A FORÇA DA TELA GRANDE



CINEMA EM DADOS

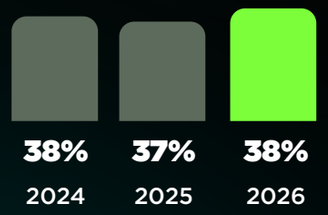
O que as pesquisas revelam sobre o público, a experiência cinematográfica e as oportunidades para a publicidade.

PRESHOW MÍDIA EM CINEMA

39%
DOS BRASILEIROS

foram ao cinema nos últimos 12 meses

O índice ficou próximo dos 38% registrados em 2024 e dos 37% de 2025.



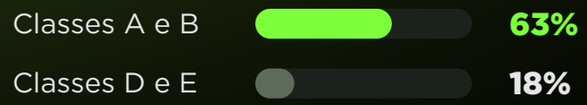
59%
DA GERAÇÃO ALPHA

prefere assistir aos filmes no cinema

63%

CLASSES A E B

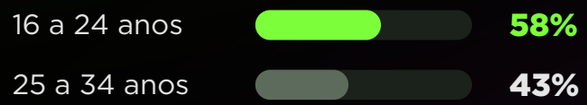
A frequência cai para 18% nas classes D e E: diferença de 45 pontos percentuais no acesso.



58%

JOVENS DE 16 A 24 ANOS

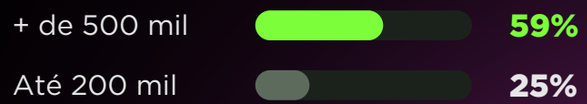
Faixa etária com maior presença nas salas, seguida pelo público de 25 a 34 anos, com 43%.



59%

CIDADES COM MAIS DE 500 MIL HAB.

Nos municípios com até 200 mil moradores, o percentual de frequentadores é de 25%.

