

LRA preses konference

26.februāris 2008. gads



Mediju reklāmas tirgus 2007



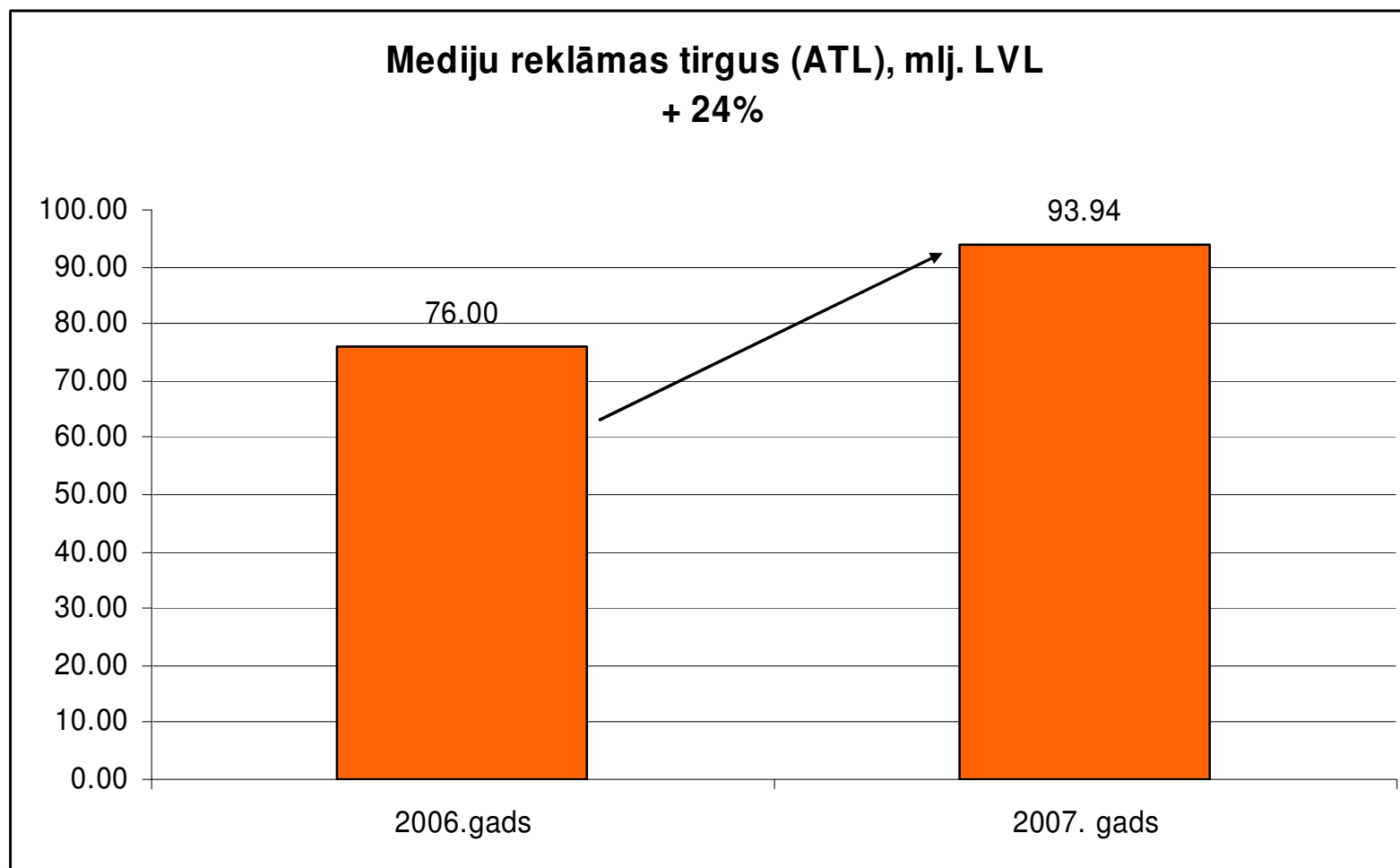
Mediju reklāmas tirgus 2007. gads

93,94 milj. LVL

pieaugums 24%

Mediju reklāmas tirgus mlj. LVL*

+ 24%



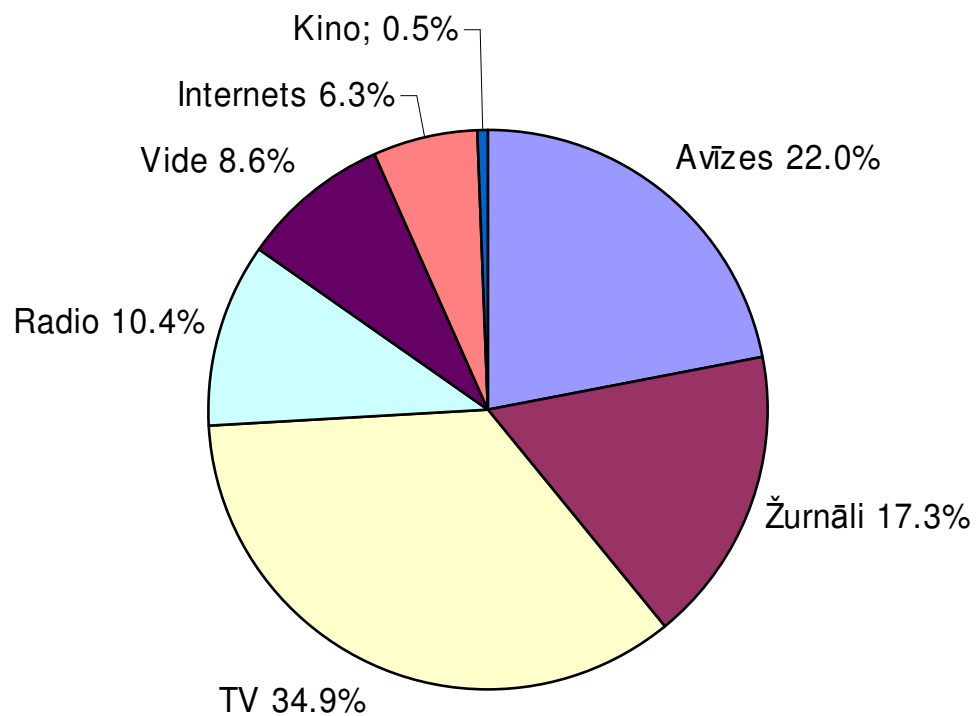
Latvijas Mediju reklāmas tirgus 2006/2007

Medijs	2006	2007	2007 Vs 2006
A vīzes	18 927 000	20 669 000	9%
Žurnāli	11 189 000	16 264 000	45%
TV	27 112 000	32 783 000	21%
Radio	8 531 000	9 764 000	14%
Vide	6 535 000	8 076 000	24%
Internets	3 263 000	5 889 000	81%
Kino	453 000	494 000	9%
Tirgus kopā	76 010 000	93 939 000	24%

LRA apkopotie mediju reklāmas tirgus dati

Mediju tirgus % sadalījums

Mediju reklāmas tirgus Latvijā 2007



+ uzziņu mediji 7 326 000LVL

Mediju reklāmas tirgus

24% pieaugumu nodrošināja :

2% - jaunu reklāmdevēju ienākšana tirgū

3% - esošo reklāmdevēju reklāmas apjomu pieaugums (cm², min, kontaktu skaits)

