

## „TNS LT“: 2009 m. Lietuvos reklamos rinka krito 39,2 proc.

Rinkos tyrimų ir konsultacijų bendrovės „TNS LT“ duomenimis, 2009 m. šalyje reklamos rinka žiniasklaidos priemonėse krito 39,2 proc. Įskaičiuojant žiniasklaidos kanalų apimtį ir kitas nuolaidas iš viso per praėjusius metus Lietuvoje reklamai žiniasklaidoje išleista 329,6 mln. litų.

Pasak „TNS LT“ direktoriaus G. Juodpusio, kaip ir tikėtasi, 2009 m. pradžioje dėl neaiškios situacijos šalies ekonomikoje stipriai vėlavo reklamos biudžetų tvirtinimas, tai turėjo neigiamos įtakos 2009 m. reklamos rinkai. 2009 m. Lietuvos reklamos rinkos smukimas viršijo pesimistines prognozes, ji nukrito iki 2004 m. pradžios lygio.

„2009 metų reklamos monitoringo duomenys rodo, kad jau nuo 2009 m. sausio mėn. reklamos apimtis gana ženkliai sumažėjo. Tokia pat tendencija išliko visus metus, gal tik išskyrus vasaros mėnesius, kai ūgtelėjo reklamos apimtis televizijoje ir internete. Sumažėję reklamdavių biudžetai, kritę žiniasklaidos kanalų reklamos įkainiai, konkurencija tarp žiniasklaidos kanalų dėl reklamos pinigų lėmė spartų reklamos rinkos mažėjimą“, – teigia „TNS LT“ direktorius Gytis Juodpusis.

Kaip ir ankstesniais metais, 2009-aisiais didžiausią dalį rinkos pajamų sudarė reklama televizijoje bei laikraščiuose – atitinkamai 44,0 proc. ir 21,8 proc. Lyginant su 2008m., pernai reklamai skirtos lėšos mažėjo visuose žiniasklaidos kanaluose. Žurnaluose reklamos pajamos krito 48,6 proc., laikraščiuose – 46,7 proc., televizijoje 37,2 proc., lauko reklamos rinkoje (įvertinus ir lauko vaizdo bei reklamą ant degalinių pylimosi pistoletų apimtį) – 36,1 proc., radijuje 28,2 proc., interneto reklamos rinkoje – 33,3 proc., kine – 8,3 proc.

Per 2009-uosius metus vienam gyventojui tenkantis reklamos žiniasklaidoje pinigų kiekis krito nuo 161,25 iki 98,39 litų.

Kanalas	2008 mln. Lt	2009 mln. Lt	Pokytis 2009/2008	Dalis
TV	231	145	-37,2%	44,0%
LAIKRAŠČIAI	135	72	-46,7%	21,8%
ŽURNALAI	70	36	-48,6%	10,9%
RADIJAS	39	28	-28,2%	8,5%
LAUKO REKLAMA*	36	23	-36,1%	7,0%
INTERNETAS	30	20	-33,3%	6,1%
KINAS	1,2	1,1	-8,3%	0,3%
VIDAUS REKLAMA**	N/A	4,5		1,4%
Iš viso	542,2	329,6	-39,2%	100,0%

\* įskaitant ir lauko vaizdo reklamą ir „Fillboard“ (reklamą ant degalinių degalų pylimo pistoletų) reklamą

\*\* vidaus-TV reklama - ekranai prekybos centruose ir degalinėse

„TNS LT“ įvertino vidaus TV (ekranai prekybos centruose ir degalinėse) ir BTL (netradicinės reklamos priemonės) reklamos rinką. Ji 2009 m. sudarė 4,5 milijonų litų ir 3,5 milijonų litų.

2009 m. aktyviausiai reklamavosi prekybos tinklai, mobiliojo ryšio operatoriai, maisto gamintojai, vaistinės, farmacijos bendrovės, valstybės institucijos, koncertų, renginių organizatoriai. Didžiausi reklamos užsakovai pernai buvo „Tele2“, „Procter&Gamble“, „Bitė“, „Danone group“, „Henkel“, „Omnitel“, „Reckitt-Benckiser“, „Maxima LT“, „Palink“, „L’Oreal“.

Vis dar pesimistines prognozes atskleidė ir „TNS LT“ šių metų vasario-kovo mėnesiais atlikta žiniasklaidos ekspertų apklausa, kurioje dalyvavo didžiausių žiniasklaidos planavimo agentūrų, žiniasklaidos priemonių savininkai ir vadovai. Anot jų, 2010 metais Lietuvos reklamos rinka mažės 14 proc., televizijos reklamos rinka – 10 proc., radijo – 13 proc., laikraščių – 18 proc., žurnalų – 16 proc., lauko reklamos rinka – 12 proc., kino reklamos rinka – 13 procentų. Žiniasklaidos ekspertai prognozuoja, kad 2010 m. augs tik interneto reklamos rinka – 15 procentų.

Šalies reklamos rinkos tyrimą „TNS LT“ atliko pagal savo 2009 m. reklamos monitoringo duomenis, bendradarbiaudama kartu su Lietuvos radijo ir televizijos komisija, žiniasklaidos planavimo agentūromis, šalies komercinėmis televizijomis, Lietuvos nacionaliniu radiju ir televizija, didžiausiais interneto paslaugų teikėjais, kino, lauko ir vidaus reklamos davėjais.

Duomenys pateikti įvertinus 95-100% TV reklamos rinkos, 95-100% radijo reklamos rinkos, 90-100 % spaudos reklamos rinkos, 90-100% lauko reklamos rinkos, 95-100% kino reklamos rinkos, 80-100% interneto reklamos rinkos, 100% „Fillboard“ reklamos rinkos, 95-100% vidaus TV reklamos rinkos.

#### **Apie „TNS LT“**

TNS yra rinkos tyrimų lyderiai ir glaudžiai bendradarbiaudami su klientais teikia aukščiausios kokybės informaciją, analizę bei išvalgas daugiau nei 80 pasaulio šalių. TNS turi pasaulinio lygio patirtį interesų grupių valdymo, naujų produktų diegimo, mažmeninės prekybos, prekės ženklų ir komunikacijos tyrimuose, yra pagrindiniai interneto, TV, spaudos, radijo auditorijos tyrimų bei informacijos ir reklamos monitoringo paslaugų tiekėjai.

#### **Daugiau informacijos:**

Džineta Maisiejienė, „TNS LT“ projektų vadybininkė

Tel. + 370 5 210 66 27 arba e. paštas [Dzineta.Maisiejene@tns-global.com](mailto:Dzineta.Maisiejene@tns-global.com)