



Türkiye ve dünyada Açikhava reklam yatırımları
2019 yılsonu raporu

Nisan 2020

Önsöz	2
Türkiye Açık hava reklam yatırımları	3
Dünya Açık hava reklam yatırımları	9
İletişim bilgileri	13

2019 yılı Türkiye Açık hava reklam yatırımları raporu



Ayhan Tezcan

Açık hava Reklamcılar Vakfı ARVAK
Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye için 2019 seçim yılıydı. Tüm mecralarda ve Açık hava'da etkisini hissettik ve gördük. Yerel yönetimlerdeki değişiklikler Açık hava envanterinde anlamlı değişimlere yol açtı. Özellikle İstanbul'da. Buna rağmen Açık hava yıllardır sürdürdüğü büyüme performansını 2019'da da sürdürdü. Açık hava'nın kalbinin attığı İstanbul'da Açık hava'ya yeni oyuncular katılmaya başladı. Değişimler Açık hava envanterini etkiliyor, belirsizlikler yaratıyor. Bu belirsizlik atmosferi özellikle medya planlamalarında sıkıntı yaratıyor ve Açık hava mecrasına yapılan yatırımları olumsuz etkiliyor.

Açık hava'nın içinde bulunduğu belirsizliklerin 2020'nin ilk yarısında sona ereceğini ve Açık hava'nın dünyada olduğu gibi büyümesini sürdüreceğini düşünmemizi sağlayan bir çok neden var. Bu nedenlerden en önemlisi dijitalin hızla büyümesi ve Açık hava'nın dijital ile bir arada kullanıldığında yarattığı sonuç alıcı etkisi.

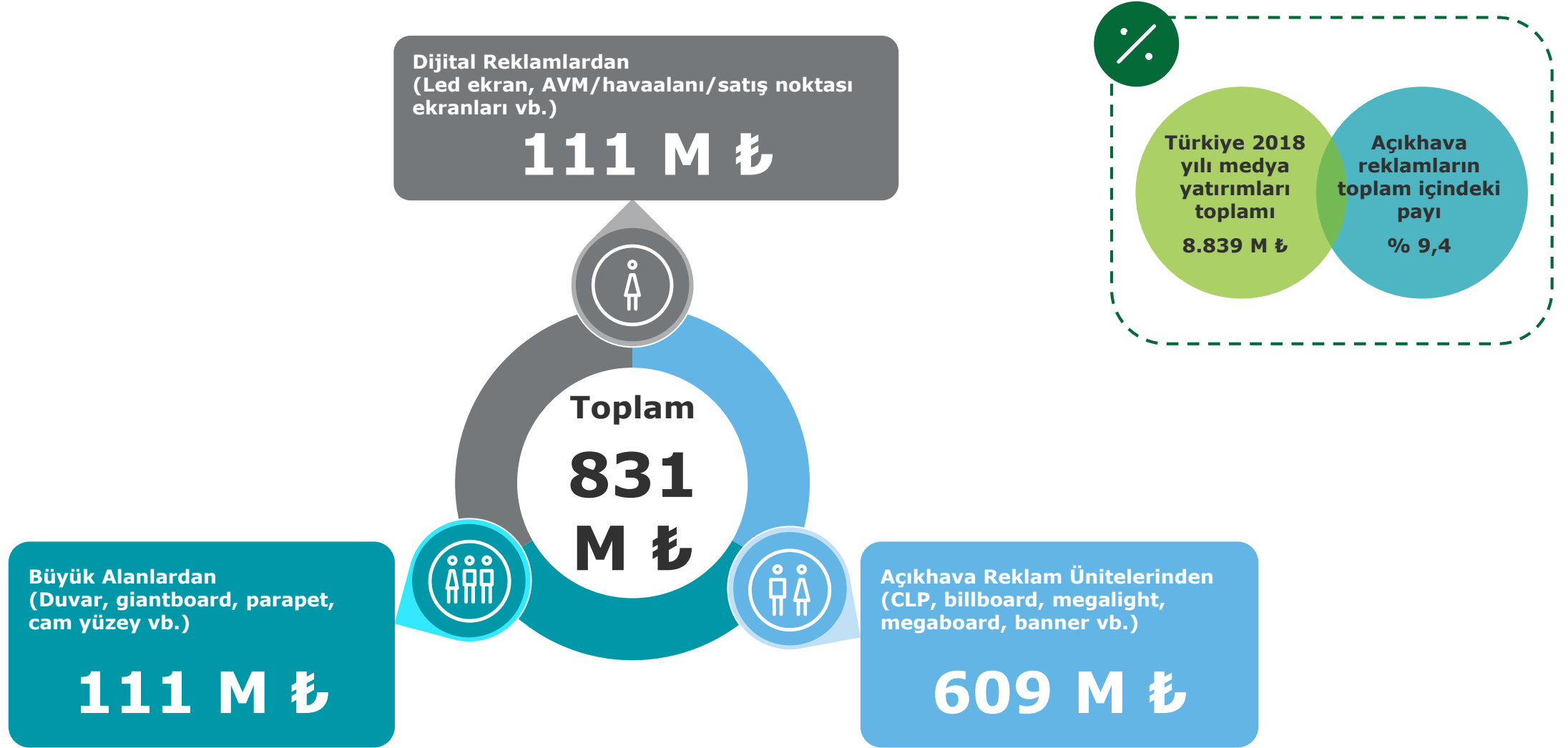
Belirsizlik ve değişimlerin sona ermesiyle 2020'de Açık hava'nın büyümesini artırarak sürdüreceğine inanıyoruz.

