

Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas, 2016 sausis-spalis



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-spalio 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-spalis vs 2015 sausis-spalis		
Žiniasklaida	Reklamos apimtys	Pokytis %
TV	sekundės	9,2
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-12,4
ŽURNALAI	cm ²	3,3
RADIJAS	sekundės	1,1
INTERNETAS	gross išlaidos	21,2
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	-3,3
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	9,7
FILLBOARD	kartai	0
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	-18,7
KINO REKLAMA	kartai	4,0

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-spalio mėnesių duomenis, paaugo 9,2 proc. Per dešimt 2016 metų mėnesių televizijoje buvo ištransliuota 1 milijonas 459 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys krito 6,4 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 7 milijonai 616 tūkstančių kvadratinų centimetrų reklamos, reklamos ploto mažėjimas buvo 12,4 proc. Žurnaluose reklamos plotas paaugo 3,3 proc. ir sudarė 5 milijonus 460 tūkstančių kvadratinų centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2016 metų sausį-spalį transliavo 6 milijonus 431 tūkstantį sekundžių reklamos ir tai buvo 1,1 proc. reklamos daugiau negu per 2015-ųjų dešimt mėnesių.
- Per dešimt 2016-ųjų metų mėnesių, lyginant su 2015 metų tuo pačiu laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos išaugo 21,2 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-spalio mėnesių duomenis, mažėjo 3,3 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 20,1 tūkstančių m² reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 3 milijonai 904 tūkstančiai sekundžių reklamos. Palyginus su 2015 metų dešimties mėnesių duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis išaugo 9,7 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota 29,6 tūkstančiai reklaminių lipdukų. Lyginant su 2015 metų dešimties mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis nesikeitė.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-spalio mėnesių duomenis, mažėjo 18,7 proc.
- Kino reklama augo 4 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 348 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-spalio mėn.

Reklamuotojas

TELE2

PROCTER&GAMBLE

MAXIMA LT

STUDIO MODERNA

RECKITT BENCKISER

PALINK

OMNITEL

LIDL

OLIFĖJA

BITĖ

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-spalio mėn.

Produktų grupė

PREKYBOS TINKLAI

PREKYBOS CENTRAI

INTERNETO+MOBILUS RYŠYS

VAISTINĖS

SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI

MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI

MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA

LOTERIJOS

PIRKĖJO KORTELĖS

POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2016 01-10	vs	2015 01-10
PREKYBOS TINKLAI	1		2
PREKYBOS CENTRAI	2		3
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	3		5
VAISTINĖS	4		6
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	5		1
MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI	6		13
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	7		4
LOTERIJOS	8		8
PIRKĖJO KORTELĖS	9		22
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI	10		9

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.