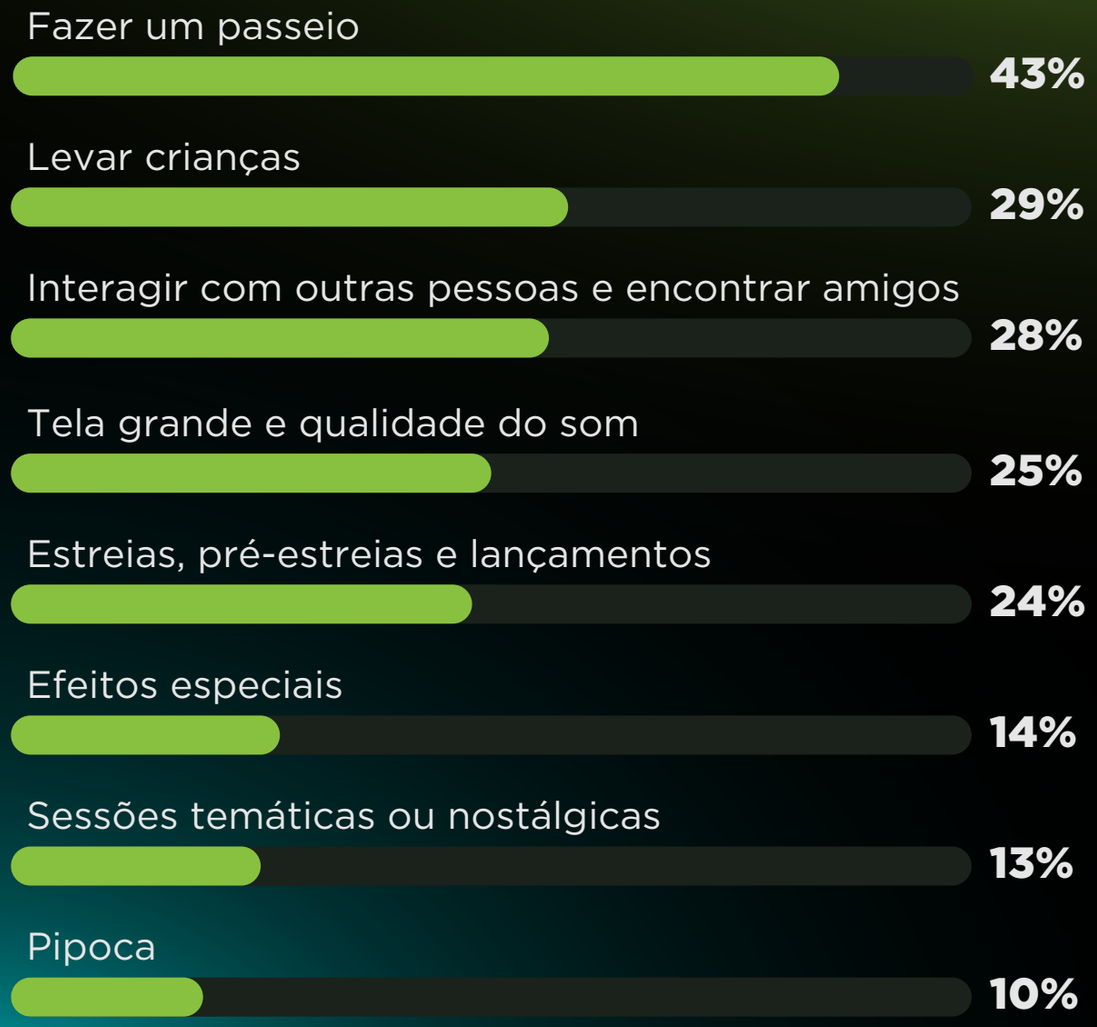


Fonte: Pesquisa Hábitos Culturais 2026, Observatório Fundação Itaú, com apoio técnico do Datafolha.

O QUE MOTIVA O PÚBLICO A IR AO CINEMA?

A pesquisa mostra que a ida ao cinema vai além do filme: ela também representa uma oportunidade de lazer, convivência e experiência coletiva.

PRESHOW
MÍDIA EM CINEMA



Fonte: https://www.exibidor.com.br/noticias/mercado/15976-cinema-alcanca-63-das-classes-a-e-b-e-18-das-d-e-e-aponta-pesquisa

O CINEMA É TAMBÉM UMA EXPERIÊNCIA SOCIAL.

A motivação mais citada foi fazer um passeio (43%), reforçando o valor da experiência fora de casa.

OS JOVENS SÃO UM PÚBLICO ESTRATÉGICO.

A frequência mais elevada entre pessoas de 16 a 24 anos favorece estratégias voltadas a lançamentos, experiências diferenciadas e programas de relacionamento.

A EXPERIÊNCIA DA SALA É UM DIFERENCIAL COMPETITIVO.

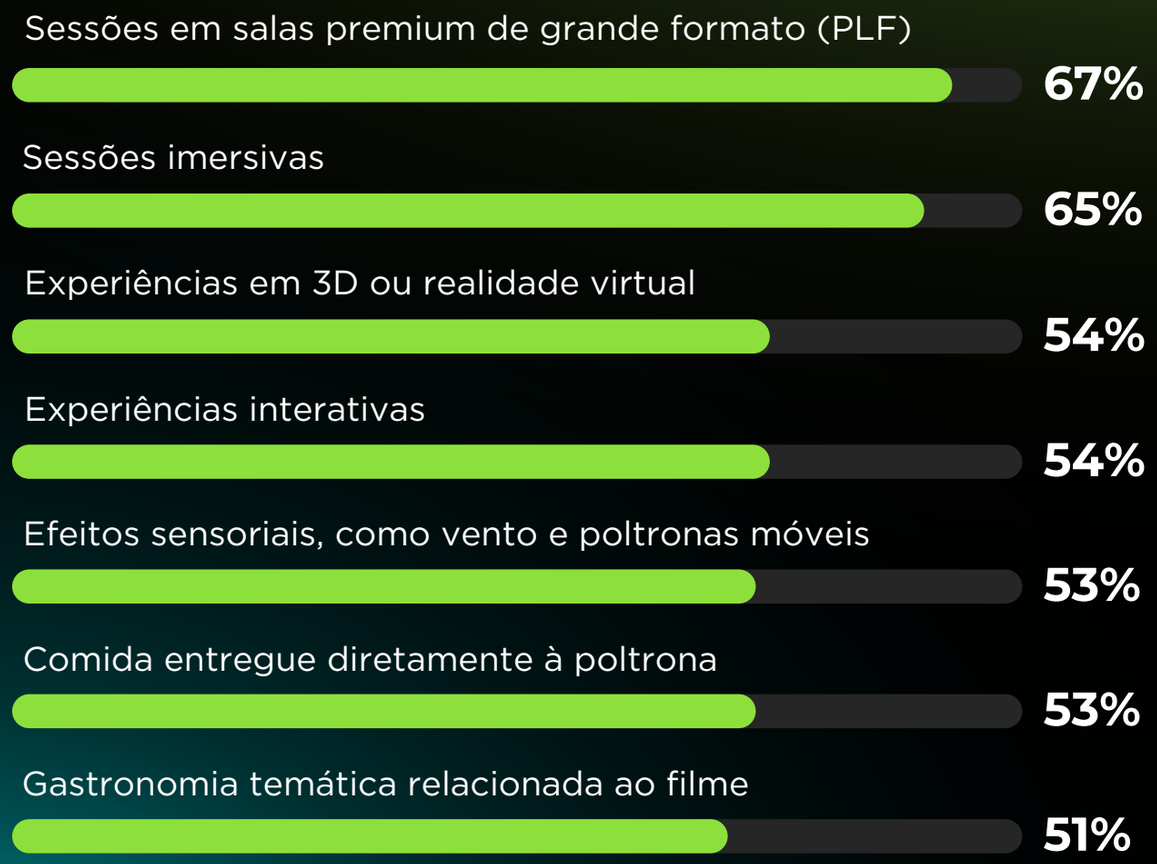
Tela grande, qualidade de som e filmes inéditos estão entre os atrativos destacados pelo público.