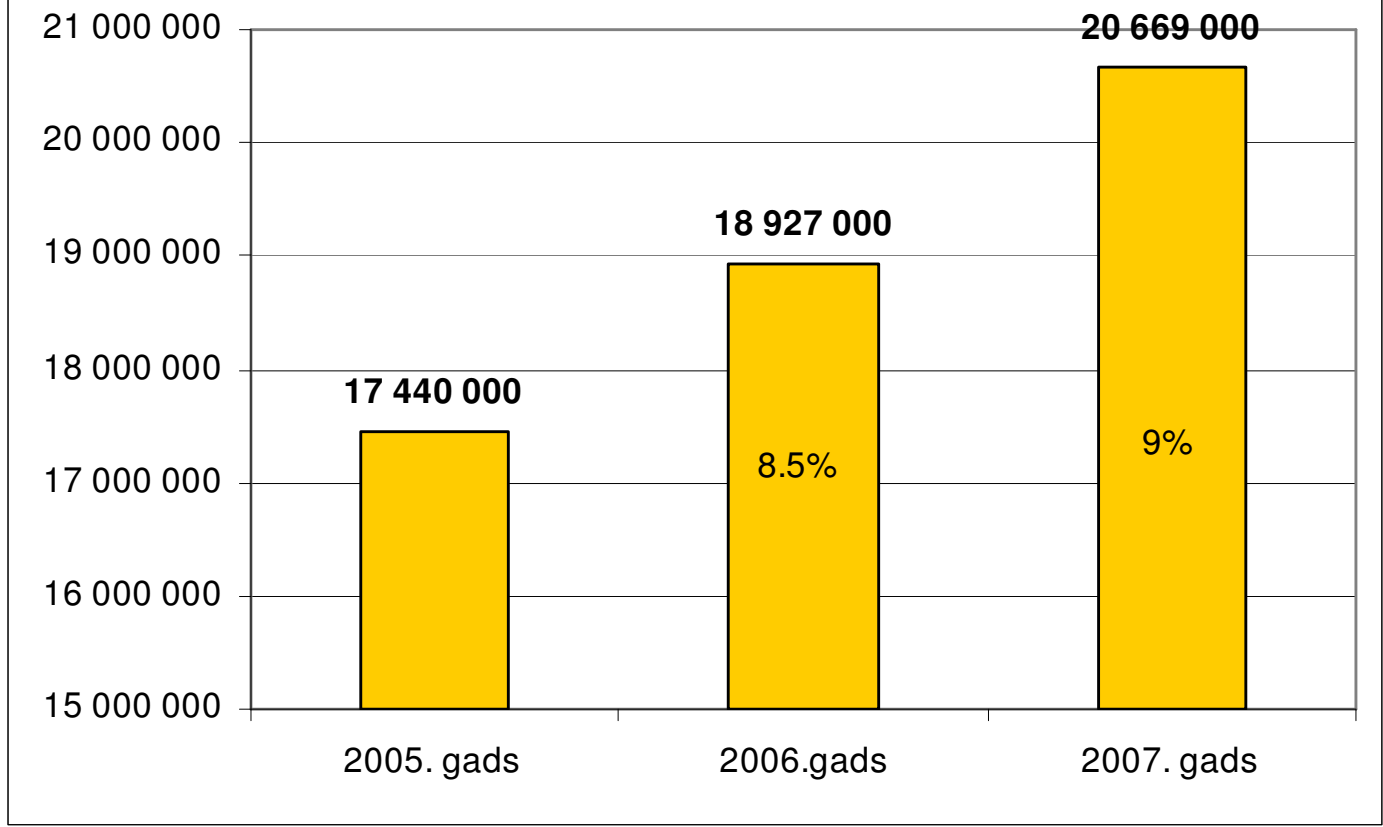
19% - mediju cenu inflācija

Avīžu reklāmas tirgus 2007

20 669 000LVL

pieaugums 9%

Avīžu reklāmas tirgus pieaugums



LRA apkopotie mediju reklāmas tirgus dati

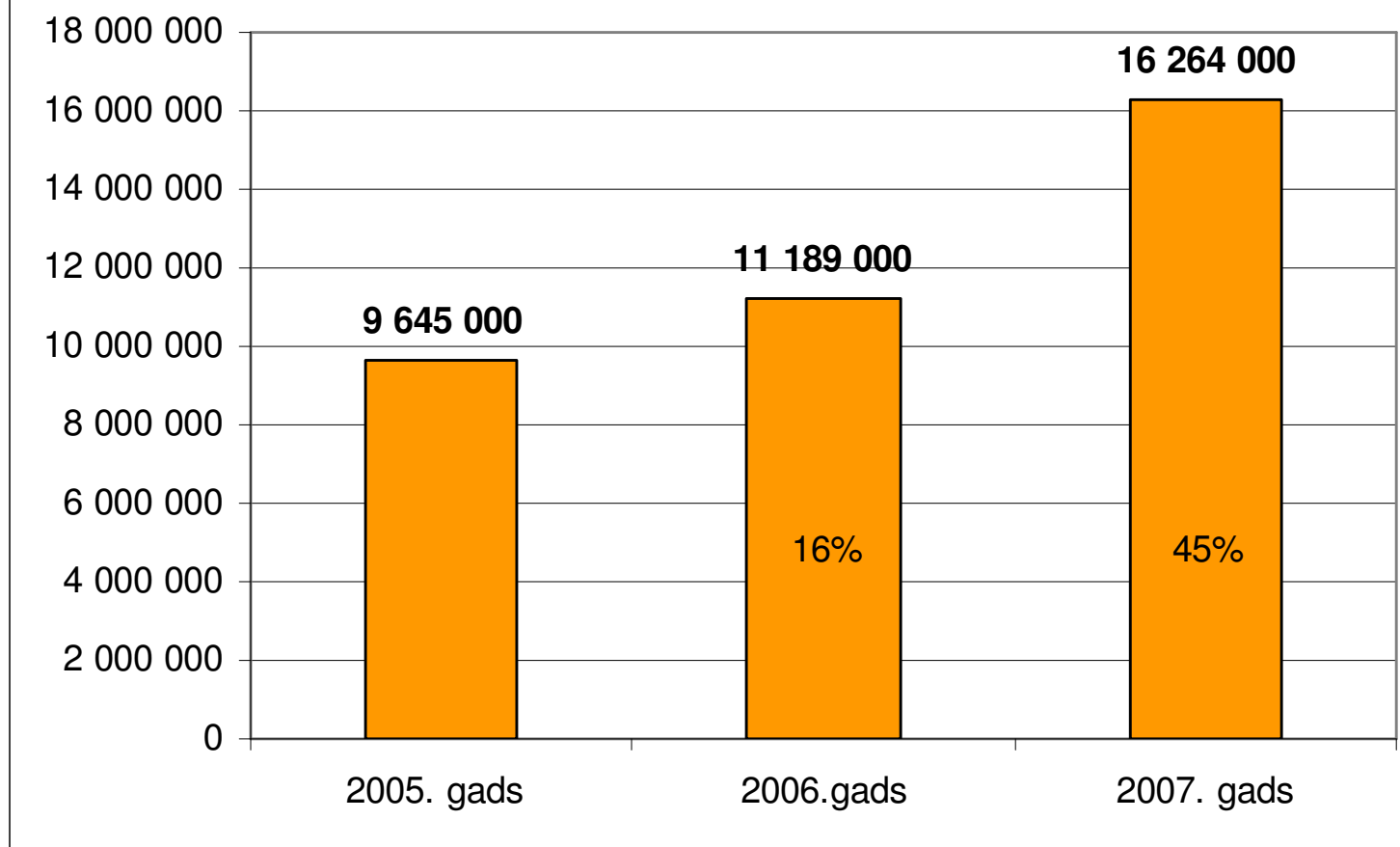


Žurnālu reklāmas tirgus 2007

16 264 000 LVL

pieaugums 45%

Žurnālu reklāmas tirgus pieaugums



LRA apkopotie mediju reklāmas tirgus dati

Žurnālu segmenta panākumu iemesli:

