Deloitte.

ARVAK
AÇIKHAVA
REKLAMCILARI
VAKFI



Türkiye ve Dünyada Açıkhava reklam yatırımları

2022 yılsonu raporu

Nisan 2023

Önsöz	2
Türkiye Açıkhava reklam yatırımları	3
Dünya Açıkhava reklam yatırımları	10
Açıkhava reklam trendleri	16
İletişim bilgileri	18

© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Önsöz

2022 yılı Türkiye Açıkhava reklam yatırımları raporu



Önder Dalkıran

Açıkhava Reklamcıları Vakfı ARVAK Yönetim Kurulu Başkanı

- Açıkhava 2022'yi rekor büyüme ile kapattı; %124,63. Bu Türkiye ve Dünyada Açıkhava Yatırımları raporunda incelenen ülkeler arasında en yüksek oran.
- 2022'deki rekor büyüme;
  - -Açıkhava envanterine yeni katılımlar
  - -Covid-19 nedeniyle ertelenen Açıkhava yatırımlarının devreye girmesi
  - -Enflasyon etkisi ile açıklanabilir.
- Açıkhava 2022'yi neredeyse %100 dolulukla geçirdi. Yeni katılan reklam ünitelerine karşın arz, zaman zaman talebi karşılayamaz duruma geldi. Bu Açıkhava açısından gelişme ve yeni yatırımlar için teşvik edici bir ortam yaratıyor.
- Pazarlama sektörünün ve reklamverenlerin Açıkhava mecrasına olan talebinin yükseldiğini, Açıkhava ünitelerinin çeşitlendiğini, dijital Açıkhava reklam ünitelerine yapılan yatırımların arttığını, Açıkhavanın yaratıcı çalışmalara ve etkili medya planlamasına çok daha uygun bir ortam sağladığını görüyoruz.
- 2019 yılındaki toplam 831 milyon TL cironun aşılarak 2021 yılında 946 milyar TL gelmesinden sonra açıkhava mecrasının 2022'de ciddi bir sıçrama yaparak 2 milyar TL'yi aşması, 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 Açıkhava mecrasına katıldı.
- DOOH cirosu, Türkiye'de ilk kez büyük alanlar cirosunu aştı. Türkiye'de dijital açıkhavanın hızla büyümesi ve toplam yatırımlar içindeki payının sürekli artması gelecek yıllarda medya planlamalarında yeni yaklaşımlar ve önemli gelişmeler vaat ediyor.
- Önümüzdeki yıllarda yeni yatırımlar ve Açıkhava ünitelerinin çeşitlenmesi sayesinde Açıkhavanın toplam reklam yatırımları içindeki oranının çok daha yükselmesini bekliyoruz.

© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

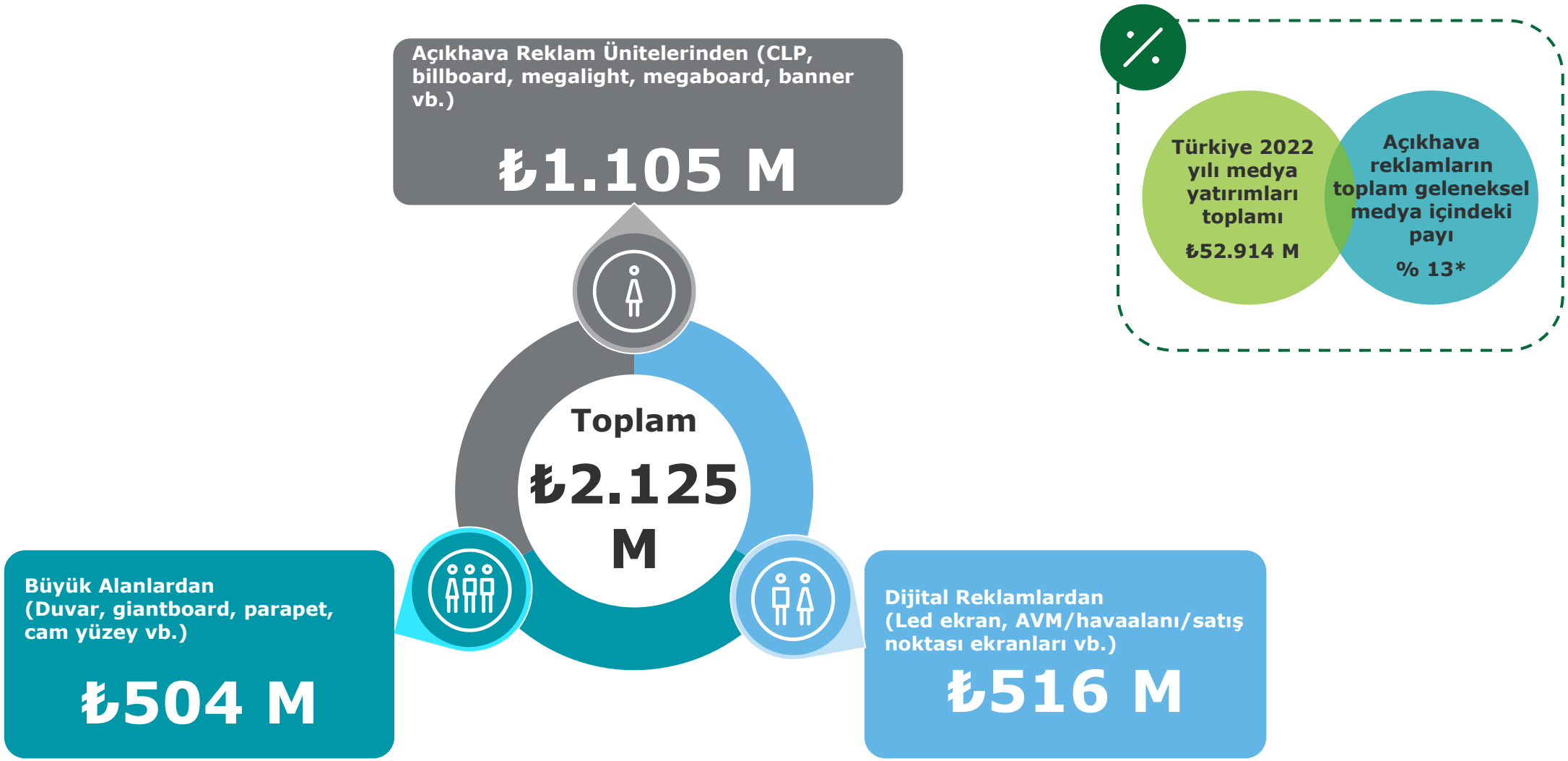
Türkiye Açıkhava reklam yatırımları



© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Türkiye Açıkhava reklam yatırımları

2022 yılında toplam Açıkhava reklam yatırımları bir önceki yıla göre %124,63 artarak 2,1 milyar lira olmuştur.