Türkiye Açık hava reklam yatırımları



Türkiye Açık hava reklam yatırımları

2019 yılında toplam Açık hava reklam yatırımları bir önceki yıla göre %2,5 büyüyerek 831 Milyon ₺ olmuştur.

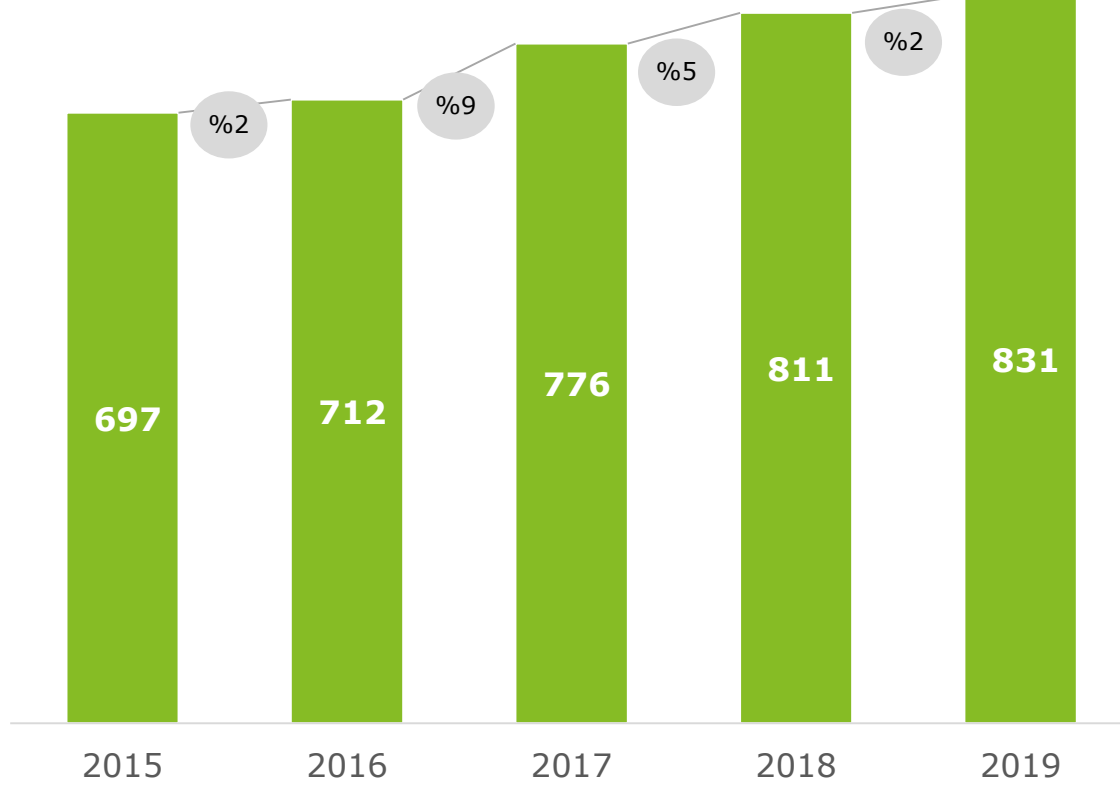


Türkiye Açık hava reklam yatırımları

Mecra bazında gelişim

2019 yılı itibariyle 831 M ₺'ye ulaşan Açık hava reklam yatırımlarının içerisinde 609 milyon ₺' lik yatırım hacmiyle Açık hava reklam üniteleri en yüksek payı almaktadır.

Açık hava reklam yatırımlarının son 5 yıllık gelişimi (M ₺)