- **Precīzas un maksātspējīgas auditorijas**
- **Jauni izdevumi**
- **Augošas tirāžas un auditorijas**
- **Mūsdienām atbilstoša saturiskā kvalitāte**
- **Sauksim laikrakstu pielikumus par laikrakstu pielikumiem!**

/A.Rudzinskis/

Galvenie nosacījumi reklāmas apjoma pieaugumam mediju grupā

Inovācijas

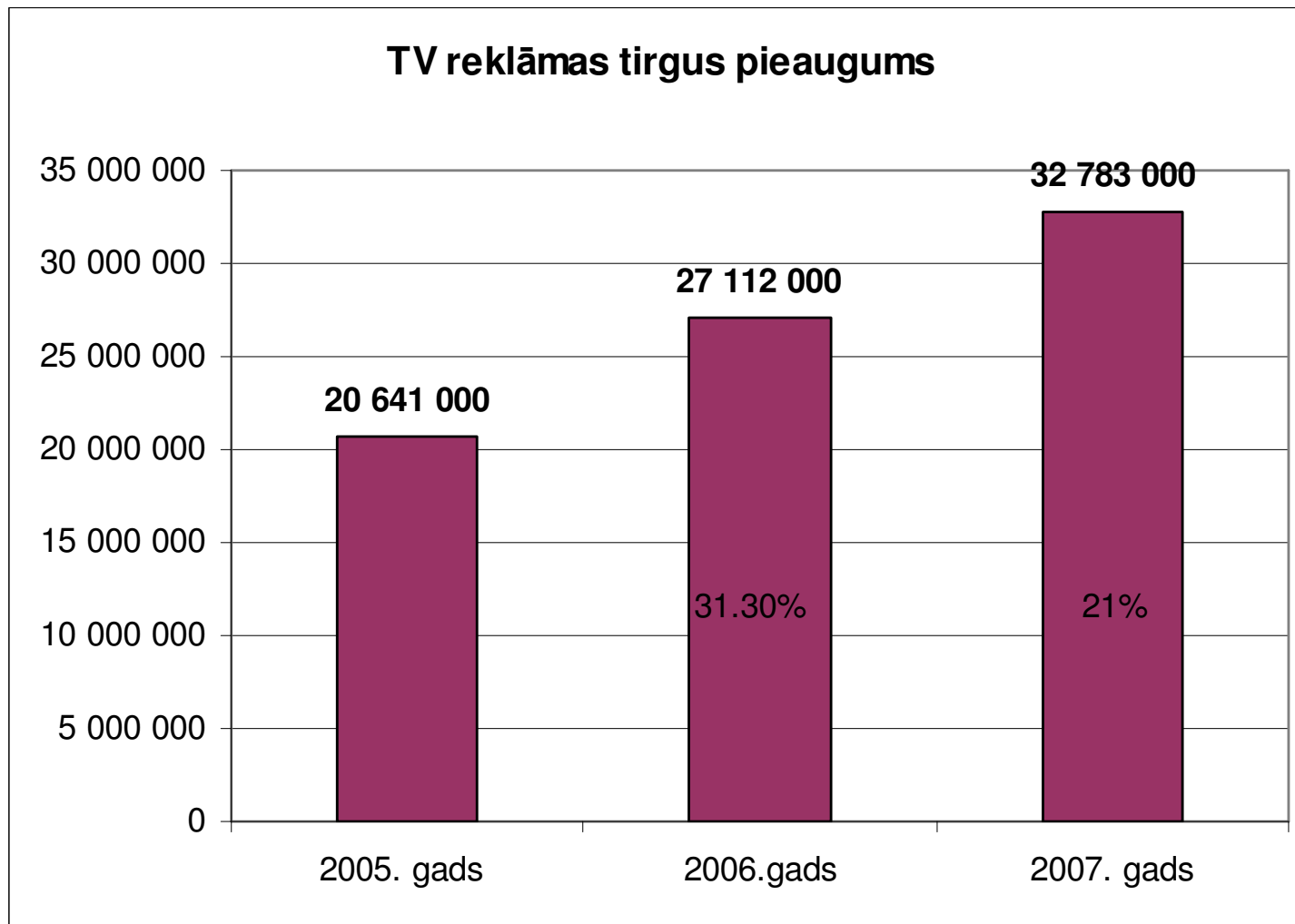
- Saturā
- Formātā
- Marketingā
- Pārdošanā

Skaidrs pozicionējums mērķa grupā

Korekta cenu politika

/A.Rudzinskis/

TV reklāmas tirgus pieaugums



LRA apkopotie mediju reklāmas tirgus dati

TV reklāmas tirgus 2007

32 783 000LVL - pieaugums 21%

- **TV stabila tirgus līdera pozīcija ar 34,9%**
- **Lielākās kategorijas**
 - kosmētika un higiēnas preces
 - telekomunikācijas un elektronika
 - business, finanses un nekustamais īpašums
- **Tendences**
 - Meklē precīzas auditorijas
 - Radoši un integrēti risinājumi
 - Jauni TV kanāli

