



Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas

2017 sausis-gruodis

Reklamos apimčių apžvalga

- “Kantar TNS” reklamos apimčių apžvalgoje pateikiami žiniasklaidos reklamos monitoringo duomenys, reklamos apimčių pokytis lyginant 2017-ųjų ir 2016-ųjų metų sausio-gruodžio mėnesių rezultatus.
- Televizijoje, radijuje 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-gruodis vs 2016 sausis-gruodis		
Žiniasklaida	Reklamos apimtys	Pokytis %
TV	sekundės	2,0
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-5,7
ŽURNALAI	cm ²	-11,7
RADIJAS	sekundės	8,2
INTERNETAS	<i>gross</i> išlaidos	9,1
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	-3,5
FILLBOARD	kartai	0,1
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	18,7
KINO REKLAMA	kartai	34,2

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2017 ir 2016 metų sausio-gruodžio mėnesių duomenis, išaugo 2 proc. Per dvylika 2017 metų mėnesių televizijoje buvo ištransliuota 1 milijonas 889 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys, krito 8,2 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 8 milijonai 632 tūkstančiai kvadratinių centimetrų reklamos, reklamos plotas mažėjo 5,7 proc. Žurnaluose reklamos plotas krito 11,7 proc. ir sudarė 5 milijonus 985 tūkstančius kvadratinių centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2017 metus transliavo 8 milijonus 711 tūkstančių sekundžių reklamos ir tai buvo 8,2 proc. reklamos daugiau negu per 2016-uosius metus.
- Pernai, lyginant su 2016 metų sausio-gruodžio mėnesių laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos išaugo 9,1 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 2017 ir 2016 metų sausio-gruodžio mėnesių duomenis, mažėjo 3,5 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 16,9 tūkstančių m² reklamos.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota 35,6 tūkstančiai reklaminių lipdukų. Lyginant su 2016 metų rezultatais, Fillboard reklamos kiekis ūgtelėjo 0,1 proc.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2017 ir 2016 metų duomenis, išaugo 18,7 proc.
- Kino reklama augo 34,2 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 581 tūkstantis reklaminių klipų.

TOP 10 reklamuotojų

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

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

TOP 10 produktų grupių

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

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

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2017 01-12	vs	2016 01-12
PRODUKTŲ GRUPĖ	1		1
PREKYBOS TINKLAI	2		2
PREKYBOS CENTRAI	3		3
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	4		5
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	5		4
VAISTINĖS	6		10
PIRKĖJO KORTELĖS	7		7
LOTERIJOS	8		6
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	9		11
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI	10		9

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%, kino (reklaminiai klipai) reklama – 85%, interneto banerinė reklama 80%, fillboard reklama – 100%, vidaus tv reklama – 80% reklamos rinkos apimties.