

PRANEŠIMAS SPAUDAI

2015 m. gruodžio 2 d., Vilnius

TNS LT: reklamos apimtys augo 5 proc.

Didžiausios Lietuvoje rinkos tyrimų ir konsultacijų bendrovės TNS LT atlikta reklamos monitoringo analizė parodė, kad 2015 m. sausio-spalio mėnesiais bendros reklamos apimtys Lietuvoje paaugo 5 proc., lyginant su analogišku laikotarpiu 2014 m. Šiomet reklamos apimtys labiausiai augo lauko video ir kino reklamoje, kiek mažiau TV, lauko statinėje, vidaus TV ir radijo kanaluose.

Per pirmuosius dešimt šių metų mėnesių žiniasklaidoje daugiausiai, beveik 8 kartus, išaugo socialinės reklamos *gross* apimtys. Gana ženklus socialinės reklamos augimo tendencija matoma nuo metų pradžios. Aktyviausiai šiomet buvo reklamuojama saugaus eismo akcija, paramos akcija „Gelbėkit vaikus“, bendra „Lietuvos draudimo“ ir Vilniaus miesto savivaldybės akcija „Apsaugok mane“. Du kartus išaugo *gross* išlaidos traškučių ir užkandžių bei mobiliojo interneto reklamai.

Per praėjusius šių metų mėnesius buvo stebimas ženklus mobiliojo ryšio ir išankstinio mokėjimo kortelių reklamos *gross* biudžetų mažėjimas, kuris, lyginant su tuo pačiu praėjusių metų laikotarpiu, atitinkamai siekė 68 proc. ir 37 proc. Taip pat 18 proc. traukėsi maltos kavos ir kavos pupelių reklamos apimtys.

„Iš reklamos užsakovų labiausiai per sausį-spalį *gross* išlaidas reklamai didino Lietuvos automobilių kelių direkcija prie LR susisiekimo ministerijos, smulkiųjų vartojimo kreditų bendrovės „Nordecum“ ir „Minibank“. Reklamos *gross* išlaidas šiais metais mažino tarptautiniai užsakovai: trečdaliu – „Beiersdorf“, 32 proc. – „Henkel“, 29 proc. – „Mondelez International“, – sako TNS LT Reklamos monitoringo vadovė Giedrė Juronienė.

2015 m. sausio-spalio mėnesiais TV reklamos augimas siekė 6,6 proc. Per šį laikotarpį televizijoje buvo ištransliuota 1,384 tūkst. reklaminių klipų.

Spaudos reklamos apimtys, lyginant 2014 m. ir 2015 m. dešimties mėnesių duomenis, krito 6,7 proc. Laikraščiuose reklamos plotas mažėjo 8,7 proc., žurnaluose – 3,2 proc. Iš viso laikraščiuose per šiuos metus buvo išspausdinta 8,695 tūkst., žurnaluose – 5,284 tūkst. kv.cm. reklamos.

Radijo stotys per 2015 m. sausį-spalį ištransliavo 6,356 tūkst. sekundžių reklamos ir tai buvo 3,8 proc. didesnis reklamos kiekis nei per 2014-ųjų analogišką laikotarpį.

Per pirmus dešimt 2015 m. mėnesių, lyginant su 2014 metų tuo pačiu laikotarpiu, *gross* išlaidos banerinei interneto reklamai nukrito 8,1 proc.

Lauko reklamos vidutinis vienos dienos plotas, lyginant šių ir praėjusių metų duomenis, paaugo 5,9 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo eksponuojama 20,8 tūkst. kv. m. reklamos.

Lauko video reklamos ekranuose per 2015 sausį-spalį buvo transliuota 3,558 tūkst. sekundžių reklamos. Palyginus su 2014 m., lauko video reklamos apimtis sekundėmis paaugo 40 proc.

Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų per pirmus dešimt šių metų mėnesių buvo užklijuota beveik 30 tūkst. reklaminių lipdukų. Lyginant su 2014 m., šis rodiklis nukrito 14,5 proc.

Vidaus TV reklamos kiekis, lyginant šių ir 2014 m. duomenis, paaugo 4,9 proc.

