Deloitte.

ARVAK
AÇIKHAVA
REKLAMCILARI
VAKFI



Türkiye ve Dünyada Açıkhava reklam yatırımları

2021 yılsonu raporu

Nisan 2022

Önsöz	2
Türkiye Açıkhava reklam yatırımları	3
Dünya Açıkhava reklam yatırımları	10
İletişim bilgileri	15

© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Önsöz

2022 yılı Türkiye Açıkhava reklam yatırımları raporu



Önder Dalkıran

Açıkhava Reklamcıları Vakfı ARVAK Yönetim Kurulu Başkanı

- Pandemi koşulları nedeniyle Açıkhava mecrası toplam cirosunda 2020 yılında yaşanan gerilemenin (%15) 2021'de ciddi oranda (%34.6) büyümeye döndüğünü gördük. Bu Türkiye ve Dünyada Açıkhava Yatırımları raporunda incelenen 30 ülke arasında en yüksek oran.
- Açıkhava mecrasında 2021 ilk yarıyılda yeterince iyi sonuçlar görmedik. Ancak ikinci yarıyılda (özellikle son 3 ayda) yaşanan tatmin edici performans sayesinde önemli bir büyüme yakalandı.
- Açıkhava sektörünün pandemi döneminde ve 2021'de yeni yatırımlar yapması, büyük alanlar ve dijital Açıkhavaya yeni üniteler eklenmesi son derece önemli gelişmeler. Yüksek büyümenin önemli nedenlerinden biri yeni yatırımlar.
- Pazarlama sektörünün Açıkhava mecrasına olan talebinin yükseldiğini, Açıkhava ünitelerinin çeşitlendiğini, Açıkhavanın yaratıcı çalışmalara ve etkili medya planlamasına çok daha uygun bir ortam sağladığını görüyoruz.
- Bu güne kadarki en yüksek veri olan, 2019 yılındaki toplam 831 milyon TL cironun aşılarak 2021 yılında 946 milyon TL sınırına gelmesi, gelecek yıllar için umut veren bir gösterge.
- Açıkhava sektörünün yatırım heyecanı aynı hızla sürüyor. 2022 yılında yeni ihaleler sayesinde yeni yatırımlar, dolayısıyla yeni reklam alanları göreceğiz. 2022'de Açıkhava cirosunun milyar TL'yi aşarak anlamlı bir büyüme sonuçlanacağını tahmin ediyoruz.
- Türkiye'de dijital mecranın hızla büyümesi toplam yatırımlar içindeki payının sürekli artması Açıkhavanın toplam reklam yatırımları içindeki payını düşürdü. Önümüzdeki yıllarda yeni yatırımlar ve Açıkhava ünitelerinin çeşitlenmesi sayesinde Açıkhavanın toplam reklam yatırımları içindeki oranının yükselmesini bekliyoruz.

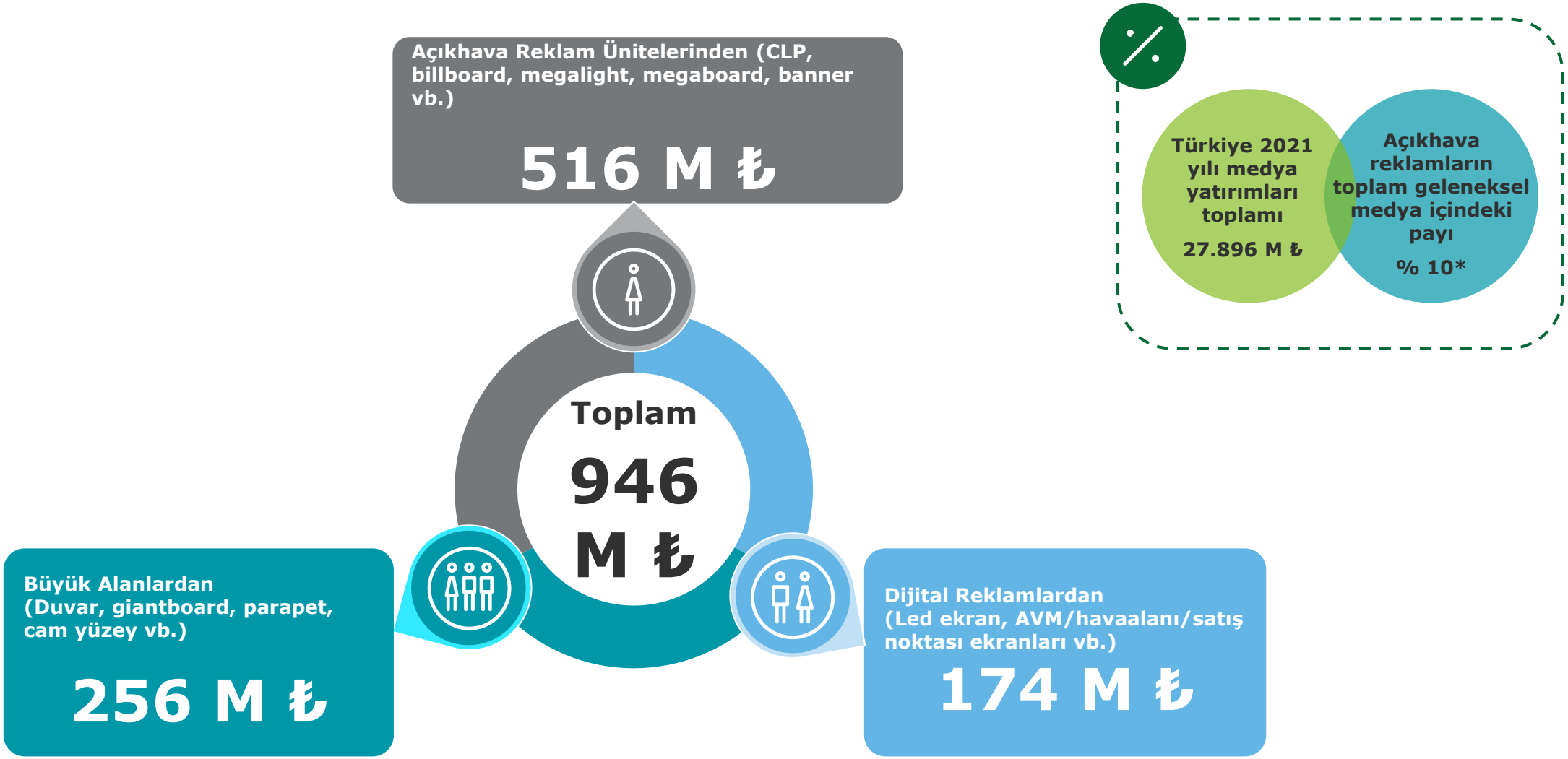
© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.



© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Türkiye Açıkhava reklam yatırımları

2021 yılında toplam Açıkhava reklam yatırımları bir önceki yıla göre %34,6 artarak 946 milyon ₺ olmuştur.



Kaynak: ARVAK, Reklamcılar Derneği, Deloitte analizi
Rakamlara KDV dahil edilmemiştir. Rakamlar yuvarlamadan ötürü toplamı vermeyebilir.
* Açıkhavanın toplam medya yatırımları içerisindeki payı ise %3,4'tür.

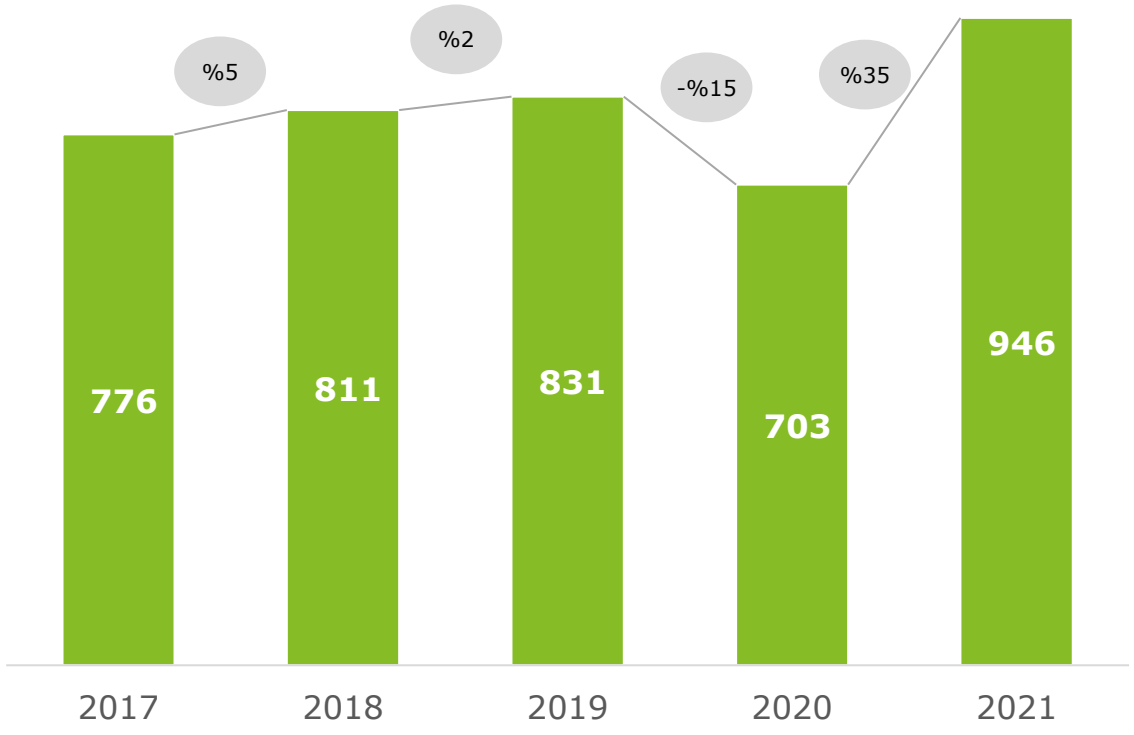
© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Türkiye Açıkhava reklam yatırımları

Mecra bazında gelişim

2021 yılında 946 milyon ₺'ye yükselen Açıkhava reklam yatırımlarının içerisinde 516 milyon ₺' lik yatırım hacmiyle Açıkhava reklam üniteleri en yüksek payı almaktadır.

Açıkhava reklam yatırımlarının son 5 yıllık gelişimi (M ₺)



Mecra	2021 (milyon ₺)	2021 Açıkhava İçerisindeki Payı	2020-2021 Değişim
Dijital reklamlar	174	% 18	% 32
Büyük alanlar	256	% 27	% 131
Açıkhava reklam üniteleri	516	% 55	% 12
Toplam	**946**	**%100**	**% 35**