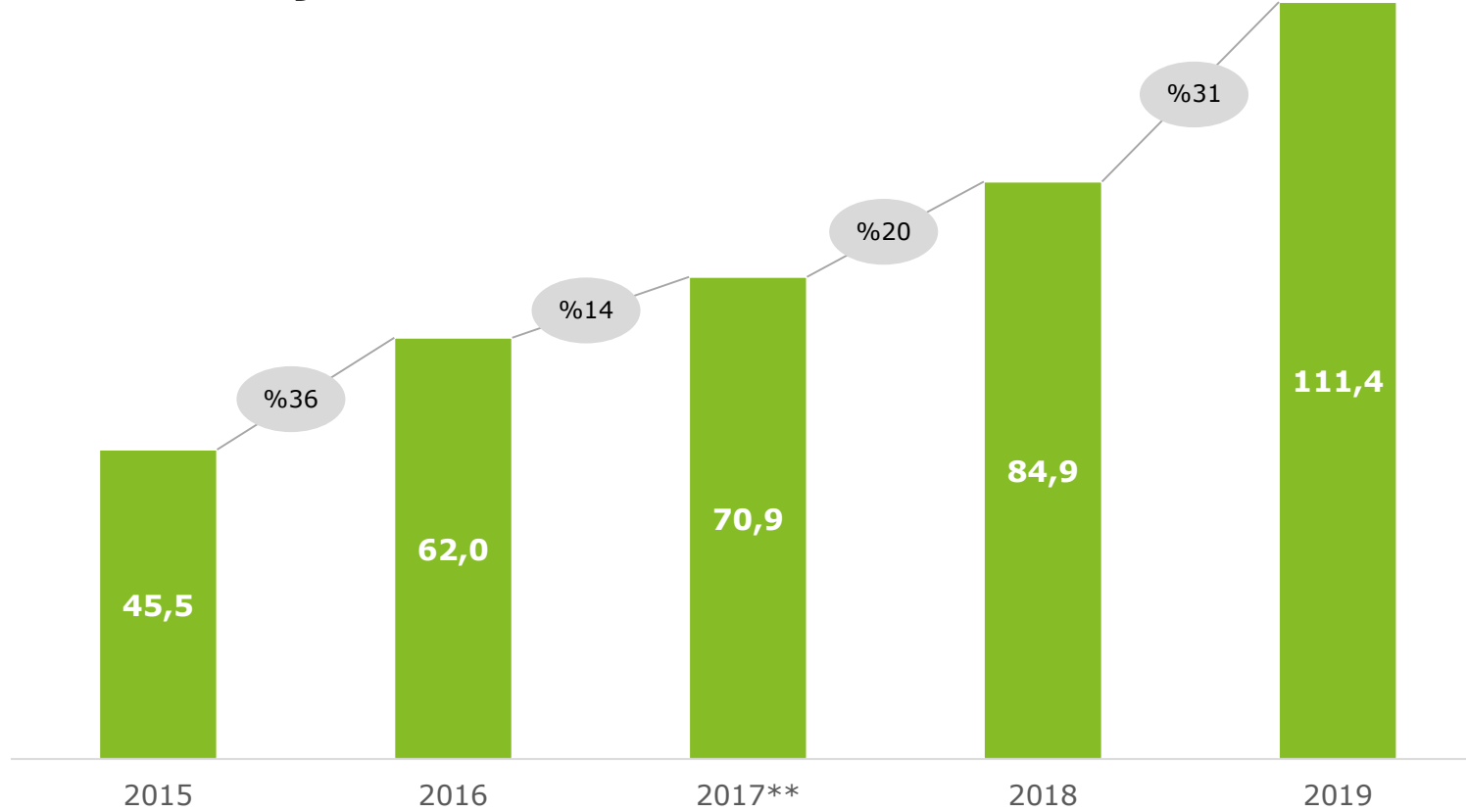


Mecra	2019 (milyon ₺)	2019 Açık hava İçerisindeki Payı	2018-2019 Değişim
Dijital reklamlar	111,4	% 13	% 31
Büyük alanlar	111,3	% 13	% 19
Açık hava reklam üniteleri	608,5	% 73	-% 4
Toplam	831,2	%100	% 2,5

Türkiye Açık hava reklam yatırımları

Dijital Açık hava reklamları

Türkiye’de dijital Açık hava reklam* yatırımları, milyon ₺



% 25

Yıllık Bileşik
Büyüme
Oranı
(2015-2019)

% 13

2019
Yılı Payı

Açık hava dijital reklam yatırımları 2015–2019 yılları arasında %25’lik yıllık bileşik büyüme oranı ile artış göstermiştir. 2019 senesinde ise bir önceki yıla göre %31 büyüyerek 111 Milyon ₺ seviyesine gelmiştir.

