



publicine

PUBLICIDAD EN CINE

Argumentario ventas 2020

Revisión 12/02/2020

Índice

Pág 2 - Ventajas del medio cine

Pág 5 - Rentabilidad del medio cine

Pág 6 – Menciones

Pág 7 – ROI (Retorno de inversión)

Pág 8 – Inversión medios convencionales

Pág 9 – Evolución de espectadores

Pág 10 – Porcentaje de espectadores por meses

Pág 11 – Percepción de exceso de publicidad por medio

Pág 12 – Gráficos de perfiles y hábitos de espectadores

SOCIAL

Pág 13 – Sexo

Pág 14 – Edad

Pág 15 – Edad promedio

Pág 16 – Por día semana

Pág 17 – Clase social

Pág 18 – Ciclo vida familiar

Pág 19 – Rol familiar

Pág 20 – Estado civil

CONSUMO

Pág 21 – Juegos de azar

Pág 22 – Posesión bienes o servicios

Pág 23 – Hábitos de compra

Pág 24 – Bebidas con alcohol

Pág 25 – Bebidas sin alcohol

Pág 26 – Ocio y cultura

FORMACIÓN

Pág 27 – Nivel de estudios

Pág 28 – Conocimiento del inglés

Pág 29 – Conocimiento del francés

TURISMO

Pág 30 – Conductor de vehículos

Pág 31 – Turismo

Pág 32 – Transportes habituales

Pág 33 – Transportes largo recorrido

SALUD, BELLEZA, IMAGEN

Pág 34 – Deportes

Pág 35 – Cuidado cabello

Pág 36 – Cuidado de la mujer

Pág 37 – Cuidado del hombre

Pág 38 – Uso productos salud

Pág 39 – Cuidado solar

Pág 40 – Adelgazamiento y dietas

Pág 41 – Contacto

A la audiencia hay que buscarla...

A la audiencia hay que escucharla...

A la audiencia hay que observarla...

A la audiencia hay que seducirla antes de atraparla

¿Cómo?



¡Así!

Ofreciéndole algo que valore: diversión, ocio y entretenimiento

Cuando la audiencia se divierte y se relaja, baja la guardia. Y en ese momento es cuando entramos nosotros para persuadirla con nuestros mensajes publicitarios.

Publicine no se dirige a la audiencia cuando ésta viaja, ni cuando está trabajando, ni cuando llega a casa cansada, ni cuando está comiendo, ni cuando se aburre, lee o escucha música...

Publicine se dirige a la audiencia cuando está despreocupada y con ganas de pasar un buen rato. Nos dirigimos a la audiencia sólo cuando ella nos quiere ver y escuchar. Cuando está receptiva. **Y por eso nos recuerda más que al resto, porque la seducimos en el momento idóneo.**

Los anuncios del cine son visualizados independientemente de la ideología

Hay mucha gente que por diversas razones (sobre todo ideológicas y políticas) sólo ven ciertas cadenas de TV, leen determinados periódicos o escuchan algunas emisoras de radio.

El cine no se asocia de ningún modo a ninguna ideología política ni provoca rechazos por este motivo.

En el cine recibimos los impactos publicitarios en actitud positiva

Cuando vamos al cine sabemos lo que queremos ver, estamos dispuestos y recibimos los mensajes de una manera diferente a los de prensa, radio o televisión.

En cualquier acción de marketing que lleves a cabo, el punto más importante, el que da sentido a la acción, es la valoración del retorno de inversión.

No conocer el retorno significa andar a ciegas y con miedo. En cine tenemos estudios que demuestran que tendrás el más alto retorno.

¿Para qué quieres que te vean o escuchen en poblaciones en las que no tengas interés comercial? En cine podrás segmentar geográficamente, sin desperdiciar impactos.

La alta saturación publicitaria en otros medios y soportes disminuye la notoriedad de tu anuncio. En el cine la saturación es muy baja.

¿Por qué dirigirte al total población pudiendo hacerlo únicamente a la población más consumista? Los espectadores de cine están demostrando tener hábitos de consumo muy por encima de la media de población y de otros medios.

¿Tienes interés en un target muy concreto? Nosotros podemos emitir tu anuncio únicamente en las películas más afines a tu target.

¿Por qué el cine es el medio publicitario más rentable?

Porque genera el mayor grado de recuerdo.

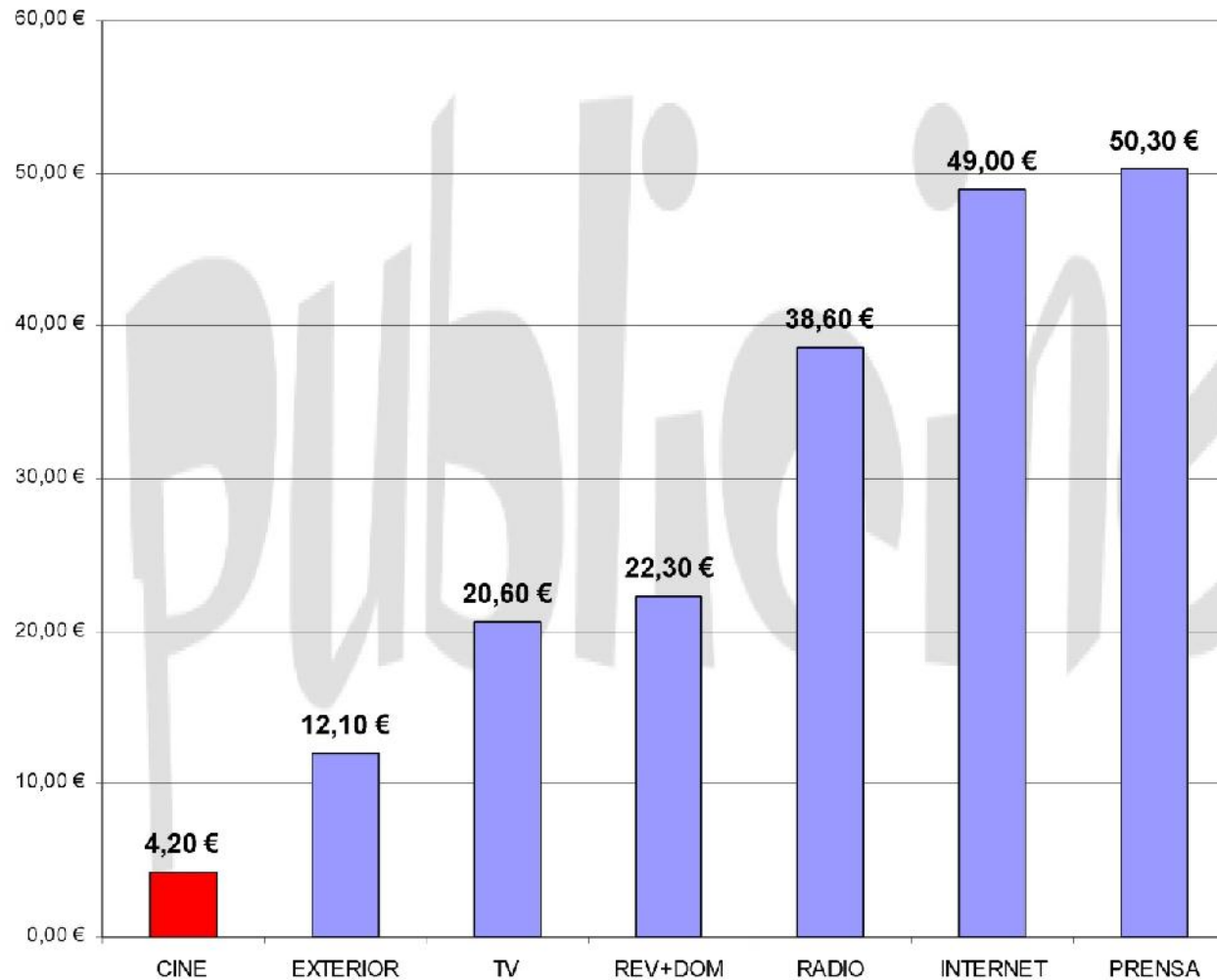
Y esto provoca que tenga...

...el mayor retorno de inversión (ROI)

...el menor coste por mención

COSTE MENCIÓN

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



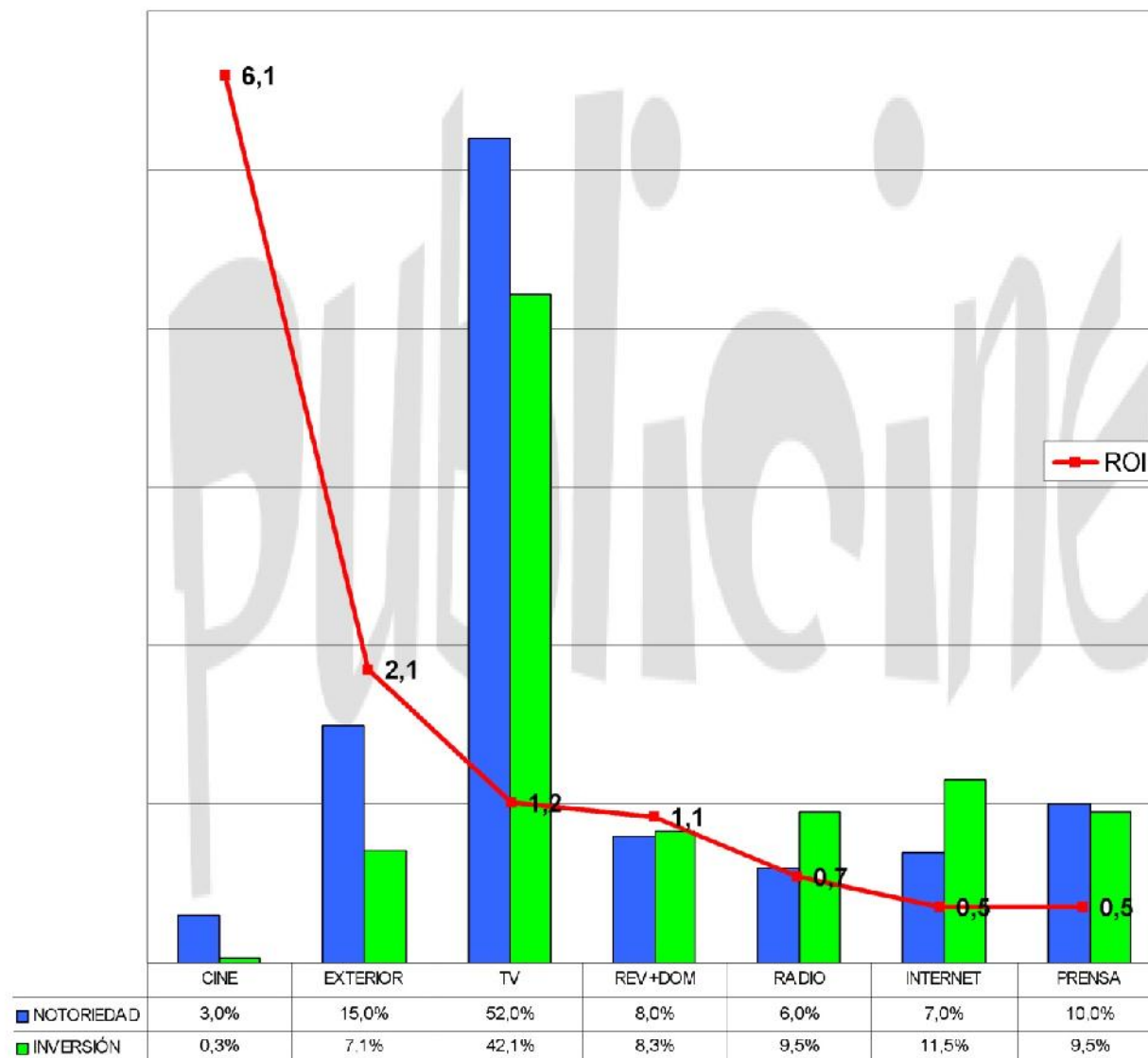
Fuente: Infoadex Estudio Inversión 2010. Notoriedad IOPE total menciones 2010

El coste por mención en el medio cine es el más económico.

Una mención es cuando al ser encuestado un individuo, responde de forma espontánea e inequívoca qué anuncio ha visto y en qué medio.

RETORNO DE INVERSIÓN

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L | www.publicine.es



Fuente: Infoadex Estudio Inversión 2010. Notoriidad IOPE total menciones 2010

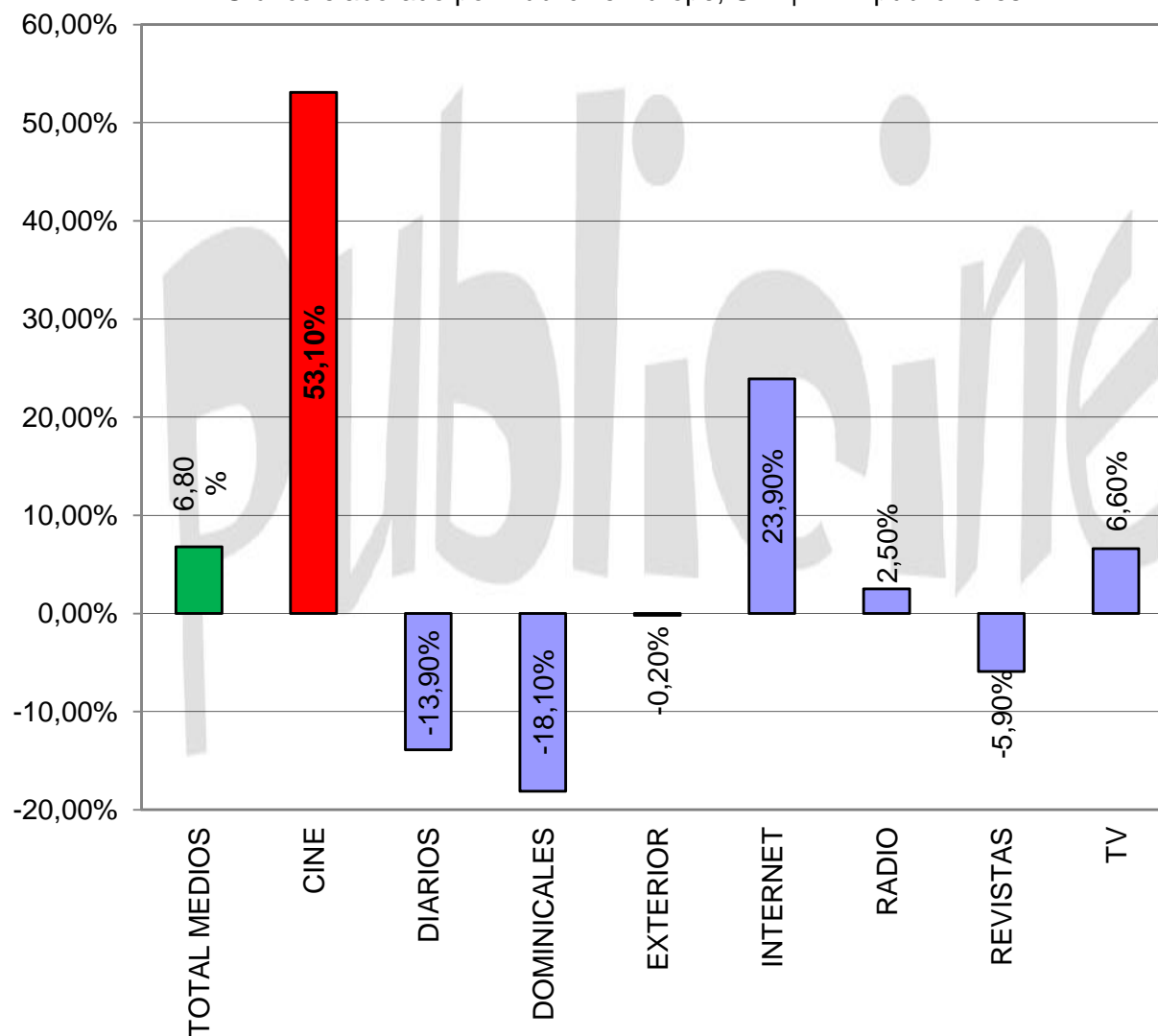
El cine tiene el retorno de inversión más alto de todos los medios.
Obsérvese que con tan sólo un 0,3% de inversión logra el mayor porcentaje de notoriidad y el mayor retorno.