Kino reklama šiemet augo 37,8 proc. Iš viso šiais metais buvo parodyta 335 tūkst. reklaminių klipų.

Žemiau TNS LT reklamos apimčių apžvalgoje pateikiami žiniasklaidos reklamos monitoringo duomenys, reklamos apimčių pokytis lyginant 2015-ųjų ir 2014-ųjų* metų sausio-spalio mėnesių rezultatus.

Reklamos apimčių pokytis

Žiniasklaida	Reklamos apimtys	Pokytis %
TV	sekundės	6,6
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-8,7
ŽURNALAI	cm ²	-3,2
RADIJAS	sekundės	3,8
INTERNETAS	gross išlaidos	-8,1
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	5,9
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	40
FILLBOARD	kartai	-14,5
VIDAUS TV REKLAMA	kartai	4,9
KINO REKLAMA	kartai	37,8

TOP 10 reklamuotojų

Reklamuotojas
TELE2
STUDIO MODERNA
PROCTER&GAMBLE
MAXIMA LT
OMNITEL
4FINANCE
PALINK
RECKITT BENCKISER
BITĖ
OLIFĖJA

Produktų grupės TOP 10

Produktų grupė
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI
PREKYBOS TINKLAI
PREKYBOS CENTRAI
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS
VAISTINĖS
MOBILAUS RYŠIO IŠANKSTINIO MOKĖJIMO KORTELĖS
LOTERIJOS
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI

Produktų grupių pokytis

Produktų grupė	2015 01-10	2014 01-10
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	1	2
PREKYBOS TINKLAI	2	1
PREKYBOS CENTRAI	3	4
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI – PREKYBA	4	7
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	5	10
VAISTINĖS	6	6
MOBILAUS RYŠIO IŠANKSTINIO MOKĖJIMO KORTELĖS	7	5
LOTERIJOS	8	12
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI	9	8
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI	10	9

Televizijoje, radijuje ir lauko video reklamoje reklamos laikas yra skaičiuojamas sekundėmis, spaudoje – reklamos plotas kvadratiniais centimetrais, lauko statinėje reklamoje – kvadratiniais metrais, vidaus TV, kine ir fillboard reklamoje – kiekis (reklamų vienetai), internete – *gross** reklamos išlaidos.

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 reklama – 85%, interneto banerinė reklama 80%, fillboard reklama – 100%, vidaus tv reklama – 80% reklamos rinkos apimtys.

Didžiausia Lietuvoje rinkos tyrimų ir konsultacijų bendrovė TNS LT priklauso tarptautinei kompanijai TNS. TNS turi sukaupusi daugiau nei 60 metų patirtį rinkos tyrimų ir išvalgų srityje. Jos atstovybės įsikūrusios daugiau nei 80-yje pasaulio šalių – Europoje, Pietų ir Šiaurės Amerikoje, Azijoje ir Ramiojo vandenyno regione, Afrikoje ir Viduriniuose Rytuose. Kompanija TNS priklauso vienai didžiausių pasaulyje išvalgų, informacijos ir konsultacijų grupių „Kantar“.

„Kantar“ grupė, vienydama 13 specializuotų kompanijų sugebėjimus ir patirtį, teikia išskirtines ir pokyčiams įkvepiančias išvalgas tarptautinei verslo bendruomenei bei siekia būti šios srities lyderiu. Grupė veikia 100 šalių ir jungia beveik 29 tūkst. tyrimų ir konsultacijų specialistų. Grupės paslaugomis naudojasi daugiau nei pusė kompanijų, patenkančių į „Fortune“ 500 didžiausių bendrovių sąrašą.

*GROSS – tai reklamos skelbimo žiniasklaidoje išlaidos, skaičiuojamos naudojant oficialius žiniasklaidos tiekėjų kainininkus, neatsižvelgiant į jokiais galimas apimtys ar kitas nuolaidas, kurias žiniasklaidos tiekėjai gali suteikti reklamos užsakovams

Daugiau informacijos:

Giedrė Juronienė

Reklamos monitoringo vadovė

TNS LT

Tel. + 370 5210 6631

El. paštas Giedre.Juroniene@tns.lt