Kaynak: ARVAK, Deloitte analizi

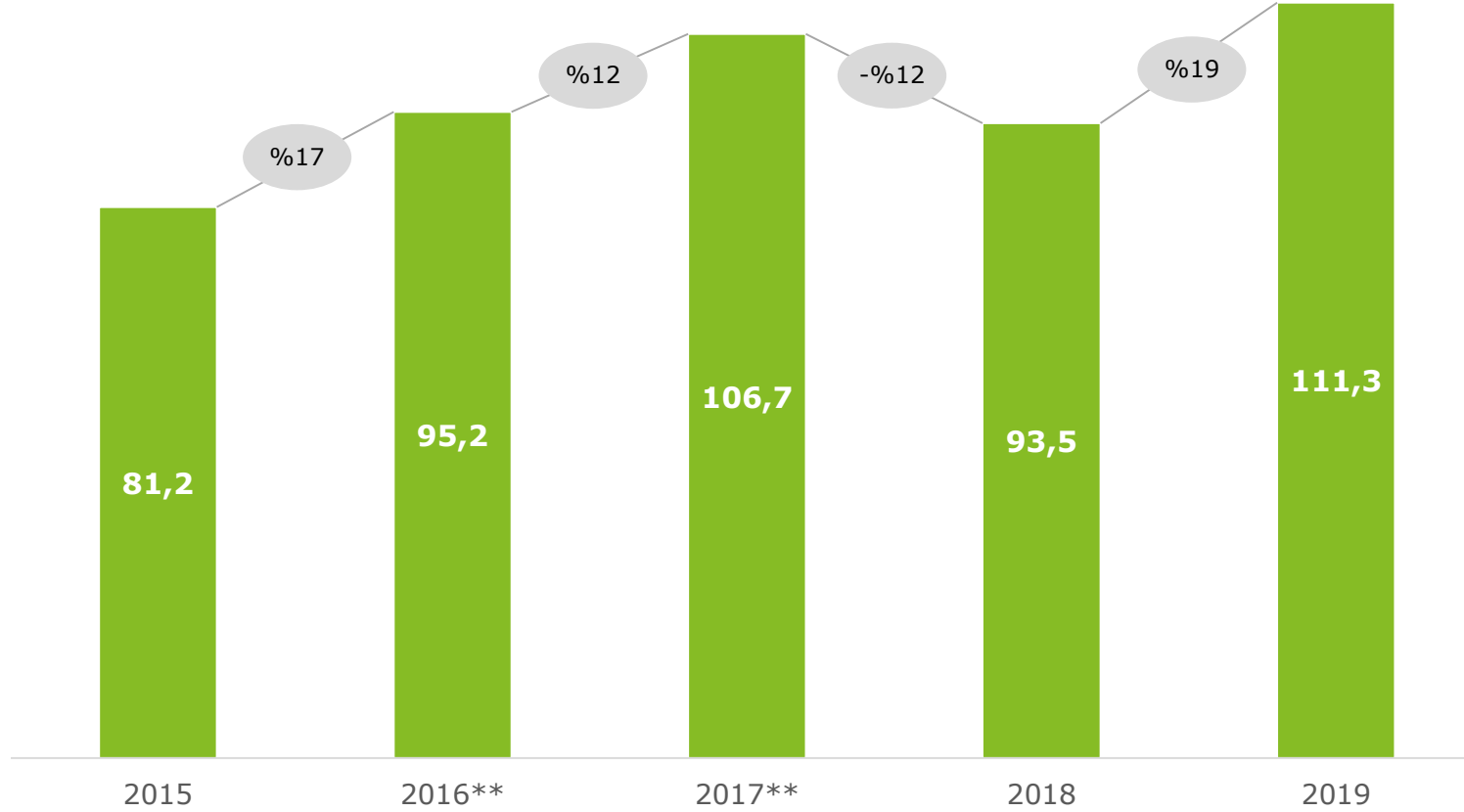
*Dijital reklamlar led ekran, AVM/havaalanı/satış noktası ekranları gibi reklam alanlarını kapsamaktadır.

** Kategori kırılımları revizyonu yapılmıştır.

Türkiye Açık hava reklam yatırımları

Büyük alanlar

Türkiye'de büyük alan* reklam yatırımları, milyon ₺



% 8

Yıllık Bileşik
Büyüme
Oranı
(2015-2019)

% 13

2019
Yılı Payı

2014-2017 yılları arasında artış gösteren büyük alan reklam yatırımları 2018 senesindeki gerilemesinden sonra 2019 yılında %19'luk artış göstererek 111,3 Milyon ₺ tutarına ulaşmıştır.

Kaynak:ARVAK, Deloitte analizi

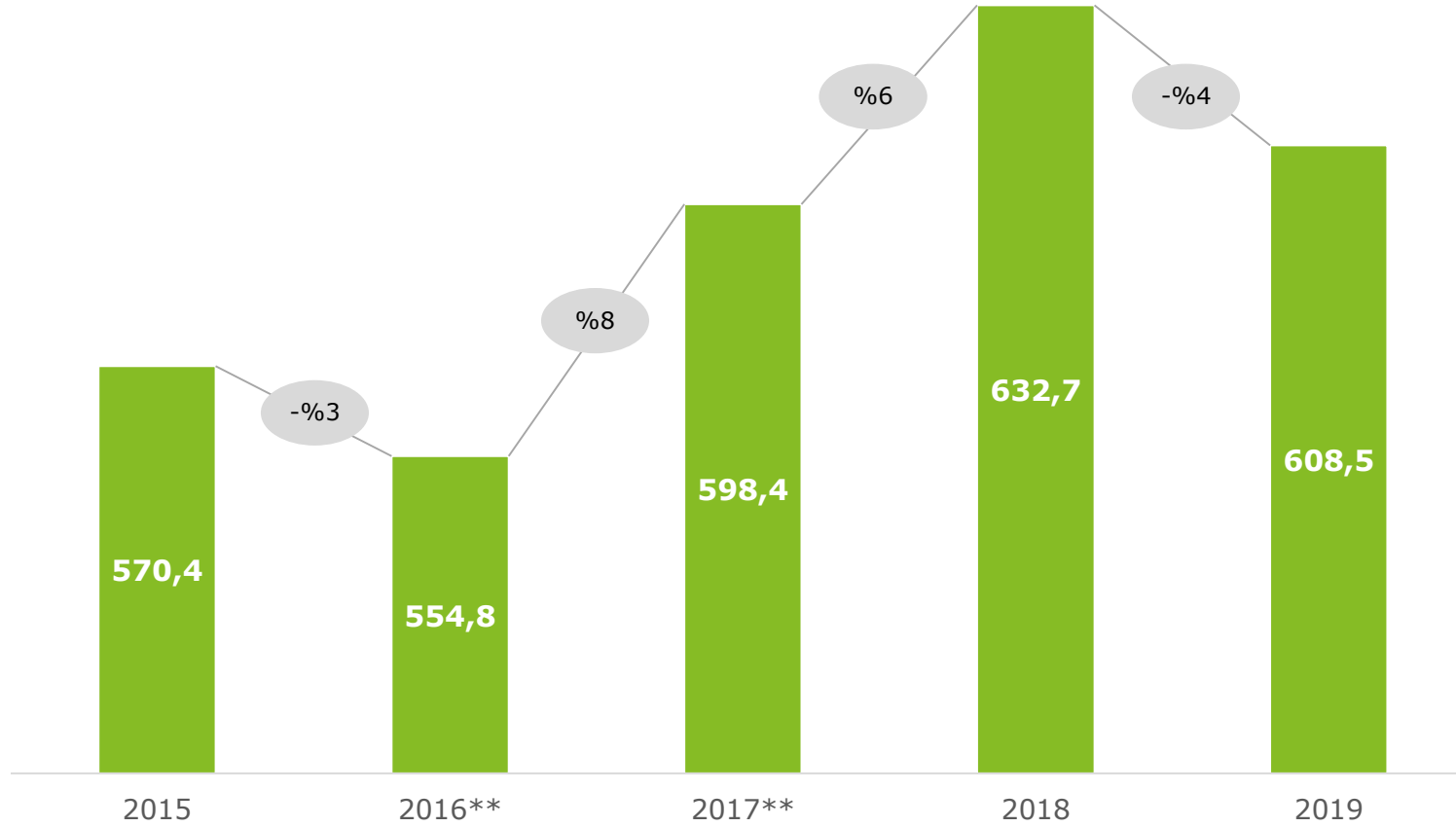
*Büyük alan reklamlar duvar, giantboard, parapet, cam yüzey gibi reklam alanlarını kapsamaktadır.

