

# Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas, 2016 sausis-lapkritis



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-lapkričio 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-lapkritis vs 2015 sausis-lapkritis		
Žiniasklaida	Reklamos apimtys	Pokytis %
TV	sekundės	9,2
LAIKRAŠČIAI	cm <sup>2</sup>	-11,9
ŽURNALAI	cm <sup>2</sup>	3,3
RADIJAS	sekundės	1,2
INTERNETAS	gross išlaidos	21,1
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m <sup>2</sup>	-2,5
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	10,8
FILLBOARD	kartai	0,3
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	-18,1
KINO REKLAMA	kartai	8,2

# Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-lapkričio mėnesių duomenis, paaugo 9,2 proc. Per vienuolika 2016 metų mėnesių televizijoje buvo ištransliuota 1 milijonas 645 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys krito 6,1 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 8 milijonai 364 tūkstančiai kvadratinų centimetrų reklamos, reklamos ploto mažėjimas buvo 11,9 proc. Žurnaluose reklamos plotas paaugo 3,3 proc. ir sudarė 6 milijonus 106 tūkstančius kvadratinų centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2016 metų sausį-lapkritį transliavo 7 milijonus 215 tūkstančių sekundžių reklamos ir tai buvo 1,2 proc. reklamos daugiau negu per 2015-ųjų vienuolika mėnesių.
- Per vienuolika 2016-ųjų metų mėnesių, lyginant su 2015 metų tuo pačiu laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross*\* išlaidos išaugo 21,1 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-lapkričio mėnesių duomenis, mažėjo 2,5 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 20,2 tūkstančių m<sup>2</sup> reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 4 milijonai 441 tūkstantis sekundžių reklamos. Palyginus su 2015 metų vienuolikos mėnesių duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis išaugo 10,8 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota 32,6 tūkstančiai reklaminių lipdukų. Lyginant su 2015 metų vienuolikos mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis ūgtelėjo 0,3 proc.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-lapkričio mėnesių duomenis, mažėjo 18,1 proc.
- Kino reklama augo 8,2 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 390 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-lapkričio mėn.

Reklamuotojas

TELE2

PROCTER&GAMBLE

MAXIMA LT

STUDIO MODERNA

LIDL

RECKITT BENCKISER

PALINK

OMNITEL

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-lapkričio mėn.

Produktų grupė

PREKYBOS TINKLAI

PREKYBOS CENTRAI

INTERNETO+MOBILUS RYŠYS

VAISTINĖS

SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI

MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI

MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA

LOTERIJOS

POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI

VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI

# Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2016 01-11	vs	2015 01-11
PREKYBOS TINKLAI	1		2
PREKYBOS CENTRAI	2		3
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	3		6
VAISTINĖS	4		5
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	5		1
MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI	6		16
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	7		4
LOTERIJOS	8		7
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI,FESTIVALIAI	9		8
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI	10		10



# 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.