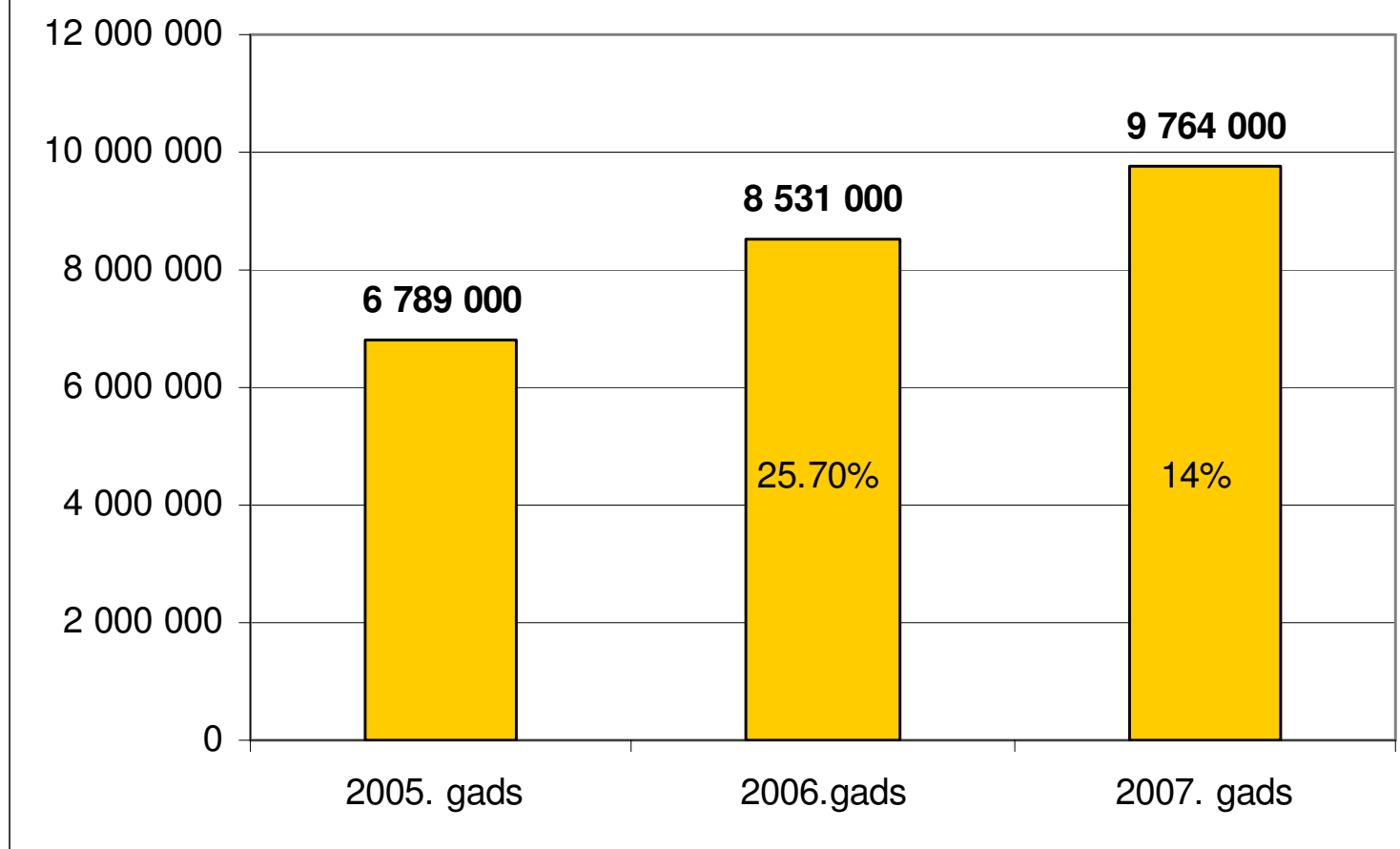
/Baiba Zūzena TV3/

Radio reklāmas tirgus 2007

9 764 000 LVL

pieaugums 14%

Radio reklāmas tirgus pieaugums



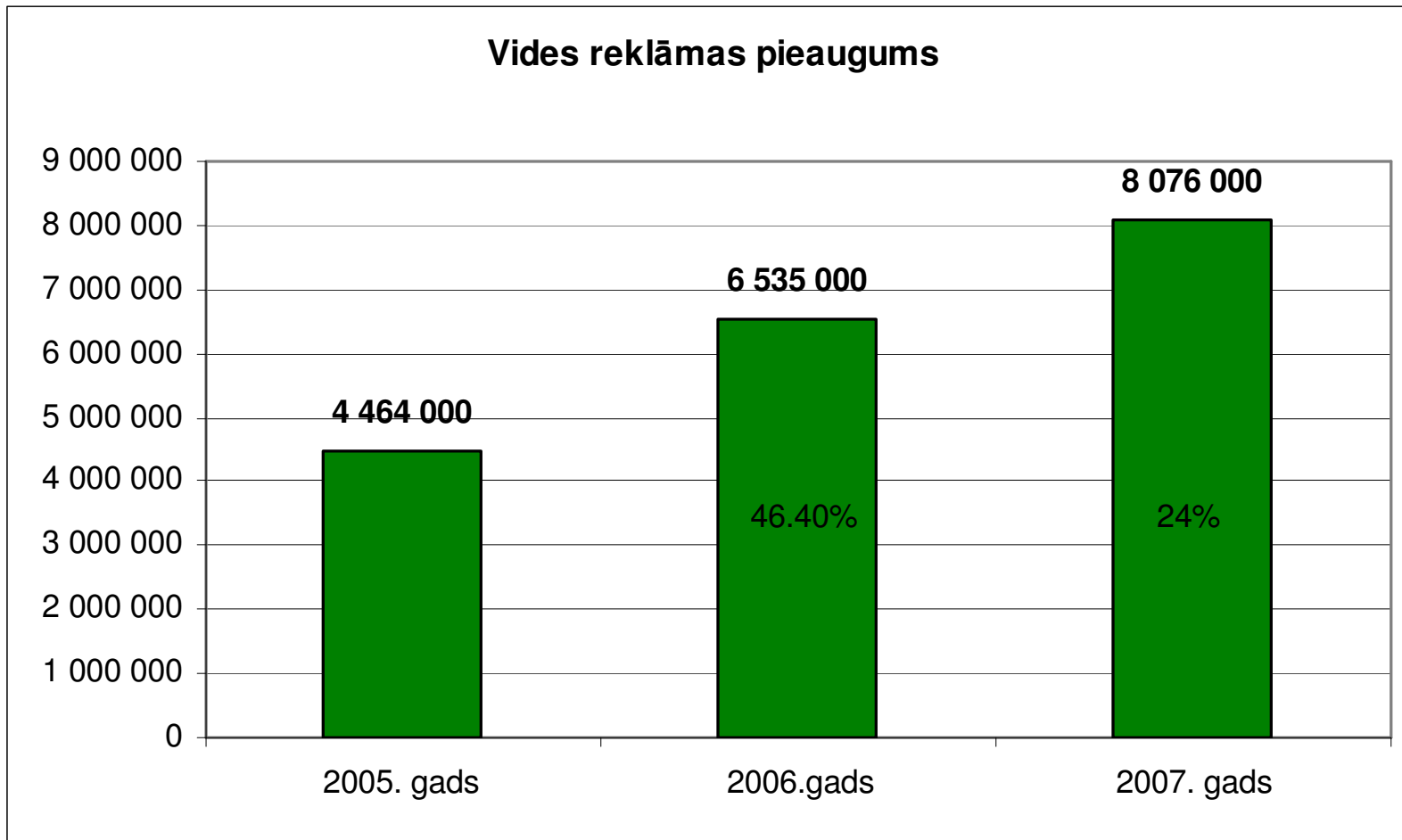
LRA apkopotie mediju reklāmas tirgus dati

Vides reklāma 2007

8 076 000LVL

pieaugums 24%

Vides reklāmas pieaugums



LRA apkopotie mediju reklāmas tirgus dati

Vides reklāma 2007.gadā ir uzrādījusi labus, stabilus izaugsmes rādītājus. Salīdzinot ar iepriekšējiem gadiem, kad vides reklāmas pieaugumu veicināja jaunu formātu parādīšanās (reklāmas uz autobusiem, mobilā reklāma, reklāma uz brandmūriem un būvniecības sietiem) un reklāmas nodevas maksājumu pieaugums, tad 2007.gadā mēs redzam pieaugumu tempu, kuru varam salīdzināt ar iepriekšēja gada bāzes rādītājiem.

Pieauguma pamatā galvenokārt ir pieprasījuma pēc vides reklāmas palielināšanās, tikai par sekundāru faktoru var uzskatīt cenu pieaugumu. Piemēram, Clear Channel reklāmas izvietojšanas kapacitāte 2007.gadā sasniedz 87%.

Svarīgs faktors ir vides reklāmas pieaugošā proporcija kopējā mediju tirgus "pīrāgā", ja 2005.gadā tie bija tikai 5,5% tad 2007.gadā tie ir 8,6%. Salīdzinot ar Eiropas valstu vidējiem rādītājiem vides reklāmai, Latvijā tie ir virs vidējā rādītāja.

