

Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas, 2016 sausis-rugsėjis



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-rugsėjo 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-rugsėjis vs 2015 sausis-rugsėjis		
Žiniasklaida	Reklamos apimtys	Pokytis %
TV	sekundės	9
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-14,5
ŽURNALAI	cm ²	4,1
RADIJAS	sekundės	1,5
INTERNETAS	gross išlaidos	19
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	-3,2
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	9,4
FILLBOARD	kartai	-0,3
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	-15,5
KINO REKLAMA	kartai	0,7

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-rugsėjo mėnesių duomenis, paaugo 9 proc. Per devynis 2016 metų mėnesius televizijoje buvo ištransliuota 1 milijonas 269 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys krito 7,6 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 6 milijonai 686 tūkstančiai kvadratinų centimetrų reklamos, reklamos ploto mažėjimas buvo 14,5 proc. Žurnaluose reklamos plotas paaugo 4,1 proc. ir sudarė 4 milijonus 795 tūkstančius kvadratinų centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2016 metų sausį-rugsėį transliavo 5 milijonus 595 tūkstančius sekundžių reklamos ir tai buvo 1,5 proc. reklamos daugiau negu per 2015-ųjų devynis mėnesius.
- Per pirmus devynis 2016-ųjų metų mėnesius, lyginant su 2015 metų tuo pačiu laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos išaugo 19 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-rugsėjo mėnesių duomenis, mažėjo 3,2 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 20,2 tūkstančių m² reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 3 milijonai 485 tūkstančiai sekundžių reklamos. Palyginus su 2015 metų pirmų devynių mėnesių duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis išaugo 9,4 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota 26,7 tūkstančiai reklaminių lipdukų. Lyginant su 2015 metų devynių mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis smuktelėjo 0,3 proc.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-rugsėjo mėnesių duomenis, mažėjo 15,5 proc.
- Kino reklama paaugo 0,7 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 298 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-rugsėjo mėn.

Reklamuotojas

TELE2

PROCTER&GAMBLE

MAXIMA LT

STUDIO MODERNA

RECKITT BENCKISER

OMNITEL

BITĖ

OLIFĖJA

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-rugsėjo mėn.

Produktų grupė

PREKYBOS TINKLAI

PREKYBOS CENTRAI

INTERNETO+MOBILUS RYŠYS

VAISTINĖS

GREITASIS KREDITAS

MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI

MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA

LOTERIJOS

POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI

MOBILAUS RYŠIO IŠANKSTINIO MOKĖJIMO KORTELĖS

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2016 01-09	vs	2015 01-09
PREKYBOS TINKLAI	1		2
PREKYBOS CENTRAI	2		3
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	3		5
VAISTINĖS	4		6
GREITASIS KREDITAS	5		1
MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI	6		11
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	7		4
LOTERIJOS	8		8
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI,FESTIVALIAI	9		9
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.