** Kategori kırılımları revizyonu yapılmıştır.

Türkiye Açık hava reklam yatırımları

Açık hava reklam üniteleri

Türkiye'de açık hava reklam üniteleri* yatırımları, milyon ₺



% 2

Yıllık Bileşik
Büyüme
Oranı
(2015-2019)

% 73

2019
Yılı Payı

Ciro bazında açık hava reklam yatırımları içerisinde en büyük paya sahip olan açık hava reklam üniteleri (CLP, billboard, megalight, megaboard, banner vb.) son yılda -%4'lük değişim ile 2019 sonunda 608,5 Milyon ₺'ye gerilemiştir.

Kaynak:ARVAK, Deloitte analizi

*Açık hava reklam üniteleri CLP, billboard, megalight, megaboard, banner gibi reklam alanlarını kapsamaktadır.

** Kategori kırılımları revizyonu yapılmıştır.

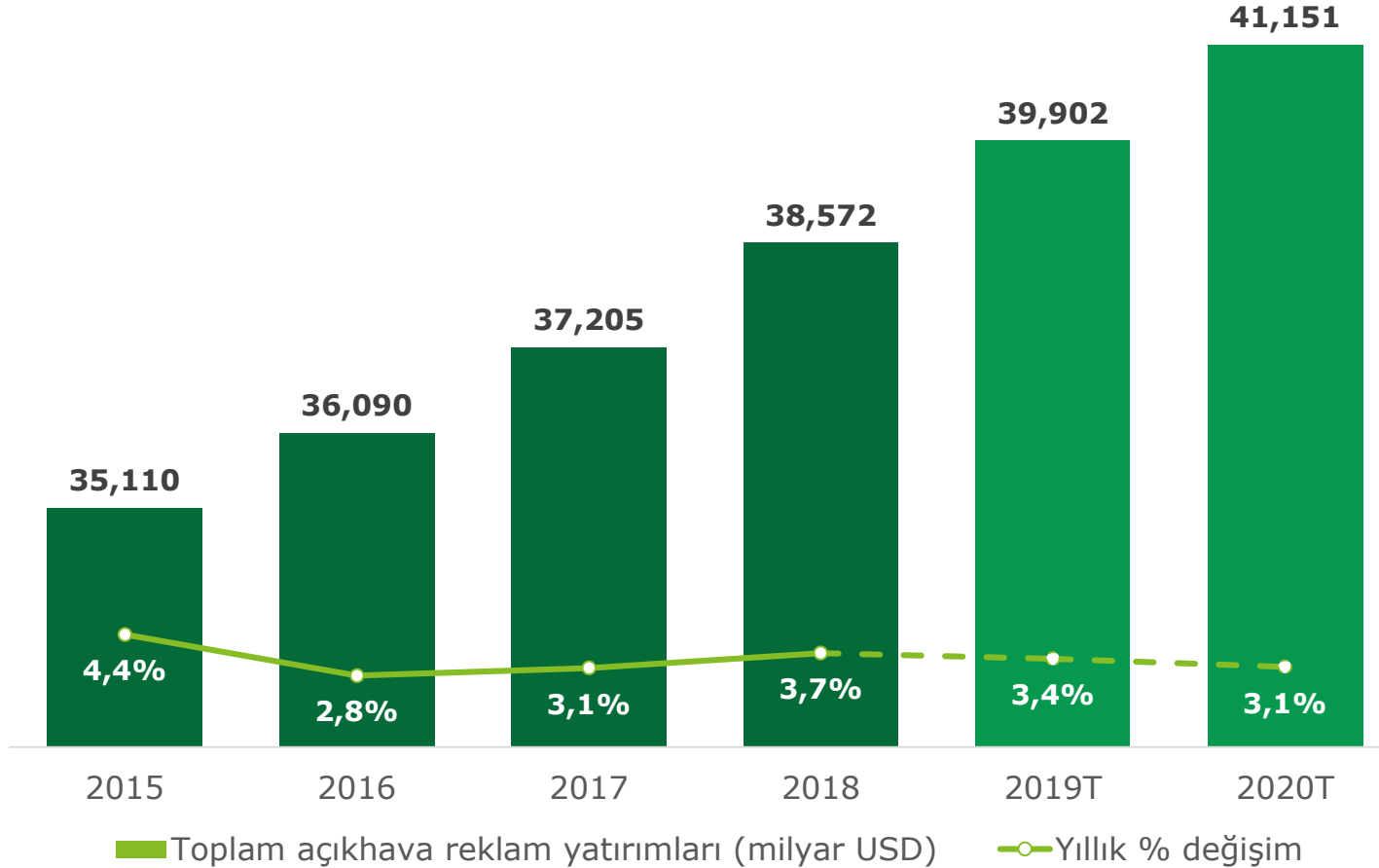
Dünya Açık hava reklam yatırımları



Dünya Açık hava reklam yatırımları

Küresel toplam Açık hava reklam yatırımları, 2015-2020

Dünyada Açık hava reklam yatırımları, milyar USD

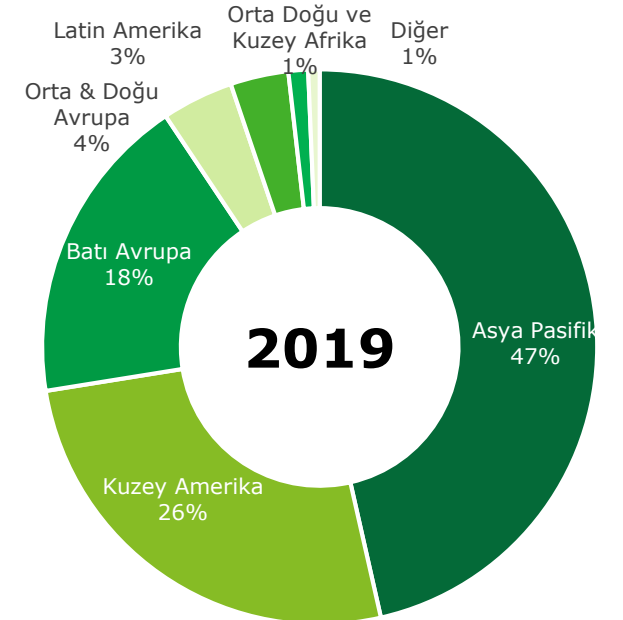


Kaynak: Zenith, Eylül 2019

Kuzey Amerika ve Asya Pasifik'in Açık hava'daki Ağırlığı

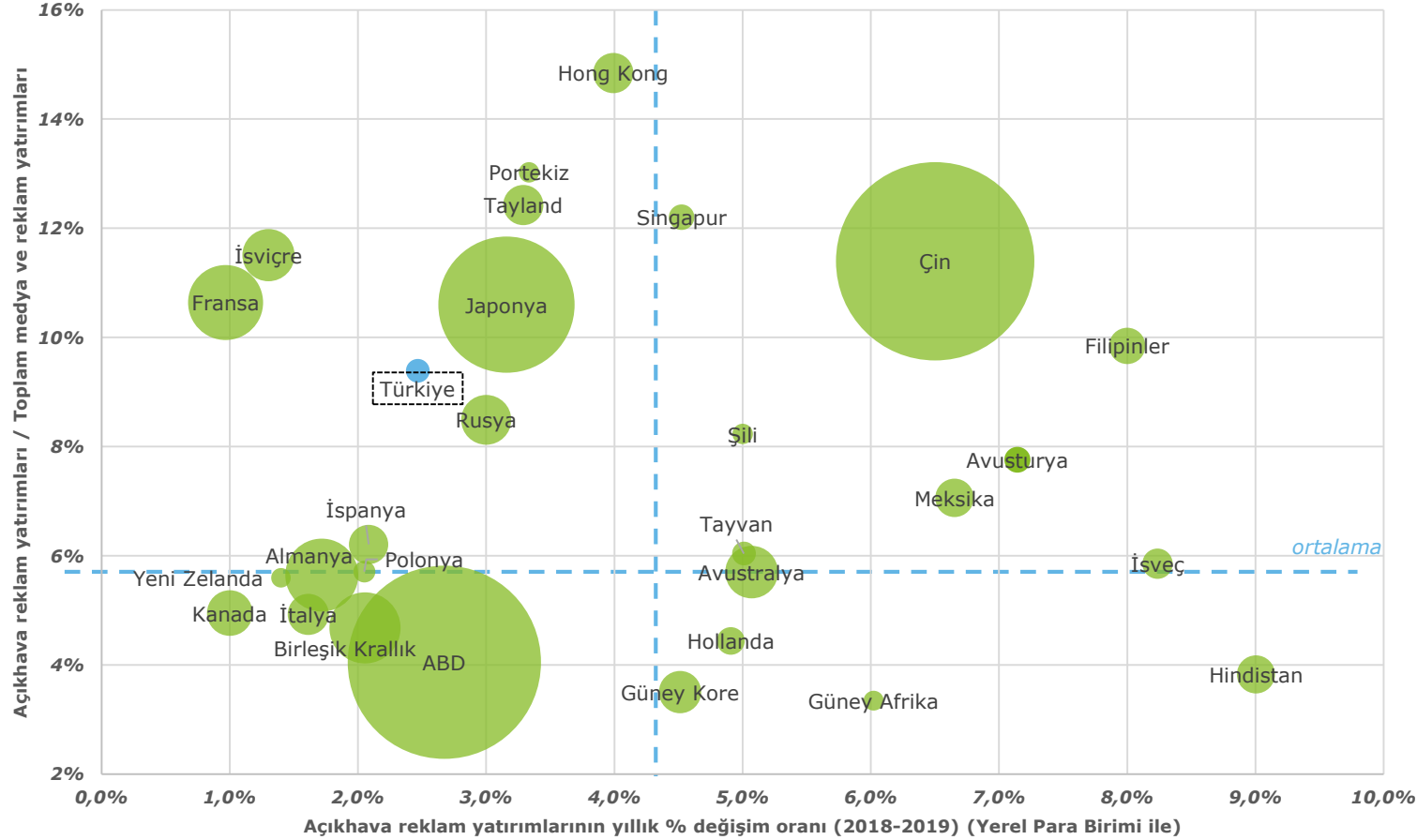
Her geçen sene büyüme trendine sahip olan Açık hava reklam yatırımları 2019 senesinde bir önceki yıla göre %3 büyüyerek 40 Milyar USD'a yaklaşmıştır.