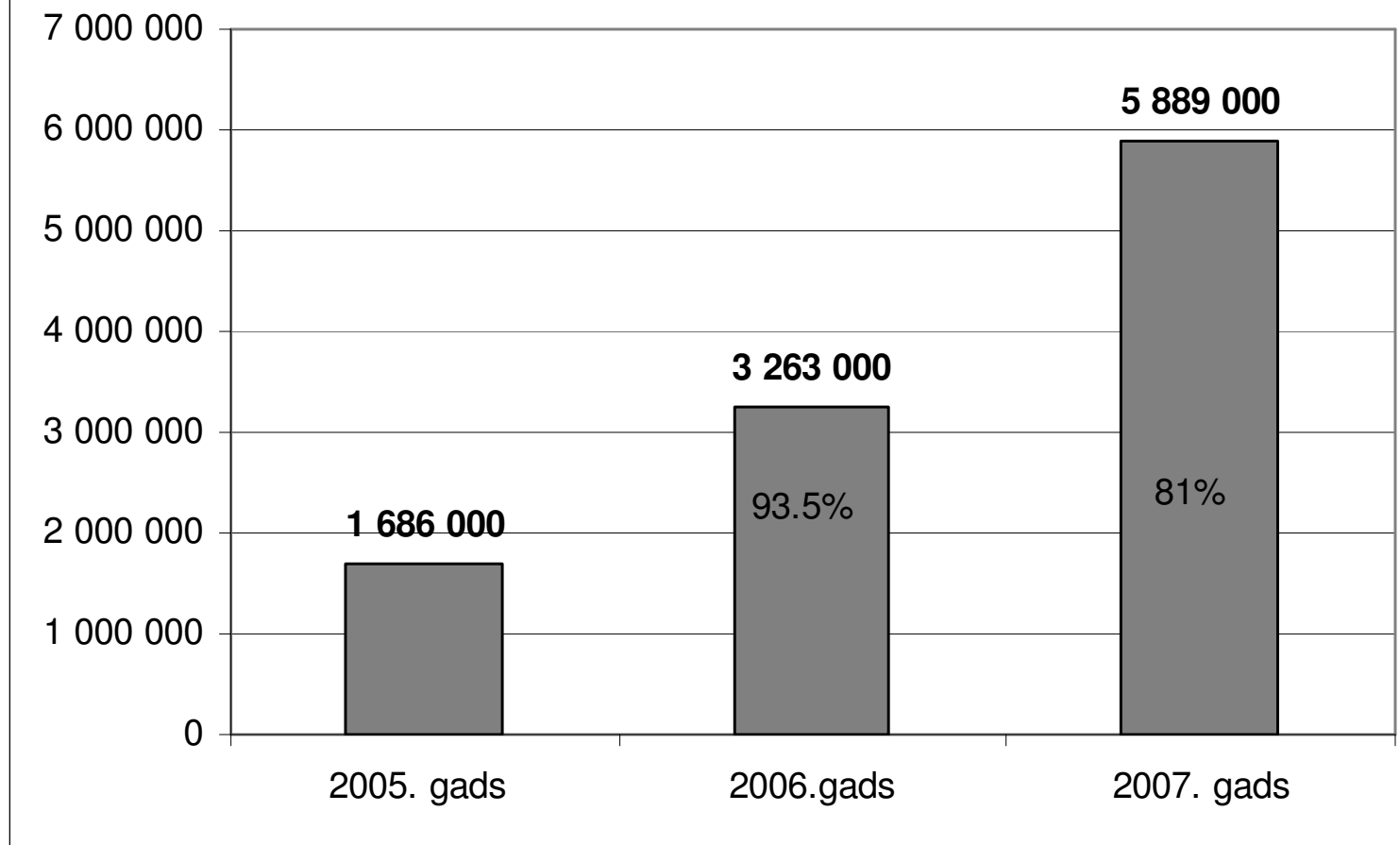
/E.Ušacka/

Reklāma internetā 2007

5 889 000 LVL

pieaugums 81%

Interneta reklāmas tirgus pieaugums



LRA apkopotie mediju reklāmas tirgus dati

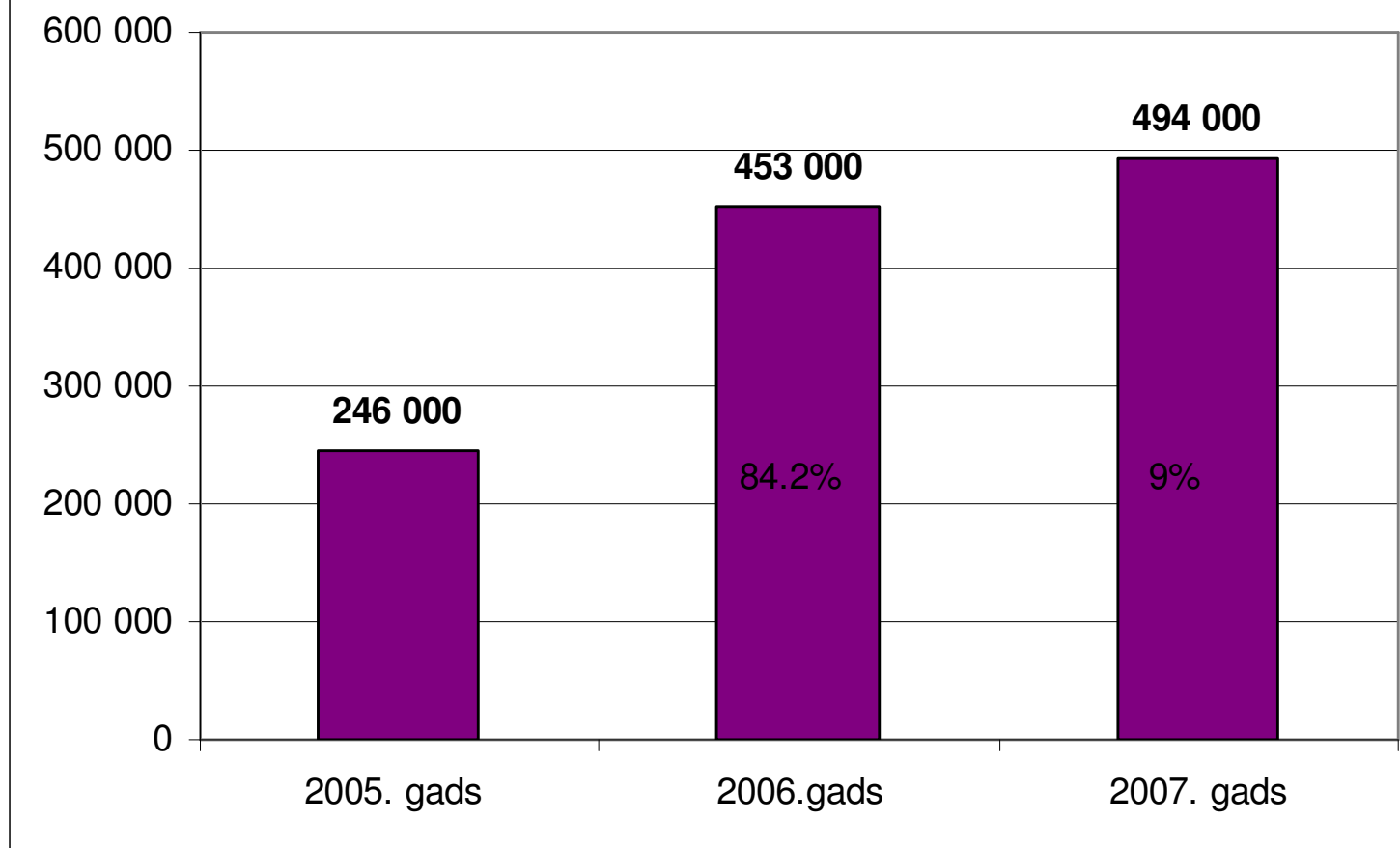
Reklāma kino 2007

