

RICERCATORI E CONSULENTI DI "CUSTOMER INTELLIGENCE"

**Un progetto di ricerche sul cinema
Milano – Luglio 2005**



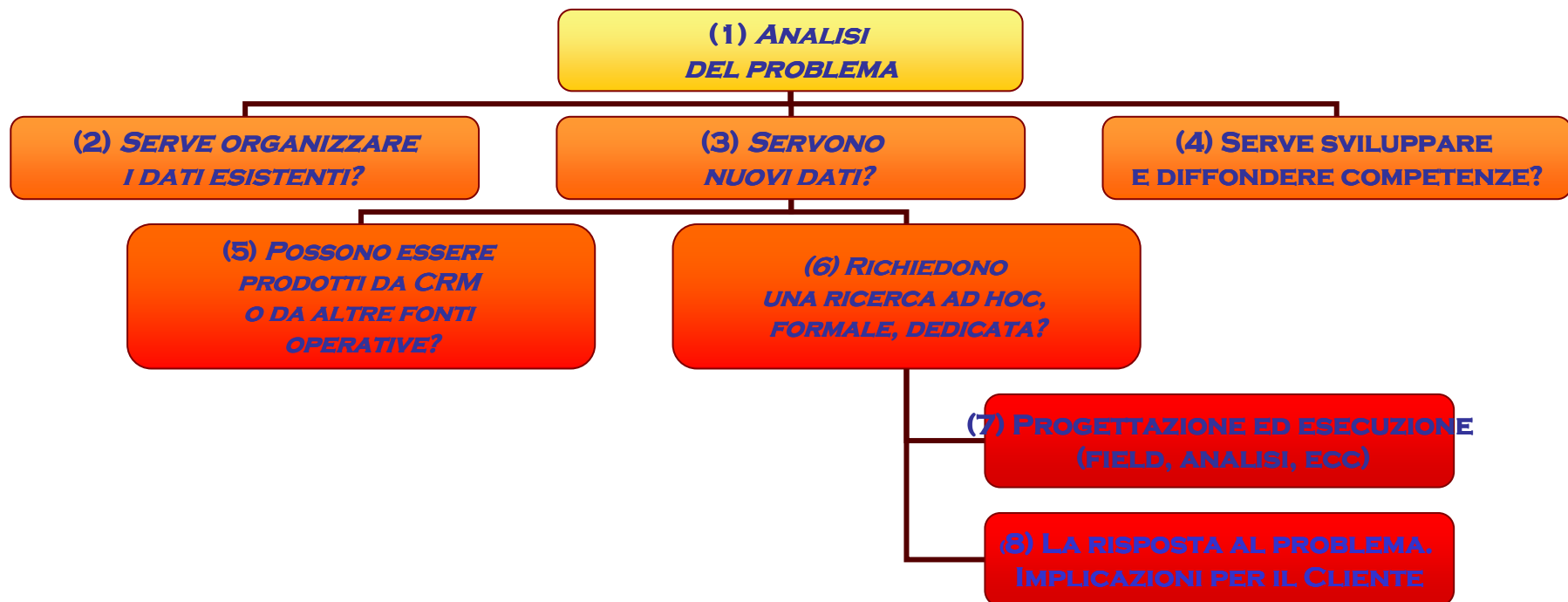
CARLO ERMINERO & CO.
Research Consultants

CONSULENZA E RICERCA. LE DOMANDE CUI RISPONDIAMO.



ambiti 1-6:
progettazione, consulenza (anche operativa), assistenza. formazione

ambiti 7 e 8:
esecuzione di tutte le fasi di ricerca; la risposta; le implicazioni





- La business idea di CE&Co. è di mettere a disposizione dell'industria cinematografica italiana ed europea e di chi la finanzia, gli strumenti di conoscenza necessari per ridurre il rischio relativo alla scelta di una nuova produzione e alle numerose decisioni da prendere nel corso della produzione medesima, prima dell'uscita del film nelle sale.

- Il progetto comprende due parti:
 - una **fase preliminare** di impianto, che servirà per individuare e tarare gli indicatori, stabilire i benchmark, testare la procedura
 - le **fasi operative** di intervento su singoli progetti, per conto di produttori e distributori italiani ed europei.