En fazla Açık hava reklam yatırımı yapılan bölge Asya Pasifik olurken; Asya Pasifik, dünya genelindeki Açık hava reklam yatırımlarının neredeyse yarısını oluşturmaktadır.



Dünya Açık hava reklam yatırımları

Ülkeler bazında Açık hava reklam yatırımı / Toplam medya yatırımı, 2019



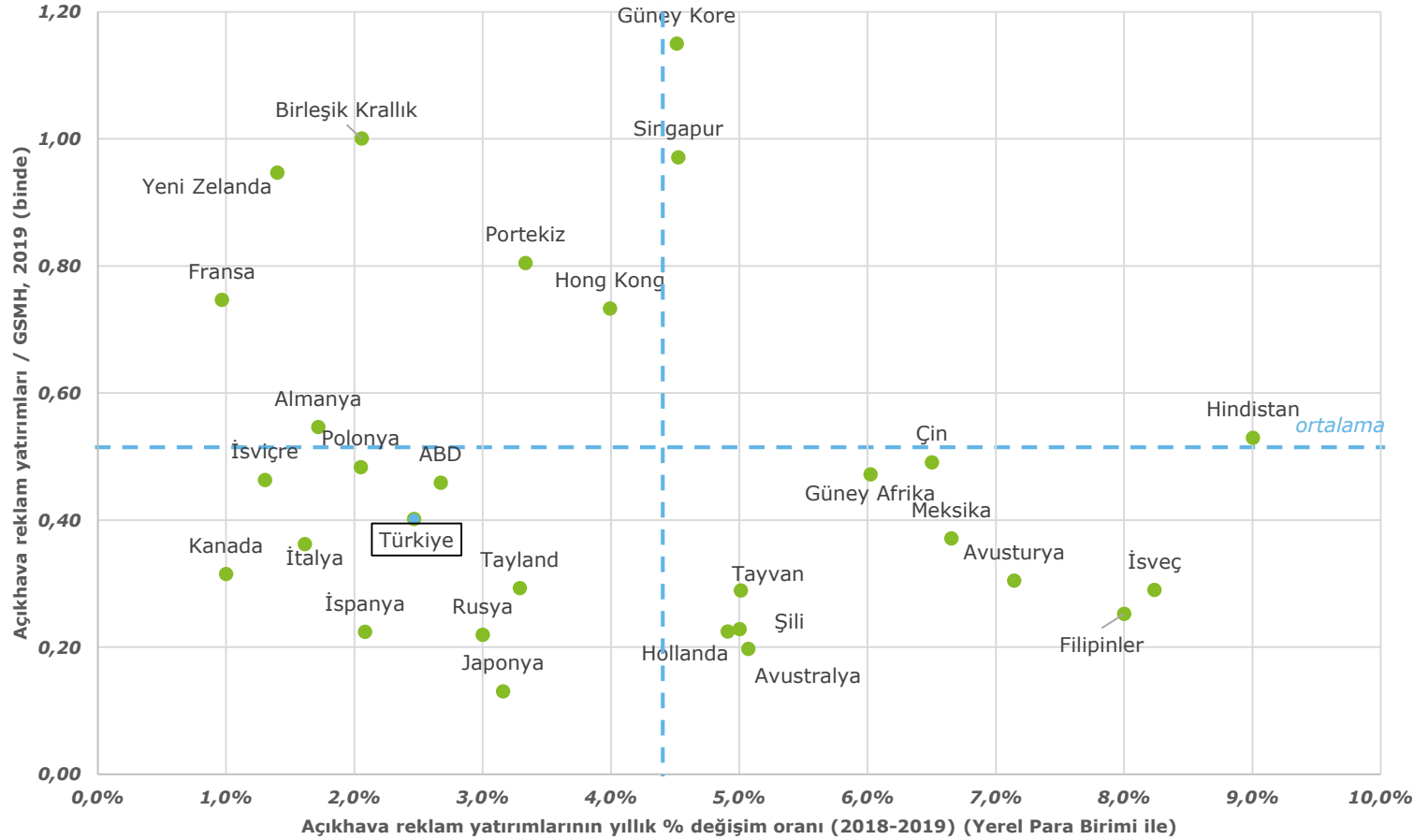
Türkiye Açık hava reklam yatırımlarının toplam medya yatırımları içerisindeki payı birçok ülkenin üzerindedir

