

Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas, 2016 sausis-gruodis



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-gruodžio 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-gruodis vs 2015 sausis-gruodis		
Žiniasklaida	Reklamos apimtys	Pokytis %
TV	sekundės	10
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-11,4
ŽURNALAI	cm ²	2,9
RADIJAS	sekundės	1
INTERNETAS	gross išlaidos	20,2
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	-1,2
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	11,4
FILLBOARD	kartai	0,5
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	-11,8
KINO REKLAMA	kartai	5,1

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2016 ir 2015 metų duomenis, paaugo 10 proc. Per 2016-uosius metus televizijoje buvo ištransliuota 1 milijonas 806 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys krito 5,8 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 9 milijonai 149 tūkstančiai kvadratinų centimetrų reklamos, reklamos ploto mažėjimas buvo 11,4 proc. Žurnaluose reklamos plotas paaugo 2,9 proc. ir sudarė 6 milijonus 776 tūkstančius kvadratinų centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2016 metų sausį-gruodį transliavo 8 milijonus 82 tūkstančius sekundžių reklamos ir tai buvo 1 proc. reklamos daugiau negu per 2015-ųjų dvylika mėnesių.
- Lyginant 2016 metų ir 2015 metų duomenis, 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-gruodžio mėnesių duomenis, mažėjo 1,2 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 20,4 tūkstančių m² reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 4 milijonai 979 tūkstančiai sekundžių reklamos. Palyginus su 2015 metų duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis išaugo 11,4 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota 35,6 tūkstančiai reklaminių lipdukų. Lyginant su 2015 metų rezultatais, Fillboard reklamos kiekis ūgtelėjo 0,5 proc.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-gruodžio mėnesių duomenis, mažėjo 11,8 proc.
- Kino reklama augo 5,1 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 433 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-gruodžio mėn.

Reklamuotojas

TELE2

PROCTER&GAMBLE

MAXIMA LT

STUDIO MODERNA

LIDL

PALINK

OMNITEL

RECKITT BENCKISER

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-gruodžio mėn.

Produktų grupė

PREKYBOS TINKLAI

PREKYBOS CENTRAI

INTERNETO+MOBILUS RYŠYS

VAISTINĖS

MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA

SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI

LOTERIJOS

MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI

POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI

PIRKĖJO KORTELĖS

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2016 01-12	vs	2015 01-12
PREKYBOS TINKLAI	1		2
PREKYBOS CENTRAI	2		3
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	3		5
VAISTINĖS	4		6
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	5		4
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	6		1
LOTERIJOS	7		7
MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI	8		16
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI,FESTIVALIAI	9		8
PIRKĖJO KORTELĖS	10		20

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.