Le ricerche di base servono per costituire l'archivio di riferimento e le norme. In particolare l'archivio comprenderà le seguenti analisi:

- *Una accurata segmentazione della produzione cinematografica per generi (generi costruiti in base alle aggregazioni di atteggiamento e comportamentali del pubblico)*
- *Una parallela segmentazione del pubblico degli spettatori*
- *La relazione fra risultati del test di gradimento e le vendite (biglietteria+cassette e DVD)*
- *Lista degli **attributi** che possono essere attribuiti a un film (il **lessico** e le **variabili** sottostanti). Loro analisi*
- *Lista dei conseguenti **fattori alfa** (l'idea, la storia, i contenuti,...) che determinano il gradimento e la loro importanza rispetto alle diverse categorie di film e rispetto ai diversi segmenti di pubblico, oltre ai classici **fattori beta** (casting, regia, colonna sonora, ...).*
- *Il panel dei soggetti che saranno chiamati a collaborare alle ricerche ad hoc (scelti in base a una specifica profilazione comportamentale e socio culturale)*





I risultati delle ricerche di base servono per avere una completa comprensione del mercato; per offrire il contesto di validazione delle ricerche successive; per mettere a disposizione i benchmark e le norme di riferimento.

Le ricerche successive, a disposizione degli Operatori del settore, comprendono:

- *Test della sinossi delle sceneggiature*
- *Test della sceneggiatura, completa*
- *Casting evaluation*
- *Pre-views*
- *P&A evaluation*





Obiettivo: valutare l'idea iniziale della sceneggiatura, oppure un grande numero di proposte, riassunte in breve (una/due pagine)

Modello di ricerca: concept test, sequential monadic (da 1 a 6 concetti).

Rilevazione: interviste on line, su panel web, con possibilità di risposte aperte e commenti.

Campione: web; due ipotesi: (a) 200 casi su target indifferenziato; oppure (b) 130 casi su amanti del genere specifico.





Obiettivo: ottenere una accurata valutazione, quanti/qualitativa di una particolare sceneggiatura (es: 40 pagine) e spunti di ottimizzazione e attese sulle modalità di realizzazione, e sul cast.

Modello di ricerca: test in forma monadica, con una forte componente diagnostica.

Rilevazione: interviste on line, su panel web di lettori/giudici preselezionati. Eventuale seconda intervista per risolvere casi interessanti (nuove opportunità). Possibile secondo round sugli stessi, proponendo variazioni al testo.

Campione: 100 casi.





Obiettivo: valutazione del cast, analisi di ipotesi alternative

Modello di ricerca: quantitativo; scala di gradimento in assoluto e rispetto al ruolo; test di affinità. Può essere una fase di ricerca indipendente oppure associata ai test delle sceneggiature.

Rilevazione: interviste on line su panel web

Campione: 100/200 casi





Obiettivo: fornire indicazioni per il montaggio finale e per la scelta delle scene da utilizzare in P&A

Modello di ricerca: misura meccanica del livello di coinvolgimento puntuale/continuativo, questionario autocompilato a metà e fine film, una fase in profondità con un sottogruppo per spiegare i picchi o le fasi di noia/stanchezza

Rilevazione: test in sala attrezzata per 50 partecipanti per volta. Circa 3 ore di test.

Campione: 100 casi, oppure 200 per stime di potenziale. La selezione dei partecipanti avviene su screening personale (panel fisso di residenti).





Obiettivo: finalizzare gli strumenti di comunicazione: poster, trailer, titolo, ecc. Con due opzioni: (a) test su ipotesi alternative (b) stima del potenziale di mercato (diverso per film di nicchia o di massa).

Modello di ricerca: di tipo quali/quantitativo, con componente diagnostica molto sviluppata (decodifica, significati, likes e dislikes, coinvolgimento, persuasione).

Rilevazione: interviste on line su panel web

Campione: 120 casi per la sola ipotesi (a). 180 casi per la stima del potenziale di mercato.





<i>Denominazione:</i>	Carlo Erminero & Co. srl (CE&Co)
<i>Consiglio di Amministrazione:</i>	Carlo Erminero, Agostina Fausta Faini, Giovanni Martinelli, Luca Ungarelli
<i>Direttore:</i>	Carlo Erminero
<i>sede operativa</i>	via Vela, 1 - 20129 Milano, Italia tel. 02.7428.1046 fax 02.2953.2380
<i>recapiti web</i>	e.mail: info@ce-co.it www.ce-co.it
<i>contatti</i>	Silvia Berra, responsabile relazioni esterne



ERROR: syntaxerror
OFFENDING COMMAND: --nostringval--

STACK:

/Title

()

/Subject

(D:20080702160858+02'00')

/ModDate

()

/Keywords

(PDFCreator Version 0.9.5)

/Creator

(D:20080702160858+02'00')

/CreationDate

(s.berra)

/Author

-mark-