



Rīga, 17.09.2014

### Latvijas mediju reklāmas tirgū 2014. gada pirmajā pusgadā vērojama stagnācija

Latvijas Reklāmas asociācija ir apkopojusi Latvijas mediju reklāmas tirgus rezultātus par 2014. gada pirmo pusgadu un pētījumu kompānija TNS ir apkopojusi informāciju par lielākajiem reklāmdevējiem un reklamētākajām nozarēm un zīmoliem.

#### Mediju reklāmas tirgus 2014. gada pirmajos sešos mēnešos ir sasniedzis 36,2 miljonus eiro.

Latvijas Reklāmas asociācijas valdes priekšsēdētāja Baiba Liepiņa komentē, ka mediju reklāmas tirgū 2014. gada pirmajā pusgadā ir vērojama stagnācija. Viens no stagnācijas iemesliem ir lielo reklāmdevēju piesardzība, sekojot notikumiem tuvākajā reģionā. Otrs stagnācijas iemesls ir Konkurences Padomes regulējums atsevišķu televīzijas kanālu cenām. Diemžēl esošā situācija ir tikai šķietami izdevīga reklāmdevējiem, jo, lai gan reklāmas cenas nepieaug, krītas reklāmas ietekme un efektivitāte. No tirgus stagnācijas cieš arī mediju auditorija – patērētāji, jo mediju piesātinājums ar reklāmu ir relatīvi augsts, bet investīcijām saturā nepietiek līdzekļu.

Pēdējos gados augošajā interneta segmenta daļā šajā pusgadā nav redzama izaugsme un tam par iemeslu varētu būt lielāka reklāmdevēju interneta investīciju proporcija, kas tiek atvēlēta Google, Facebook un Youtube.

Ir divas mediju grupas, kurās ir vērojama izaugsme – tie ir vides mediji un radio. Vides mediju segmenta izaugsmi pirmajā pusgadā veicināja Eiroparlamenta deputātu vēlēšanu kampaņas un intensīva alkohola zīmolu reklāma pirms alkohola reklāmas aizlieguma vidē, kas stājās spēkā no š. g. 1. jūlija. Radio pozīcijas Latvijā tradicionāli ir bijušas spēcīgas un 2014. gada pirmajos sešos mēnešos radio ir izdevies tās stiprināt.

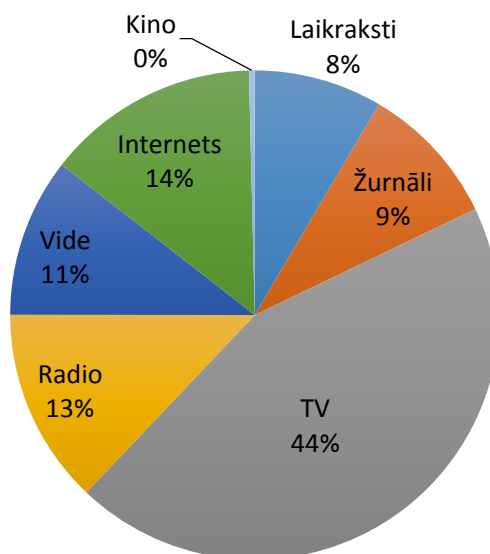
#### Latvijas reklāmas tirgus apjomi mediju grupās 2014. gadā (neto, EUR)

Medijs	2014	Tirgus daļa 2013	Tirgus daļa 2014
Laikraksti	3 072 045	9%	8%
Žurnāli	3 405 142	10%	9%
TV	16 025 933	45%	44%
Radio	4 686 199	11%	13%
Vide	3 809 743	10%	11%
Internets*	5 105 868	15%	14%
Kino	138736	0%	0%
<b>Tirgus kopā</b>	<b>36 243 666</b>		

\* nav iekļauts Facebook un Google apjoms.

Avots: LRA

## Latvijas mediju reklāmas tirgus 2014.gada pirmā pusgada procentuālais sadalījums:



Avots: LRA

### Reklamētākās nozares 2014. gada 1. pusgadā

Mazumtirdzniecības nozare arī 2014. gada 1. pusgadā ir saglabājusi savu pozīciju kā reklamētākā nozare Latvijas medijos. Pakāpjoties par vienu vietu, salīdzinot ar iepriekšējā gada 1. pusgadu, zāļu nozare ierindojas 2. vietā. Arī vienu pozīciju augstāk, šogad 3. vietā ir finanšu institūciju un pakalpojumu nozare. Telekomunikāciju nozare, pateicoties visu mobilo operatoru aktivitātei, kāpusi par 10 vietām un ieņēma 4. pozīciju starp reklamētākajām nozarēm. TOP5 noslēdz alkoholisko dzērienu nozare, kas šogad kāpusi 4 vietas augstāk nekā gadu iepriekš.

