

Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas, 2016 sausis-rugpjūtis



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-rugpjūčio 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

2016 sausis-rugpjūtis vs 2015 sausis-rugpjūtis		
	Reklamos apimtys	Pokytis %
Žiniasklaida	sekundės	8,4
TV	cm ²	-16,4
LAIKRAŠČIAI	cm ²	2,5
ŽURNALAI	sekundės	1
RADIJAS	gross išlaidos	20,2
INTERNETAS	m ²	-4
LAUKO STATINĖ REKLAMA	sekundės	9,8
LAUKO VIDEO REKLAMA	kartai	-0,4
FILLBOARD	sekundės	-14,0
VIDAUS TV REKLAMA	kartai	0,9
KINO REKLAMA		

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-rugpjūčio mėnesių duomenis, paaugo 8,4 proc. Per aštuonis 2016 metų mėnesius televizijoje buvo ištransliuota 1 milijonas 101 tūkstantis reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys krito 9,4 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 5 milijonai 772 tūkstančiai kvadratinų centimetrų reklamos, reklamos ploto mažėjimas buvo 16,4 proc. Žurnaluose reklamos plotas paaugo 2,5 proc. ir sudarė 4 milijonus 151 tūkstantį kvadratinų centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2016 metų sausį-rugpjūtį transliavo 4 milijonus 830 tūkstančių sekundžių reklamos ir tai buvo 1 proc. reklamos daugiau negu per 2015-ųjų aštuonis mėnesius.
- Per pirmus aštuonis 2016-ųjų metų mėnesius, lyginant su 2015 metų tuo pačiu laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos išaugo 20,2 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-rugpjūčio mėnesių duomenis, mažėjo 4 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 19,9 tūkstančių m² reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 3 milijonai 67 tūkstančiai sekundžių reklamos. Palyginus su 2015 metų pirmų aštuonių mėnesių duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis išaugo 9,8 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota beveik 24 tūkstančiai reklaminių lipdukų. Lyginant su 2015 metų aštuonių mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis smuktelėjo 0,4 proc.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-rugpjūčio mėnesių duomenis, mažėjo 14 proc.
- Kino reklama paaugo 0,9 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 270 tūkstančių 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-rugpjūčio mėn.

Reklamuotojas

TELE2

PROCTER&GAMBLE

MAXIMA LT

STUDIO MODERNA

RECKITT BENCKISER

BITĖ

OLIFĖJA

OMNITEL

PALINK

LIDL

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-rugpjūčio mėn.

Produktų grupė

PREKYBOS TINKLAI

PREKYBOS CENTRAI

INTERNETO+MOBILUS RYŠYS

VAISTINĖS

GREITASIS KREDITAS

MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA

MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI

LOTERIJOS

POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI

MOBILAUS RYŠIO IŠANKSTINIO MOKĖJIMO KORTELĖS

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2016 01-08	vs	2015 01-08
PREKYBOS TINKLAI	1		2
PREKYBOS CENTRAI	2		3
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	3		6
VAISTINĖS	4		5
GREITASIS KREDITAS	5		1
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	6		4
MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI	7		10
LOTERIJOS	8		8
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.