Inversión en medios convencionales

% incremento 2017 vs 2015

Fuente: Infoadex

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es

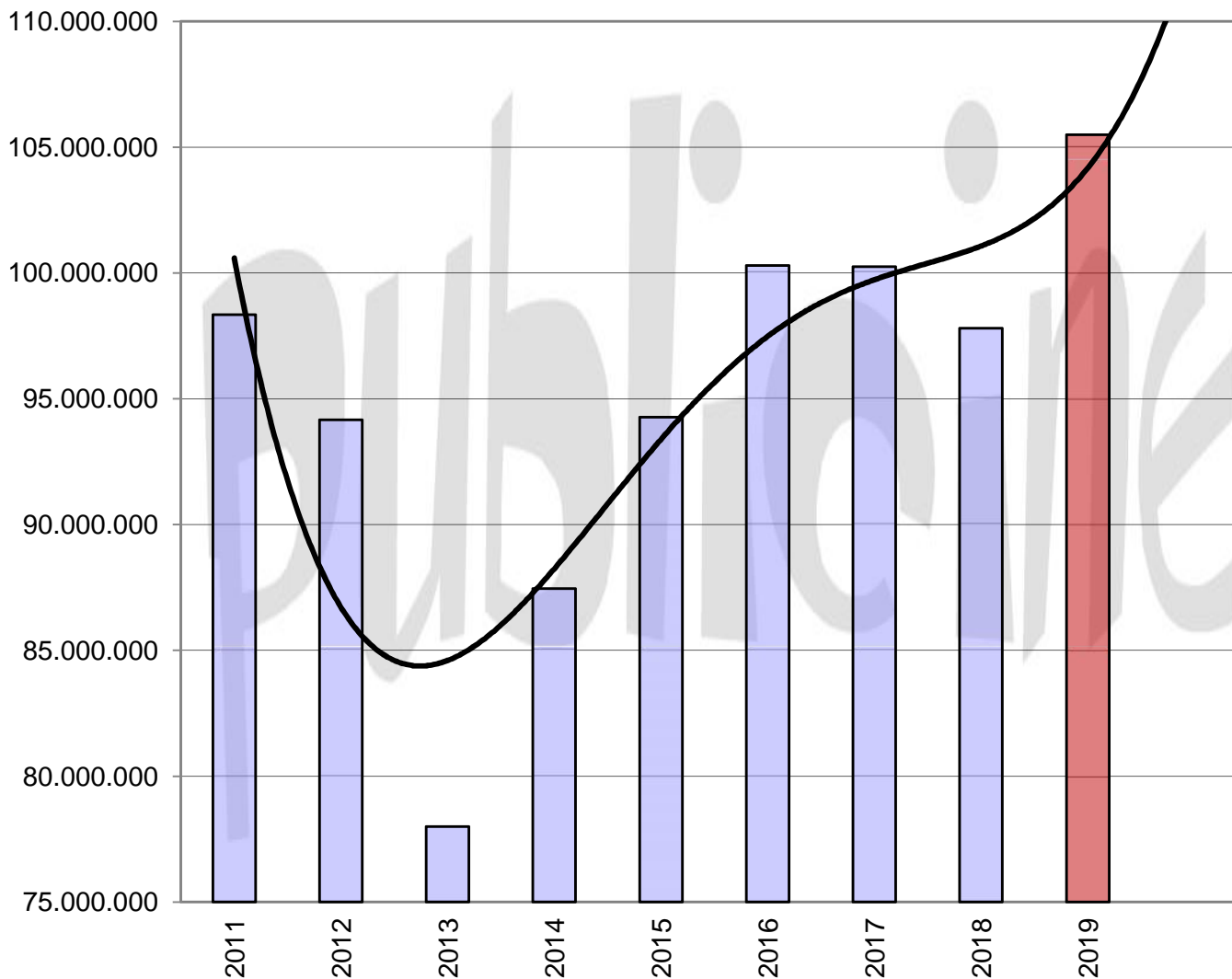


El medio que mayor incremento porcentual tuvo en 2017 respecto a 2015 fue el cine.

Evolución espectadores 2011-2019

Fuente: Rentrak - comScore

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es

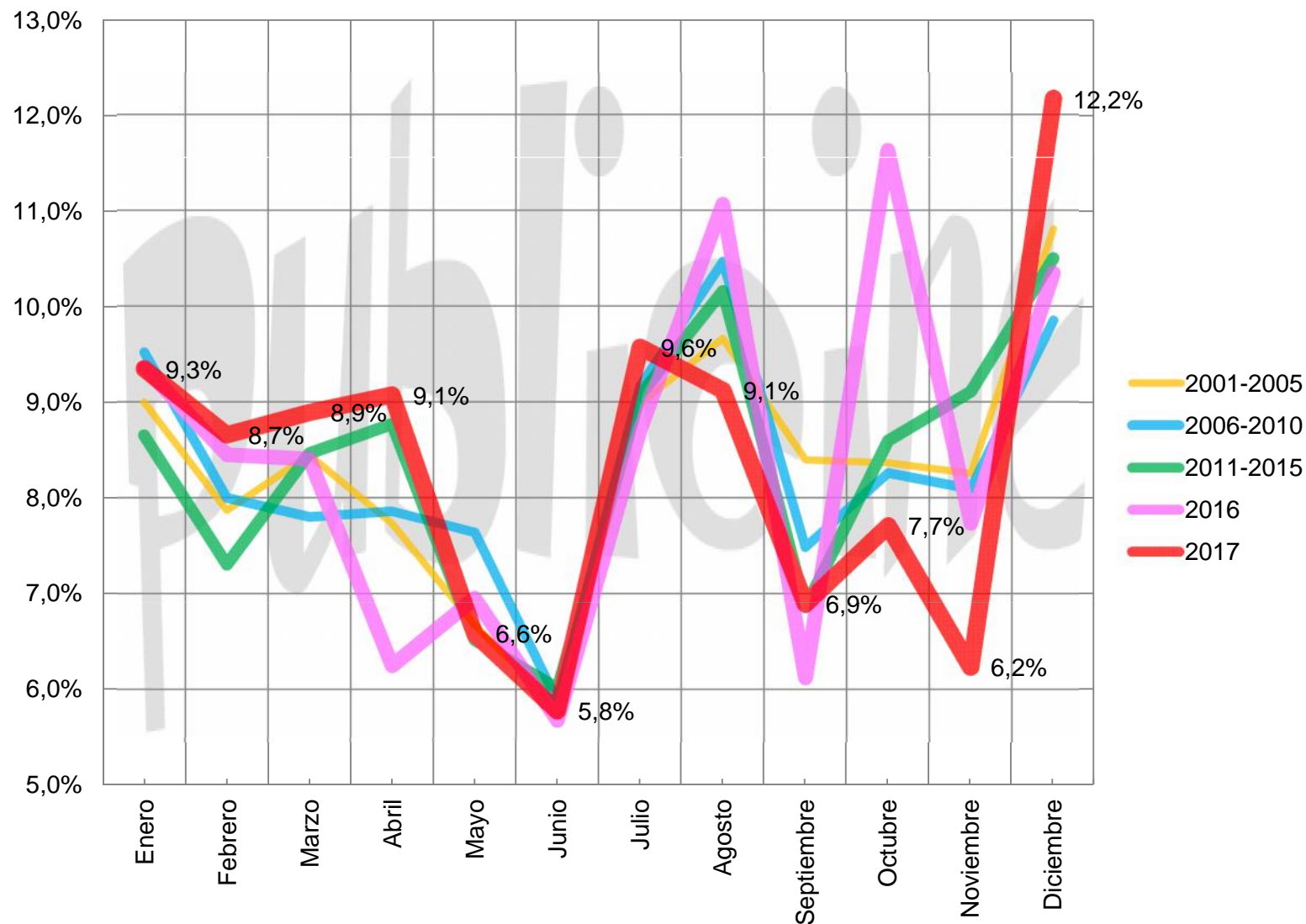


El cine sigue aumentando su audiencia.

% Espectadores cine por meses

Fuente: comScore

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es

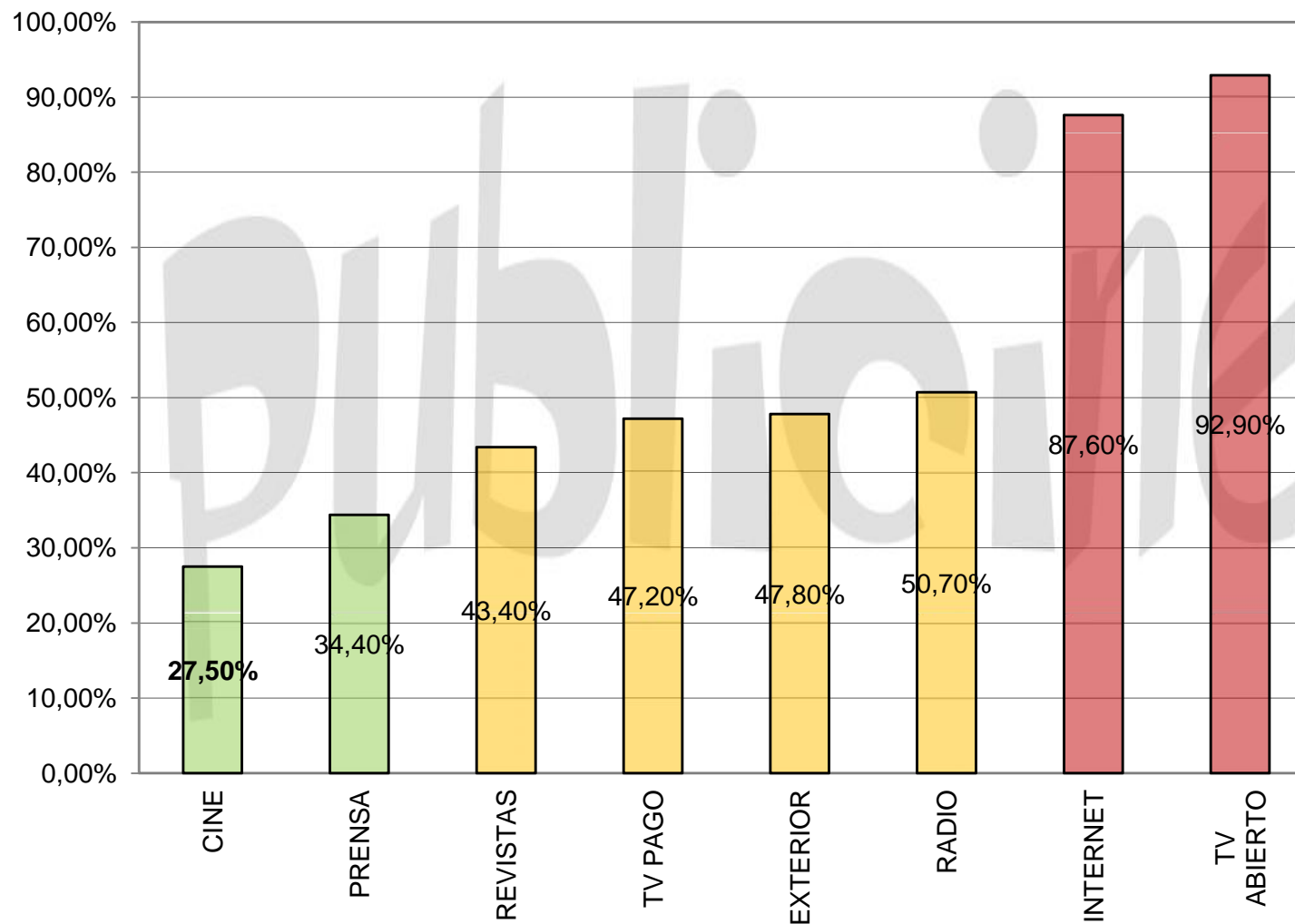


NOTA: Detalle individual solo en los años 2016 y 2017.

En el resto de franjas en grupos de 5 años se ha hecho la media de cada mes.

% Percepción exceso de publicidad

Fuente: AEA (Asociación Española de Anunciantes)
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



Los espectadores de cine son los que menos exceso de publicidad perciben.
Esto genera una mejor actitud y atención a lo que se emite en la pantalla.

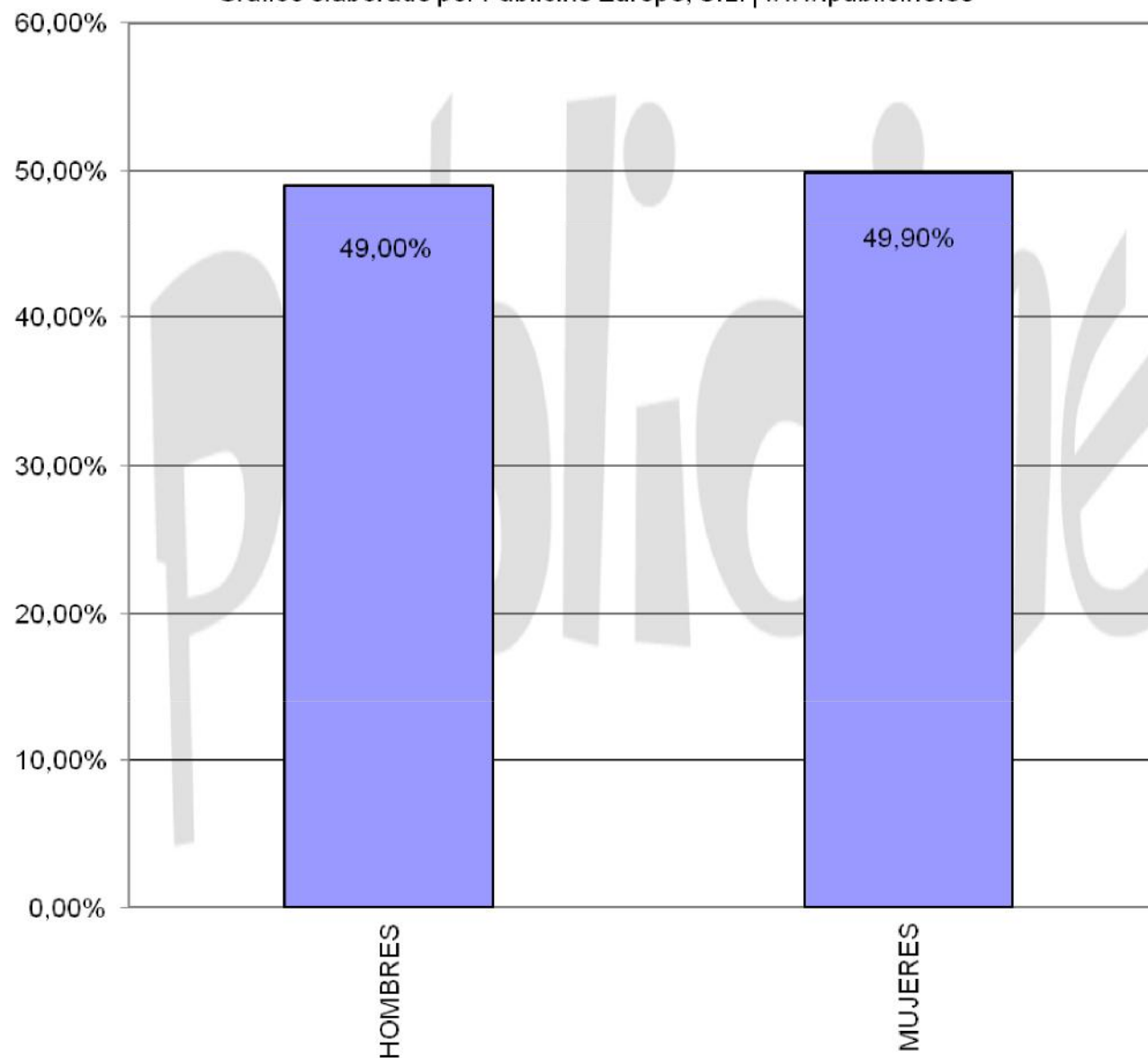
En las siguientes páginas verás gráficos que demuestran que..

...los espectadores de cine son los mayores consumistas de bienes y servicios

...son el target ideal para promocionar el consumo

% Espectadores por sexo

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es

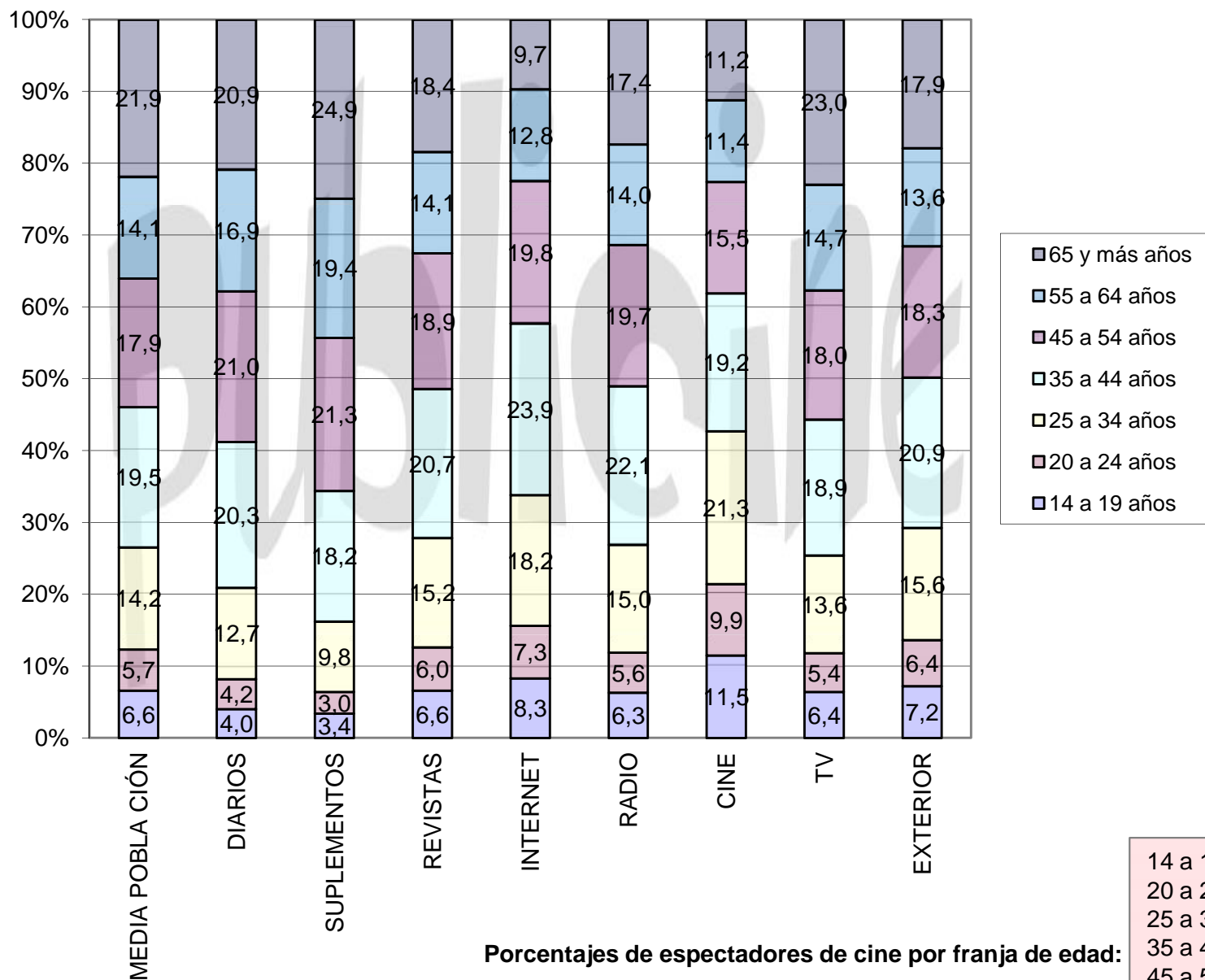


Al cine acuden hombres y mujeres en casi la misma proporción, ligeramente por encima mujeres.

