

Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas, 2017 sausis-vasaris



Reklamos apimčių apžvalga

- “TNS LT” reklamos apimčių apžvalgoje pateikiami žiniasklaidos reklamos monitoringo duomenys, reklamos apimčių pokytis lyginant 2017-ųjų ir 2016-ųjų metų sausio-vasario mėnesių rezultatus.
- Televizijoje, radijuje, lauko video ir vidaus TV reklamos laikas yra skaičiuojamas sekundėmis, spaudoje – reklamos plotas kvadratiniais centimetrais, lauko statinėje reklamoje – kvadratiniais metrais, kine ir fillboard reklamoje – kiekis (reklamų vienetai), internete – *gross** reklamos išlaidos.
- Apžvalgoje pateikiami labiausiai besireklamuojančių žiniasklaidoje reklamdavių ir produktų grupių TOP 10.

**gross* - išlaidos – tai reklamos skelbimo žiniasklaidoje išlaidos, skaičiuojamos naudojant oficialius žiniasklaidos tiekėjų kainininkus, neatsižvelgiant į jokiais galimas apimties ar kitas nuolaidas, kurias žiniasklaidos tiekėjai gali suteikti reklamos užsakovams.

Reklamos apimčių pokytis

2017 sausis-vasaris vs 2016 sausis-vasaris		
Žiniasklaida	Reklamos apimtys	Pokytis %
TV	sekundės	12,1
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-1,4
ŽURNALAI	cm ²	-9,0
RADIJAS	sekundės	10,8
INTERNETAS	gross išlaidos	51,5
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	10,7
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	12,1
FILLBOARD	kartai	0
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	5,7
KINO REKLAMA	kartai	61,8

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2017 ir 2016 metų sausio-vasario mėnesių duomenis, paaugo 12,1 proc. Per du 2017 metų mėnesius televizijoje buvo ištransliuoti 254 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys, krito 4,4 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 1 milijonas 162 tūkstančiai kvadratinų centimetrų reklamos, reklamos ploto mažėjimas buvo 1,4 proc. Žurnaluose reklamos plotas krito 9 proc. ir sudarė 722 tūkstančius kvadratinų centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2017 metų sausį-vasarį transliavo 1 milijoną 91 tūkstantį sekundžių reklamos ir tai buvo 10,8 proc. reklamos daugiau negu per 2016-ųjų du mėnesius.
- Per pirmus du 2017-ųjų metų mėnesius, lyginant su 2016 metų tuo pačiu laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos išaugo 51,5 proc.

**gross* - išlaidos – tai reklamos skelbimo žiniasklaidoje išlaidos, skaičiuojamos naudojant oficialius žiniasklaidos tiekėjų kainininkus, neatsižvelgiant į jokiais galimas apimties ar kitas nuolaidas, kurias žiniasklaidos tiekėjai gali suteikti reklamos užsakovams.

Reklamos apimtys

- Lauko reklamos vidutinis vienos dienos plotas, palyginus 2017 ir 2016 metų sausio-vasario mėnesių duomenis, augo 10,7 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 17 tūkstančių m² reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 882 tūkstančiai sekundžių reklamos. Palyginus su 2016 metų pirmų dviejų mėnesių duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis išaugo 12,1 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota beveik 6 tūkstančiai reklaminių lipdukų. Lyginant su 2016 metų dviejų mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis nesikeitė.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2017 ir 2016 metų sausio-vasario mėnesių duomenis, paaugo 5,7 proc.
- Kino reklama išaugo 61,8 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 78 tūkstančiai reklaminių klipų.

TOP 10 reklamuotojų

- Didžiausi reklamuotojai (TV, radijas, spauda, lauko reklama, lauko video reklama, kino reklama, internetas, fillboard, vidaus tv reklama).
- 2017 m. sausio-vasario mėn.

Reklamuotojas

TELE2

TELIA LIETUVA

STUDIO MODERNA

LIDL

PROCTER&GAMBLE

MAXIMA LT

GLAXO SMITHKLINE

RECKITT BENCKISER

PALINK

OLIFÉJA

TOP 10 produktų grupių

- Didžiausios produktų grupės (TV, radijas, spauda, lauko reklama, lauko video reklama, kino reklama, internetas, fillboard, vidaus tv reklama).
- 2017 m. sausio-vasario mėn.

Produktų grupė

PREKYBOS TINKLAI

VAISTINĖS

PREKYBOS CENTRAI

MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA

SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI

INTERNETO+MOBILUS RYŠYS

TELEKOMUNIKACIJŲ KOMPANIJOS, PASLAUGOS

VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI

PIRKĖJO KORTELĖS

LOTERIJOS

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2017 01-02	vs	2016 01-02
PREKYBOS TINKLAI	1		1
VAISTINĖS	2		2
PREKYBOS CENTRAI	3		4
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	4		11
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	5		3
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	6		5
TELEKOMUNIKACIJŲ KOMPANIJOS, PASLAUGOS	7		354
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI	8		13
PIRKĖJO KORTELĖS	9		16
LOTERIJOS	10		14

Pastabos

- Duomenys pateikiami tik iš "TNS LT" registruojamų žiniasklaidos priemonių sąrašo, o tai sudaro (ekspertinis vertinimas): TV – 98%, spauda – 90%, radijas – 90%, lauko reklama – 90%, lauko video reklama – 90%, kino (reklaminiai klipai) reklama – 85%, interneto banerinė reklama 80%, fillboard reklama – 100%, vidaus tv reklama – 80% reklamos rinkos apimties.