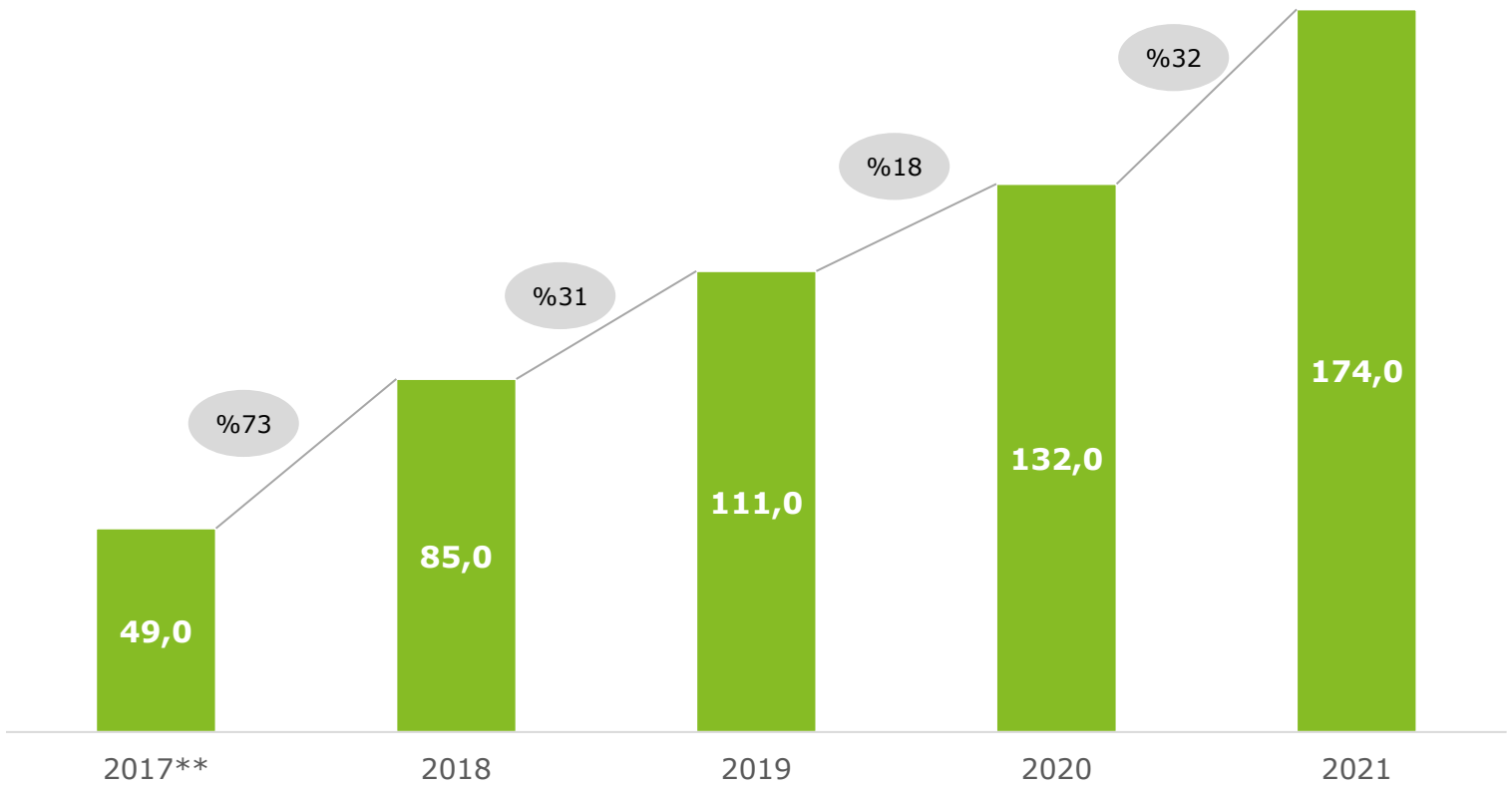
Kaynak: ARVAK, Deloitte analizi
2017-18 % değişim oranları karşılaştırılabilir kapsamlar arasındaki değişimi ifade etmektedir.

© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Türkiye Açıkhava reklam yatırımları

Dijital Açıkhava reklamları

Türkiye'de dijital Açıkhava reklam* yatırımları, milyon ₺



% 37
Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (2017-2021)

% 18
2021 Yılı Payı

Açıkhava dijital reklam yatırımları 2017–2021 yılları arasında %37'lik yıllık bileşik büyüme oranı ile artış göstermiştir. 2021 senesinde ise bir önceki yıla göre %32 büyüyerek 174 milyon ₺ seviyesine gelmiştir.

Kaynak:ARVAK, Deloitte analizi

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

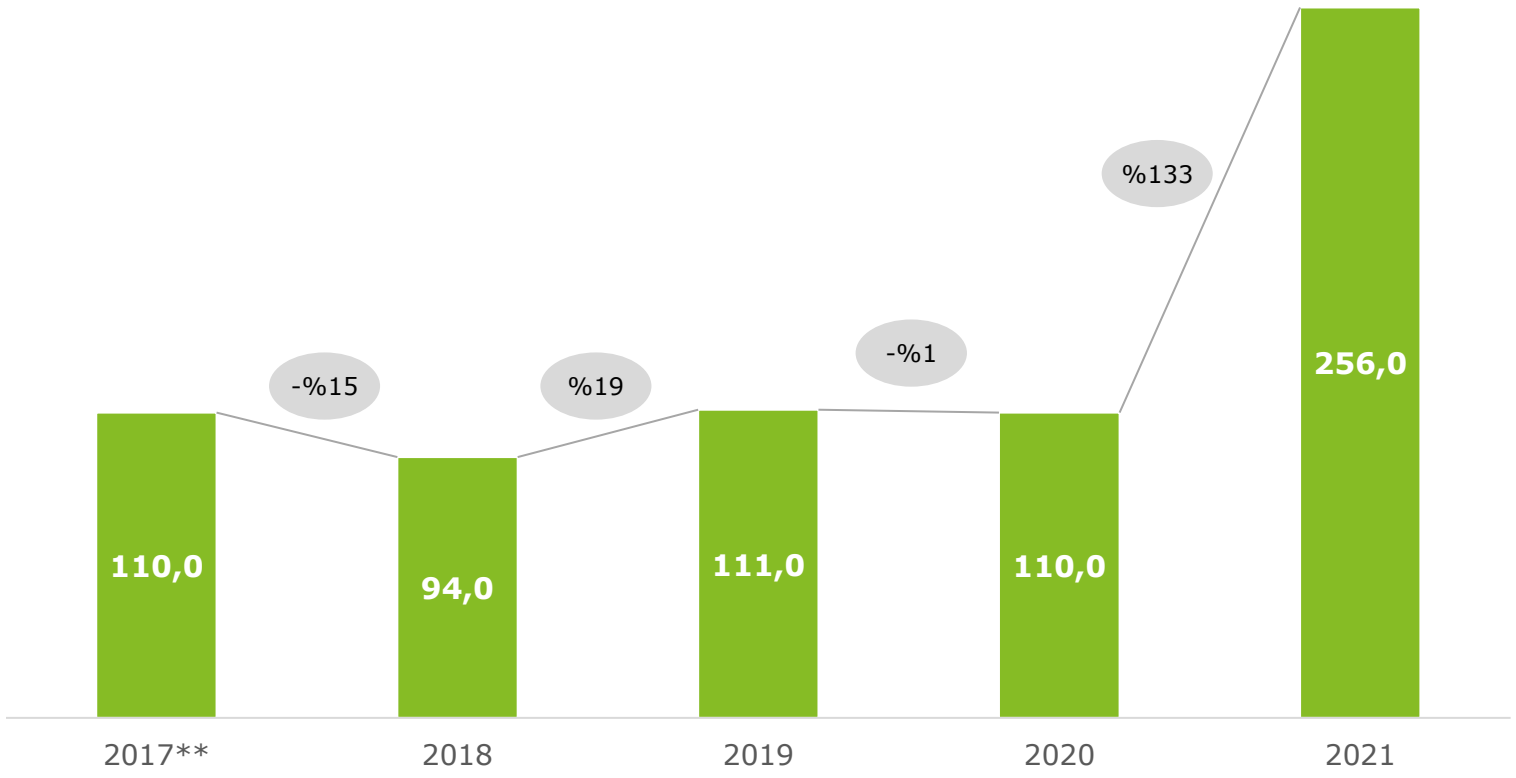
*** Kategori kırılımları revizyonu yapılmıştır.*

© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Türkiye Açıkhava reklam yatırımları

Büyük alanlar

Türkiye'de büyük alan* reklam yatırımları, milyon ₺



% 24
Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (2017-2021)

% 27
2021 Yılı Payı

2019-2020 yılları arasında %1 azalan büyük alan reklam yatırımları 2021 yılında %133 oranında artarak 256 milyon ₺ tutarına ulaşmıştır.

Kaynak:ARVAK, Deloitte analizi

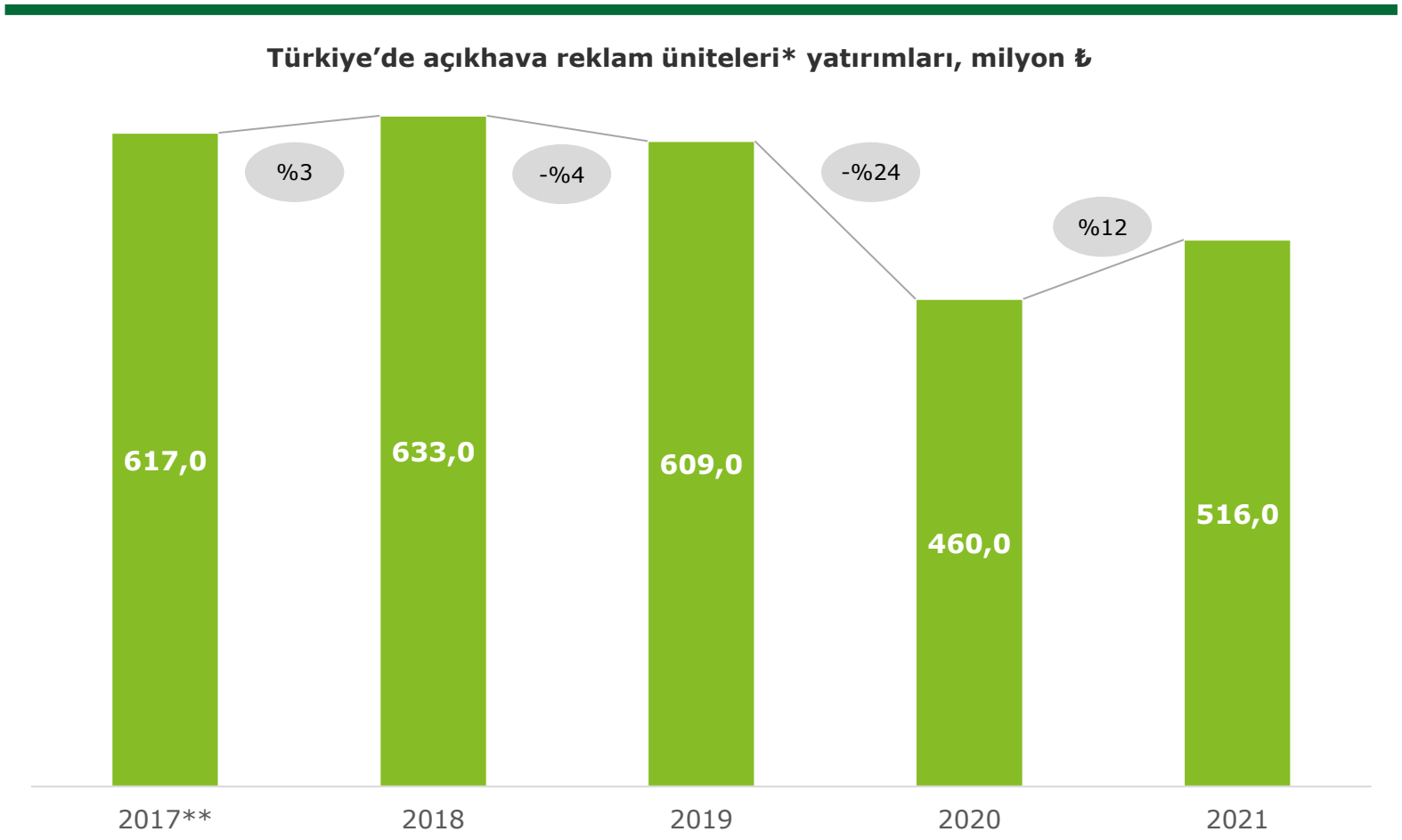
**Büyük alan reklamlar; duvar, giantboard, parapet, cam yüzey gibi reklam alanlarını kapsamaktadır.*

*** Kategori kırılımları revizyonu yapılmıştır.*

© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Türkiye Açıkhava reklam yatırımları

Açıkhava reklam üniteleri



-% 4
Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (2017-2021)

