

Reklamos apimčių apžvalga

Reklamos monitoringas, 2015 sausis-gruodis



Reklamos apimčių apžvalga

©TNS 2015

Reklamos apimčių apžvalga

- “TNS LT” reklamos apimčių apžvalgoje pateikiami žiniasklaidos reklamos monitoringo duomenys, reklamos apimčių pokytis lyginant 2015-ųjų ir 2014-ųjų metų sausio-gruodžio 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

2015 sausis-gruodis vs 2014 sausis-gruodis		
Žiniasklaida	Reklamos apimtys	Pokytis %
TV	sekundės	6,7
LAIKRAŠČIAI	cm ²	-9,8
ŽURNALAI	cm ²	-2,1
RADIJAS	sekundės	2,9
INTERNETAS	gross išlaidos	-5,8
LAUKO STATINĖ REKLAMA	m ²	4,8
LAUKO VIDEO REKLAMA	sekundės	37
FILLBOARD	kartai	-12,9
VIDAUS TV REKLAMA	sekundės	1,3
KINO REKLAMA	kartai	29,7

Reklamos apimtys

- TV reklamos trukmė, lyginant 2015 ir 2014 metų duomenis, paaugo 6,7 proc. Per 2015 metų sausio-gruodžio mėnesius televizijoje buvo ištransliuota 1 milijonas 715 tūkstančių reklaminių klipų.
- Spaudos reklamos apimtys, krito 6,9 proc. Laikraščiuose buvo išspausdinta 10 milijonų 330 tūkstančių kvadratinų centimetrų reklamos, reklamos plotas mažėjo 9,8 proc. Žurnaluose reklamos plotas nukrito 2,1 proc. ir sudarė 6 milijonus 584 tūkstančius kvadratinų centimetrų reklamos.
- Radijo stotys per 2015 metus transliavo 8 milijonus 5 tūkstančius sekundžių reklamos ir tai buvo 2,9 proc. reklamos daugiau negu per 2014-uosius metus.
- Per dvylika 2015-ųjų metų mėnesių, lyginant su 2014 metų tuo pačiu laikotarpiu, banerinės interneto reklamos *gross** išlaidos nukrito 5,8 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 2015 ir 2014 metų sausio-gruodžio mėnesių duomenis, augo 4,8 proc. Vidutiniškai per dieną lauko reklamos stenduose buvo 20,7 tūkstančių m² reklamos.
- Lauko video reklamos ekranuose buvo transliuota 4 milijonai 470 tūkstančių sekundžių reklamos. Palyginus su 2014 metų duomenimis, lauko video reklamos apimtis sekundėmis augo 37 proc.
- Ant degalinių degalų pylimosi pistoletų buvo uždėta 35 tūkstančiai reklaminių lipdukų. Lyginant su 2014 metų dvylikos mėnesių rezultatais, Fillboard reklamos kiekis nukrito 12,9 proc.
- Vidaus TV reklamos sekundės, lyginant 2015 ir 2014 metų sausio-gruodžio mėnesių duomenis, augo 1,3 proc.
- Kino reklama augo 29,7 proc. 2015 metais prieš kino filmus buvo parodyta 412 tūkstančių reklaminių klipų.

TOP 10 reklamuotojų

- Didžiausi reklamuotojai (TV, radijas, spauda, lauko reklama, lauko video reklama, kino reklama, internetas, fillboard, vidaus tv reklama).
- 2015 m. sausio-gruodžio mėn.

Reklamuotojas

TELE2

STUDIO MODERNA

MAXIMA LT

PROCTER&GAMBLE

OMNITEL

PALINK

4FINANCE

BITĖ

OLIFĖJA

RECKITT BENCKISER

TOP 10 produktų grupių

- Didžiausios produktų grupės (TV, radijas, spauda, lauko reklama, lauko video reklama, kino reklama, internetas, fillboard, vidaus tv reklama).
- 2015 m. sausio-gruodžio mėn.

Produktų grupė

SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI

PREKYBOS TINKLAI

PREKYBOS CENTRAI

MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA

INTERNETO+MOBILUS RYŠYS

VAISTINĖS

LOTERIJOS

POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI

MOBILAUS RYŠIO IŠANKSTINIO MOKĖJIMO KORTELĖS

VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI

Produktų grupių pokytis TOP'e

Produktų grupė	2015 01-12	vs	2014 01-12
SMULKIEJI VARTOJIMO KREDITAI	1		2
PREKYBOS TINKLAI	2		1
PREKYBOS CENTRAI	3		4
MOBILAUS RYŠIO TELEFONAI - PREKYBA	4		6
INTERNETO+MOBILUS RYŠYS	5		10
VAISTINĖS	6		7
LOTERIJOS	7		11
POPULIARIOS MUZIKOS KONCERTAI, FESTIVALIAI	8		8
MOBILAUS RYŠIO IŠANKSTINIO MOKĖJIMO KORTELĖS	9		5
VITAMINAI, ŽUVIES TAUKAI IR KITI PRIEDAI	10		9

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.