

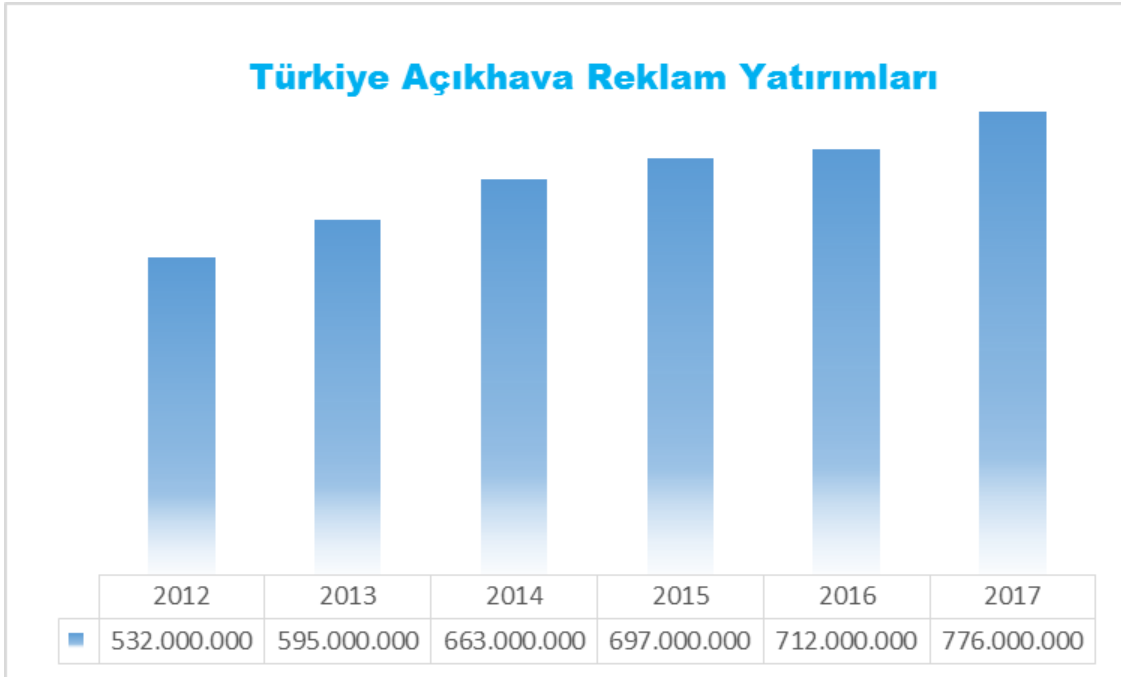


## TÜRKİYE AÇIKHAVA REKLAM YATIRIMLARI 2017 YILINDA % 9 BÜYÜDÜ

ARVAK Açık hava Reklamcılar Vakfı, raketten büyük boyutlu reklam alanlarına, indoor reklamlardan dijital ekranlara tüm açık hava segmentlerini kapsayan, açık hava mecrasına yapılan toplam yatırımların belirlenmesi için bir rapor hazırlıyor. İlk kez 2012 yılı Açık hava mecraya yatırımları için düzenlenen Türkiye Açık hava Yatırımları Raporu, Ernst & Young Türkiye Denetim ve Danışmanlık şirketi tarafından hazırlanıyor.

Açık hava şirketlerinin cirolarının gizliliğinin korunması kaydı ile yapılan çalışmanın 2017 yılı raporu açıklandı.

Açık hava sektöründe faaliyet gösteren 19 önde gelen markanın ciro bildirerek katıldığı Ernst & Young'ın hazırladığı rapora göre 2017 yılında Türkiye'de Açık hava mecrasına yapılan reklam yatırımlarının toplam 776.000.000 TL olduğu hesaplandı.



2017 Türkiye Açık hava Reklam Yatırımları raporuna göre:

- Türkiye açık hava mecrasında gelişen bir segment olan dijital açık havada yapılan reklam yatırımlarının toplamı 49.000.000 TL oldu. Bu rakam açık hava toplam yatırımlarının içinde dijital açık havanın payının % 6.3 civarında olduğunu gösteriyor. Dijital Açık havanın, Açık hava mecrasının büyüme oranında yakın bir ivme ile büyüdüğü görülüyor.
- GIANTPOSTER diye tanımlanan büyük alan (duvar, parapet, cam yüzey, giantboard vb) reklam yatırımları 2017 yılı toplamı 152.000.000 TL olarak gerçekleşti. Bu sonuç; toplam açık hava reklam yatırımları içinde büyük alan reklamlarının payının yaklaşık % 19.6'ya ulaştığını gösteriyor.
- Türkiye Açık hava Reklam Yatırımlarının 2016 yılına göre 2017'de yaklaşık % 9 büyüdüğü saptandı. Bu oran Açık hava mecrasında, 2017'de Türkiye'deki ekonomik göstergeler paralelinde bir büyüme yaşandığını gösteriyor.

Açık hava etkili, yaratıcılığa sonsuz açık ve satış noktasına en yakın mecra olarak sürekli kendini geliştiren, yeni uygulamalarla farklı hedef kitlelere ulaşan, yeni teknolojilere ayak uydurarak dünyada ve Türkiye'de sürekli büyüyen bir mecra.

2018'de Türkiye ekonomisindeki göstergelerin istenen düzeye ulaşmasıyla, Türkiye toplam reklam yatırımının ve Açık hava mecrasına yapılan yatırımların daha yüksek oranda büyümesi bekleniyor.