

Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas, 2016 sausis-gegužė



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-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.

**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-gegužė vs 2015 sausis-gegužė		
Žiniasklaida	Reklamos apimtys	Pokytis %
TV	sekundės	3,8
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-18,8
ŽURNALAI	cm ²	0,4
RADIJAS	sekundės	4,2
INTERNETAS	gross išlaidos	13,8
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	-8,1
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	15,6
FILLBOARD	kartai	-0,7
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	-24,7
KINO REKLAMA	kartai	-7,4

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-gegužės mėnesių duomenis, paaugo 3,8 proc. Per penkis 2016 metų mėnesius televizijoje buvo ištransliuoti 669 tūkstančiai reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys, krito 11,7 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 3 milijonai 633 tūkstančiai kvadratinų centimetrų reklamos, reklamos ploto mažėjimas buvo 18,8 proc. Žurnaluose reklamos plotas ūgtelėjo 0,4 proc. ir sudarė 2 milijonus 632 tūkstančius kvadratinų centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2016 metų sausį-gegužę transliavo 2 milijonus 942 tūkstančius sekundžių reklamos ir tai buvo 4,2 proc. reklamos daugiau negu per 2015-ųjų penkis mėnesius.
- Per pirmus penkis 2016-ųjų metų mėnesius, lyginant su 2015 metų tuo pačiu laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos išaugo 13,8 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-gegužės mėnesių duomenis, mažėjo 8,1 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 18,6 tūkstančių m² reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 1 milijonas 956 tūkstančiai sekundžių reklamos. Palyginus su 2015 metų pirmų penkių mėnesių duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis išaugo 15,6 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo užklijuota beveik 15 tūkstančių reklaminių lipdukų. Lyginant su 2015 metų penkių mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis smuktelėjo 0,7 proc.
- Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant 2016 ir 2015 metų sausio-gegužės mėnesių duomenis, mažėjo 24,7 proc.
- Kino reklama krito 7,4 proc. Šiais metais prieš kino filmus buvo parodyta 172 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-gegužės mėn.

Reklamuotojas

TELE2

STUDIO MODERNA

PROCTER&GAMBLE

RECKITT BENCKISER

OMNITEL

MAXIMA LT

BITĖ

OLIFĖJA

PALINK

FERRERO

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-gegužės mėn.

Produktų grupė

PREKYBOS TINKLAI

PREKYBOS CENTRAI

INTERNETO+MOBILUS RYŠYS

VAISTINĖS

SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI

MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA

MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI

LOTERIJOS

POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI

VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2016 01-05	vs	2015 01-05
PREKYBOS TINKLAI	1		2
PREKYBOS CENTRAI	2		3
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	3		7
VAISTINĖS	4		4
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	5		1
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	6		5
MOBILAUS RYŠIO OPERATORIAI	7		9
LOTERIJOS	8		11
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI	9		10
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI	10		8

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.