Kaynak: ARVAK, Reklamcılar Derneği, Deloitte analizi
Rakamlara KDV dahil edilmemiştir. Rakamlar yuvarlamadan ötürü toplamı vermeyebilir.
Açıkhavanın toplam medya yatırımları içerisindeki payı ise %4,0'dır.
Türkiye'de faaliyet gösteren 3 büyük futbol kulübü tarafından saha içerisinde ve çevresinde kullanılan Açıkhava reklam alanlarından elde edilen gelir yukarıdaki hesaplamaya dahil edilmemiştir. 2022 yılında bu reklam alanlarından oluşan değerin 99,98 milyon lira olduğu tahmin edilmektedir – ARVAK (USD/TRY ortalama kur 18,75; USD/EUR ortalama kur 0,9376 – Economic Intelligence Unit)

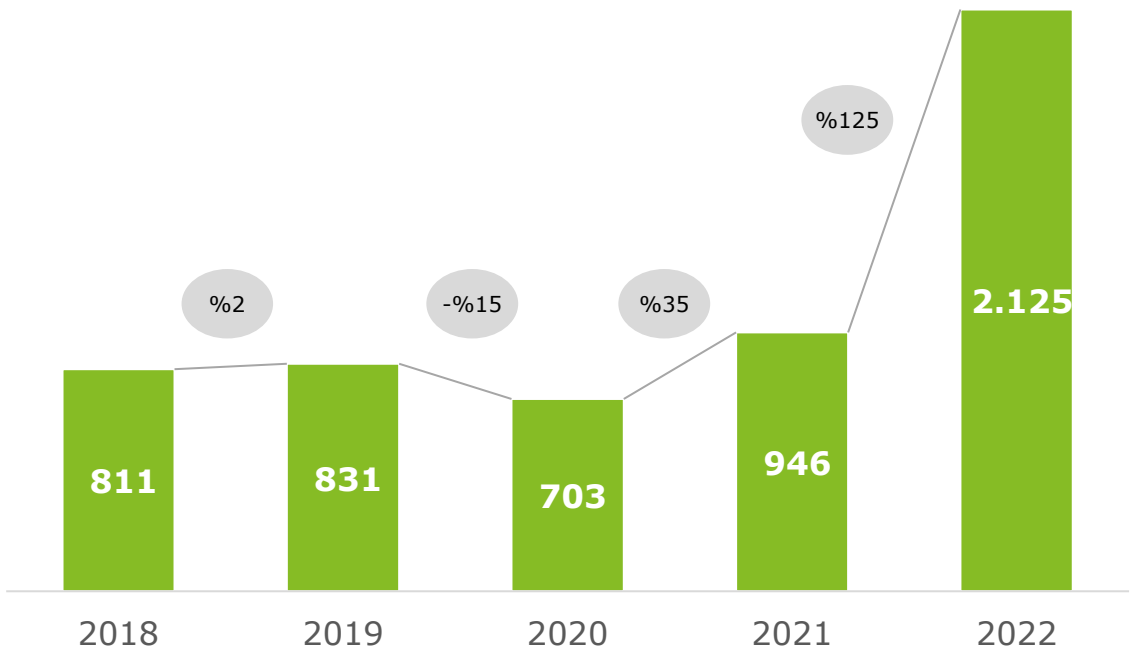
© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Türkiye Açıkhava reklam yatırımları

Mecra bazında gelişim

2022 yılında 2.125 milyon lira'ya yükselen Açıkhava reklam yatırımlarının içerisinde 1.105 milyon liralık yatırım hacmiyle Açıkhava reklam üniteleri en yüksek paya sahiptir.

Açıkhava reklam yatırımlarının son 5 yıllık gelişimi, milyon lira



Mecra	2022 (milyon lira)	2022 Açıkhava İçerisindeki Payı	2021-2022 Değişim
Dijital reklamlar	516	% 24	% 197
Büyük alanlar	504	% 24	% 97
Açıkhava reklam üniteleri	1.105	% 52	% 114
Toplam	**2.125**	**%100**	**% 125**

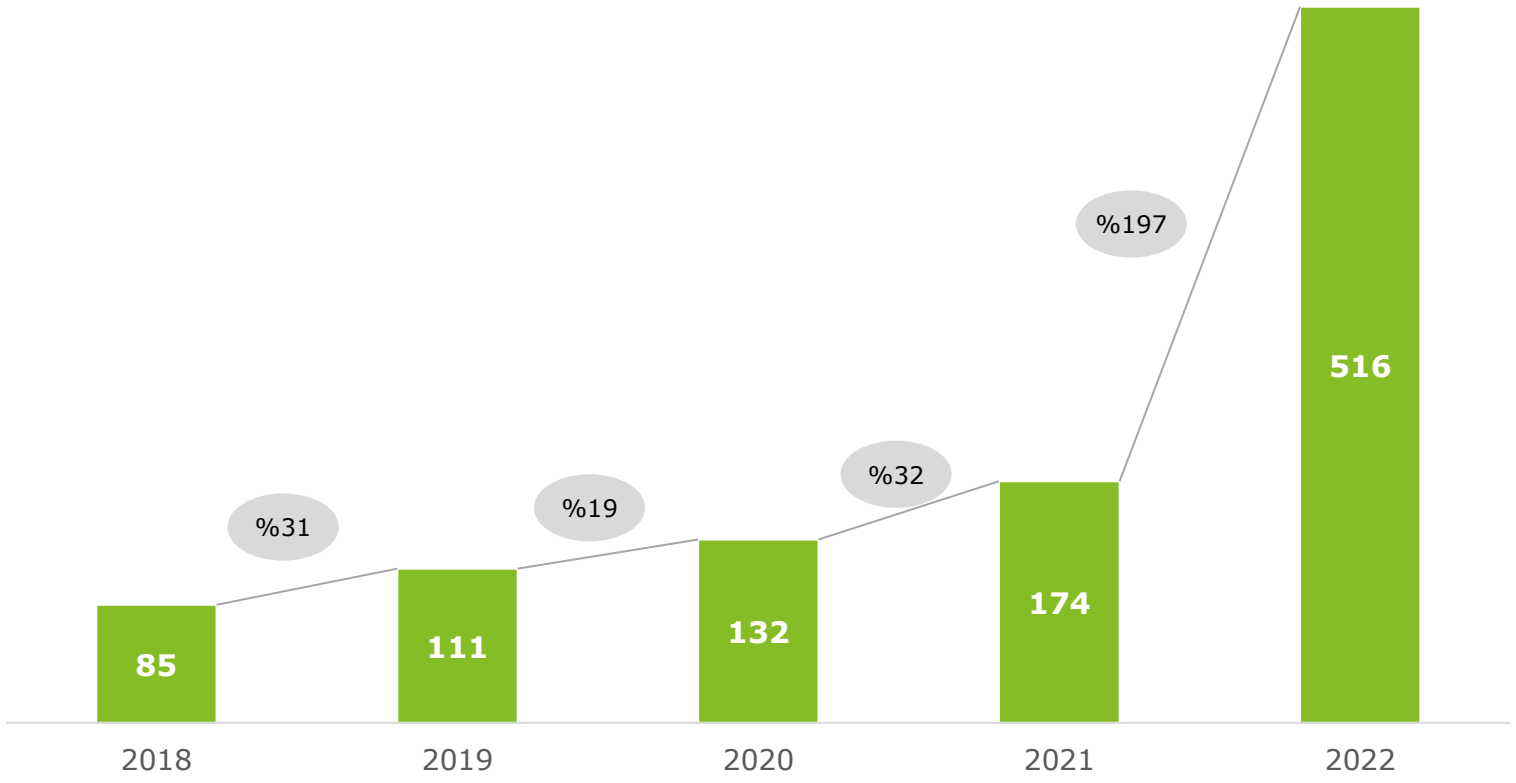
Kaynak: ARVAK, Deloitte analizi
Türkiye'de faaliyet gösteren 3 büyük futbol kulübü tarafından saha içerisinde ve çevresinde kullanılan Açıkhava reklam alanlarından elde edilen gelir yukarıdaki hesaplamaya dahil edilmemiştir. 2022 yılında bu reklam alanlarından oluşan değerin 99,98 milyon lira olduğu tahmin edilmektedir – ARVAK (USD/TRY ortalama kur 18,75; USD/EUR ortalama kur 0,9376 – Economic Intelligence Unit)

© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Türkiye Açıkhava reklam yatırımları

Dijital Açıkhava reklamları

Türkiye'de dijital Açıkhava reklam* yatırımları, milyon lira



% 57
Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (2018-2022)

% 24
2022 Yılı Payı

Dijital Açıkhava reklam yatırımları 2018–2022 yılları arasında %57'lik yıllık bileşik büyüme oranı ile artış göstermiştir. 2022 senesinde ise bir önceki yıla göre dijital Açıkhava yatırımları %197 büyüyerek 516 milyon lira seviyesine gelmiştir.

Türkiye'de faaliyet gösteren 3 büyük futbol kulübü tarafından saha içerisinde ve çevresinde kullanılan Açıkhava reklam alanlarından elde edilen gelir yukarıdaki hesaplamaya dahil edilmemiştir. 2022 yılında bu reklam alanlarından oluşan değerin 99,98 milyon lira olduğu tahmin edilmektedir.**

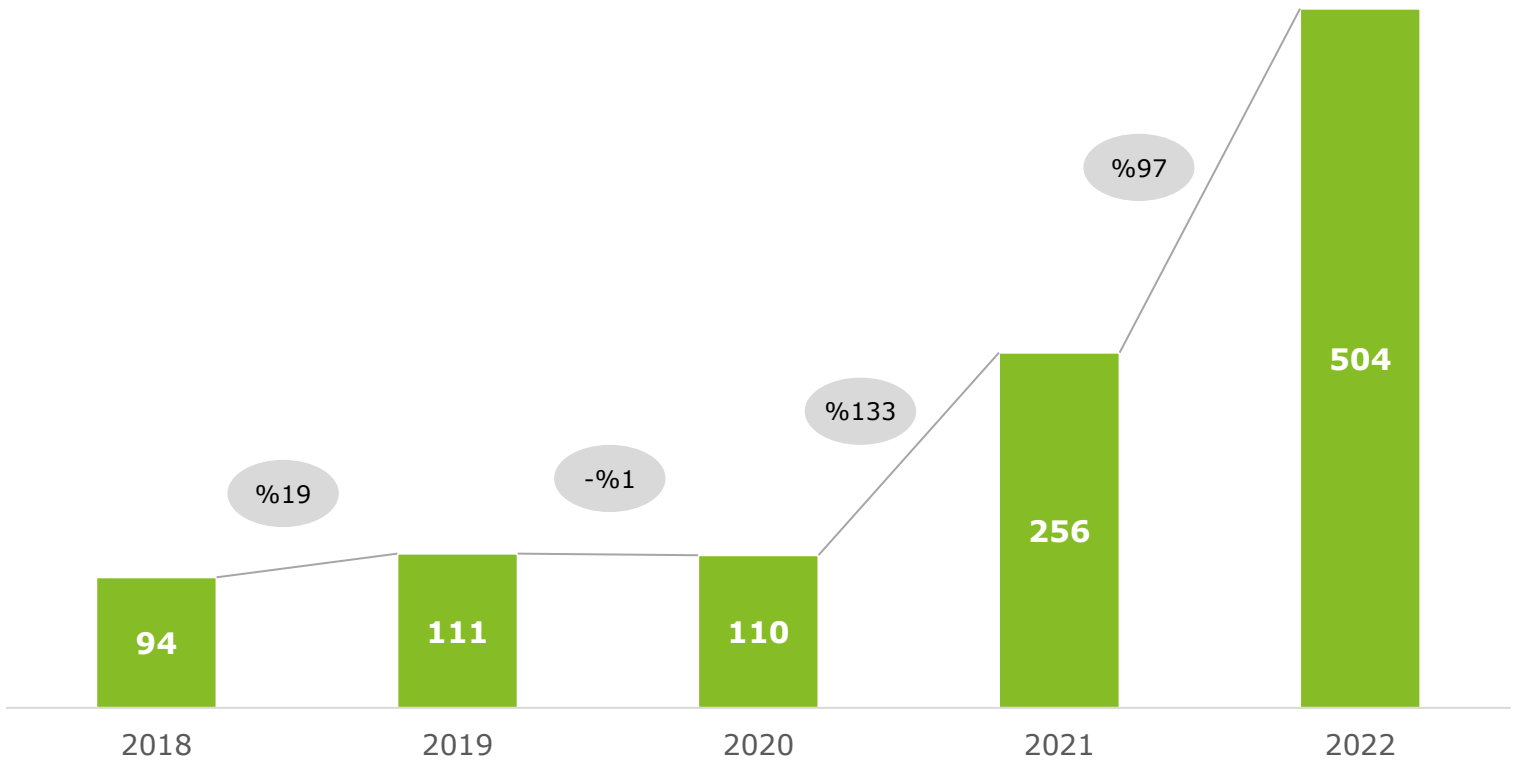
Kaynak: ARVAK, Deloitte analizi
Dijital reklamlar led ekran, AVM/havaalanı/satış noktası ekranları gibi reklam alanlarını kapsamaktadır
**Economic Intelligence Unit verileri kullanılarak USD/TRY ortalama kur 18,75 ve USD/EUR ortalama kur 0,9376 değerleri üzerinden hesaplanmıştır.

© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Türkiye Açıkhava reklam yatırımları

Büyük alanlar

Türkiye'de büyük alan* reklam yatırımları, milyon lira



% 52
Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (2018-2022)

% 24
2022 Yılı Payı

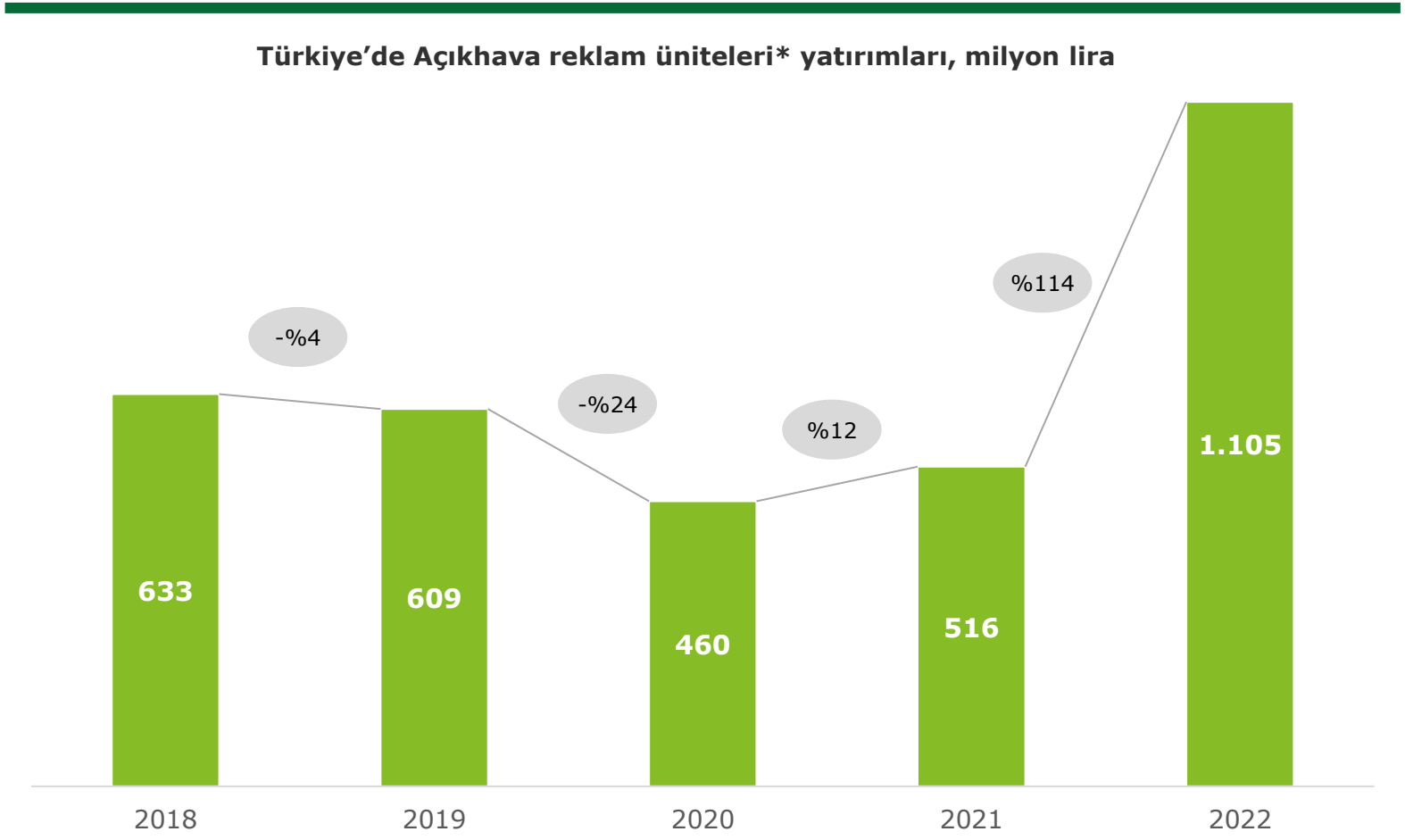
2020-2021 yılları arasında %133 artan büyük alan reklam yatırımları, 2022 yılında da %97 oranında büyüyerek 504 milyon lira tutarına ulaşmıştır.

Kaynak: ARVAK, Deloitte analizi
**Büyük alan reklamlar; duvar, giantboard, parapet, cam yüzey gibi reklam alanlarını kapsamaktadır.*

© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Türkiye Açıkhava reklam yatırımları

Açıkhava reklam üniteleri



% 15
Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (2018-2022)

% 52
2022 Yılı Payı

Ciro bazında Açıkhava reklam yatırımları içerisinde en büyük paya sahip olan Açıkhava reklam üniteleri (CLP, billboard, megalight, megaboard, banner vb.) %114 artarak 2022 yılı sonunda 1.105 milyon liraya ulaşmıştır.

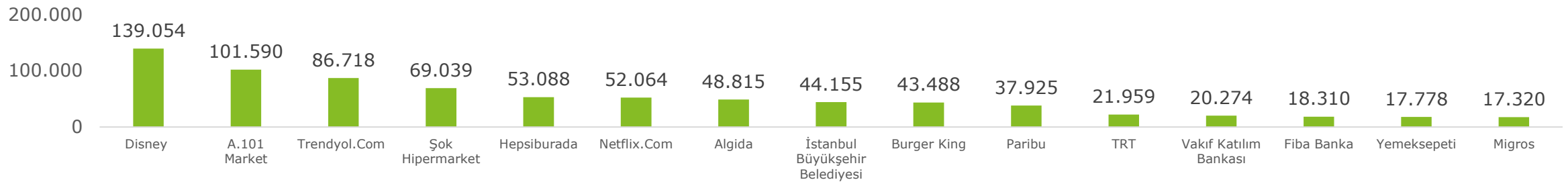
Kaynak: ARVAK, Deloitte analizi
**Açıkhava reklam üniteleri CLP, billboard, megalight, megaboard, banner gibi reklam alanlarını kapsamaktadır.*

© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

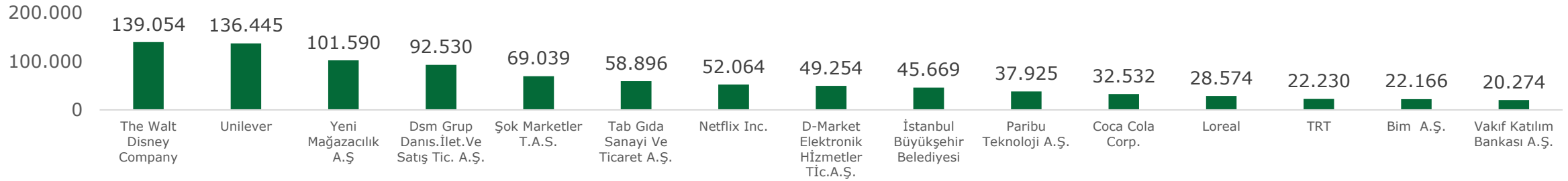
Türkiye Açıkhava reklam yatırımları

Marka, reklamveren ve sektör bazında

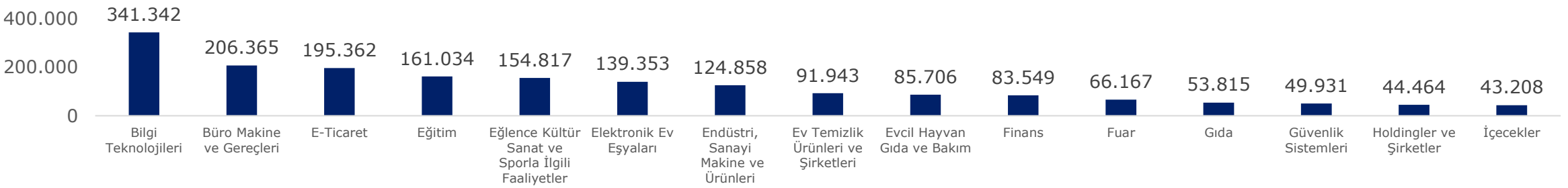
Marka Bazında (adet)