TOP 5 reklamētākās nozares Latvijā 2014. gada 1. pusgadā (neto, EUR)			
Nr.	Nozare	2014 pret 2013	Nozares lielākie reklāmdevēji
1	MAZUMTIRDZNIECĪBA	=	Rimi, Maxima, Linstow
2	ZĀLES	▲ + 1	Reckitt Benckiser, Takeda, Novartis
3	FINANŠU INSTITŪCIJAS, PAKALPOJUMI	▲ + 1	4Finance, MCB Finance, Swedbank
4	TELEKOMUNIKĀCIJAS	▲ + 10	Tele2, Bite, LMT
5	ALKOHOLISKIE DZĒRIENI	▲ + 4	Aldaris, Cēsu alus, Latvijas Balzams

Avots: TNS, LRA

### Lielākie reklāmdevēji 2014. gada 1. pusgadā

Arī 2014. gada 1. pusgadā Tele2 nemainīgi saglabā savu vietu kā lielākais reklāmdevējs Latvijas medijos. Kāpjot par 5 vietām, salīdzinot ar 2013. gada 1. pusgadu, Rimi ir kļuvis par 2. lielāko reklāmdevēju. 3. vietā ierindojas 4Finance ar kāpumu par 9 vietām. Maxima ir bijis 4. lielākais reklāmdevējs šī gada pirmajā pusgadā, t.i. par 4 vietām augstāk nekā gadu iepriekš. TOP5 noslēdz Procter & Gamble, kas ierindojies par 3 vietām zemāk nekā 2013. gada 1. pusgadā.

TOP5 lielākie reklāmdevēji Latvijā 2014. gada 1. pusgadā (neto, EUR)			
Nr.	Reklāmdevējs	2014 pret 2013	Reklamētākie zīmoli
1	TELE2	=	Tele2, Zelta Zivtiņa
2	RIMI	▲ + 5	Rimi, Super Netto
3	4FINANCE	▲ + 9	Smscredit.lv, Vivus.lv
4	MAXIMA	▲ + 4	Maxima
5	PROCTER & GAMBLE	▼ - 3	Fairy, Head & Shoulders, Blend-a-med

Avots: TNS, LRA

### Reklamētākie zīmoli 2014. gada 1. pusgadā

2014. gada 1. pusgadā Latvijas medijos visvairāk reklamētais zīmols ir bijis Maxima, kāpjot par 3 vietām, salīdzinot ar iepriekšējo gadu. Rimi, arī 3 vietas augstāk nekā gadu iepriekš, ieņem 2. vietu. Bite ir trešais reklamētākais zīmols, saglabājot savu pozīciju nemainīgu, salīdzinot ar 2013. gada 1. pusgadu. 4. reklamētākais zīmols ir bijis Smscredit.lv ar kāpumu par 3 pozīcijām. Tele2 noslēdz reklamētāko zīmolu TOP5, topā atrodoties par 4 vietām zemāk nekā 2013. gada 1. pusgadā.

TOP5 reklamētākie zīmoli Latvijā 2014. gada 1. pusgadā (neto, EUR)		2014 pret 2013
1	MAXIMA	▲ + 3
2	RIMI	▲ + 3
3	BITE	=
4	SMSCREDIT.LV	▲ + 3
5	TELE2	▼ - 4

Avots: TNS, LRA

### Komentārs

**Pētījumu kompānijas TNS Reklāmu reģistra vecākais klientu vadītājs Oskars Rumpēters** norāda, ka 2014. gada 1. pusgadā starp reklamētākajām nozarēm, zīmoliem un lielākajiem reklāmdevējiem Latvijas medijos ir notikušas pēdējos gados lielākās izmaiņas. Zāļu un finanšu institūciju un pakalpojumu nozares piedzīvo pastāvīgu kāpumu. Būtiskākās izmaiņas piedzīvo telekomunikāciju nozare, kas strauji augusi, jo mobilo sakaru operatori ievērojami lielāku daļu reklāmu velta interneta pakalpojumu popularizēšanai, nevis mobilajiem sakariem. Neierasti augstu starp reklamētākajām nozarēm iekļuvusi arī alkoholisko dzērienu nozare. Mazumtirdzniecības nozare ar vērā ņemamu pārsvaru nostiprinās līderpozīcijās, pateicoties nozares lielāko reklāmdevēju kāpumam starp lielākajiem reklāmdevējiem – Rimi un Maxima nokļuvuši par 5 un 4 vietām augstāk reklāmdevēju TOP, nekā iepriekšējā gadā, ieņemot 2. un 4. pozīciju, turklāt starp reklamētākajiem zīmoliem Maxima atrodas līderpozīcijā, nedaudz apsteidzot 2. vietā esošo Rimi.

### Par TNS

TNS ir vadošā pilna servisa tirgus, sociālo un mediju pētījumu kompānija Latvijā. Mūsu klientiem tiek nodrošināts plašs pētījumu klāsts - gan patērētāju vajadzību izpēti, uzņēmumu

reputācijas un darbinieku apmierinātības novērtēšana, zīmolu atpazīstamības un marku tēla pētījumi, produktu testi, noslēpumainā klienta pētījumi, gan starptautiskiem standartiem atbilstoši mediju (TV, radio, preses, interneta) auditorijas pētījumi, informācija un analīze par mediju lietošanas ieradumiem un mediju reklāmas apjomiem.

**Kontaktinformācija:**

**Baiba Liepiņa**

Latvijas Reklāmas asociācijas valdes priekšsēdētāja

t. 67 325 532; 29 227 234

[baiba.liepina@lra.lv](mailto:baiba.liepina@lra.lv)

**Laura Vendele**

TNS mārketinga vadītāja

t. 67 096 325; 26 490 407

[laura.vendele@tns.lv](mailto:laura.vendele@tns.lv)

twitter: <http://twitter.com/TNSLatvia>