



Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas

2017 sausis-balandis

Reklamos apimčių apžvalga

- “Kantar TNS” reklamos apimčių apžvalgoje pateikiami žiniasklaidos reklamos monitoringo duomenys, reklamos apimčių pokytis lyginant 2017-ųjų ir 2016-ųjų metų sausio-balandžio 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.

Reklamos apimčių apžvalga

2017 sausis-balandis vs 2016 sausis-balandis		
	Reklamos apimtys	Pokytis %
Žiniasklaida		
TV	sekundės	10,1
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-1,7
ŽURNALAI	cm ²	-7,2
RADIJAS	sekundės	9,6
INTERNETAS	gross išlaidos	32,3
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	5,9
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	5,6
FILLBOARD	kartai	0
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	19,9
KINO REKLAMA	kartai	49,4

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2017 ir 2016 metų sausio-balandžio mėnesių duomenis, paaugo 10,1 proc. Per keturis 2017 metų mėnesius televizijoje buvo ištransliuoti 575 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys, krito 4 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 2 milijonai 756 tūkstančiai kvadratinių centimetrų reklamos, reklamos ploto mažėjimas buvo 1,7 proc. Žurnaluose reklamos plotas krito 7,2 proc. ir sudarė 1 milijoną 872 tūkstančius kvadratinių centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2017 metų sausį-balandį transliavo 2 milijonus 514 tūkstančių sekundžių reklamos ir tai buvo 9,6 proc. reklamos daugiau negu per 2016-ųjų keturis mėnesius.
- Per pirmus keturis 2017-ųjų metų mėnesius, lyginant su 2016 metų tuo pačiu laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos išaugo 32,3 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 2017 ir 2016 metų sausio-balandžio mėnesių duomenis, augo 5,9 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 18,4 tūkstančių m² reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 1 milijonas 701 tūkstantis sekundžių reklamos. Palyginus su 2016 metų pirmų keturių mėnesių duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis išaugo 5,6 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota beveik 12 tūkstančių reklaminių lipdukų. Lyginant su 2016 metų keturių mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis nesikeitė.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2017 ir 2016 metų sausio-balandžio mėnesių duomenis, augo 20 proc.
- Kino reklama išaugo 49,4 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 188 tūkstančiai reklaminių klipų.

TOP 10 reklamuotojų

Didžiausi reklamuotojai (TV, radijas, spauda, lauko reklama, lauko video reklama, kino reklama, internetas, fillboard, vidaus tv reklama)

Reklamuotojas
TELE2
LIDL
MAXIMA LT
STUDIO MODERNA
PROCTER&GAMBLE
TELIA LIETUVA
PALINK
RECKITT BENCKISER
FERRERO
OLIFĖJA

TOP 10 produktų grupių

Didžiausios produktų grupės (TV, radijas, spauda, lauko reklama, lauko video reklama, kino reklama, internetas, fillboard, vidaus tv reklama)

Produktų grupė
PREKYBOS TINKLAI
PREKYBOS CENTRAI
VAISTINĖS
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI
PIRKĖJO KORTELĖS
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI
LOTERIJOS
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2017 01-04	vs	2016 01-04
PREKYBOS TINKLAI	1		1
PREKYBOS CENTRAI	2		3
VAISTINĖS	3		2
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	4		7
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	5		5
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	6		6
PIRKĖJO KORTELĖS	7		18
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI	8		10
LOTERIJOS	9		9
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI,FESTIVALIAI	10		8

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.