

Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas, 2016 sausis-liepa



Reklamos apimčių apžvalga

©TNS 2016

Reklamos apimčių apžvalga

- “TNS LT” reklamos apimčių apžvalgoje pateikiami žiniasklaidos reklamos monitoringo duomenys, reklamos apimčių pokytis lyginant 2016-ųjų ir 2015-ųjų metų sausio-liepos 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 apimtias ar kitas nuolaidas, kurias žiniasklaidos tiekėjai gali suteikti reklamos užsakovams.



Reklamos apimčių pokytis

2016 sausis-liepa vs 2015 sausis-liepa		
	Reklamos apimtys	Pokytis %
Žiniasklaida		
TV	sekundės	7,2
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-17,4
ŽURNALAI	cm ²	2,0
RADIJAS	sekundės	0,1
INTERNETAS	gross išlaidos	18,6
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	-4,1
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	11
FILLBOARD	kartai	-0,5
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	-20,7
KINO REKLAMA	kartai	-3,6

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-liepos mėnesių duomenis, paaugo 7,2 proc. Per septynis 2016 metų mėnesius televizijoje buvo ištransliuoti 958 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys krito 10,2 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 5 milijonai 50 tūkstančių kvadratinų centimetrų reklamos, reklamos ploto mažėjimas buvo 17,4 proc. Žurnaluose reklamos plotas paaugo 2 proc. ir sudarė 3 milijonus 709 tūkstančius kvadratinų centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2016 metų sausį-liepą transliavo 4 milijonus 158 tūkstančius sekundžių reklamos ir tai buvo 0,1 proc. reklamos daugiau negu per 2015-ųjų septynis mėnesius.
- Per pirmus septynis 2016-ųjų metų mėnesius, lyginant su 2015 metų tuo pačiu laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos išaugo 18,6 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 2016 ir 2015 metų sausio-liepos mėnesių duomenis, mažėjo 4,1 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 19,9 tūkstančių m² reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 2 milijonai 704 tūkstančiai sekundžių reklamos. Palyginus su 2015 metų pirmų septynių mėnesių duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis išaugo 11 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota beveik 21 tūkstantis reklaminių lipdukų. Lyginant su 2015 metų septynių mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis smuktelėjo 0,5 proc.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-liepos mėnesių duomenis, mažėjo 20,7 proc.
- Kino reklama krito 3,6 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 237 tūkstančiai reklaminių klipų.

TOP 10 reklamuotojų

- Didžiausi reklamuotojai (TV, radijas, spauda, lauko reklama, lauko video reklama, kino reklama, internetas, fillboard, vidaus tv reklama).
- 2016 m. sausio-liepos mėn.

Reklamuotojas

TELE2

STUDIO MODERNA

PROCTER&GAMBLE

MAXIMA LT

RECKITT BENCKISER

OLIFÉJA

OMNITEL

BITĖ

PALINK

FERRERO

TOP 10 produktų grupių

- Didžiausios produktų grupės (TV, radijas, spauda, lauko reklama, lauko video reklama, kino reklama, internetas, fillboard, vidaus tv reklama).
- 2016 m. sausio-liepos mėn.

Produktų grupė

PREKYBOS TINKLAI

PREKYBOS CENTRAI

INTERNETO+MOBILUS RYŠYS

VAISTINĖS

MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA

GREITASIS KREDITAS

LOTERIJOS

MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI

POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI

MOBILAUS RYŠIO IŠANKSTINIO MOKĖJIMO KORTELĖS

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2016 01-07	vs	2015 01-07
PREKYBOS TINKLAI	1		2
PREKYBOS CENTRAI	2		3
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	3		6
VAISTINĖS	4		4
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	5		5
GREITASIS KREDITAS	6		1
LOTERIJOS	7		8
MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI	8		9
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI	9		11
MOBILAUS RYŠIO IŠANKSTINIO MOKĖJIMO KORTELĖS	10		7

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.