% 55
2021 Yılı Payı

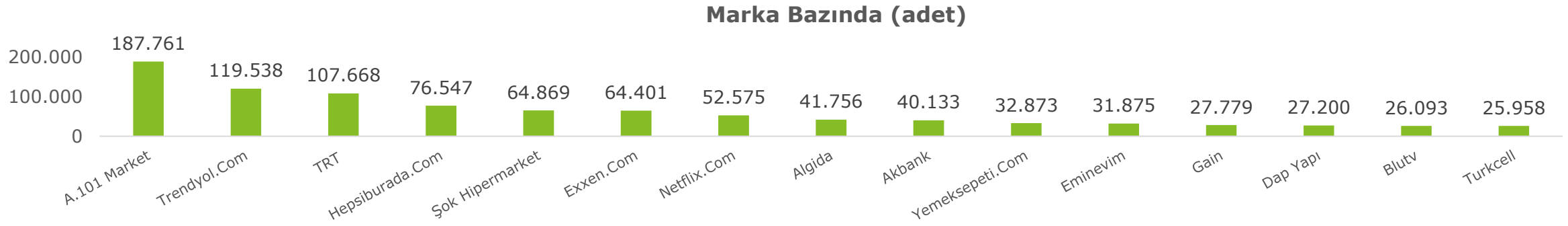
Ciro bazında açıkhava reklam yatırımları içerisinde en büyük paya sahip olan açıkhava reklam üniteleri (CLP, billboard, megalight, megaboard, banner vb.) %12 artarak 2021 sonunda 516 milyon ₺'ye ulaşmıştır.

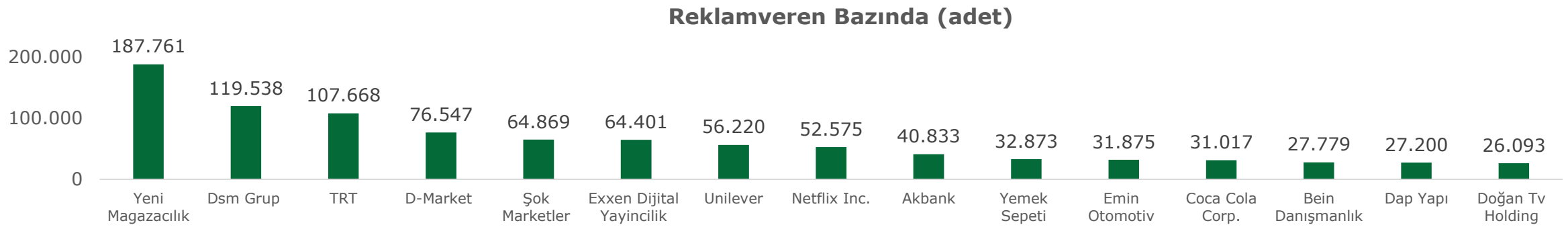
Kaynak:ARVAK, Deloitte analizi
**Açıkhava reklam üniteleri CLP, billboard, megalight, megaboard, banner gibi reklam alanlarını kapsamaktadır.*
*** Kategori kırılımları revizyonu yapılmıştır.*

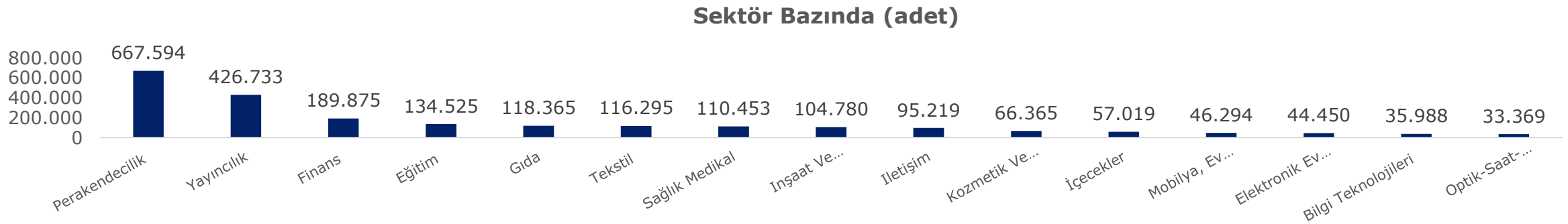
© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Türkiye Açıkhava reklam yatırımları