Reklamveren Bazında (adet)



Sektör Bazında (adet)



Kaynak: Kantar Medya Adex

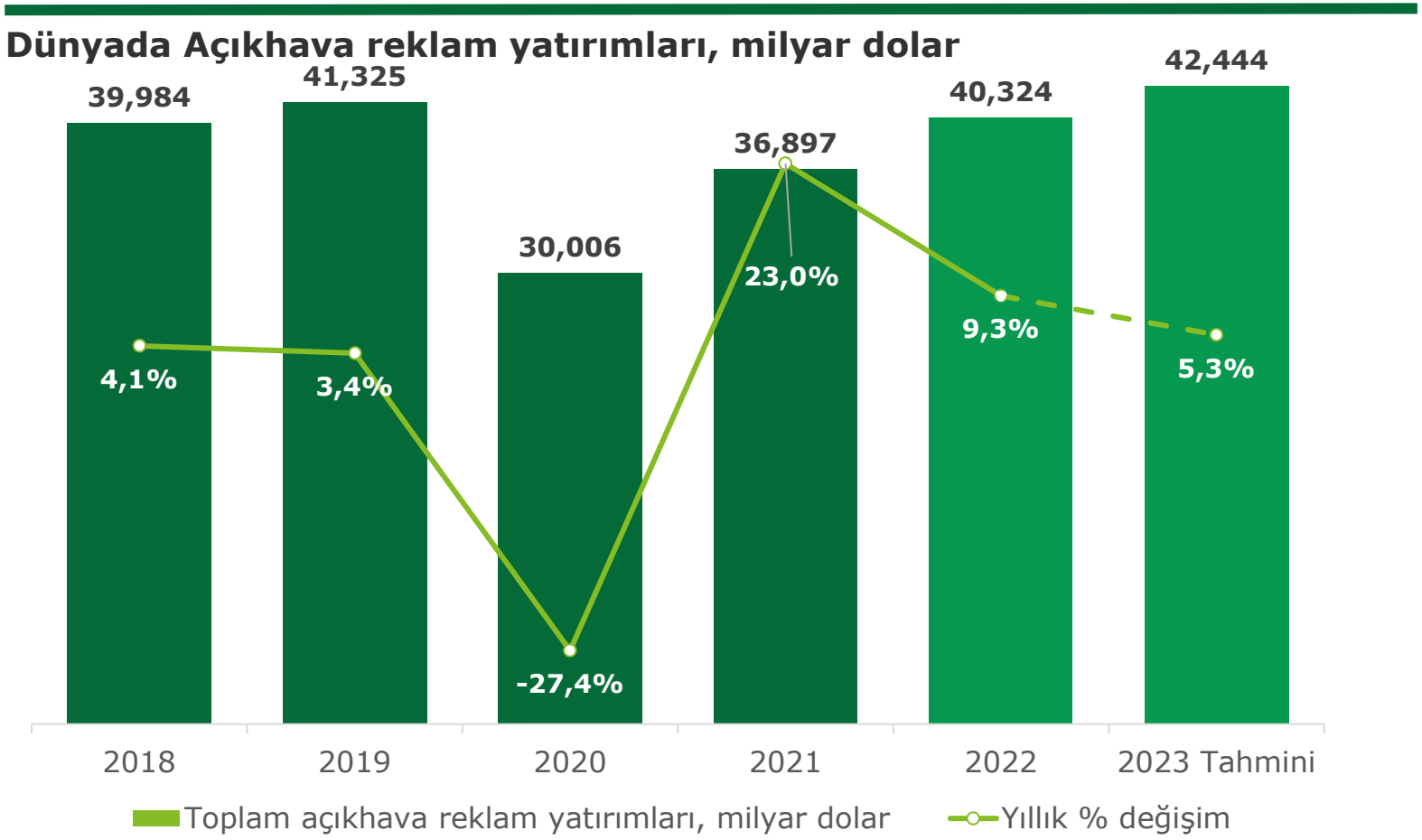
© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.



© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Dünyada Açıkhava reklam yatırımları

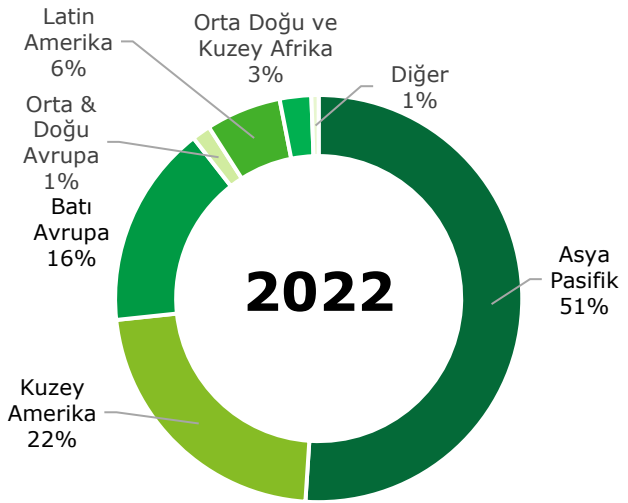
Küresel toplam Açıkhava reklam yatırımları, 2018-2022



Açıkhava büyümeye devam ediyor

2021'de pandeminin etkilerinin sona ermesiyle yükselişe geçen Açıkhava reklam yatırımları 2022'de %9,3 oranında büyüyerek 40,3 milyar dolara ulaşmıştır.

2022'de en fazla Açıkhava reklam yatırımı yapılan bölge Asya Pasifik olurken onu Kuzey Amerika ve Batı Avrupa takip etmektedir.