2019 senesinde yıllık Açık hava reklam yatırımı 100 Milyon USD'den fazla olan ülkeler arasından seçilen 31 ülke bir arada incelenmiştir. Buna göre Açık hava reklam yatırımlarının toplam medya yatırımları içindeki payı bu ülkeler için ortalama %5,7 iken bu oran Türkiye'de %9,4 olarak gözükmektedir. Aynı şekilde Açık hava reklam yatırımlarının bu ülkelerde 2018-2019 yılları arasındaki artış oranı ortalama %4,3 iken bu oran Türkiye'de %2,5 olarak gerçekleşmiştir.

Her iki rasyo incelendiğinde büyüme oranı olarak dünya ortalamasından geride kalan ancak toplam medya harcamaları içerisindeki payı dünya ortalamasından daha iyi bir noktada olan Türkiye Açık hava reklam yatırımları; Japonya, Rusya ve İsviçre gibi ülkeler ile birlikte yüksek potansiyeli ile dikkat çekmektedir.

Dünya Açık hava reklam yatırımları

Ülkeler bazında Açık hava reklam yatırımı / GSMH



Türkiye Açık hava reklam yatırımlarında artış potansiyeli gözlemlenmektedir.

2019 senesinde yıllık Açık hava reklam yatırımı 100 Milyon USD'den fazla olan ülkeler arasından seçilen 31 ülke bir arada incelendiğinde bu ülkelerin Açık hava reklam yatırımlarının Gayri Safi Milli Hasılaya oranı ortalama binde 0,52'dir. Türkiye ise bu ortalamanın altında kalmaktadır.

Açık hava reklam yatırımlarının Gayri Safi Milli Hasılaya oranında alt sıralarda yer alan Türkiye'nin, bu oranda dünya ortalamasına ulaşması için 2,5 katlık artış potansiyeli bulunmaktadır.

İletişim

Çalışma hakkında daha detaylı bilgi almak için bizimle alttaki irtibat bilgileri aracılığıyla iletişime geçebilirsiniz.

Ayhan Tezcan

Açikhava Reklamcıları Vakfı
Yönetim Kurulu Başkanı
ayhan.tezcan@arvak.com.tr

Coya Yaes

coya.yaes@arvak.com.tr

Açikhava Reklamcıları Vakfı

Barbaros Bulvarı Morbasan
Sok.Koza İş Merkezi C Blok Kat:2
34348 Beşiktaş/İstanbul
Tel:0212 306 77 75

<http://www.arvak.com.tr>

Hakan Göl

Deloitte Danışmanlık Lideri
hgol@deloitte.com

Deloitte Türkiye

Deloitte Values House
Maslak Mahallesi,
Eski Büyükdere Caddesi No:1
34398 Sarıyer, İstanbul
Tel: +90 (212) 366 60 00

www.deloitte.com.tr

Deloitte.

Deloitte; İngiltere mevzuatına göre kurulmuş olan Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL") şirketini, üye firma ağındaki şirketlerden ve ilişkili tüzel kişiliklerden bir veya birden fazlasını ifade etmektedir. DTTL ve üye firmalarının her biri ayrı ve bağımsız birer tüzel kişiliktir. DTTL ("Deloitte Global" olarak da anılmaktadır) müşterilere hizmet sunmamaktadır. Daha fazla bilgi almak için www.deloitte.com/about adresini ziyaret ediniz.

Deloitte, birçok farklı endüstride faaliyet gösteren özel ve kamu sektörü müşterilerine denetim, danışmanlık, finansal danışmanlık, risk danışmanlığı, vergi ve ilgili alanlarda hizmet sağlayan dünyanın önde gelen profesyonel hizmetler firmalarından birisidir. Deloitte dünya çapında farklı bölgelerde ve 150'den fazla ülkede yer alan global üye firma ağı ile, her beş Fortune Global 500® şirketinden dördüne hizmet vermektedir. Deloitte'un yaklaşık 286.000 kişilik uzman kadrosunun iz bırakan bir etkiyi nasıl yarattığı konusunda daha fazla bilgi almak için websitemiz www.deloitte.com adresini veya [Facebook](#), [LinkedIn](#) ya da [Twitter](#) sayfalarımızı ziyaret ediniz.

Bu belgede yer alan bilgiler sadece genel bilgilendirme amaçlıdır ve Deloitte Touche Tohmatsu Limited, onun üye firmaları veya ilişkili kuruluşları (birlikte, "Deloitte Network" olarak anılacaktır) tarafından profesyonel bağlamda herhangi bir tavsiye veya hizmet sunmayı amaçlamamaktadır. Şirketinizi, işinizi, finansmanınızı ya da mali durumunuzu etkileyecek herhangi bir karar ya da aksiyon almadan, yetkin bir profesyonel uzmana danışın. Deloitte Network bünyesinde bulunan hiçbir kuruluş, bu belgede yer alan bilgilerin üçüncü kişiler tarafından kullanılması sonucunda ortaya çıkabilecek zarar veya ziyandan sorumlu değildir.

© 2020. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.