

Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas, 2016 sausis-balandis



Reklamos apimčių apžvalga

©TNS 2016

Reklamos apimčių apžvalga

- “TNS LT” reklamos apimčių apžvalgoje pateikiami žiniasklaidos reklamos monitoringo duomenys, reklamos apimčių pokytis lyginant 2016-ųjų ir 2015-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.

**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 apimčių pokytis

2016 sausis-balandis vs 2015 sausis-balandis		
Žiniasklaida	Reklamos apimtys	Pokytis %
TV	sekundės	2,6
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-20,1
ŽURNALAI	cm ²	0,1
RADIJAS	sekundės	5,8
INTERNETAS	gross išlaidos	11,1
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	-11,5
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	23,5
FILLBOARD	kartai	-0,7
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	-25,2
KINO REKLAMA	kartai	-14,6

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-balandžio mėnesių duomenis, paaugo 2,6 proc. Per keturis 2016 metų mėnesius televizijoje buvo ištransliuoti 503 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys, krito 12,7 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 2 milijonai 804 tūkstančiai kvadratinų centimetrų reklamos, reklamos ploto mažėjimas buvo 20,1 proc. Žurnaluose reklamos plotas ūgtelėjo 0,1 proc. ir sudarė 2 milijonus 17 tūkstančių kvadratinų centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2016 metų sausį-balandį transliavo 2 milijonus 323 tūkstančius sekundžių reklamos ir tai buvo 5,8 proc. reklamos daugiau negu per 2015-ųjų keturis mėnesius.
- Per pirmus keturis 2016-ųjų metų mėnesius, lyginant su 2015 metų tuo pačiu laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos išaugo 11,1 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 2016 ir 2015 metų sausio-balandžio mėnesių duomenis, mažėjo 11,5 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 17,4 tūkstančių m² reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 1 milijonas 611 tūkstančių sekundžių reklamos. Palyginus su 2015 metų pirmų keturių mėnesių duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis išaugo 23,5 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota beveik 12 tūkstančių reklaminių lipdukų. Lyginant su 2015 metų keturių mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis smuktelėjo 0,7 proc.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-balandžio mėnesių duomenis, mažėjo 25,2 proc.
- Kino reklama krito 14,6 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 126 tūkstančiai reklaminių klipų.

TOP 10 reklamuotojų

- Didžiausi reklamuotojai (TV, radijas, spauda, lauko reklama, lauko video reklama, kino reklama, internetas, fillboard, vidaus tv reklama).
- 2016 m. sausio-balandžio mėn.

Reklamuotojas

TELE2

STUDIO MODERNA

PROCTER&GAMBLE

OMNITEL

RECKITT BENCKISER

BITĖ

MAXIMA LT

FERRERO

PALINK

OLIFĖJA

TOP 10 produktų grupių

- Didžiausios produktų grupės (TV, radijas, spauda, lauko reklama, lauko video reklama, kino reklama, internetas, fillboard, vidaus tv reklama).
- 2016 m. sausio-balandžio mėn.

Produktų grupė

PREKYBOS TINKLAI

VAISTINĖS

PREKYBOS CENTRAI

MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI

SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI

INTERNETO+MOBILUS RYŠYS

MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA

POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI

LOTERIJOS

VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2016 01-04	vs	2015 01-04
PREKYBOS TINKLAI	1		2
VAISTINĖS	2		4
PREKYBOS CENTRAI	3		3
MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI	4		11
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	5		1
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	6		6
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	7		5
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI	8		9
LOTERIJOS	9		12
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI	10		7

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.