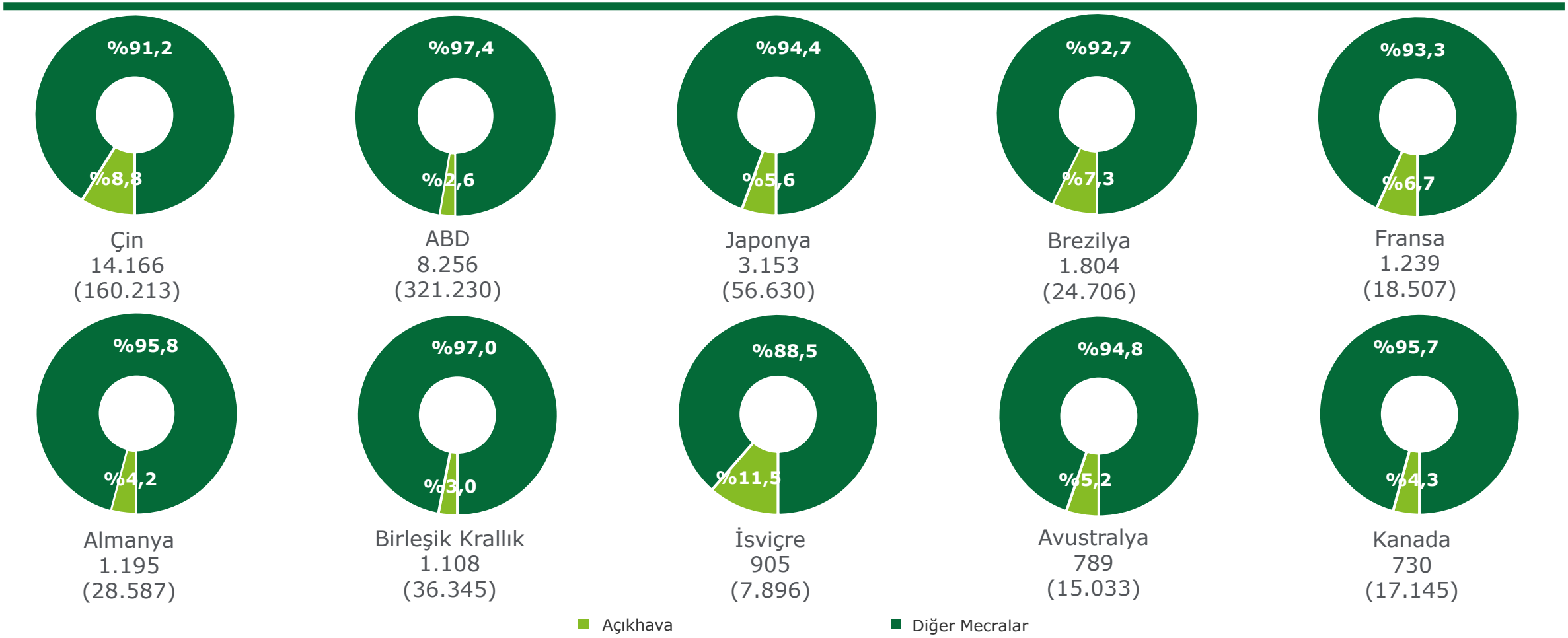
Kaynak: Zenith, Aralık 2022

Zenith tarafından yapılan bir düzenleme ile 2022 yılında reklam harcamalarını kategorize etme şekli güncellenmiştir. Geçmişte; Televizyon, İnternet, Radyo gibi daha geleneksel kategorilerde incelenen çalışma sektörün farklı bir yöne doğru evirilmeye başlaması ile daha ileri görüşlü bir şekilde düşünmenin zamanı geldiği vurgulanmaktadır. Bu değişimde bir başka neden de Televizyon, Açıkhava ve Yayıncılık gibi kategorilerde bu platformların hem dijital hem de dijital olmayan envanterleri kapsayan entegre bir reklam satış yönetimine geçtikçe "analog" ve "dijital" gibi keskin ayrımların daha keskin olmayan çizgiler ile tanımlanmaya başlamasıdır. Bu nedenle 2021 verileri Türkiye ve Dünyada Açıkhava Reklam Yatırımları 2021 Yılsonu Raporu'yla farklılık gösterebilir.

© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Dünyada Açıkhava reklam yatırımları

Açıkhava reklam yatırım büyüklüğü* bakımından en büyük on ülke, 2022 (milyon dolar)

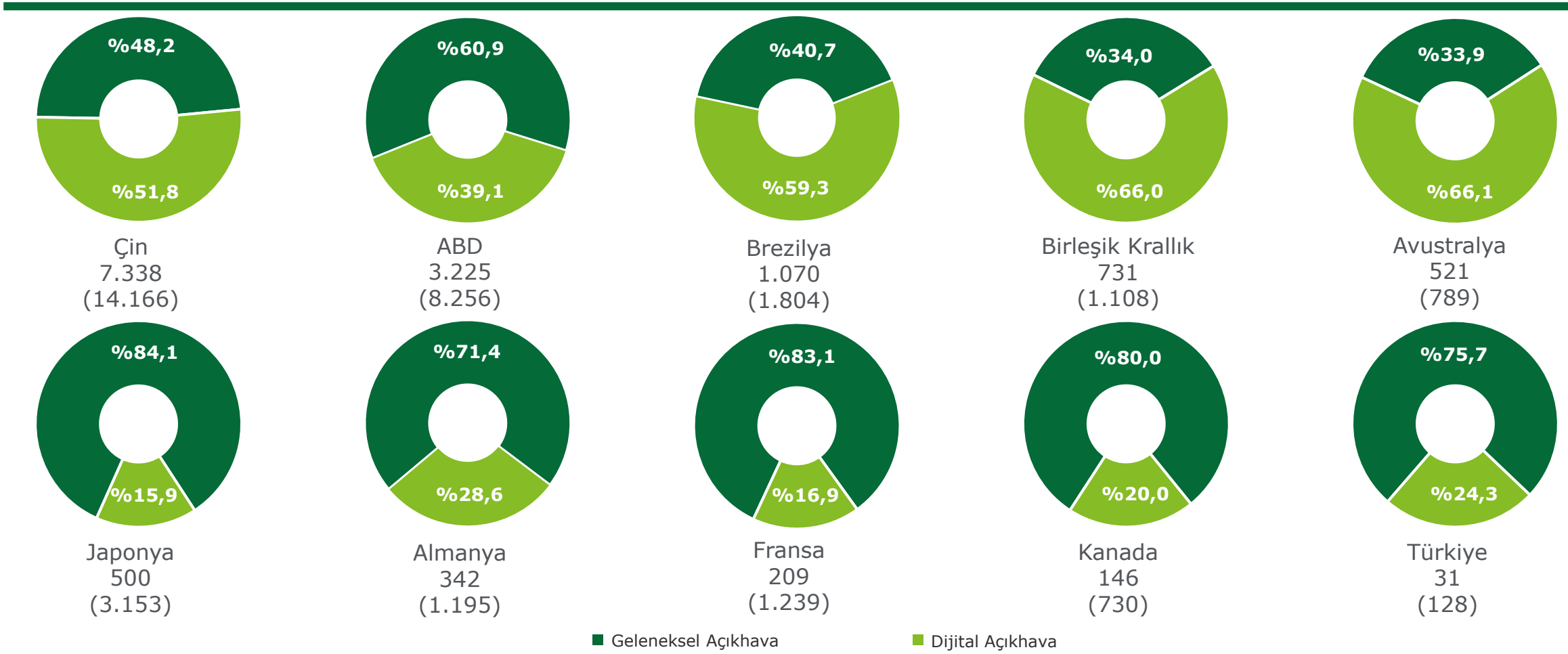


Kaynak: Zenith, Aralık 2022
Görsel altında yer alan değerler ülkelerin Açıkhava reklam yatırımlarını, parantez içindeki değerler toplam medya yatırımlarını milyon dolar cinsinden gösterir.
Oranlar, toplam medya yatırımları içerisindeki payı gösterir.
*Geleneksel ve dijital olmak üzere tüm Açıkhava reklam yatırımlarını kapsamaktadır.

© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Dünyada Açıkhava reklam yatırımları

Dijital Açıkhava reklam yatırım büyüklüğü bakımından en büyük on ülke, 2022 (milyon dolar)

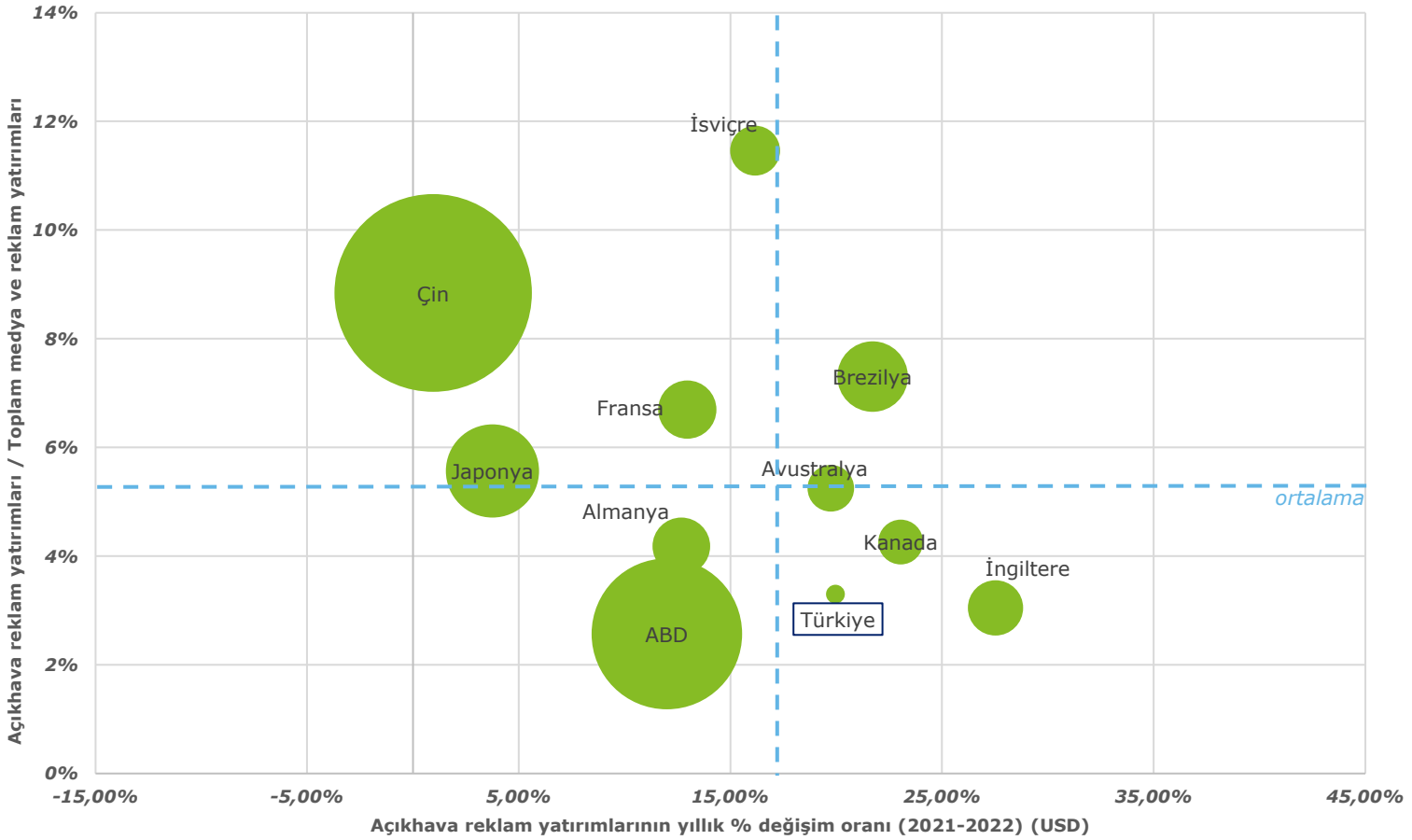


Kaynak: Zenith, Aralık 2022
Görsel altında yer alan değerler ülkelerin dijital Açıkhava reklam yatırımlarını, parantez içindeki değerler toplam Açıkhava yatırımlarını milyon dolar cinsinden gösterir.
Oranlar, toplam Açıkhava medya yatırımları içerisindeki payı gösterir.

© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Dünyada Açıkhava reklam yatırımları

Ülkeler bazında Açıkhava reklam yatırımı / Toplam medya yatırımı, 2022



Türkiye'de Açıkhava reklam yatırımları, dünya ortalamasının üzerinde artış göstermiştir

2022 yılında dünyada Açıkhava reklam yatırımları 40 milyar doların üzerine çıkmıştır.

İngiltere, en fazla Açıkhava medya yatırımı yapılan 11 ülke içerisinde %27,53 ile en fazla büyüyen ülke konumundayken sıralamada İngiltere'yi Kanada, Brezilya ve Türkiye takip etmektedir.

Pandemi sonrası açılmanın etkisiyle artan Açıkhava reklam yatırımlarında çalışmaya konu olan ülkelerde 2021-2022 yılları arasında ortalama %15,5 oranında bir büyüme görülürken, Türkiye'de bu oran ortalamanın üzerinde %20 olarak gerçekleşmiştir.