Marka, reklamveren ve sektör bazında







Kaynak: Kantar Medya Adex

© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

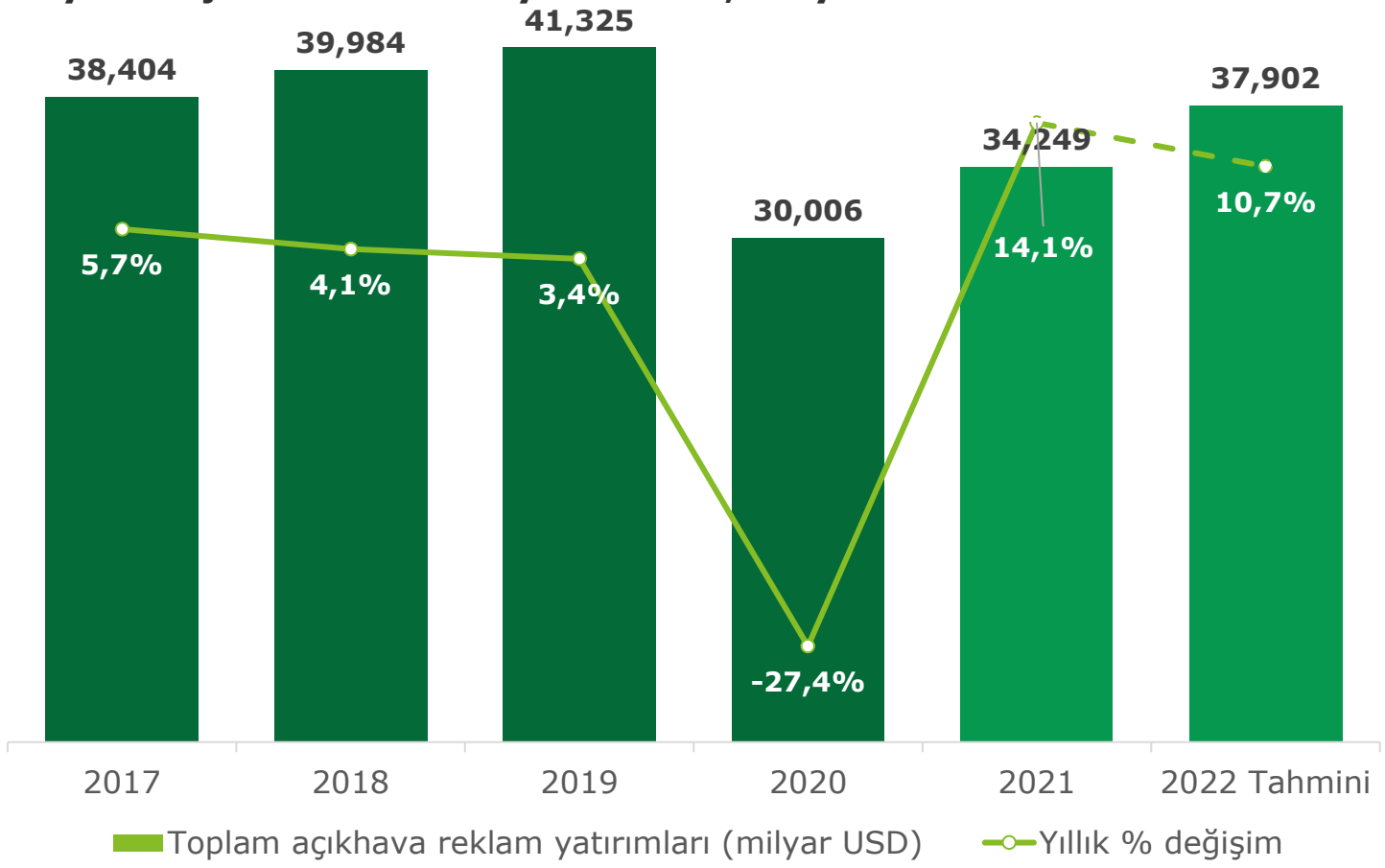


© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Dünyada Açıkhava reklam yatırımları

Küresel toplam Açıkhava reklam yatırımları, 2016-2021

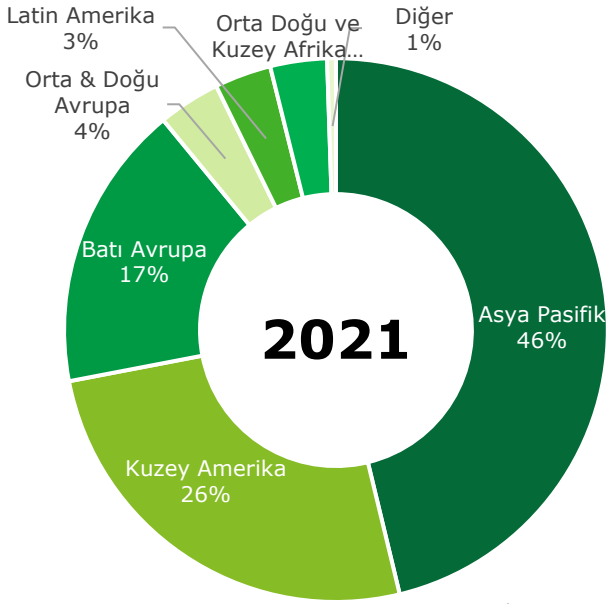
Dünyada Açıkhava reklam yatırımları, milyar USD



Pandemi etkisiyle Açıkhava reklam yatırımlarındaki değişim

Açıkhava reklam yatırımları 2020'de pandeminin etkisiyle düşüş göstermesine karşın 2021'de kayıpları geri kazanıp %14,1 büyüyerek 34.2 milyar USD'ye yükselmiştir.

2021 senesinde dünyada en fazla Açıkhava reklam yatırımı yapılan bölge Asya Pasifik olurken onu Kuzey Amerika ve Batı Avrupa izlemektedir.

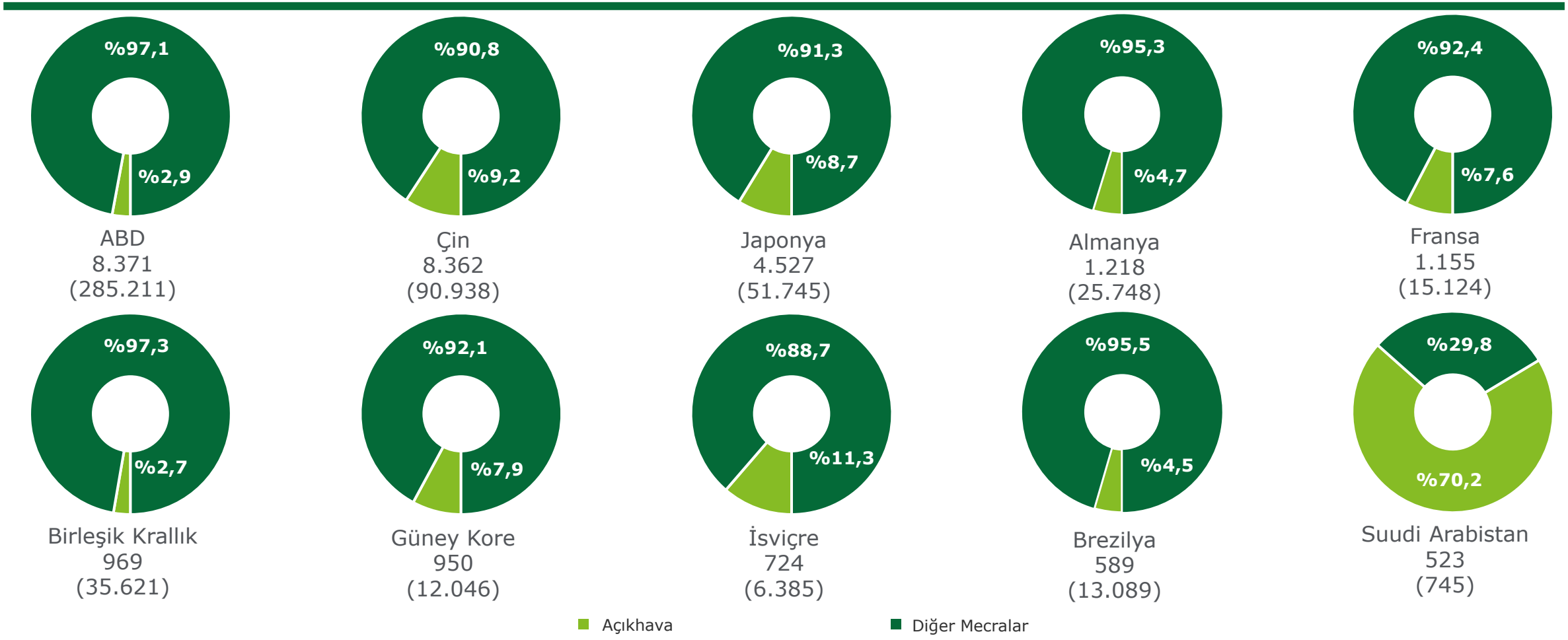


Kaynak: Zenith, Aralık 2021

© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Dünyada Açıkhava reklam yatırımları

