

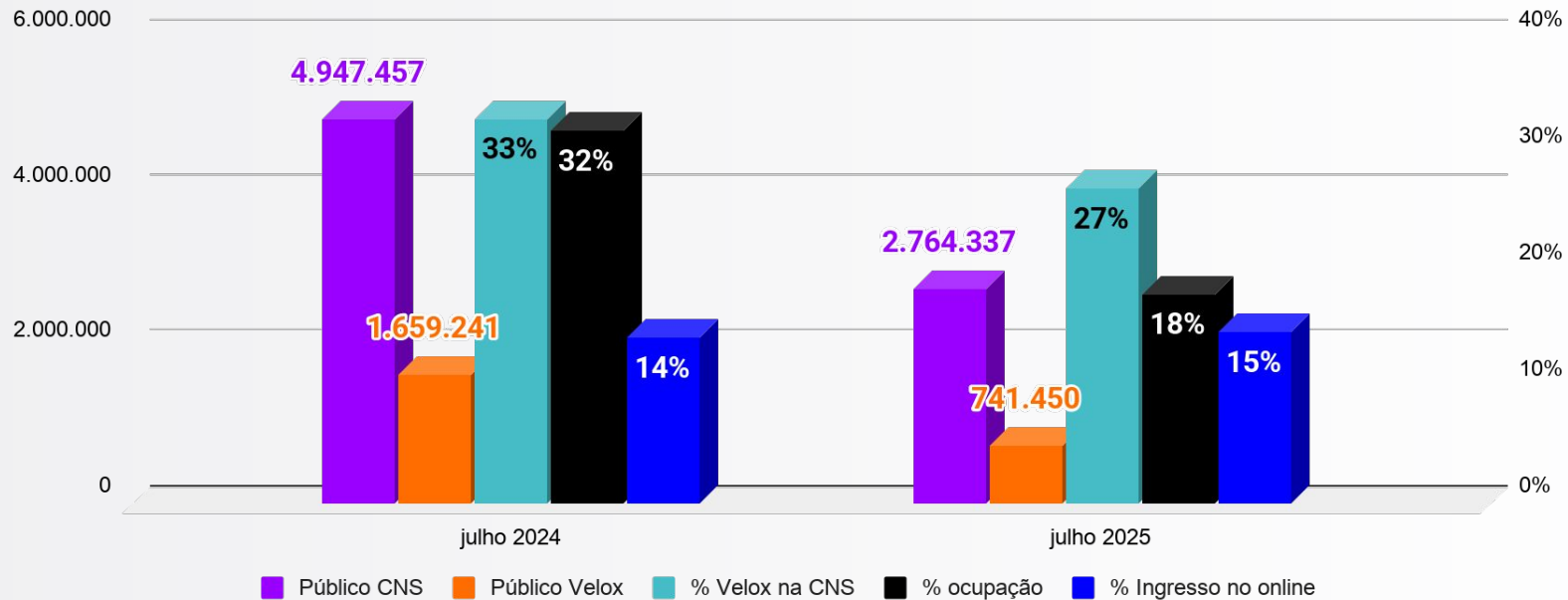


Perspectivas Julho 2026

/ Line-up de filmes

/

Resultados Prévios Julho 2024 e 2025



Top 3 Filmes de julho 2024

Filme	Data de Estreia	Público Total	Público Velox	% Velox na CNS	% Ingresso no online
Divertida Mente 2	20/6/24	2.508.105	818.935	32%	15%
Meu Malvado Favorito 4	6/6/24	1.407.825	430.260	30%	13%
Deadpool & Wolverine	9/4/2024	636.601	315.346	49%	12%

Top 3 Filmes de julho 2025

Filme	Data de Estreia	Público Total	Público Velox	% Velox na CNS	% Ingresso no online
Superman	22/5/2025	659.450	210.578	32%	15%
Jurassic World: Recomeço	13/6/2025	618.558	162.137	26%	12%
Como Treinar o Seu Dragão	7/6/2025	380.276	83.634	22%	22%

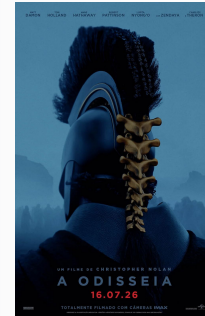
Contexto do cenário



Julho de 2026 tem potencial para ser o melhor mês de 2026 no cinema, devido a quantidade (e qualidade) de filmes que irão estrear e daqueles que entraram em cartaz em junho.