Edad audiencia

Fuente: AIMC

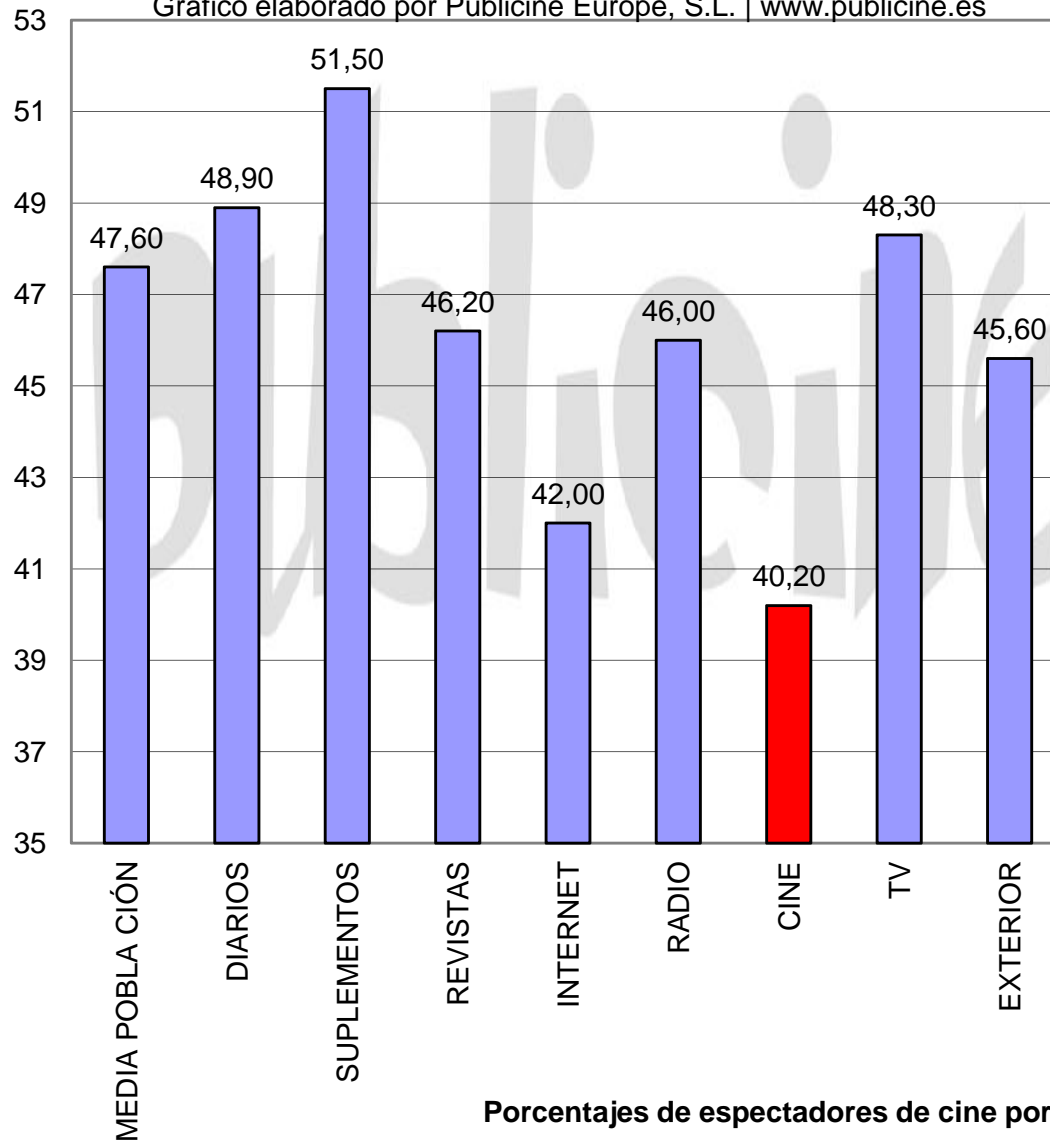
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



Edad promedio

Fuente: AIMC

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



Porcentajes de espectadores de cine por franja de edad:

14 a 19 años:	11,5%
20 a 24 años:	9,9%
25 a 34 años:	21,3%
35 a 44 años:	19,2%
45 a 54 años:	15,5%
55 a 64 años:	11,4%
65 y más años:	11,2%

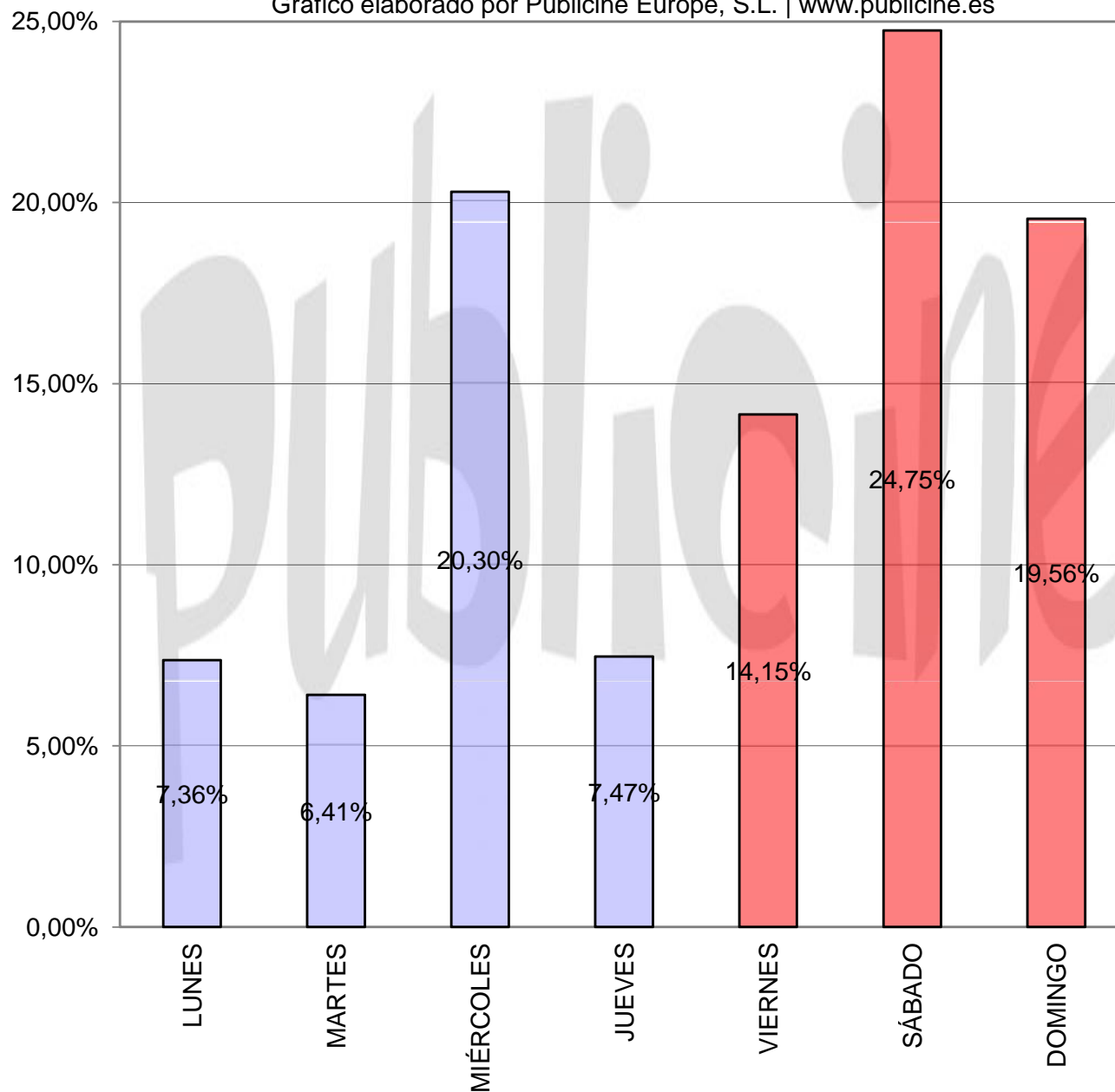
La edad promedio del espectador de cine es 7,4 años inferior a la media población.

Es un dato muy interesante para impactar en el público con mayor proyección de consumo y abierto a nuevas tendencias.

% Espectadores por día semana

Fuente: comScore

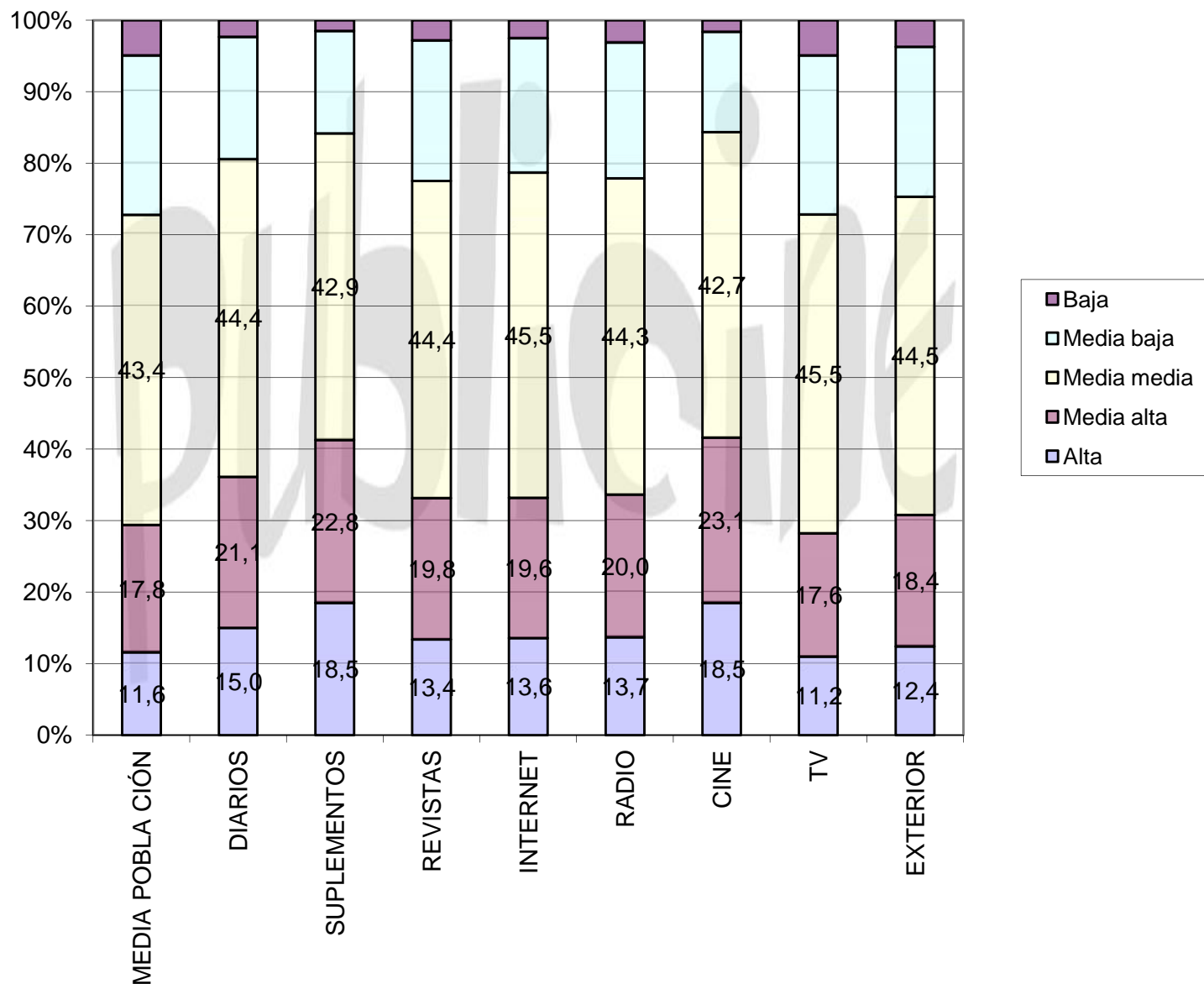
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



Esta diferencia ha ido disminuyendo con los años gracias a las promociones de los cines para incentivar la asistencia entre semana.

Clase social

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



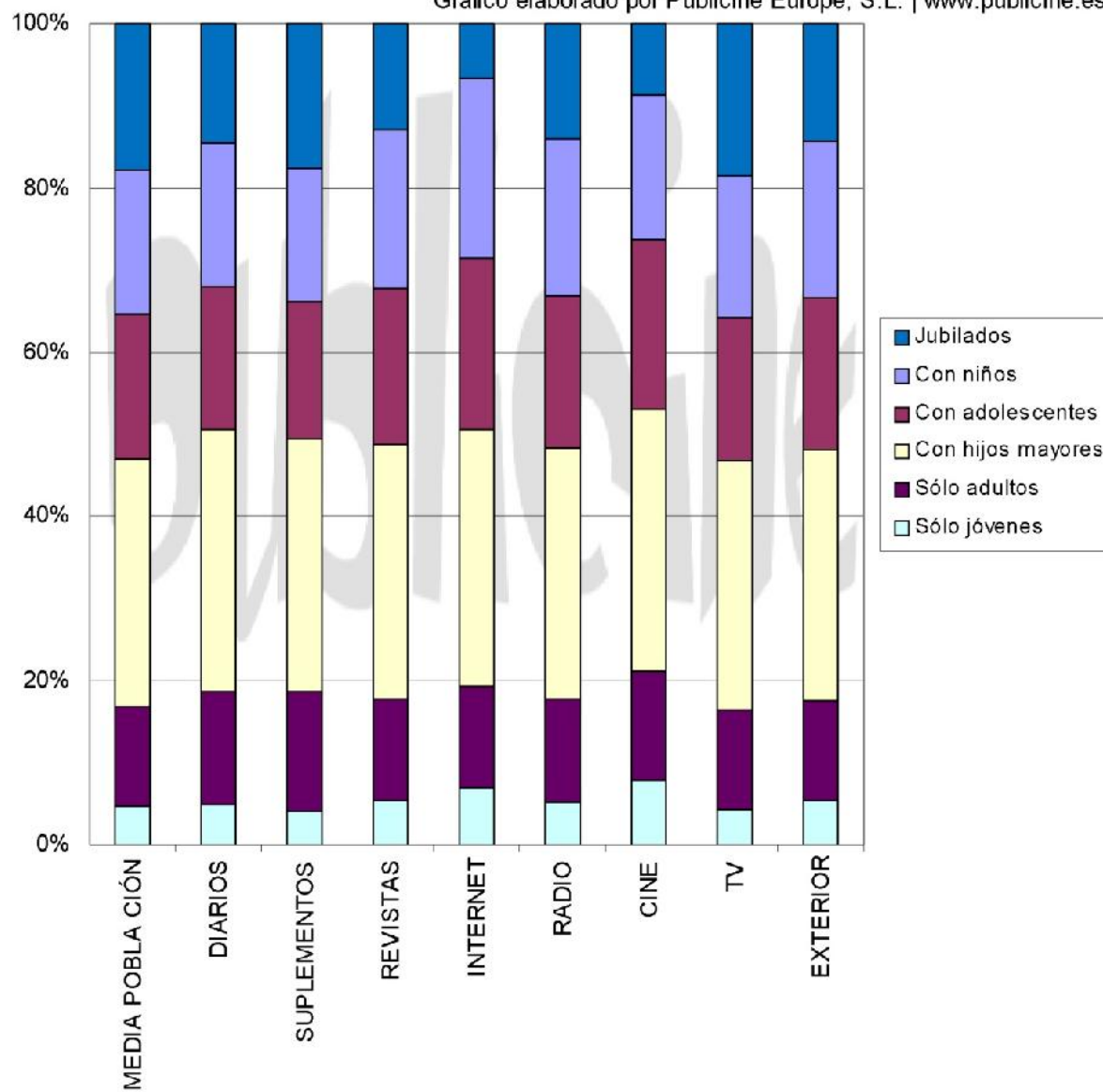
El espectador de cine es el que mayor clase social y mayor capacidad de compra.