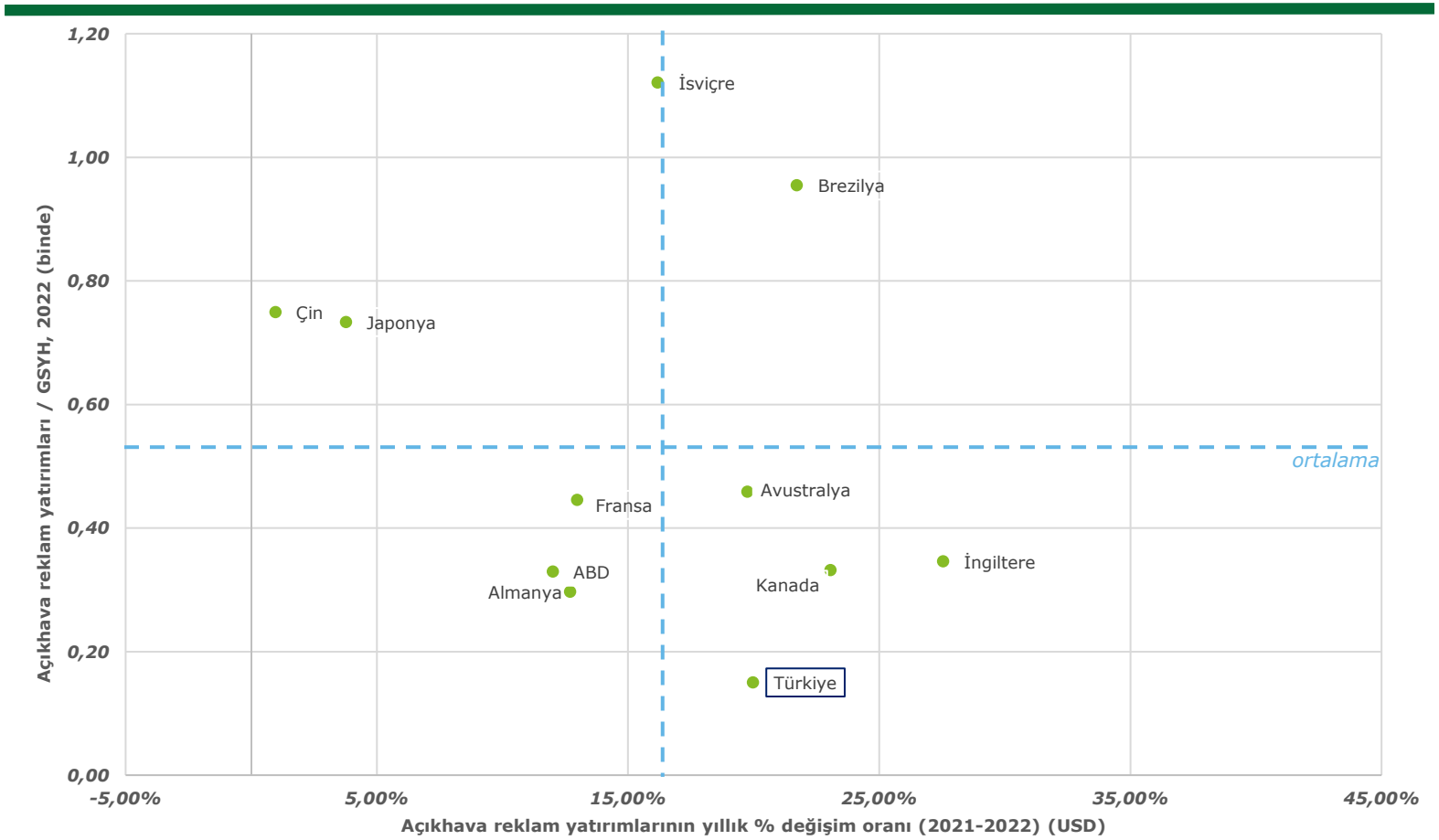
Grafiğe konu 11 ülke içerisinde Açıkhava reklam yatırımlarının toplam medya yatırımları içindeki payı ortalama %5,7 iken bu oranın Türkiye'de %3,3 olduğu görülmektedir.

Kaynak: Zenith, Reklamcılar Derneği, ARVAK
Daire büyüklükleri 2022 yılı Açıkhava reklam yatırımları dolar hacimlerini ifade etmektedir.
Büyüme oranları dolar baz alınarak hesaplanmıştır.

© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Dünyada Açıkhava reklam yatırımları

Ülkeler bazında Açıkhava reklam yatırımı / GSYH



Türkiye Açıkhava reklam yatırımlarında artış potansiyeli gözlemlenmektedir

2022'de yıllık Açıkhava reklam yatırımı 100 milyon doların üzerinde gerçekleşen ülkeler arasından seçilen 11 ülke incelendiğinde, bu ülkelerin Açıkhava reklam yatırımlarının Gayri Safi Yurt İçi Hasılaya (GSYH) oranı ortalama binde 0,54'tür.

Türkiye'de Açıkhava reklam yatırımları, 2022 yılında Amerikan doları bazında %20 oranında büyümüş olmasına karşın GYSH'dan aldığı pay Açıkhava reklam yatırımlarının 100 milyon doların üzerinde gerçekleştiği 11 ülke ile karşılaştırıldığında binde 0,15 ile kısıtlı kalmıştır.

Bu durum, Türkiye'de açıkahava reklam yatırımlarının GYSH'den alabileceği pay bazında 3 katlık bir büyüme potansiyeli olduğuna işaret etmektedir.

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

© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Açıkhava reklam trendleri



© 2023 Deloitte Danışmanlık A.Ş.

Açıkhava reklam trendleri

Açıkhava reklamlarının geleceği teknolojinin getirdiği yeni etkileşim olanaklarıyla şekilleniyor.



3D ve AR ile reklamlara uzanın

İki boyutlu reklamlara kıyasla derinlik yaratarak tüketicilerin görsellerle sanal olarak etkileşime girmelerine imkan tanıyor. Akılda kalıcı ve sürükleyici bu deneyim sayesinde, tüketicilerin markalarla duygusal bağlar kurması hedefleniyor.(1)



Mobil entegrasyon artıyor

Markalar, etkileşimini arttırmak için müşterilerin reklamlarla etkileşime geçerek verilerini markayla gerçek zamanlı olarak paylaşmasını ve anlık geri bildirimlerle müşteriye daha kişisel bir deneyim yaşatmanın önünü açıyor.(2)



Dijitale geçiş devam ediyor

Sensörler, Bluetooth ve yüz tanıma sistemleri gibi akıllı teknolojiler, reklamlar ve tüketiciler arasında daha önce görülmemiş seviyelerde iki yönlü bir etkileşim sağlıyor.(3)



Hikaye odaklı reklamcılığa dönüş

Açıkhava reklamlarının da hikayeleştirme konseptini benimseyerek tüketicilerin bir sonraki reklamı beklemesini sağlayarak etkileşimin arttırılması bekleniyor. (1)



Hedef kitleye ulaşmak

Gelişmiş medya ölçüm araçları, reklamverenlerin hedef kitlelerine tüketici talebi doğrultusunda ulaşmasını sağlayarak tüketici hakkında derinlemesine bilgi edinmelerine olanak tanıyacaktır.(2)



Çok kanallı entegrasyon

Markanın mesajının sosyal medya ve televizyon gibi diğer mecralarda yayınlanan reklamlarla açıkhava reklamlarının entegre olması öngörülmektedir. (3)

Kaynak: (1)The Future of Outdoor Ads: 3D and AR Advertising
(2)Trends In The OOH Advertising Industry For 2023
(3) OOH Advertising Trends For 2023

© 2023 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

© 2023 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.

© 2023. Daha fazla bilgi için Deloitte Türkiye (Deloitte Touche Tohmatsu Limited üye şirketi) ile iletişime geçiniz.