

Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas

2017 sausis-gegužė

Reklamos apimčių apžvalga

- “Kantar TNS” reklamos apimčių apžvalgoje pateikiami žiniasklaidos reklamos monitoringo duomenys, reklamos apimčių pokytis lyginant 2017-ųjų ir 2016-ųjų metų sausio-gegužės 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-gegužė vs 2016 sausis-gegužė		
	Reklamos apimtys	Pokytis %
Žiniasklaida		
TV	sekundės	9,5
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-4,0
ŽURNALAI	cm ²	-7,6
RADIJAS	sekundės	11,5
INTERNETAS	gross išlaidos	29,9
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	-0,3
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	8,3
FILLBOARD	kartai	-0,1
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	36,5
KINO REKLAMA	kartai	36,7

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2017 ir 2016 metų sausio-gegužės mėnesių duomenis, išaugo 9,5 proc. Per penkis 2017 metų mėnesius televizijoje buvo ištransliuoti 752 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys, krito 5,5 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 3 milijonai 488 tūkstančiai kvadratinių centimetrų reklamos, reklamos ploto mažėjimas buvo 4 proc. Žurnaluose reklamos plotas krito 7,6 proc. ir sudarė 2 milijonus 433 tūkstančius kvadratinių centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2017 metų sausį-gegužę transliavo 3 milijonus 275 tūkstančius sekundžių reklamos ir tai buvo 11,5 proc. reklamos daugiau negu per 2016-ųjų penkis mėnesius.
- Per pirmus penkis 2017-ųjų metų mėnesius, lyginant su 2016 metų tuo pačiu laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos išaugo 29,9 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-gegužės mėnesių duomenis, smuktelėjo 0,3 proc. Mažėjimą lemė nepateikti *Kata* lauko reklamos agentūros duomenys. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 18,6 tūkstančių m² reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 2 milijonai 118 tūkstančių sekundžių reklamos. Palyginus su 2016 metų pirmų penkių mėnesių duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis išaugo 8,3 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota beveik 15 tūkstančių reklaminių lipdukų. Lyginant su 2016 metų penkių mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis smuktelėjo 0,1 proc.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2017 ir 2016 metų sausio-gegužės mėnesių duomenis, išaugo 36,5 proc.
- Kino reklama augo 36,7 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 235 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
TELIA LIETUVA
PROCTER&GAMBLE
RECKITT BENCKISER
PALINK
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
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA
VAISTINĖS
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS
PIRKĖJO KORTELĖS
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI
LOTERIJOS
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2017 01-05	vs	2016 01-05
PREKYBOS TINKLAI	1		1
PREKYBOS CENTRAI	2		3
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	3		5
VAISTINĖS	4		4
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	5		2
PIRKĖJO KORTELĖS	6		13
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	7		7
LOTERIJOS	8		8
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI	9		10
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.