El 41,6% son de alta y media-alta.

El 84,3% son de clase social alta, media-alta y media-media.

Ciclo de vida familiar

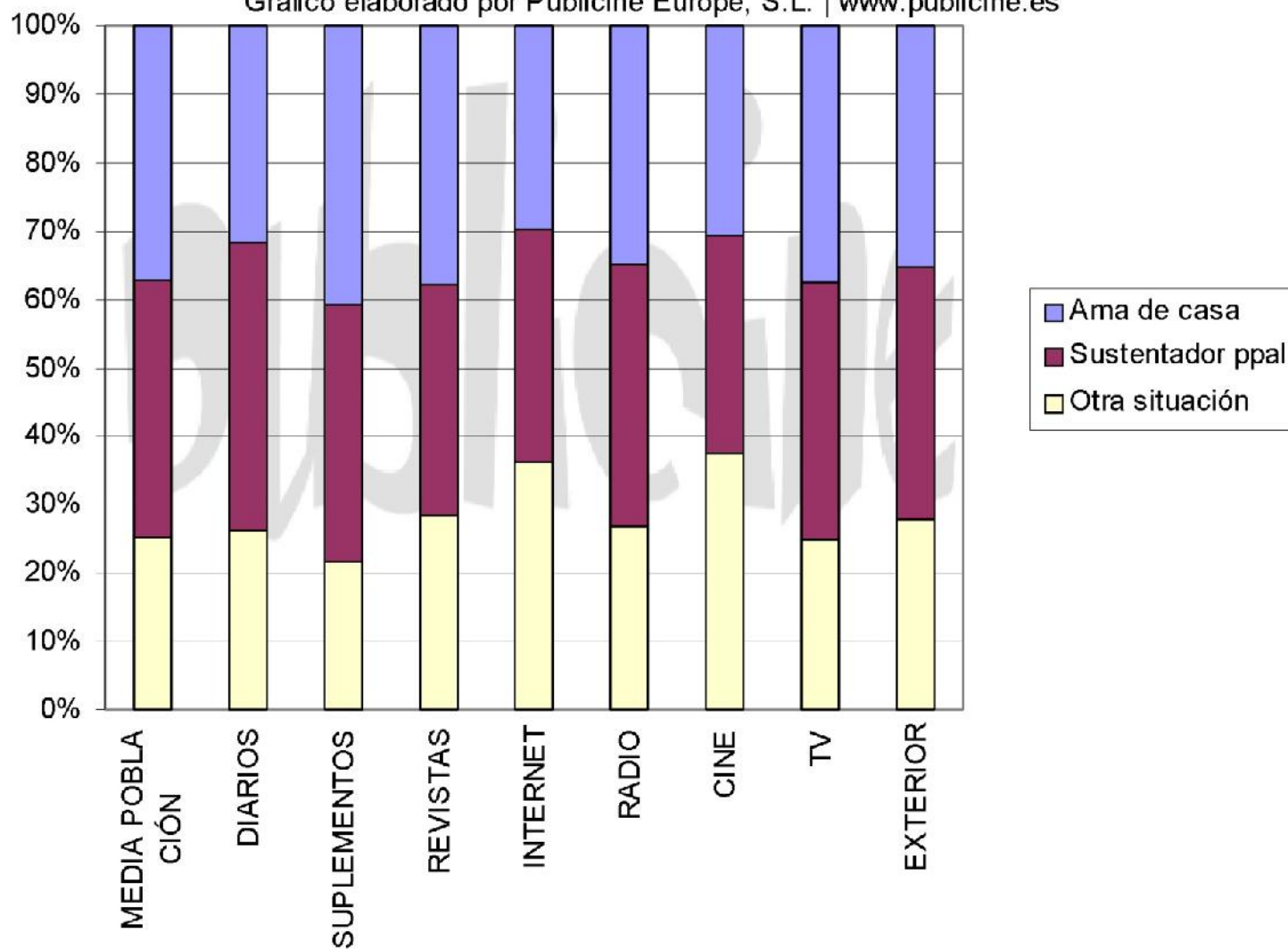
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



El espectador de cine es el que más tiempo dispone para sí mismo.

Rol familiar

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es

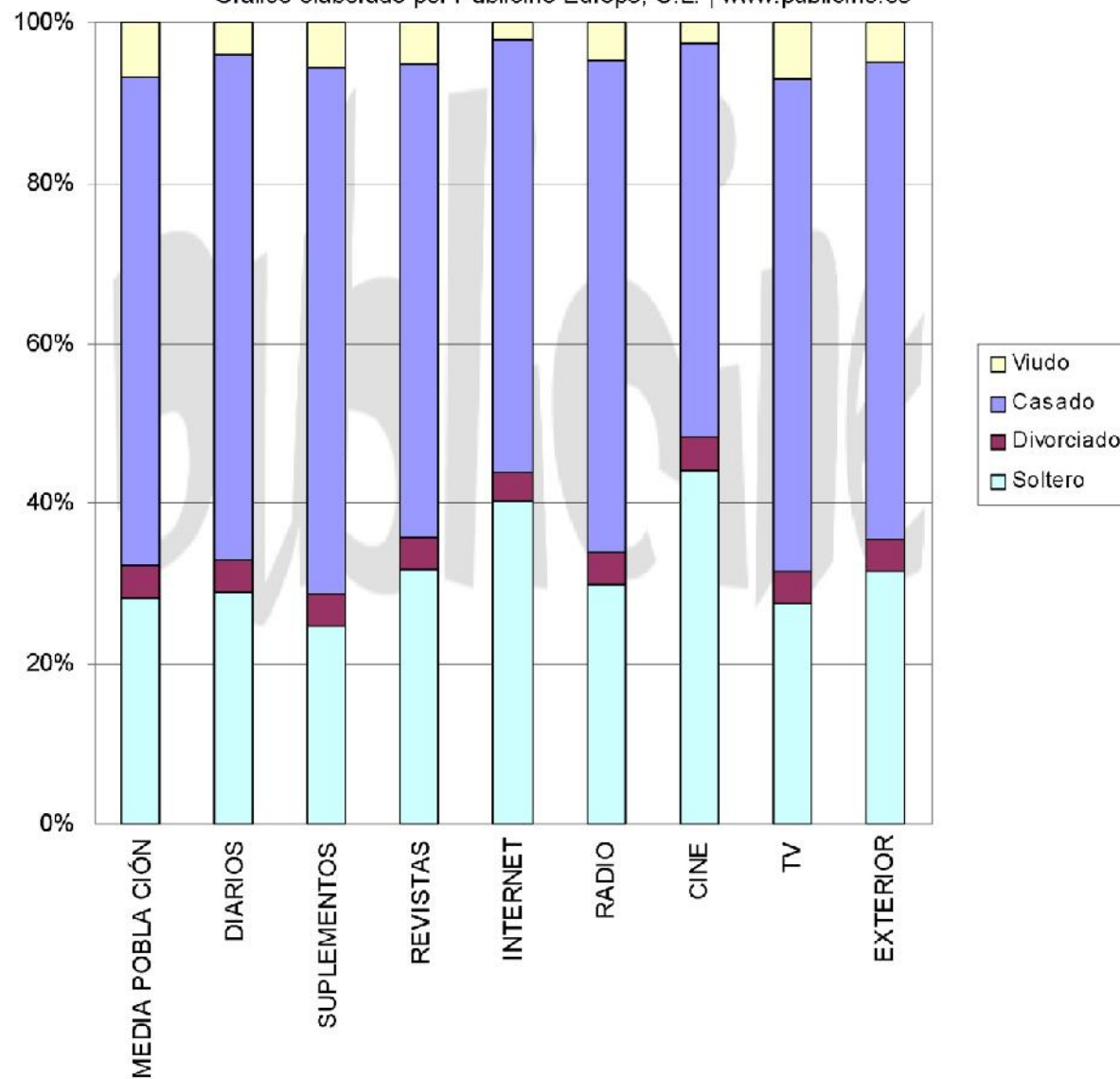


Los espectadores de cine son los que más fuentes de ingreso por trabajo tienen.

Son los que más trabajan fuera de casa.

Estado civil

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es

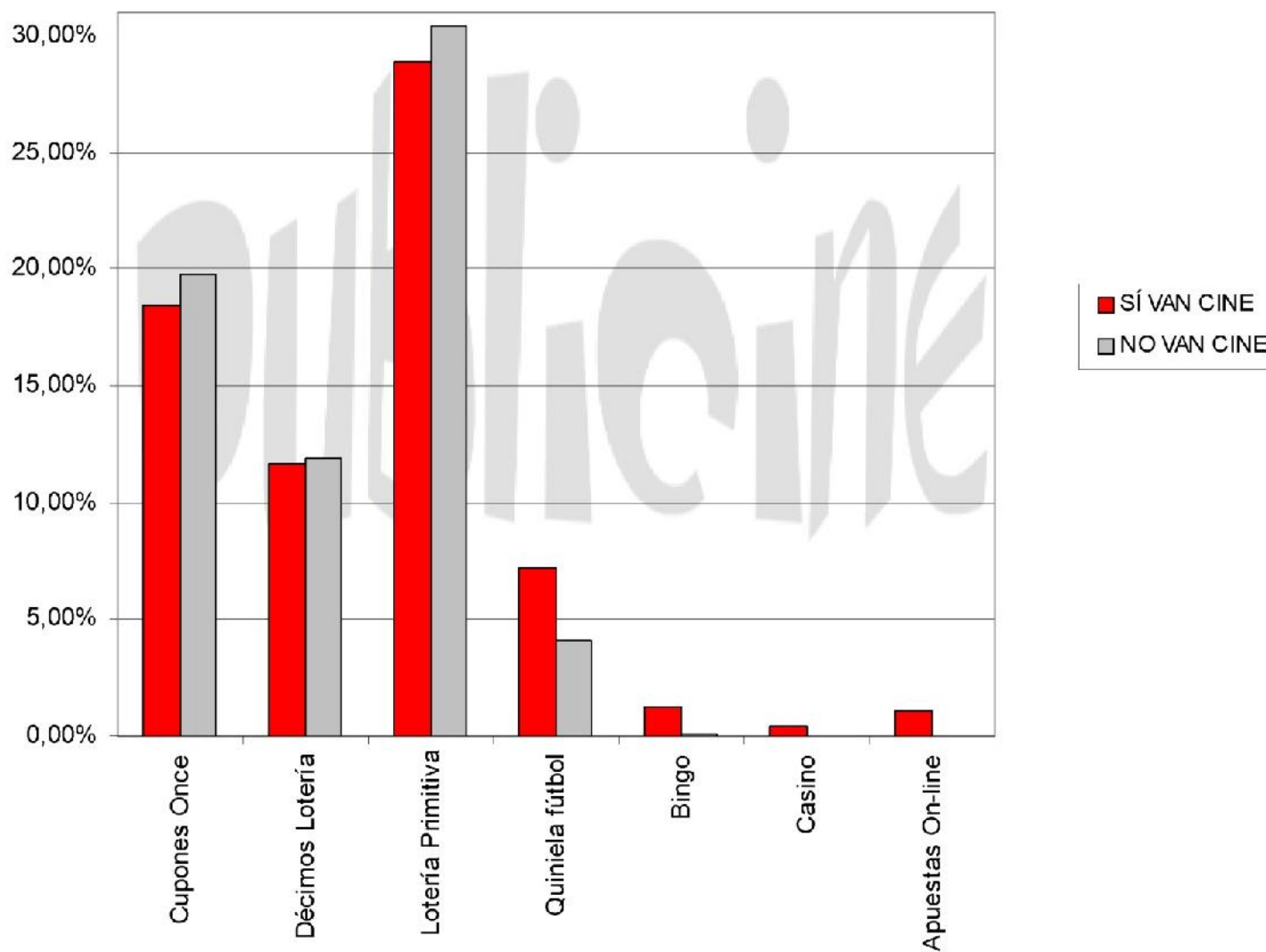


El espectador de cine es el que mayor capacidad de decisión de compra tiene.

El 48,3% son solteros o divorciados.

Juegos de azar en los últimos 30 días

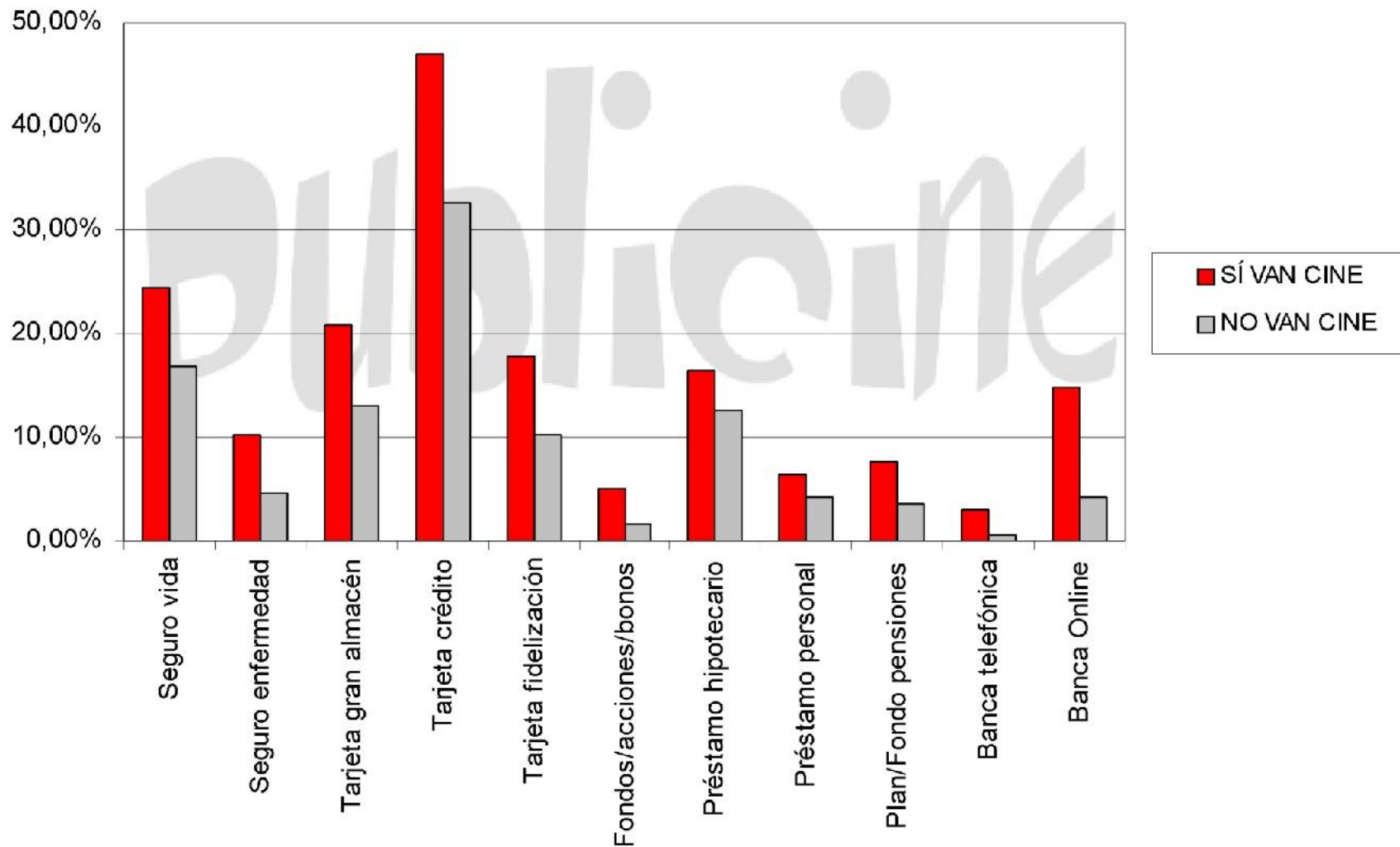
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



Los espectadores de cine son los mayores consumidores de los juegos de azar y apuestas que mayor desembolso económico precisan.