494 000LVL

pieaugums 9%



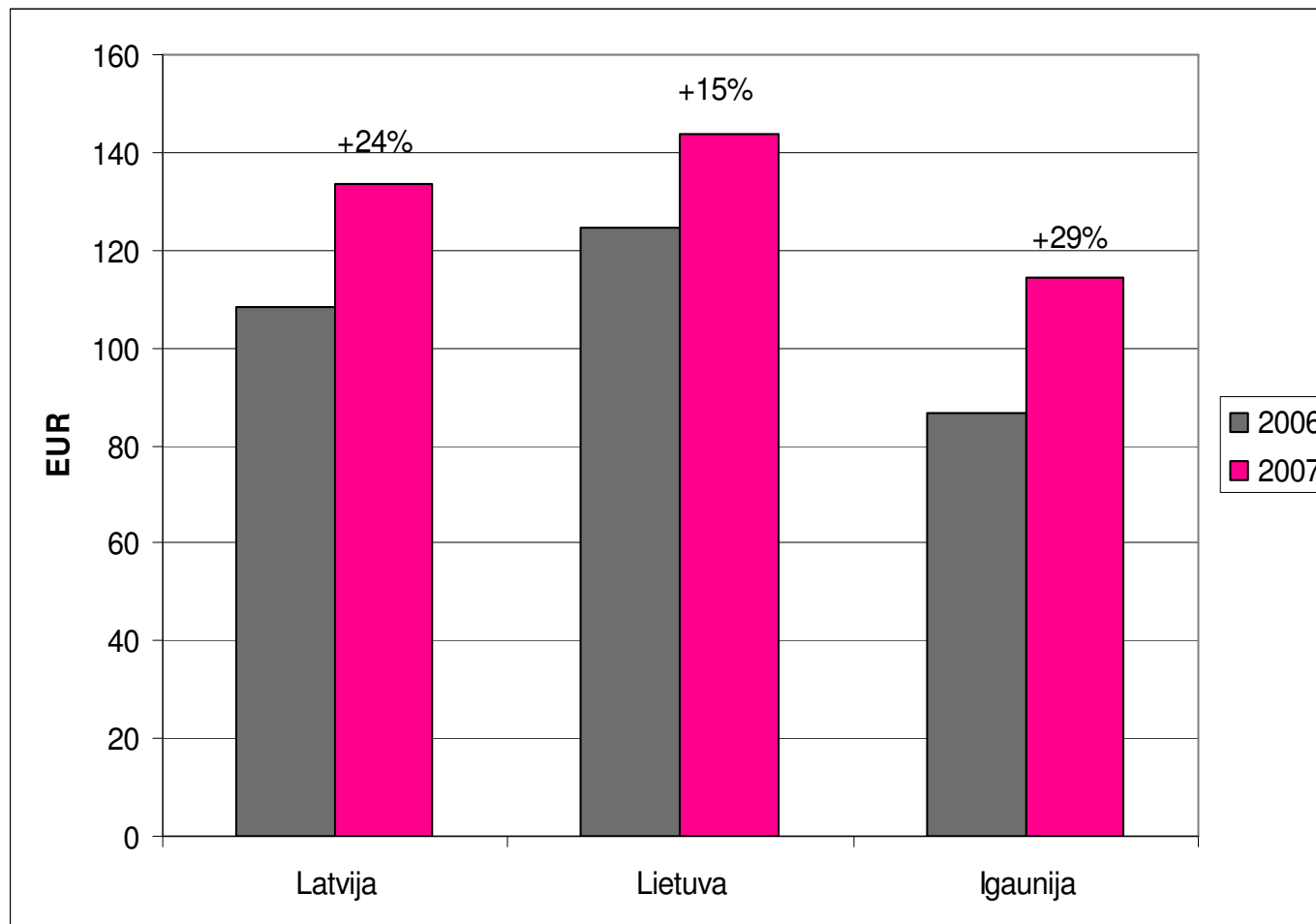
Kino reklāmas pieaugums



LRA apkopotie mediju reklāmas tirgus dati

Baltija 2007 vs 2006

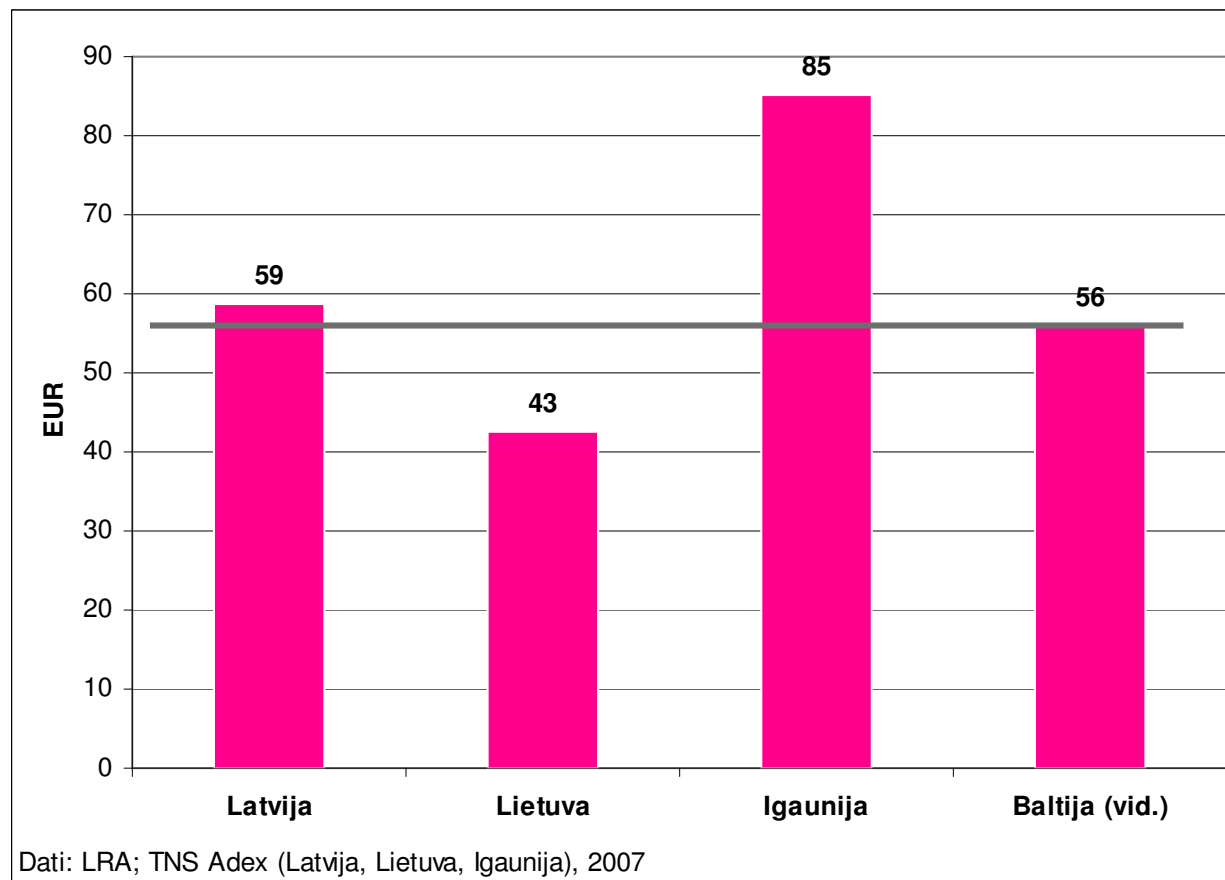
reklāmas tirgus izaugsme (net mill EUR)



