



Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas

2017 sausis-birželis

Reklamos apimčių apžvalga

- “Kantar TNS” reklamos apimčių apžvalgoje pateikiami žiniasklaidos reklamos monitoringo duomenys, reklamos apimčių pokytis lyginant 2017-ųjų ir 2016-ųjų metų sausio-birželio 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-birželis vs 2016 sausis-birželis		
	Reklamos apimtys	Pokytis %
Žiniasklaida		
TV	sekundės	7,6
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-4,7
ŽURNALAI	cm ²	-8,8
RADIJAS	sekundės	13,3
INTERNETAS	<i>gross išlaidos</i>	24
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	-0,6
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	8
FILLBOARD	kartai	-0,1
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	41,4
KINO REKLAMA	kartai	39,9

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2017 ir 2016 metų sausio-birželio mėnesių duomenis, išaugo 7,6 proc. Per šešis 2017 metų mėnesius televizijoje buvo ištransliuoti 904 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys, krito 6,4 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 4 milijonai 155 tūkstančiai kvadratinių centimetrų reklamos, reklamos ploto mažėjimas buvo 4,7 proc. Žurnaluose reklamos plotas krito 8,8 proc. ir sudarė 2 milijonus 939 tūkstančius kvadratinių centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per pirmąjį šių metų pusmetį transliavo 4 milijonus 51 tūkstantį sekundžių reklamos ir tai buvo 13,3 proc. reklamos daugiau negu per 2016-ųjų tą patį laikotarpį.
- Per šešis 2017-ųjų metų mėnesius, lyginant su 2016 metų sausiu-birželiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos išaugo 24 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-birželio mėnesių duomenis, nukrito 7 proc. Mažėjimą lemė nepateikti lauko reklamos agentūrų *Kata ir Gijota* duomenys. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 18,3 tūkstančių m² reklamos. Be pastarųjų dviejų lauko reklamos agentūrų duomenų, bendras lauko reklamos plotas smuktelėjo 0,6 proc.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 2 milijonai 541 tūkstantis sekundžių reklamos. Palyginus su 2016 metų pirmojo pusmečio duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis išaugo 8 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota beveik 18 tūkstančių reklaminių lipdukų. Lyginant su 2016 metų šešių mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis smuktelėjo 0,1 proc.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2017 ir 2016 metų pirmųjų pusmečių duomenis, išaugo 41,4 proc.
- Kino reklama augo 39,9 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 288 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
TELIA LIETUVA
STUDIO MODERNA
RECKITT BENCKISER
PALINK
PROCTER&GAMBLE
OLIFÉJA
FERRERO

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
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA
VAISTINĖS
PIRKĖJO KORTELĖS
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI
LOTERIJOS
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI
PASKOLOS, LIZINGO PASLAUGOS

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2017 01-06	vs	2016 01-06
PREKYBOS TINKLAI	1		1
PREKYBOS CENTRAI	2		2
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	3		3
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	4		5
VAISTINĖS	5		4
PIRKĖJO KORTELĖS	6		13
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	7		7
LOTERIJOS	8		8
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI	9		10
PASKOLOS, LIZINGO PASLAUGOS	10		27

Pastabos

- Duomenys pateikiami tik iš “Kantar TNS“ 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 apimtys.