Posesión personal de bienes o servicios

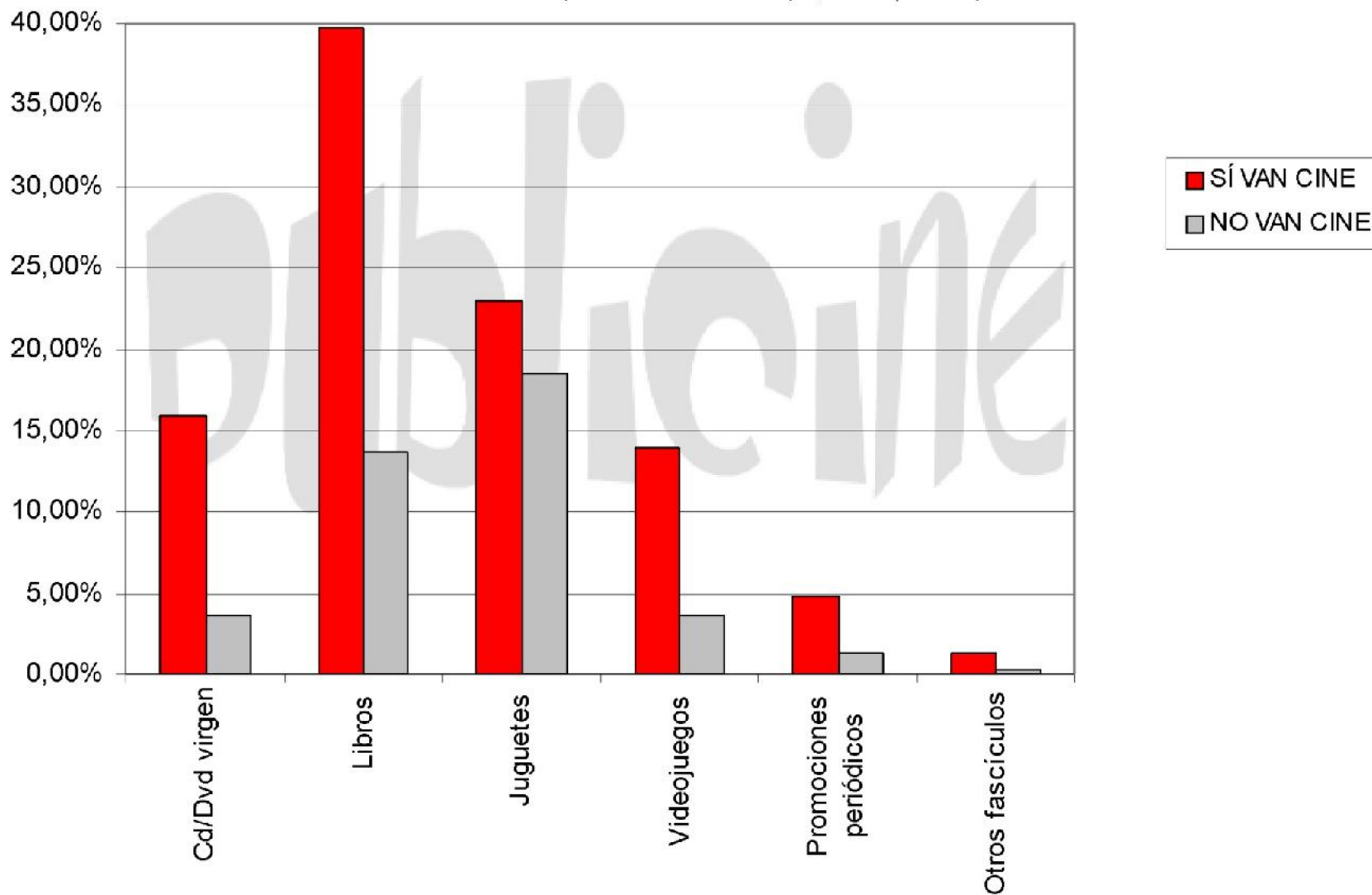
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



Los espectadores de cine son los mayores consumidores de banca y seguros.

Compra en los últimos 3 meses

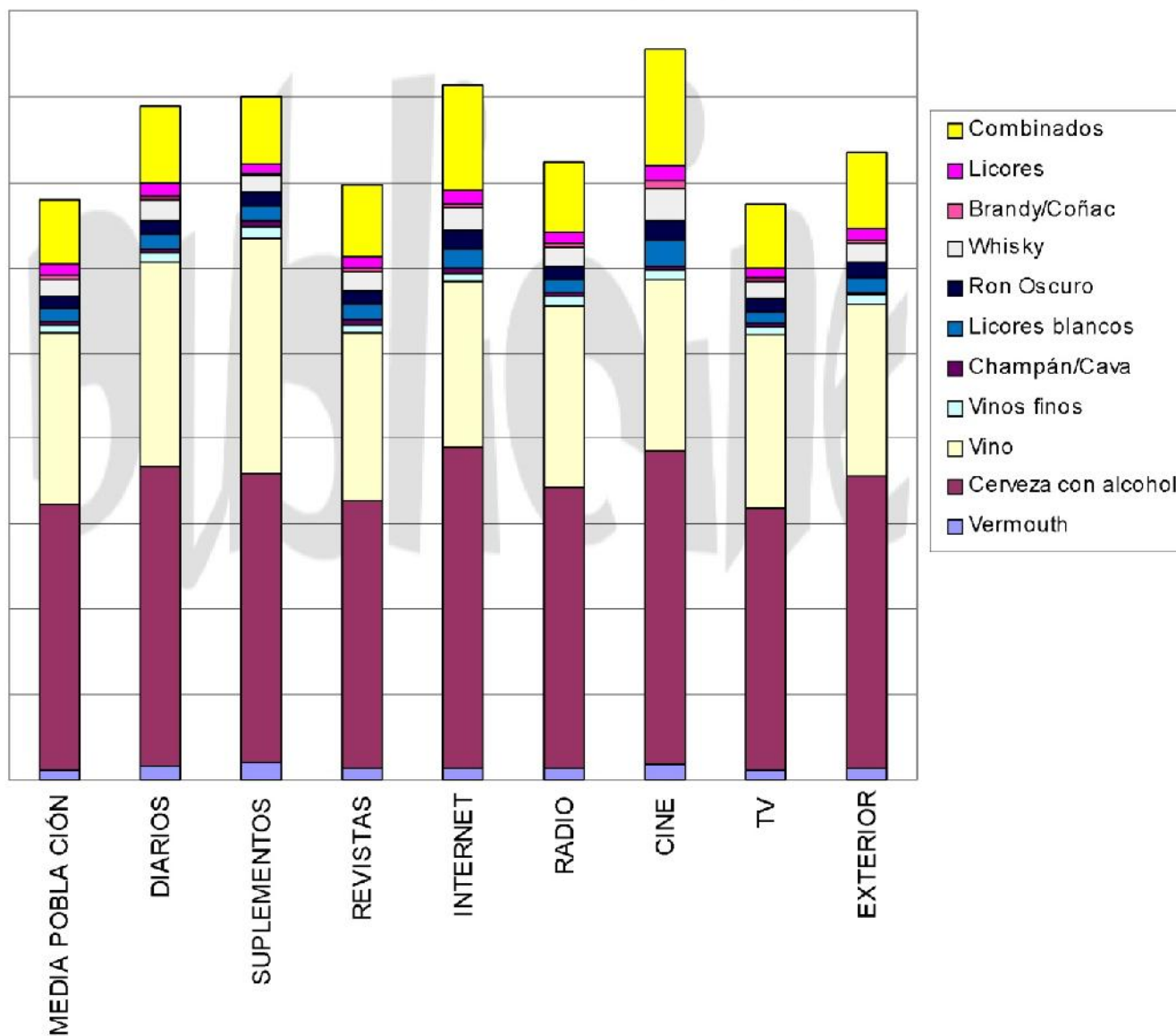
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



El espectador de cine es el que más productos de ocio y cultura compra.

Consumo alcohol

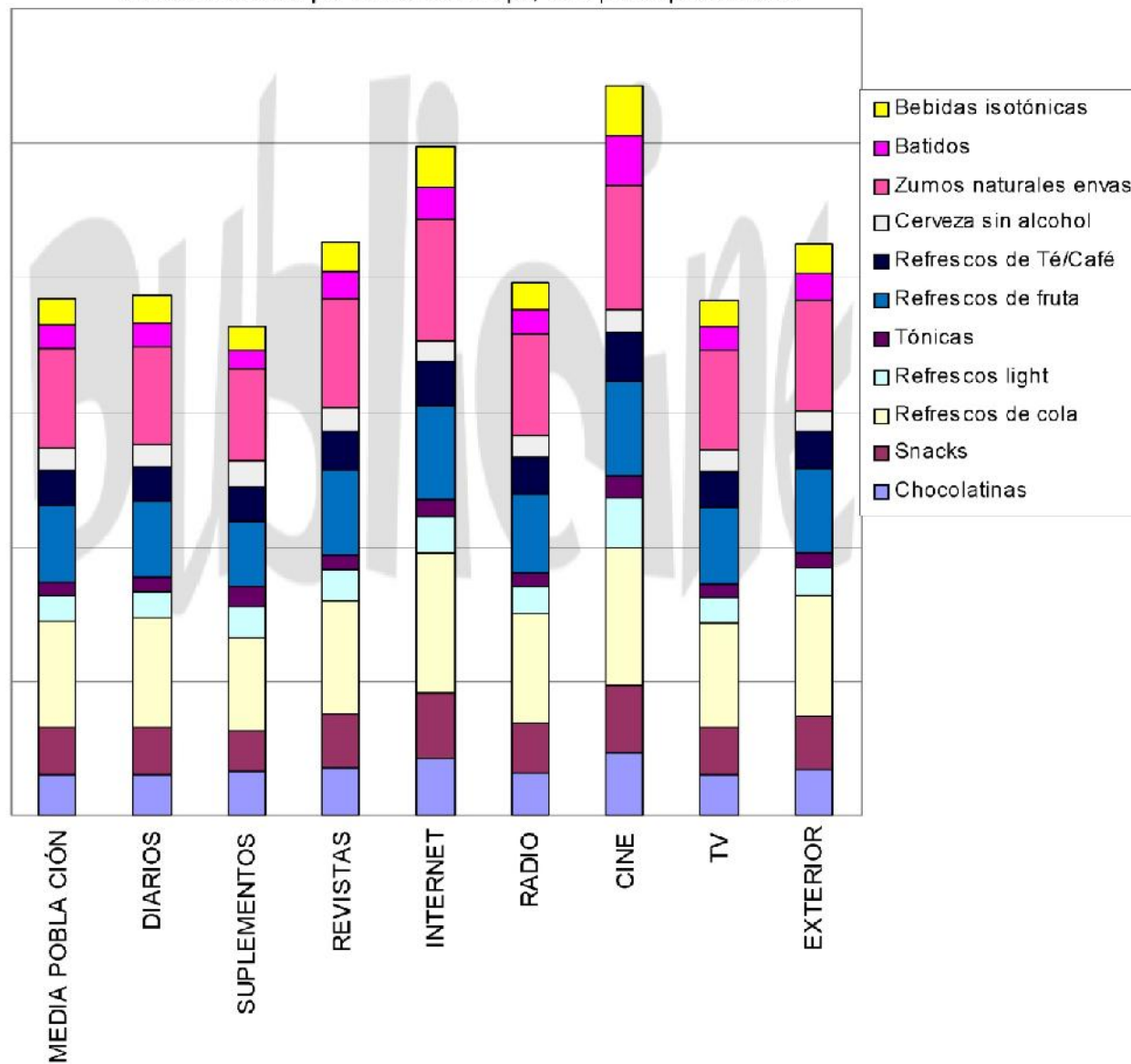
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



El espectador de cine es el que más hábito de ocio ligado a consumo de alcohol, bares, discotecas y pubs tiene.

Consumo sin alcohol

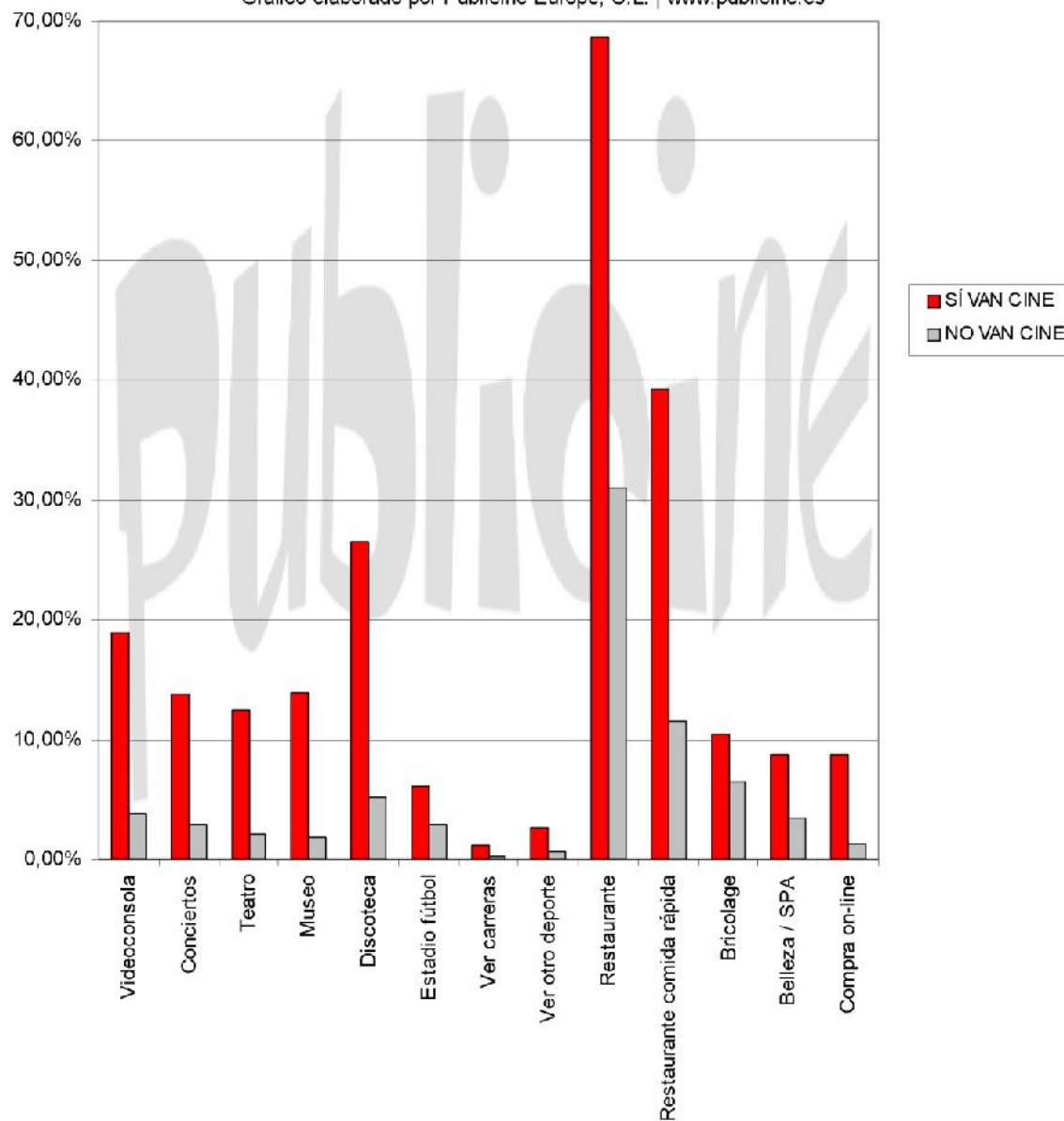
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



El espectador de cine es el que más chocolatinas, snacks y refrescos sin alcohol consume.

Actividades realizadas en los últimos 30 días

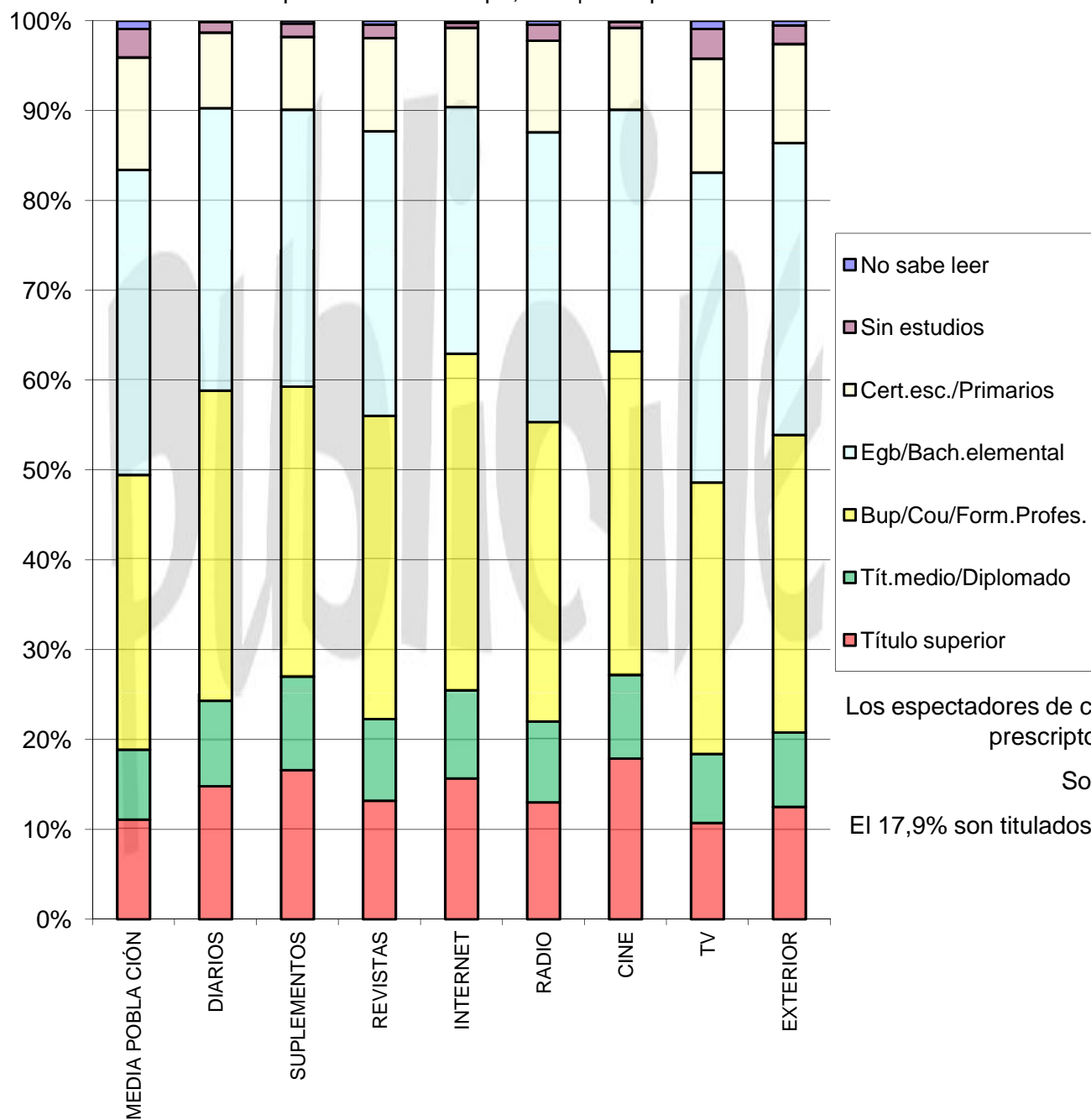
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



El espectador de cine es el que más actividades de ocio y cultura realiza y consume.