Dati: LRA; TNS Latvia, TNS Gallup, TNS Emor, Adex, 2007

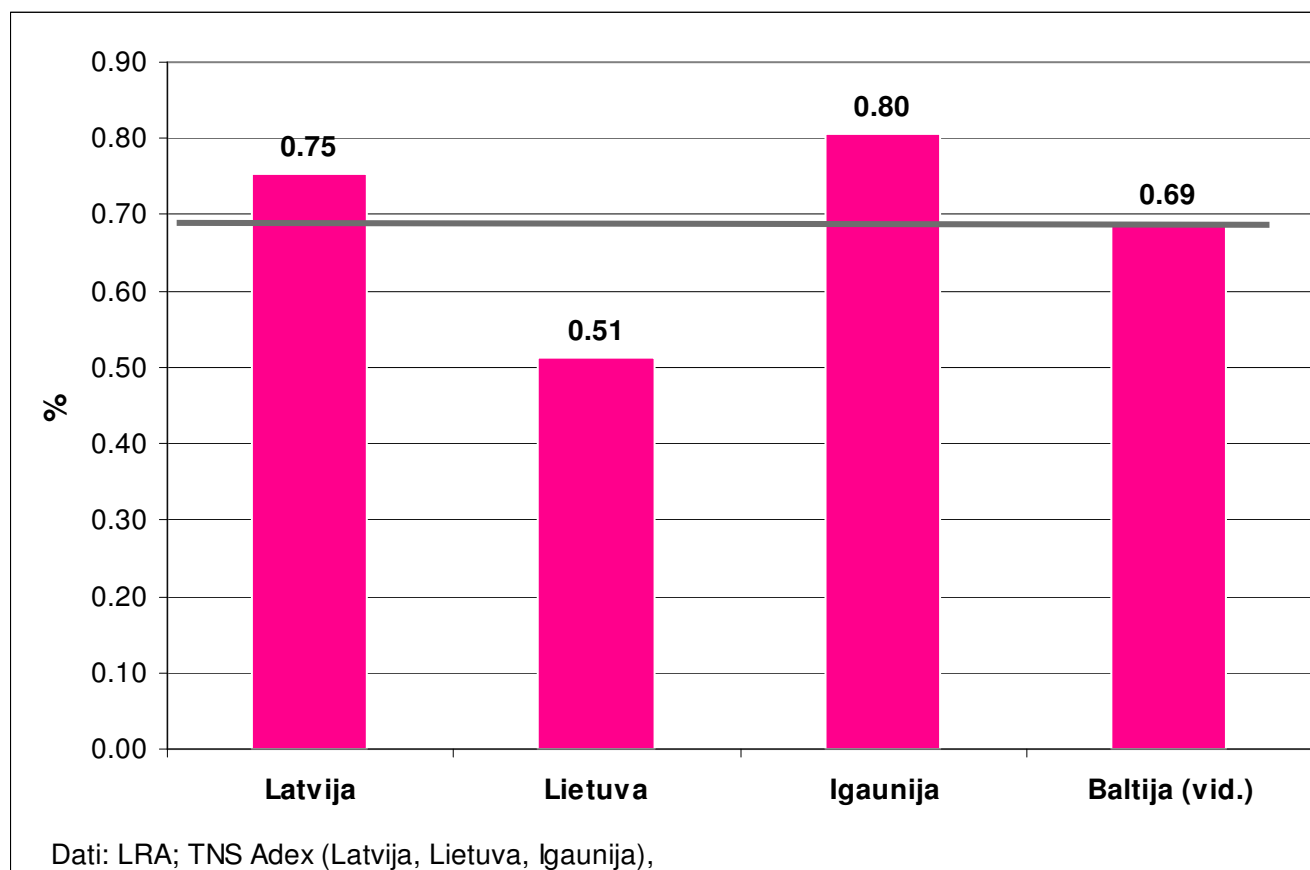
Baltija 2007

mediju reklāmas investīcijas uz vienu iedzīvotāju (EUR)



Baltija 2007

reklāmas tirgus attiecība pret iekšzemes kopproduktu



Latvija 2007

TOP 5 reklamētākās nozares

2007	Nozare	2007 vs 2006	Nozares lielākie reklāmdevēji
1	MOBILĀS TELEKOMUNIKĀCIJAS MOBILE COMMUNICATION	=	Tele2, LMT, Bite, Zetcom
2	FINANSES FINANCIAL INSTITUTIONS, SERVICES	=	Parex, Hansabanka, Dnb Nord, Nordea, Norvik banka, SEB Unibanka
3	AUTOMAŠĪNAS CARS	▲ +1	Skandi auto & Aura auto, Skandi motors, Adam auto & Hansa auto, Veho, Baltic motors
4	IZKLAIDES PASĀKUMI CONCERTS FESTIVALS, SHOWS	▲ +3	BDG, Makroentertainment, BT1, Baltic Cinema
5	MĀJSAIMNIECĪBAS PRECES HOUSEHOLD HYGIENE	▼ -2	P&G, Unilever, Reckit Benckiser, Henkel, Colgate-Palmolive

Dati: LRA; TNS Latvia, Adex, 2007

Latvija 2007

TOP 5 reklāmdevēji

2007	Reklāmdevējs	2007 vs 2006	Reklāmdevēja reklamētākie zīmoli
1	PROCTER & GAMBLE	=	Pantene Pro-V, Head & Shoulders, Gillette, Pampers, Blend-a-med
2	TELE2	=	Zelta Zivtiņa, Tele2 Image, Tele2 + subsidēto telefonu zīmoli
3	LMT	=	Okarte, LMT Image, LMT + Mazcenas mobilo telefonu zīmoli
4	UNILEVER	▲ + 6	Rexona, Dove, Cif, Domestos, Knorr
5	RECKITT BENCKISER	=	Vanish, Calgonit, Cillit, Calgon, Air Wick