Açıkhava reklam yatırım büyüklüğü bakımından en büyük on ülke, 2021 (Milyon USD)

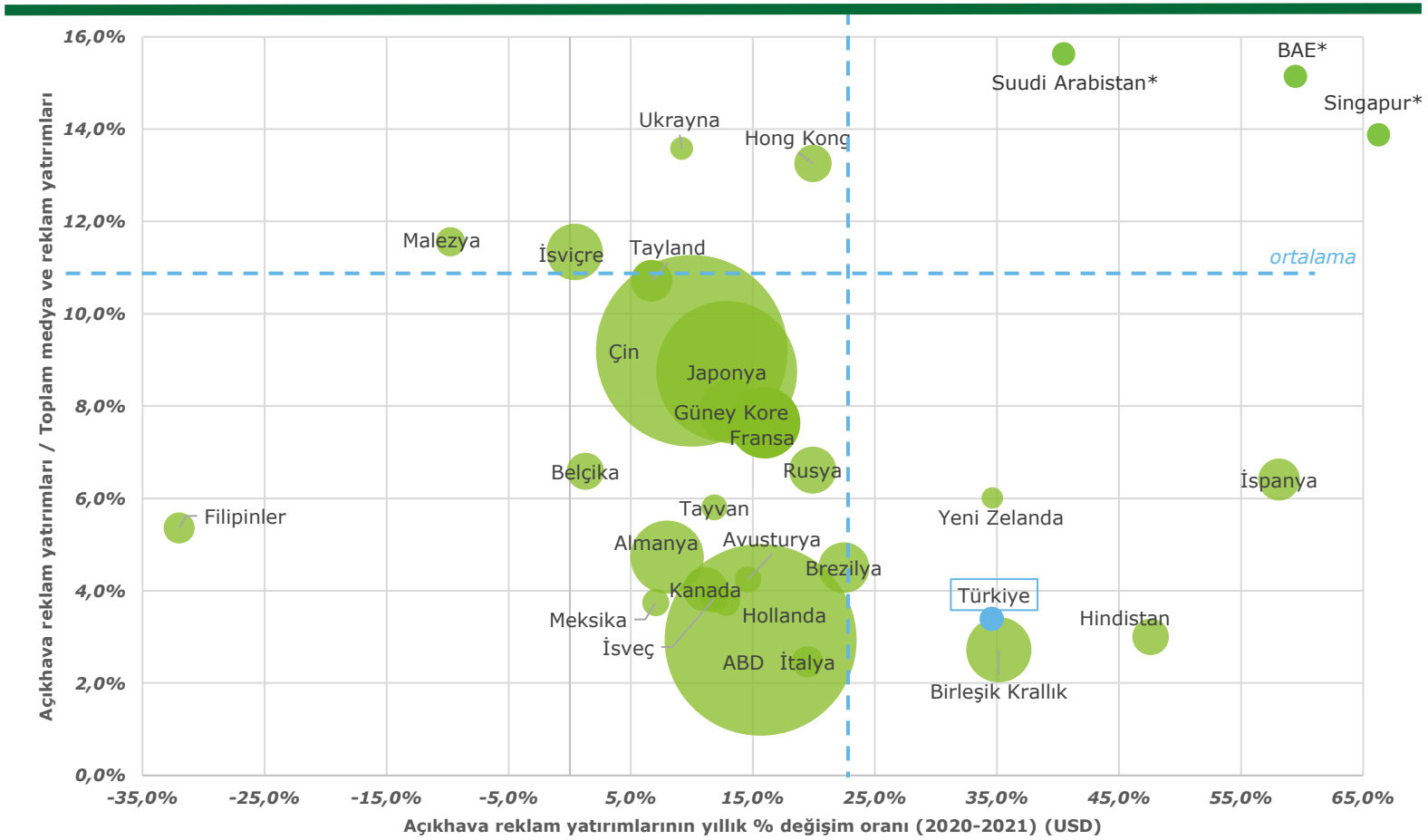


Kaynak: Zenith, Aralık 2021, IMF
Görsel altında yer alan değerler ülkelerin Açıkhava reklam yatırımlarını, parantez içindeki değerler toplam medya yatırımlarını milyon USD çinsisnden gösterir.
Oranlar, toplam medya yatırımları içerisindeki payı gösterir.

© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Dünyada Açıkhava reklam yatırımları

Ülkeler bazında Açıkhava reklam yatırımı / Toplam medya yatırımı, 2021



Türkiye'de pandemi döneminde küçülen Açıkhava reklam yatırımları, Covid-19 sonrası kısıtlamalarının kaldırılmasıyla birlikte Dünya ortalamasının üzerinde artış göstermiştir.

2021'de yıllık Açıkhava reklam yatırımı 100 milyon USD'den fazla olan 30 ülke bir arada incelenmiştir.

