

## Reklamos apimčių apžvalga

### Reklamos monitoringas

2017 sausis-lapkritis

# Reklamos apimčių apžvalga

- “Kantar TNS” reklamos apimčių apžvalgoje pateikiami žiniasklaidos reklamos monitoringo duomenys, reklamos apimčių pokytis lyginant 2017-ųjų ir 2016-ųjų metų sausio-lapkričio 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-lapkritis vs 2016 sausis-lapkritis		
Žiniasklaida	Reklamos apimtys	Pokytis %
TV	sekundės	2,1
LAIKRAŠČIAI	cm <sup>2</sup>	-6,6
ŽURNALAI	cm <sup>2</sup>	-11,4
RADIJAS	sekundės	8,3
INTERNETAS	gross išlaidos	10,1
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m <sup>2</sup>	-2,8
FILLBOARD	kartai	0,1
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	27,4
KINO REKLAMA	kartai	33

# Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2017 ir 2016 metų sausio-lapkričio mėnesių duomenis, išaugo 2,1 proc. Per vienuolika 2017 metų mėnesių televizijoje buvo ištransliuoti 1 milijonas 723 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys, krito 8,6 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 7 milijonai 812 tūkstančių kvadratinių centimetrų reklamos, reklamos plotas mažėjo 6,6 proc. Žurnaluose reklamos plotas krito 11,4 proc. ir sudarė 5 milijonus 410 tūkstančių kvadratinių centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per vienuolika šių metų mėnesių transliavo 7 milijonus 807 tūkstančius sekundžių reklamos ir tai buvo 8,3 proc. reklamos daugiau negu per 2016-ųjų tą patį laikotarpį.
- Per 2017-ųjų metų sausį-lapkričių, lyginant su 2016 metų vienuolikos mėnesių laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross*\* išlaidos išaugo 10,1 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-lapkričio mėnesių duomenis, smuktelėjo 2,8 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 16,9 tūkstančių m<sup>2</sup> reklamos.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota 32,6 tūkstančiai reklaminių lipdukų. Lyginant su 2016 metų vienuolikos mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis ūgtelėjo 0,1 proc.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2017 ir 2016 metų sausio-lapkričio mėnesių duomenis, išaugo 27,4 proc.
- Kino reklama augo 33 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 518 tūkstančių reklaminių klipų.

# TOP 10 reklamuotojų

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

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

# TOP 10 produktų grupių

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

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
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI

## Produktų grupių pokytis TOP'e

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