Dati: LRA, TNS Latvia, Adex, 2007

Latvija 2007

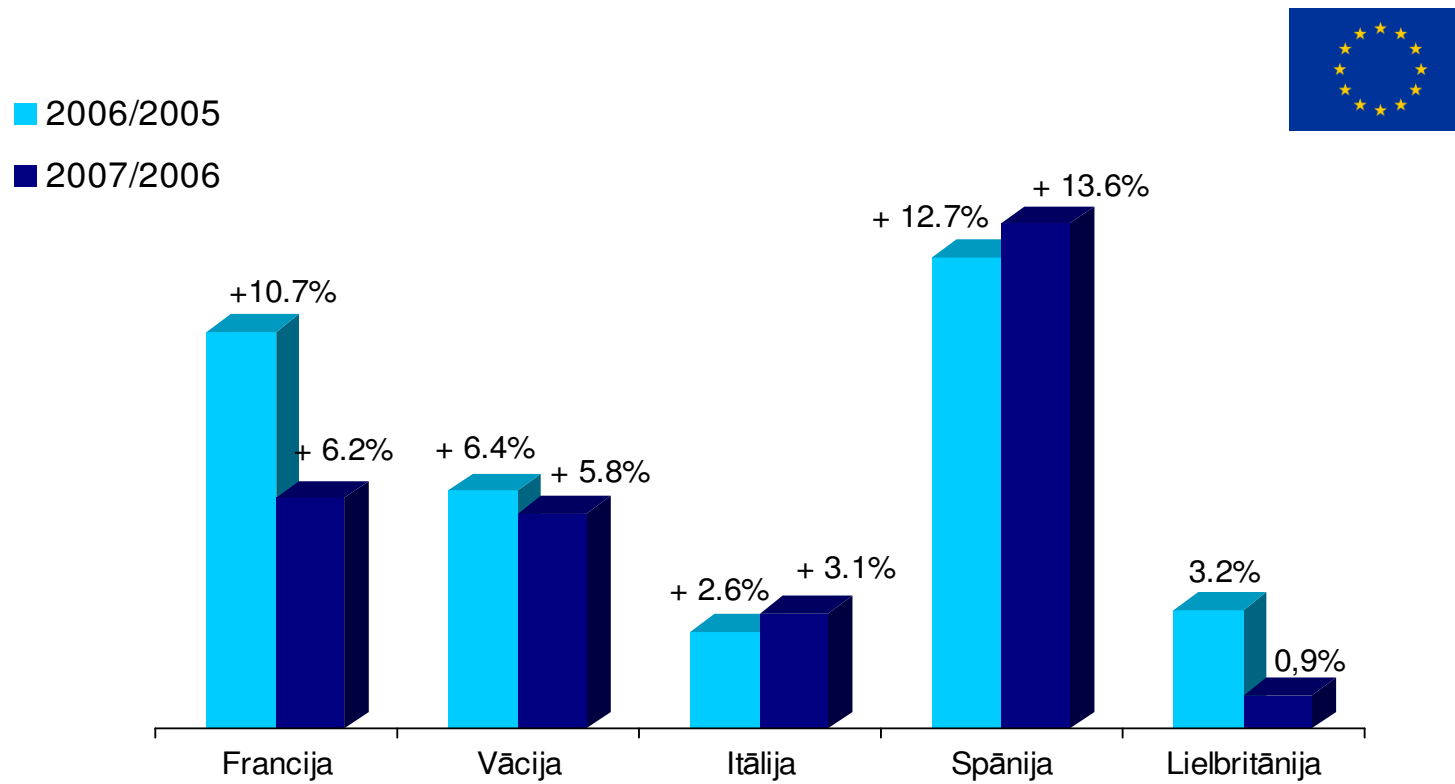
TOP 5 reklamētākie zīmoli

2007	Zīmols	2006	2007 vs 2006
1	ZELTA ZIVTIŅA	1	=
2	MAXIMA	11	▲ +9
3	TELE2	5	▲ +2
4	O KARTE	4	=
5	COCA-COLA	8	▲ +3

Dati: LRA; TNS Latvia, Adex, 2007

Rietumeiropa 2007

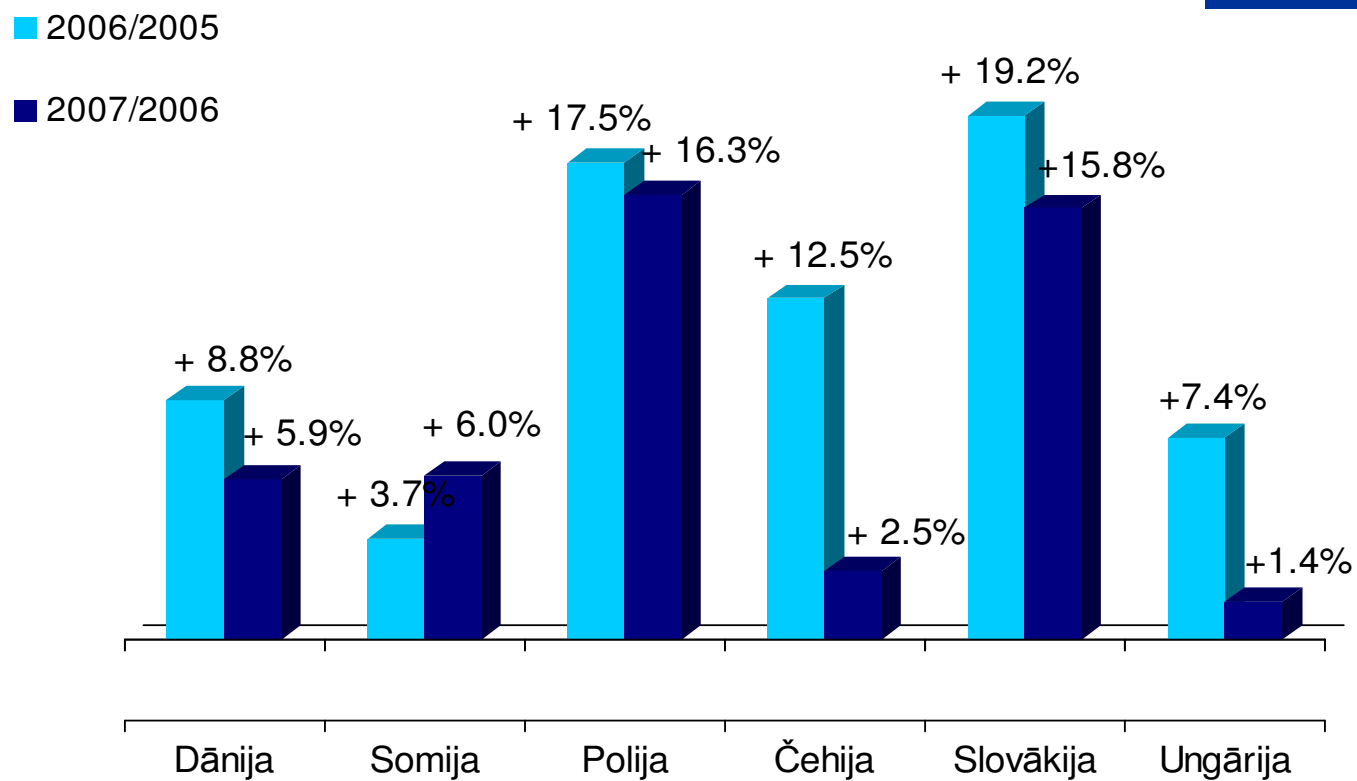
Reklāmas tirgus izaugsme



Dati: TNS Media Intelligence & NMR & Thomson

Ziemeļ- un Austrumeiropa 2007

Reklāmas tirgus izaugsme



Dati: TNS Media intelligence

Pasaule 2008

skatiens reklāmas tirgus nākotnē



- nestabilitāte finanšu tirgos
- lejupslīde ASV un eirozonas ekonomikā
- strauji augošo tirgu ekonomiskās attīstības tempu palēnināšanās
- naftas un patēriņa preču cenu paaugstināšanās



- Vēlēšanas ASV
- Euro 2008 čempionāts futbolā
- Olimpiskās spēles Pekinā
- Interneta reklāmas izaugsme

Dati: TNS Media intelligence

Andris Blaka
LRA prezidents



Paldies par uzmanību!

