movierecords_Maquetación 1 09/06/2014 18:19 Página 1

El cine, una experiencia que recupera adeptos

Un fenómeno que va más allá de *Ocho apellidos vascos*

Por Alfonso Oriol, CEO Movierecord

Alfonso Oriol

Las buenas noticias para el cine en 2014 auguran un futuro más que optimista.

La iniciativa de FECE y los exhibidores, ha conseguido incrementar la asistencia a salas de cine los miércoles en un 313 %, pasando de 1.760.000 a 5.503.000 espectadores en los miércoles de enero a abril del 2014.

Hasta hace poco algunos medios trasladaban con grandes letras las "desgracias" del cine en general; la falta de asistencia a las salas, el cierre paulatino de muchas de éstas de los centros urbanos, el tema del IVA, la piratería, los precios y demás amenazas, que podrían derivar en la desaparición de salas y también influir en el hábito de ir al cine como actividad de ocio.

Sin embargo, los espectadores han puesto voz y acción a todo esto. Hay muchas buenas noticias que demuestran que el cine está de moda una vez más y que, tras la crisis sufrida, se vuelve a convertir en una experiencia a la que el público no está dispuesto a renunciar; con crisis o sin ella.

Ver espectáculos en directo son acontecimientos que generan experiencias sociales y nos gusta. Somos seres humanos, sociales, y muy sociables. Aunque retransmisiones en directo de fútbol, toros, carreras de motos, coches, ciclismo, y algunas otras actividades con espectadores se disfrutan con mayor inmediatez y nitidez a través de la televisión, estamos dispuestos a pagar más por ir a verlo en directo. La opción de disfrutar de una buena película en una sala de cine también resulta algo insustituible para cualquier aficionado. Preferimos verlo a que nos lo cuenten, preferimos vivirlo, sentirlo... a imaginarlo.

La agilidad con la que el sector del cine reaccionó a la situación en general, y tras los buenos datos obtenidos por la fiesta del cine de octubre pasado, llevaron a nuevas iniciativas y que han conseguido 3,7 millones de espectadores nuevos los "Miércoles al Cine" de enero a abril de este año. Además, las cifras del fin de semana no se desplomaron, como algunos pensaban, sino que estas crecieron sobre 2013. Adicionalmente la audiencia crecía sobre el año anterior, a pesar de programar en TV grandes partidos de fútbol de equipos nacionales en competiciones europeas.

El sector ha decidido renovar "La Fiesta del Cine" en dos ocasiones para el 2014, logrando pasar de 1,5 millones de espectadores a 1,8 millones en solo 3 días; +20% a finales de marzo, con una previsión similar para la segunda Fiesta del Cine.

Tambien y gracias a la impresionante aceptación del fenómeno *Ocho apellidos vascos*, se ha producido algo insólito en el mes de abril: vamos al cine cerca de 10,7 millones de espectadores.

EL MES DE AGOSTO

Es poco conocido que el mes de mayor afluencia al cine tradicionalmente en España es agosto. Cuando trasladamos los datos de taquilla a los anunciantes y agencias de Medios se sorprenden de esta información, por lo que resulta un medio de gran utilidad para dar continuidad a la estacionalidad de muchas campañas que otros medios no pueden ofrecer.

La experiencia de acudir al cine en agosto forma parte de la aceptación de esta opción de ocio, máxime en periodos vacacionales o de reducción de jornadas laborales. En agosto del año pasado las cifras fueron de 9 millones de espectadores, siendo el mes de mayor afluencia al cine de todo el año 2013. En abril de este año hemos superado el dato de agosto del año pasado en 2,7 millones, (+ 19%) alcanzando los 10,7 millones. Esto es una gran noticia positiva que desde Movierecord deseamos que reflejen los medios, independiente de estrenos con mayor aceptación como el caso de la acertada apuesta de Emilio Martínez-Lázaro.

Decíamos que el cine es un bien elástico al precio, si baja el precio la demanda sube claramente pero el tiempo es una variable que debemos mantener. Ser pacientes e insistir con las políticas comerciales estables y conjuntas para obtener estos resultados es muy positivo.

El cine está más vivo que nunca. Desde Movierecord, estamos trabajando en que las marcas confíen aún más en el cine como medio. Gracias a las ingentes inversiones realizadas por los exhibidores para proyectar en digital, ahora podemos hacer con los proyectores lo que todos quisimos y soñamos desde el punto de vista publicitario.

> Es poco conocido que el mes de mayor afluencia al cine tradicionalmente en España es agosto

Como cualquier otro medio vendemos audiencia y alcanzarla es el objetivo de todo anunciante. Para ello nos adaptamos a lo que buscan siendo más flexibles, más ágiles y económicos, reduciendo costes de producción y programando una campaña en el día, sesión, película que se desee como cualquier otro medio. Atrás quedaron los días de transfers, copias, envíos,... competimos con otros medios muy potentes como la Televisión, la radio, internet, móviles en igualdad de condiciones, garantizando un índice de recuerdo muy superior. Pero debemos hacer grandes esfuerzos en trasladar noticias positivas, tensionar menos y ser optimistas e innovadores. Entre todos lo conseguiremos y todos nos necesitamos como industria; hagamos esfuerzos en comunicar y trasladar lo positivo porque tenemos entre manos un medio muy sensible, que el público reclama, y es nuestra responsabilidad cuidarlo. ☒