Outra grande pesquisa divulgada recentemente é em relação às novas gerações procurarem diferentes experiências. A pesquisa foi realizada online, em maio e junho de 2025, com aproximadamente 6.100 frequentadores de cinema nos Estados Unidos, de 6 a 60 anos.

PRESHOW MÍDIA EM CINEMA

A NOVA GERAÇÃO QUER MAIS! | experiências imersivas e formatos diferenciados.

O estudo detalha o interesse por formatos que vão além da exibição tradicional.



A GERAÇÃO ALPHA NÃO ESTÁ REJEITANDO O CINEMA.

Mesmo tendo crescido com o streaming, essa geração demonstra preferência pela experiência na sala, pela convivência com amigos e por sessões que transformem o filme em um acontecimento.

UMA MÍDIA QUE ATRAVESSA GERAÇÕES

Um dos dados mais importantes para o setor é que a Geração Alpha demonstra maior preferência pelo cinema do que as gerações mais velhas.

59%

DA GERAÇÃO ALPHA

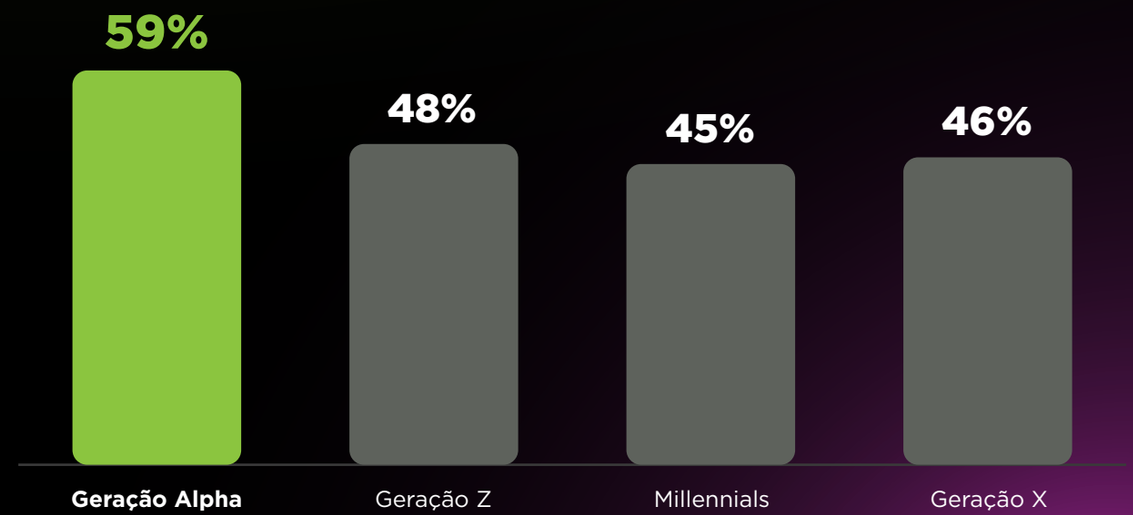
prefere assistir aos filmes no cinema do que em casa

+14 %

acima dos Millennials (45%)

PREFERÊNCIA POR ASSISTIR AOS FILMES NO CINEMA VERSUS EM CASA

Percentual de entrevistados que preferem a experiência nas salas de cinema.



Fonte: National Research Group (NRG), "Gen Alpha Saves the Box Office?", ago. 2025. Pesquisa online com aprox. 6.100 frequentadores de cinema nos EUA, de 6 a 60 anos.

PRESHOW
MIDIA EM CINEMA

OPORTUNIDADES



Mídia em Tela
Vídeo 30” ou 15”

Ação no Hall

Ação com Influencer



Digital Signage DOOH



Top 5
Oferecimento
Vídeo 15”

Sessão Fechada

Conteúdo Patrocinado





PRESHOW
MÍDIA EM CINEMA

OPORTUNIDADE PARA ANUNCIAR

ENTREGA DE MÍDIA

- 30" BLOCO COMERCIAL
- 100 CINE-SEMANAS
- 2 SEMANAS DE VEICULAÇÃO



QUER AUMENTAR OU DIMINUIR O VOLUME DE MÍDIA?

PRECISA DE PRAÇAS ESPECÍFICAS?

DE UM PLANO NACIONAL?
CHAMA A PRESHOW.

PRAÇAS

ONDE SEU PLANO PRECISAR, EM QUAISQUER CANTOS DO BRASIL

A FORÇA DA TELA GRANDE

PLANO DE CINEMA É COM A

PRESHOW

MIDIA EM CINEMA

(11) 3031 9072 | 0800 761 9072 | (11) 99930 9072

preshow@preshow.com.br