Nivel de estudios

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



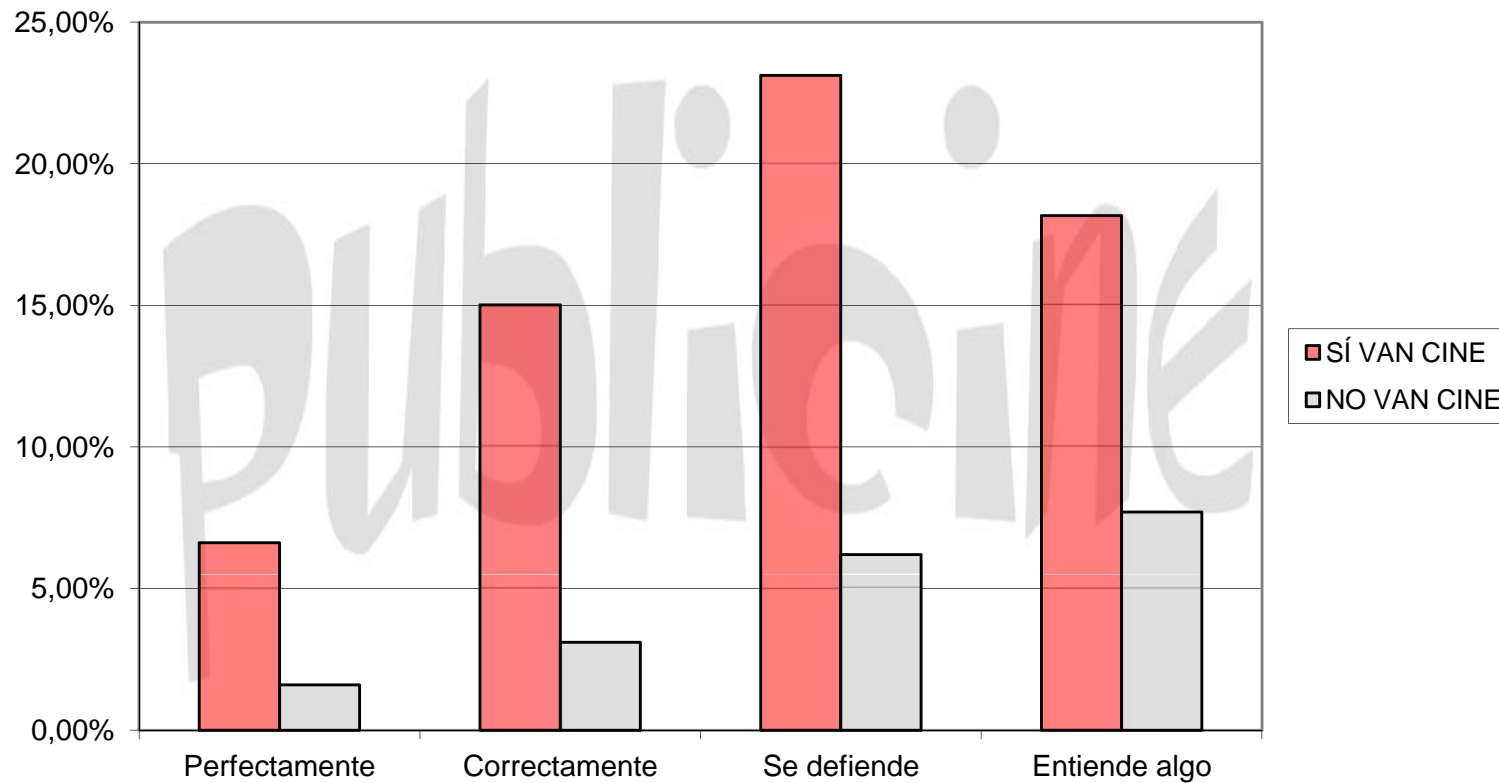
Los espectadores de cine son los mayores líderes de opinión y prescriptores de bienes y productos.

Son los más formados.

El 17,9% son titulados superiores frente al 11,1% de la media.

Grado de conocimiento del inglés

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es

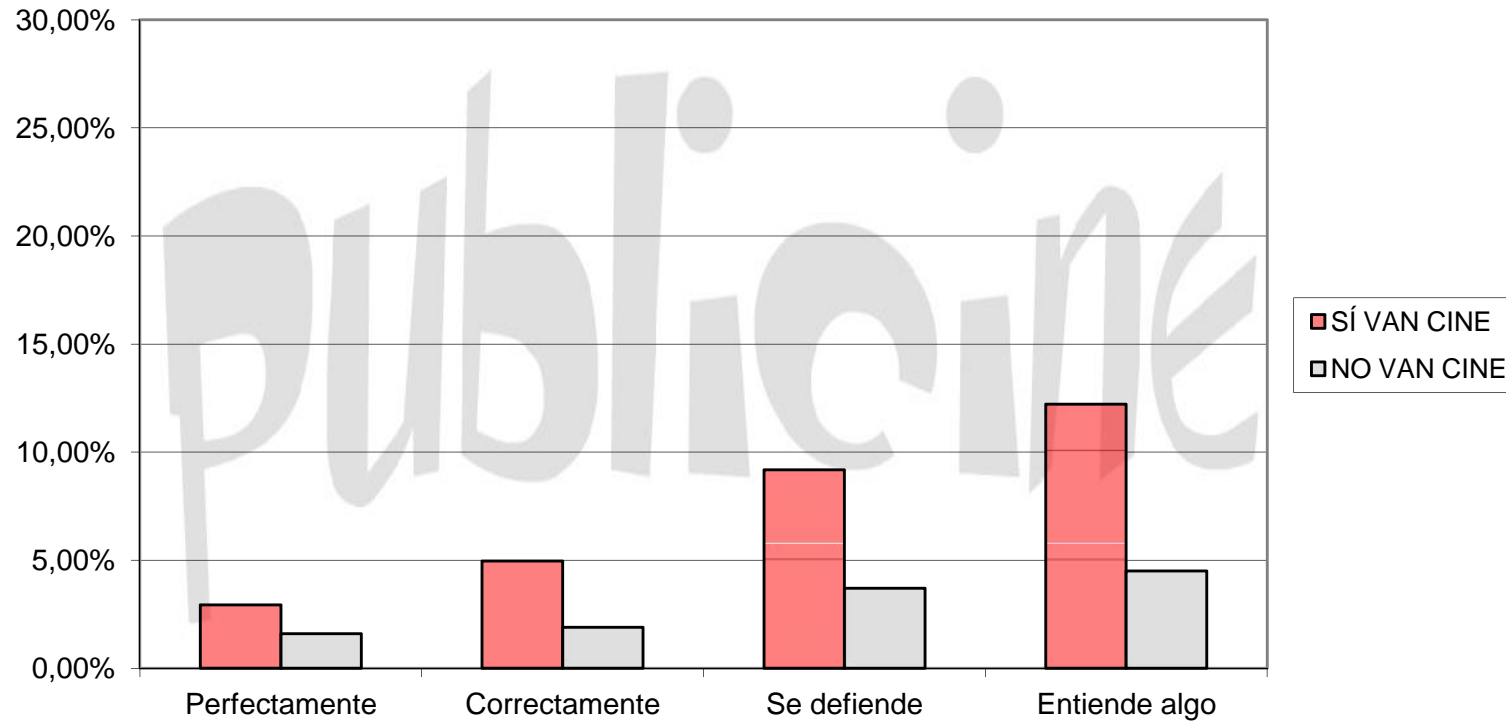


Los espectadores de cine son los que más inglés saben.

Son los que más invierten en formación.

Grado de conocimiento del francés

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es

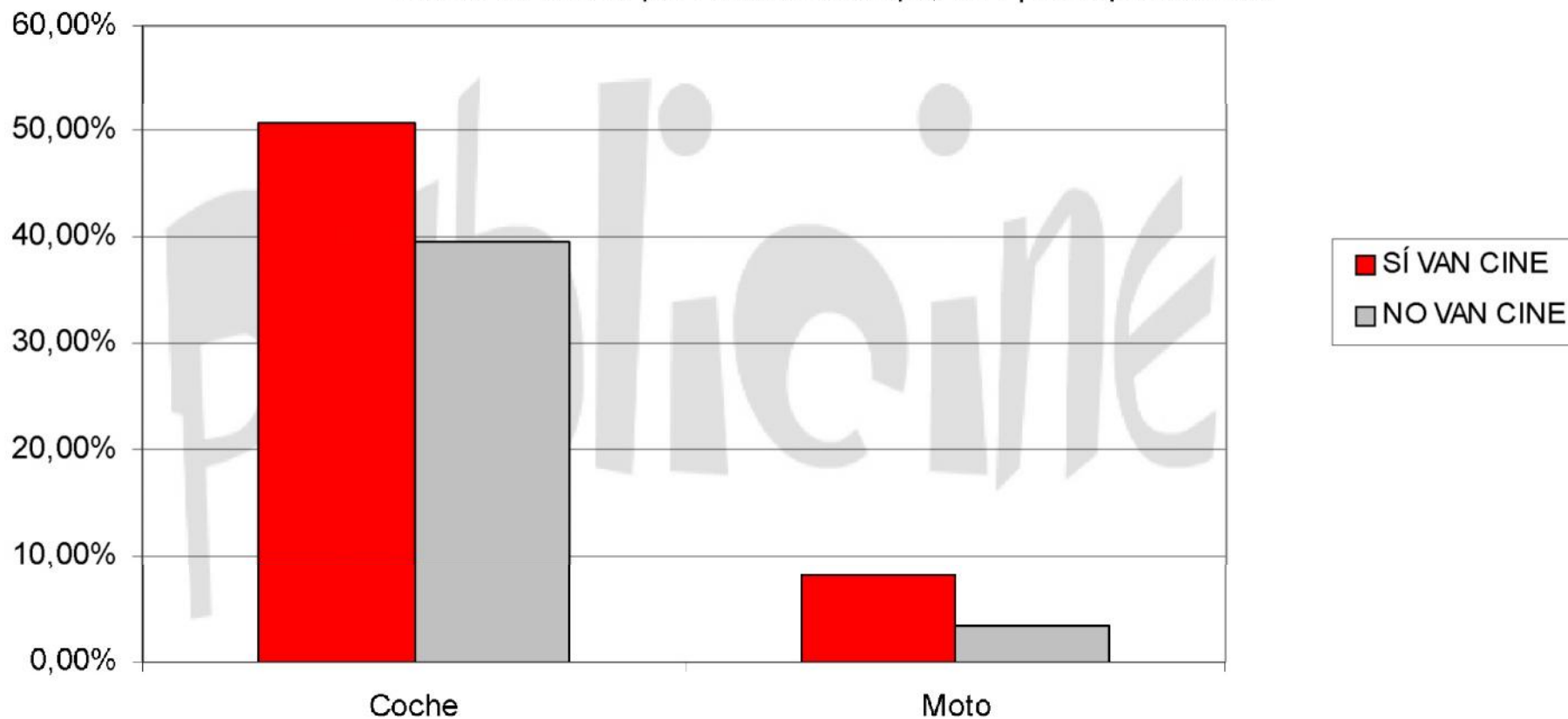


Los espectadores de cine son los que más francés saben.

Son los que más invierten en formación.

Conductor habitual

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es

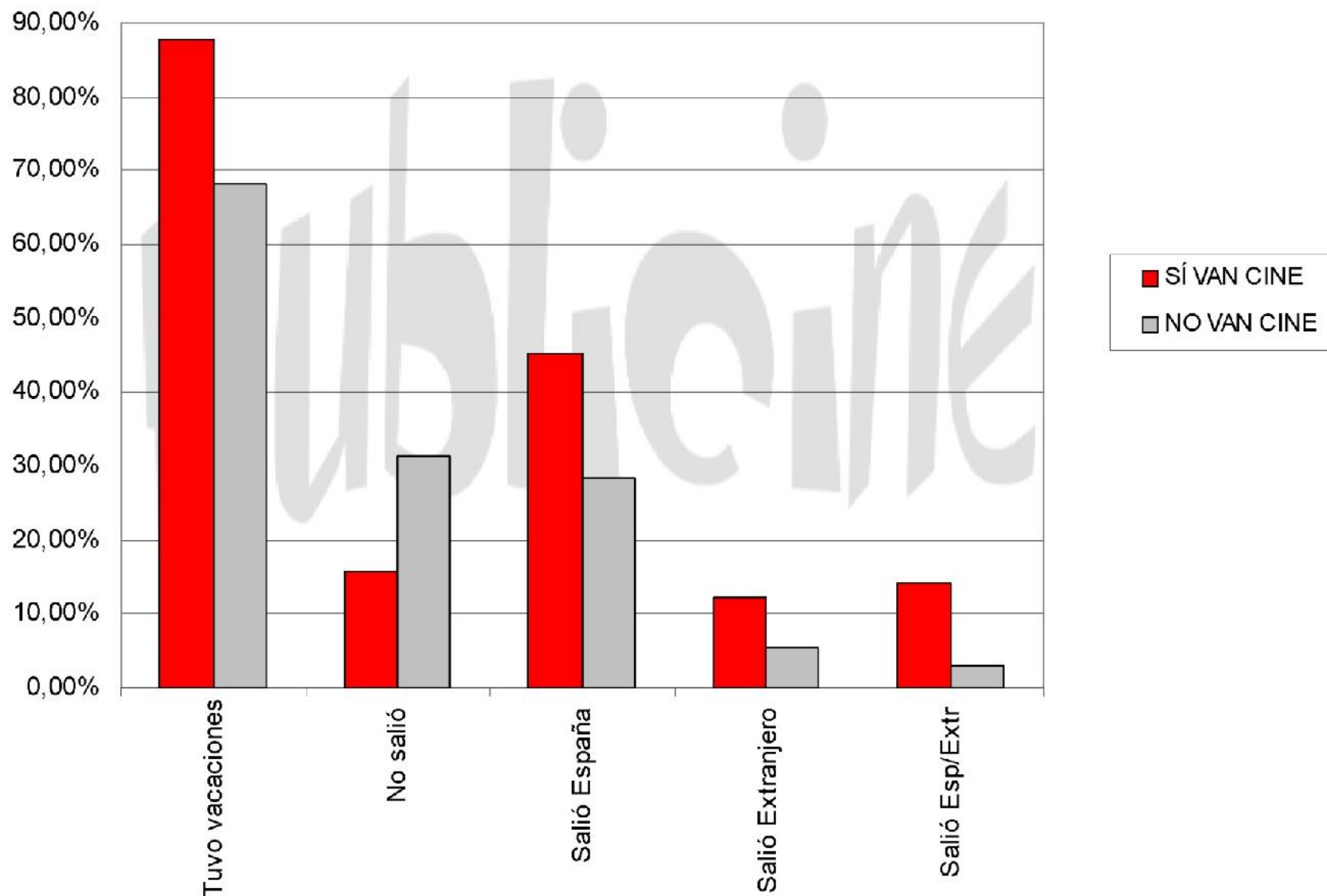


El espectador de cine es el mayor comprador de vehículos.

Es el mayor usuario de vehículos propios.

