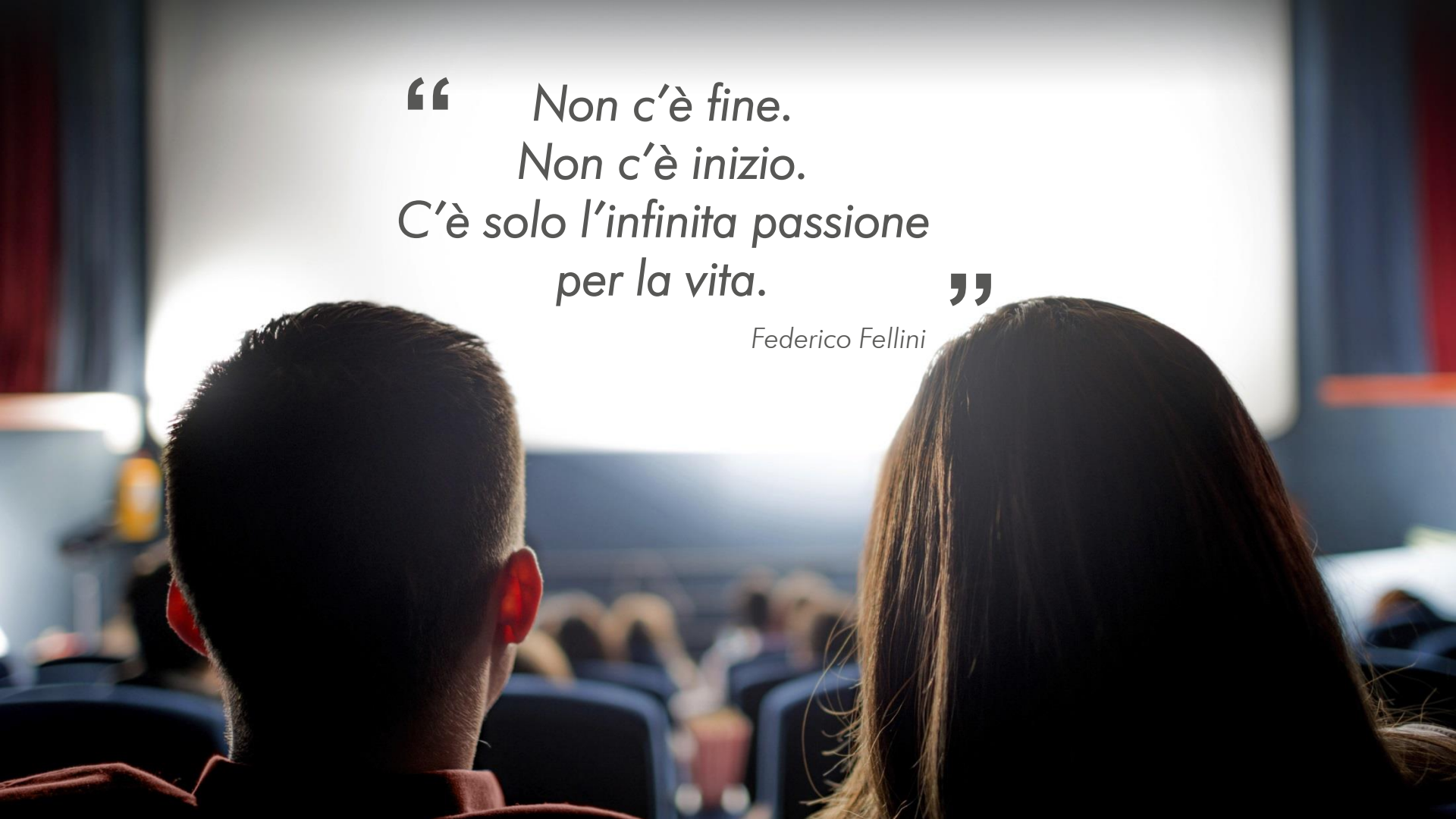
**DA 0,08 PER LA NORMALE PROGRAMMAZIONE A
0,10 PER I PRODOTTI IN TARGET E IL TOP SPOT**

Il cpc varierà in relazione alla vicinanza con l'inizio del film, per attestare sia la quantità persone in sala che il livello di attenzione e coinvolgimento del pubblico.

Costo a listino lordo 0,50 cpc

10% margine di tolleranza sugli spettatori. Eventuali prolungamenti campagna a consuntivo non garantiscono il posizionamento

Riparametrazione sui secondaggi

A couple is seen from behind, sitting in a theater. The man is on the left, and the woman is on the right. They are looking towards a bright screen in the background. The lighting is dim, with the screen being the primary light source. The text is overlaid on the screen area.

“ Non c’è fine.
Non c’è inizio.
C’è solo l’infinita passione
per la vita. ”

Federico Fellini