

Savaitgalį pasibaigęs „Eurovizijos“ dainų konkursas prie TV ekranų bent trumpam buvo pritraukęs per milijoną arba 37 proc. Lietuvos gyventojų. Laidos finalo reitingas siekė beveik 11 procentų. Baltijos šalyse šį konkursą įsijungė per 2 milijonus gyventojų.

Į finalą nepatekus Lietuvos atstovui Jurijui Veklenko su daina „Run with the lions“, finalo transliacijos reitingas Lietuvoje buvo mažesnis nei pusfinalio, kuriame dalyvavo Lietuva. II pusfinalį su Lietuvos atstovu bent trumpam stebėjo 736 tūkst. žiūrovų, o laidos reitingas siekė beveik 17 proc. Tuo tarpu pirmojo pusfinalio reitingas siekė 11 proc.

„Nesant galimybės sirgti už savo šalies atstovą, natūralu, kad ir žiūrovų išitraukimas būna mažesnis – transliacijos, kuriose Lietuva dalyvauja pusfinalyje arba finale paprastai surenka pusantro-dukart didesnius reitingus negu tuo atveju, kai šalies atstovas nedalyvauja“, – sakė „Kantar“ media tyrimų ir įžvalgų vadovė Lina Petraitienė.

Pasak jos, per pastaruosius aštuonerius metus „Eurovizijos“ transliacijų finalų, kuriose dalyvavo Lietuvos atstovas, reitingai svyravo nuo 14,4 proc., kai 2013 m. dalyvavo Andrius Pojavis iki 20,2 proc., kai 2016 m. dalyvavo Donatas Montvydas.

„Muzikinį konkursą „Eurovizija“ Lietuva tikrai mėgsta, faktiškai, kasmet ši laida patenka į metinį geriausiai žiūrėtų laidų TOP10. Konkursas mėgstamas ir kaimyninėse šalyse – Latvijoje Eurovizijos transliacijas stebėjo trečdalis (29,4 proc.) Latvijos gyventojų, o Estijoje – net daugiau nei pusė (56 proc.) šalies gyventojų“, – apibendrina duomenis „Kantar“ ekspertė.

Tarptautinis dainų konkursas „Eurovizija“ Tel Avive vyko š.m. gegužės 14-18 dienomis. Pergalę jame iškovojo Nyderlandų atstovas.

Apie „Kantar“

„Kantar“ yra viena didžiausių pasaulyje duomenų, įžvalgų ir konsultacijų bendrovių, vienijanti 30 tūkst. tyrimų specialistų daugiau nei 100 šalių. „Kantar“ yra ekspertai inovacijų, prekės ženklų, komunikacijos, vartotojų elgsenos ir kitose srityse. Savo klientams bendrovė padeda identifikuoti svarbiausius jų veiklos aspektus, atskleisti dar neišnaudotą potencialą ar pastebėti kritinius momentus bei tinkamai į juos reaguoti.

„Kantar“ yra WPP dalis. Tarptautinės „Kantar“ grupės paslaugomis naudojasi daugiau nei pusė „Fortune Top 500“ kompanijų, o klientų skaičius viršija 8 tūkstančius. Bendrovės įmonėje Lietuvoje dirba 119 darbuotojų.

„Euroviziją“ Baltijos šalyse įsijungė per 2 milijonus gyventojų