Mas apesar de ser positivo ter vários produtos disponíveis, **isso também causa uma restrição de prateleira e de carteira**: exibidores têm um limite de quantos filmes conseguem exibir e o consumidor tem limite de quanto está disposto a gastar.

O maior desafio nesse contexto não é levar a pessoa ao cinema e sim fazer ela ir 2, 3 ou até 4 vezes num período curto de tempo, o que exige estratégias mais sofisticadas de marketing e vendas.





Novas filmes em julho





Estreia: 2/7/2026

- Público total estimado no mercado: 5.000.000
- Público CNS estimado: 1.100.000 (22% do mercado)
- Público Velox estimado: 300.000 (6% do mercado)

Contexto e oportunidades

- É o terceiro filme do spin-off Minions, sendo o primeiro de 2015, com 8,9 milhões de público no Brasil e o segundo em 2022 com 6,9 milhões
- O desafio para alcance de público é a concorrência com Toy Story 5, que ainda estará em alta, competindo por sessões e público
- Foco do filme em público mais infantil, o que posiciona ele como um bom produto para pais e mães durante as férias escolares



Estreia: 9/7/2026

- Público total estimado no mercado: 6.000.000
- Público CNS total: 1.320.000 (22% do mercado)
- Público Velox total: 420.000 (7% do mercado)

Contexto e oportunidades

- Nova adaptação live action de uma animação da Disney, a qual já teve grande sucesso em alguns casos (Lilo & Stitch teve 10,4 milhões em público) e fracasso em outros (Branca de Neve fez 1,9 milhões)
- Moana como animação é muito aclamada e bem sucedida, tendo alcançado 5,1 milhões de pessoas no primeiro filme e 9,1 milhões no segundo
- A proposta do filme conversa com um público mais amplo do que apenas crianças, o que também torna esse um produto que poderá ser vendido para adolescentes, adultos jovens e afins



Estreia: 16/7/2026

- Público total estimado no mercado: 3.000.000
- Público CNS total: 690.000 (23% do mercado)
- Público Velox total: 150.000 (5% do mercado)

Contexto e oportunidades

- Novo filme do Christopher Nolan (trilogia Batman, A Origem, Oppenheimer e outros filmes aclamados tanto em crítica como em público)
- Oppenheimer, uma biografia com quase 3 horas de duração, trouxe 3 milhões de pessoas ao cinema. Odisseia, pela própria proposta, terá mais ação, o que já torna ele mais blockbuster também.
- Único filme “mais adulto” das férias, o que posiciona ele para atrair o público mais velho e/ou cinéfilo ao cinema no período
- Potencial de alta taxa de ocupação principalmente em sessões legendadas e IMAX



Estreia: 29/7/2026

- Público total estimado no mercado: 12.000.000
- Público CNS total: 2.640.000 (22% do mercado)
- Público Velox total: 960.000 (8% do mercado)

Contexto e oportunidades

- Último Homem-Aranha, de 2021, trouxe 17 milhões de pessoas ao cinema, o que o tornou um dos filmes mais bem sucedidos da Marvel
- Pré-venda na Velox já está em quase 50 mil vendas, sendo que o filme estreia apenas no final de julho
- Será um filme que “salvará” agosto, normalmente um mês de baixa
- Enorme potencial para exibidores explorarem a venda de produtos colecionáveis como baldes e copos, além de combos e pacotes

Conclusões e recomendações

- Julho está com muitos filmes em cartaz, o que é ótimo pensando em variedade de produtos, mas desafiador pensando em disputa por sessões e bolso.
- O maior desafio em marketing é conseguir divulgar todos os filmes sem que o cliente fique atordado, sem saber quando estreia o que;
- O “bolso do cliente” é o principal obstáculo para as vendas, pois a maioria das pessoas irão cogitar em ir em 1 ou 2 filmes, não 3 ou 4. O vale cinema e pacote de ingressos se tornam produtos bem estratégicos para essa temporada de férias, aumentando ticket médio e recorrência;
- Parcelamento Velox pode ser usado como diferencial na divulgação para estimular vendas durante o período, nos quais o gasto tende a ser maior devido a compra de baldes, bomboniere, múltiplos ingressos para família, etc.