Desplazamiento en vacaciones último año

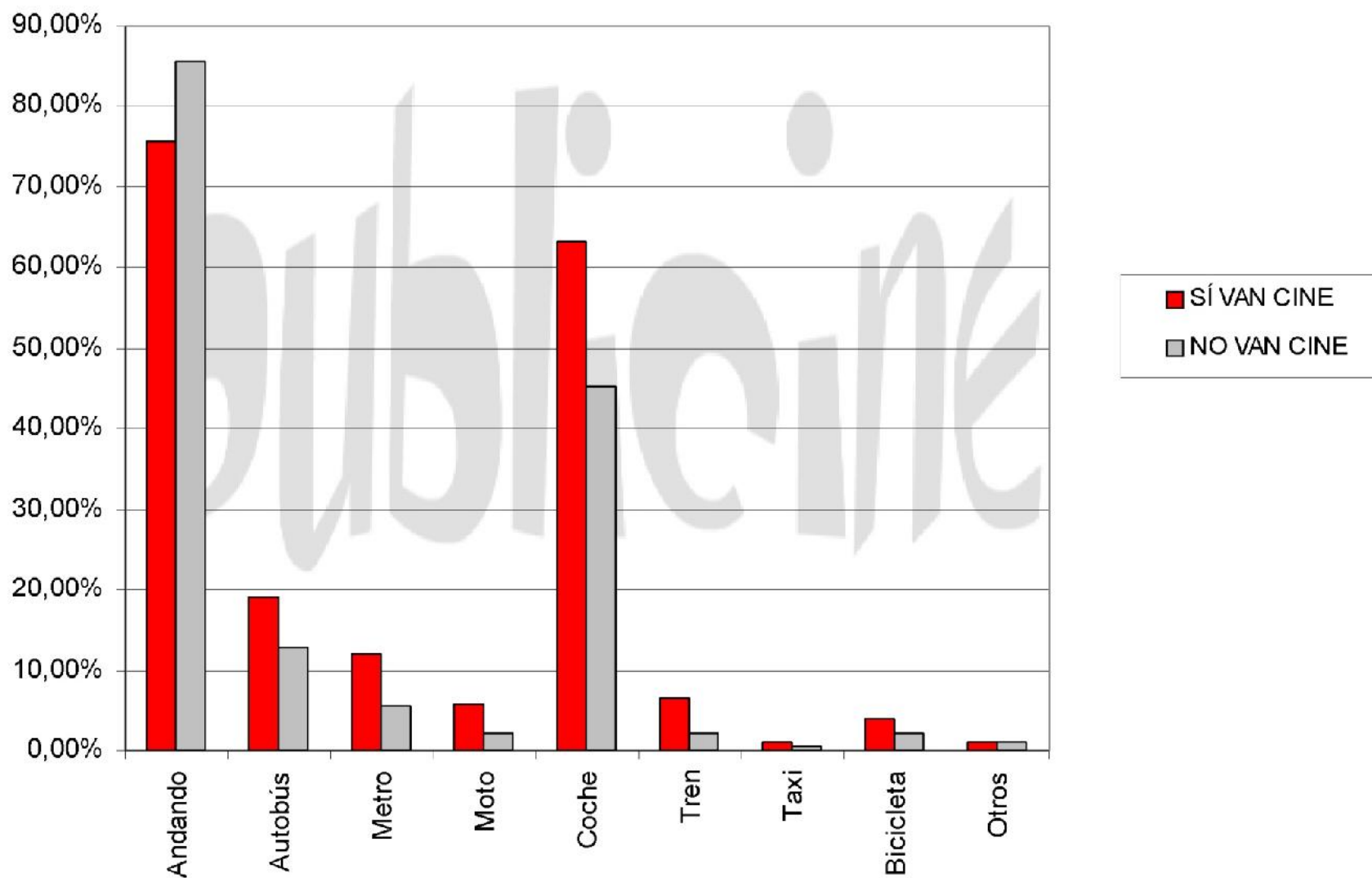
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



Los espectadores de cine son los mayores turistas.

Medios de desplazamiento habituales

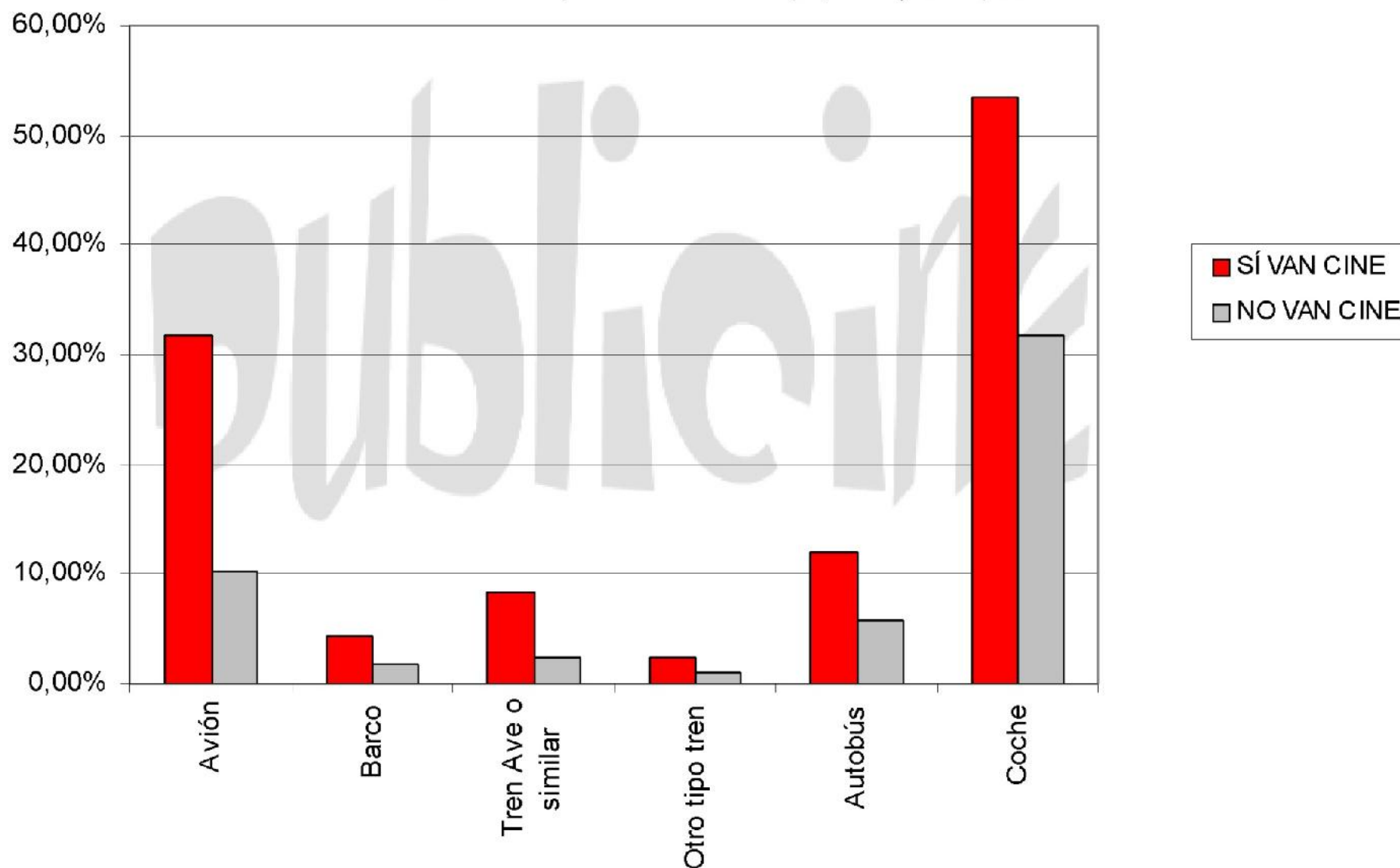
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



Los espectadores de cine son los que más dinero consumen en sus desplazamientos.

Medios transporte viaje largo último año

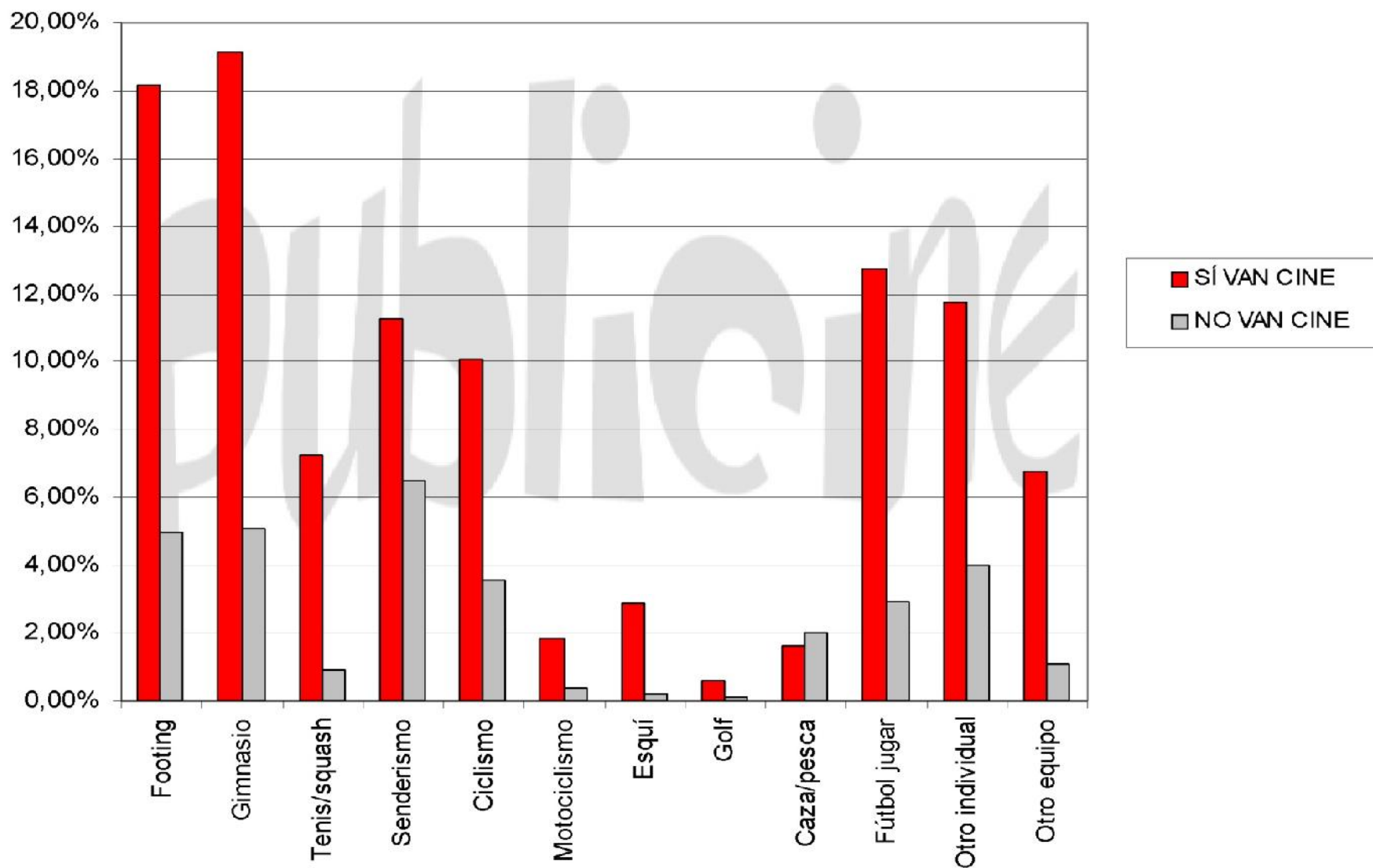
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



Los espectadores de cine son los que más viajan y mayor gasto tienen en sus desplazamientos.

Actividades realizadas últimos 30 días

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es

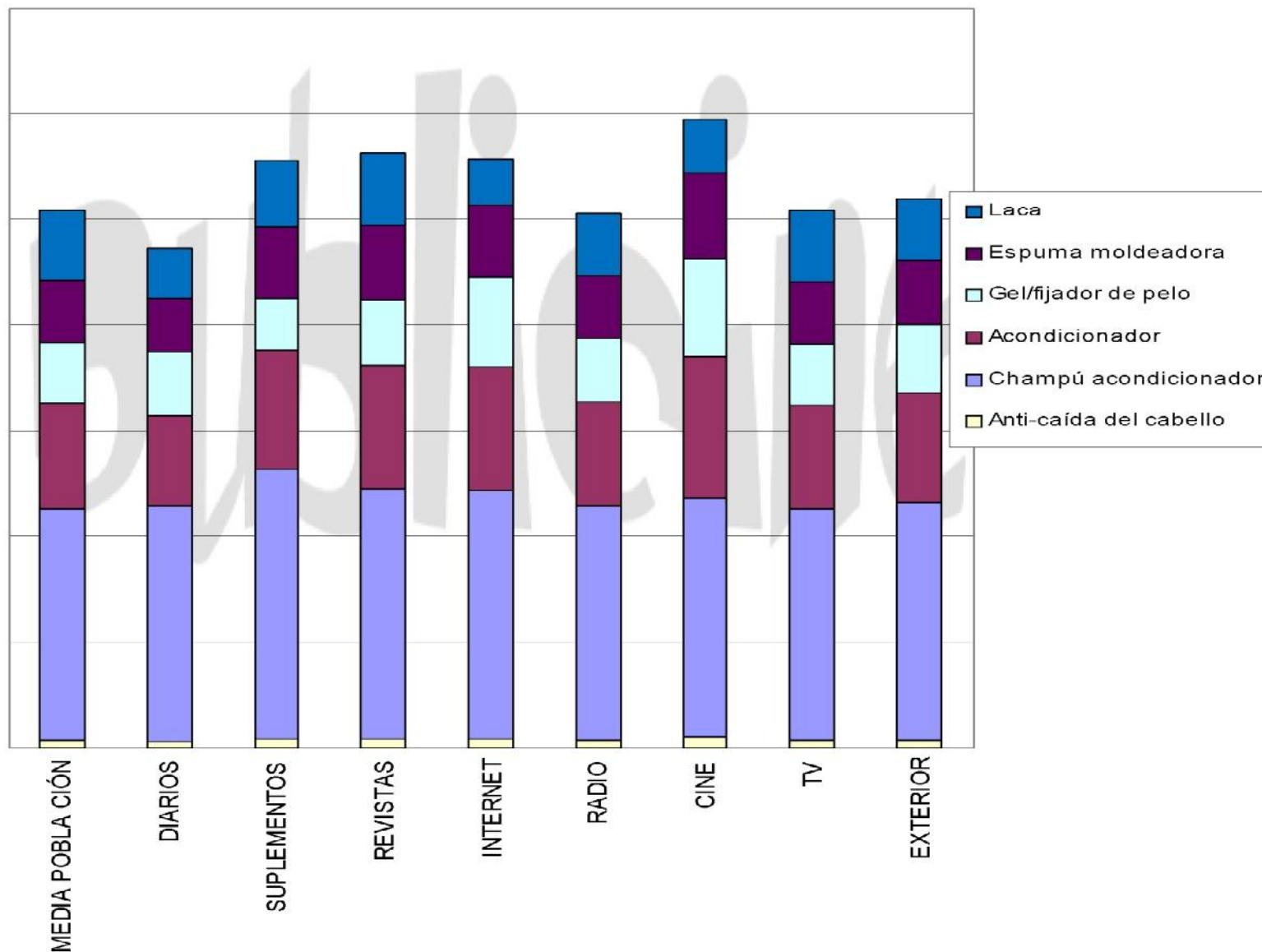


El espectador de cine es el mayor consumidor de artículos e instalaciones deportivas.

Es el más deportista.

Cuidado cabello

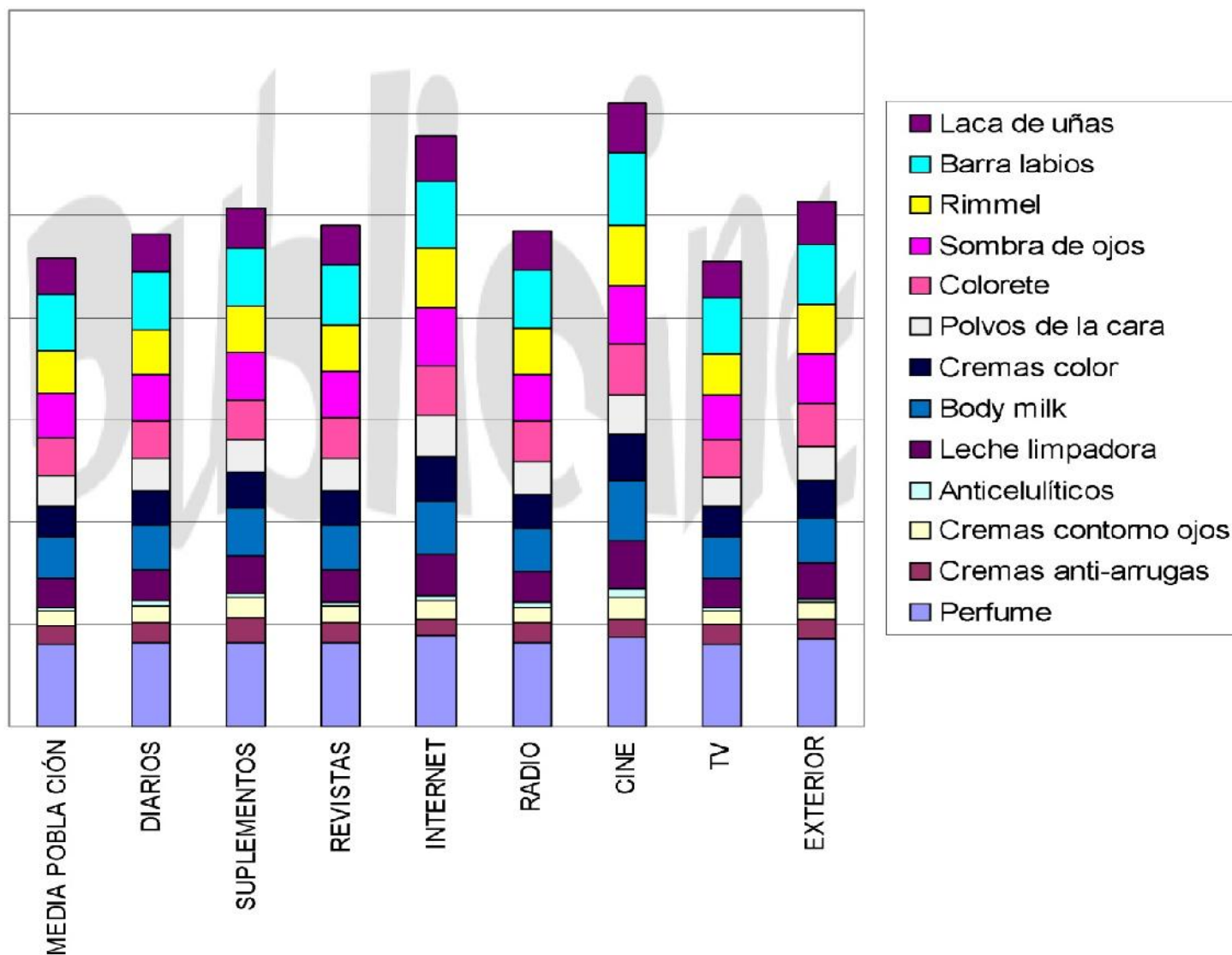
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



Los espectadores de cine son los que más se cuidan el cabello y más productos específicos consumen.