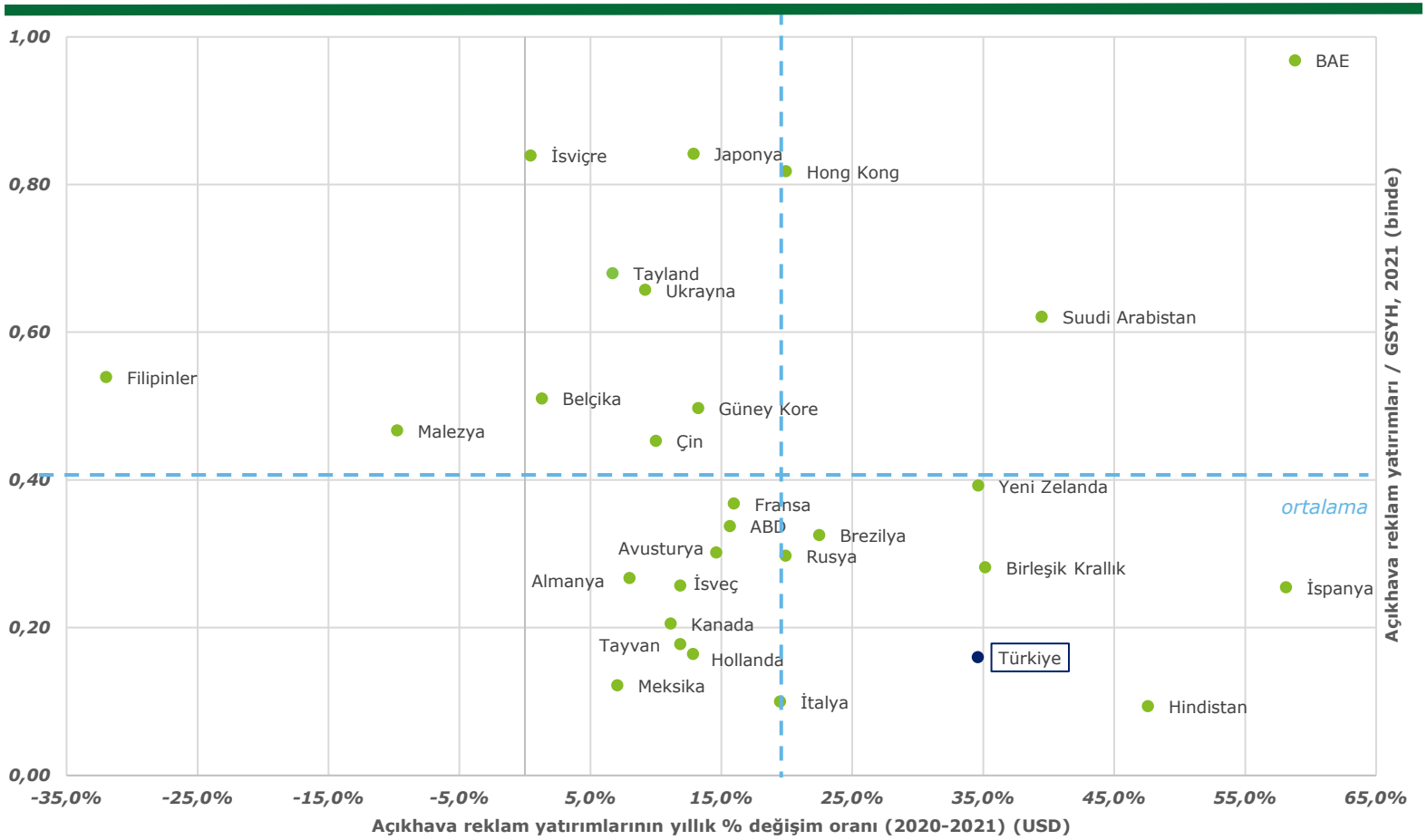
Buna göre Açıkhava reklam yatırımlarının toplam medya yatırımları içindeki payı bu ülkeler için ortalama %10,8 iken bu oran Türkiye'de %3,4 olarak görülmektedir. Pandemi sonrası açılmanın etkisiyle artan Açıkhava reklam yatırımlarında çalışmaya konu 30 ülkede 2020-2021 yılları arasında ortalama %19,7 oranında bir artış görülürken, Türkiye'de bu oran %34,6'dır.

Kaynak: Zenith, Reklamcılar Derneği, ARVAK
Daire büyüklükleri 2021 yılı açıkhava reklam yatırım $ hacimlerini ifade etmektedir. Büyüme oranları USD baz alınarak hesaplanmıştır.
*Singapur'da yıllık büyüme oranı %80'in üzerinde olduğundan, BAE ve Suudi Arabistan ise açıkhava reklam yatırımları oranının tüm medya yatırımları içindeki payının %50'nin üzerinde olması sebebiyle bu ülkeler görsele temsili olarak yerleştirilmiştir.

© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Dünyada Açıkhava reklam yatırımları

Ülkeler bazında Açıkhava reklam yatırımı / GSYH



Türkiye Açıkhava reklam yatırımlarında artış potansiyeli gözlemlenmektedir.

2021'de yıllık Açıkhava reklam yatırımı 100 milyon USD'den fazla olan ülkeler arasından seçilen 30 ülke bir arada incelendiğinde bu ülkelerin Açıkhava reklam yatırımlarının Gayri Safi Yurt İçi Hasılaya (GSYH) oranı ortalama binde 0,41'dir.

Açıkhava reklam yatırımlarının GSHY'ye oranında alt sıralarda yer alan Türkiye'nin, bu oranda dünya ortalamasına ulaşması için yaklaşık 2 kat artış potansiyeli bulunmaktadır.

Geçtiğimiz yıl bu potansiyelin 2,3 olduğu göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'nin açıkhava yatırımlarındaki yüksek büyümesi ile açıkhava reklam yatırımları/GYSH oranının Dünya ortalamasına yaklaşma eğiliminde olduğu söylenebilir.

Kaynak: Zenith, ARVAK, IMF
Büyüme oranları USD baz alınarak hesaplanmıştır.

© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

İletişim

Önder Dalkıran

Açıkhava Reklamcıları Vakfı
Yönetim Kurulu Başkanı

onder.dalkiran@arvak.com.tr

Ayhan Tezcan

Açıkhava Reklamcıları Vakfı
Yönetim Kurulu Üyesi

ayhan.tezcan@arvak.com.tr

Coya Yaeş

coya.yaes@arvak.com.tr

http://www.arvak.com.tr

Hakan Göl

Deloitte Danışmanlık Lideri

hgol@deloitte.com

www.deloitte.com.tr

© 2022 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

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.

© 2021. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.