



Mediju reklāmas tirgus apjoms pirmajā pusgadā samazinājies par 25%.

Rīga, 2020. gada 16. septembris

Latvijas Reklāmas Asociācija (LRA) ir apkopojusi mediju reklāmas tirgus datus par 2020.gada pirmajiem sešiem mēnešiem, tirgus kopējais apjoms ir 30,395 miljoni Euro. Salīdzinoši ar šo pašu periodu pērn, tirgus apjoma samazinājums pārsniedz 10 miljonus Euro, kas ir teju 25% kritums. 2019. gada pirmajā pusgadā tirgus apjoms bija 40,492 miljoni Euro.

Samazinājums šī gada pirmo sešu mēnešu periodā ir saistāms ar Covid-19 apstākļu izraisīto krīzi reklāmas un komunikācijas jomā. Latvijas valdības ieviestais ārkārtas stāvoklis un globālie procesi ietekmēja reklāmdevēju lēmumus, kuru rezultātā reklāmdevēji gan atcēla, gan neuzsāka plānotās reklāmas kampaņas.

Visvairāk samazinājās apjomi kino un vides reklāmu jomā. Kinoteātri bija slēgti, bet vides reklāmas samazinājumu ietekmēja tukšās ielas. Reklāmas apjomu samazināšanos laikrakstu kategorijā ietekmēja arī tas, ka drukātā formātā vairs neiznāk virkne avīžu.

2020. gada pirmajā pusgadā par vairāk nekā diviem procentpunktiem ir pieaugusi tirgus daļa reklāmai internetā, bet par vienu procentpunktu – reklāmai televīzijā.

Kopš 10. jūnija, kad Latvijā tika izbeigta 12.martā izsludinātā ārkārtas situācija, reklāmas nozarē vērojams piesardzīgs optimisms, taču pārāk īsajā “jaunās normālās dzīves” periodā vairs nevarēja paspēt uzlabot pirmā pusgada iznākumu.

[Infogram](#)

Kontakti:

Baiba Liepiņa

valdes priekšsēdētāja

Latvijas Reklāmas Asociācija

baiba.liepina@lra.lv