Cuidado de la mujer

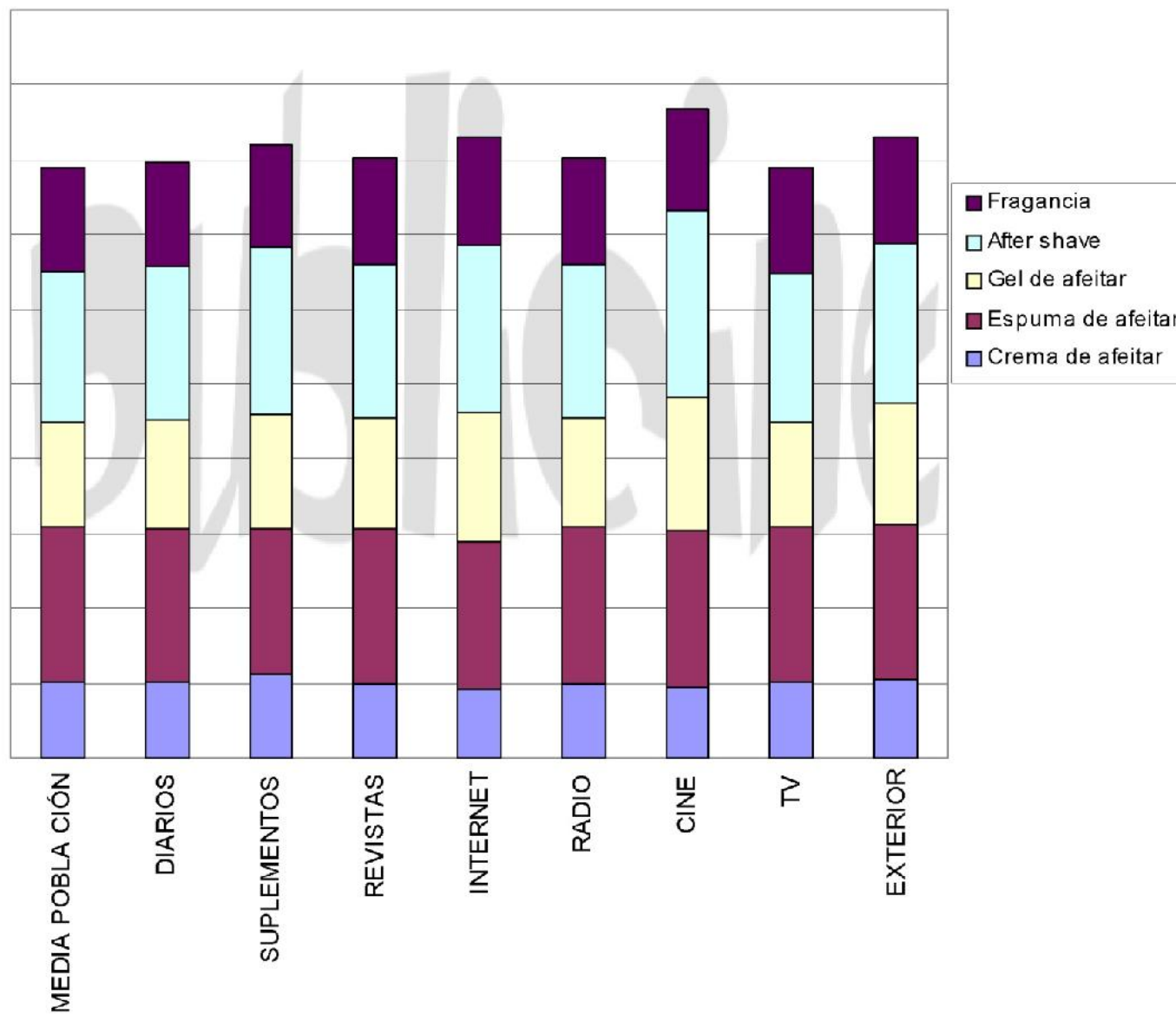
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



Las espectadoras de cine son las que más cuidan su imagen, su cuerpo y más productos de belleza consumen.

Cuidado hombres

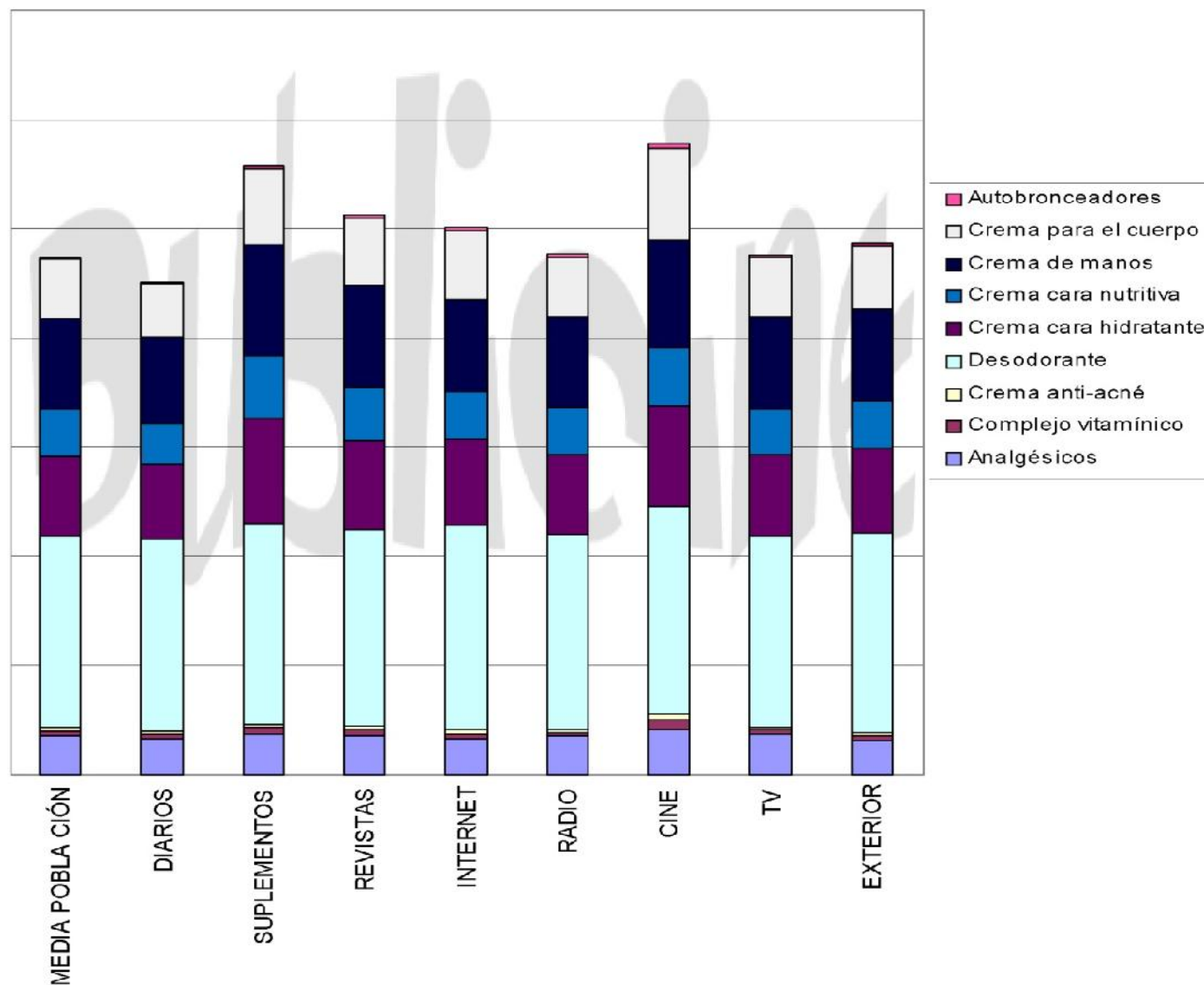
Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



El espectador de cine masculino es el que más cuida su imagen personal y más productos de belleza consume.

Uso productos salud

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es

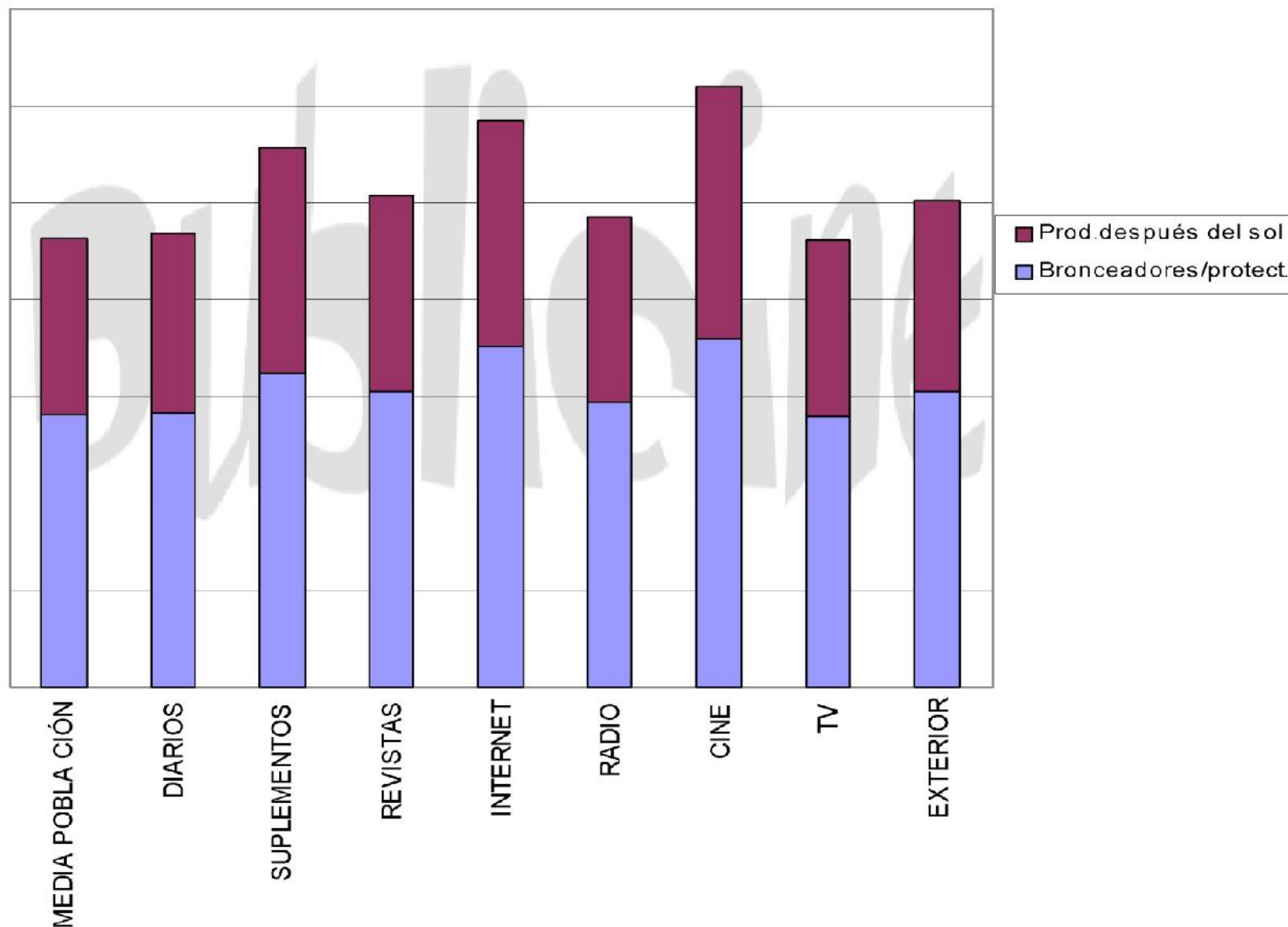


Los espectadores de cine son los que más cuidan su imagen.

Son los mayores consumidores de productos de belleza y salud.

Cuidado solar

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es

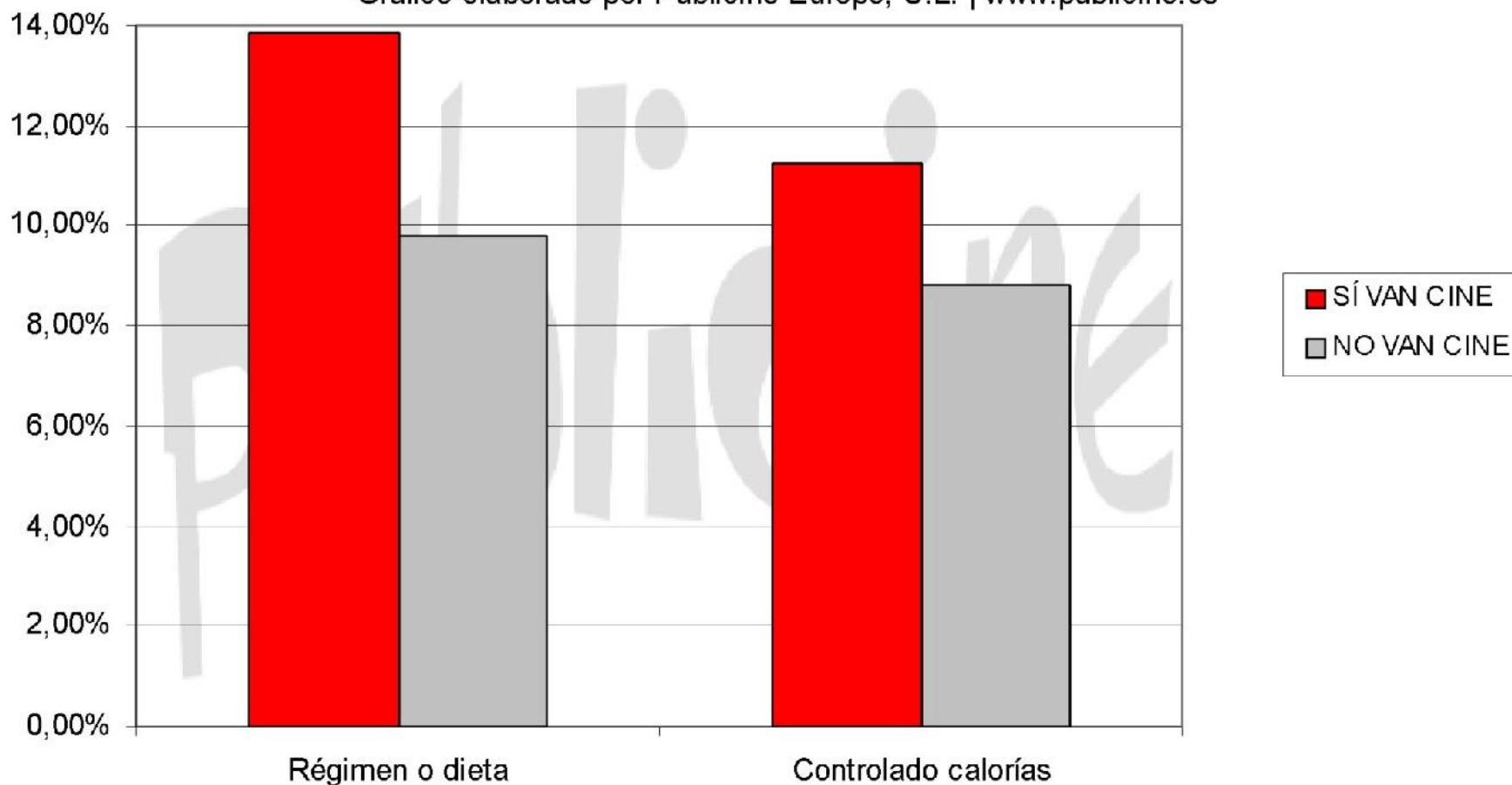


Los espectadores de cine son los que más viajan a playas y pistas de esquí.

Son los que más productos de protección solar consumen.

Régimen o dieta en el último año

Gráfico elaborado por Publicine Europe, S.L. | www.publicine.es



Los espectadores de cine son los que más cuidan su imagen personal.

Son los que más productos de dieta y adelgazamiento consumen.



PUBLICINE EUROPE S. L.

CIF.: B-95633657

94 480 30 11

www.publicine.es

publicine@publicine.es

YouTube: [publicineeuropa](https://www.youtube.com/publicineeuropa)

Los anuncios en cine son los que más se recuerdan.

¡No lo olvides!

