

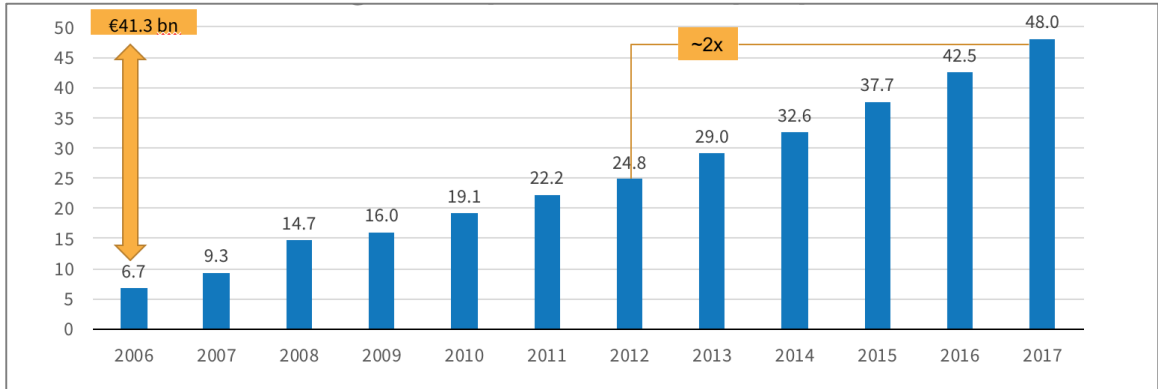
INTERACT
MILAN
2018

Avrupa Dijital Reklam Yatırımları 5 yılda 2 katına çıktı

2012 yılında 24,8 milyar Euro olan Avrupa Dijital Reklam yatırımları, 2017 yılında 48 milyar Euro'ya ulaştı.

Milano, Mayıs 2018 – Her yıl Interact konferansında açıklanan IAB Avrupa AdEx benchmark raporuna göre dijital reklam yatırımları 2017 yılında% 13,2 oranında artarak 48 milyar Euro'ya yükseldi.

Geçmişten Günümüze dijital reklam yatırımları



Toplam yirmi pazar çift haneli büyürken, çalışmaya katılan 27 ülkede Mobil çift haneli büyüme ile dikkat çekti. Mobil display %40'dan fazla büyüyerek toplam display'in pazarının %42'sini oluştururken, video bunun dörtte birinden fazlasını oluşturdu. %38 büyüyen Sosyal medya, display'deki payını artırırken 4 kat büyüyen videonun yanında non-video display %35 büyüdü. Videodaki büyüme, %73,4'lük artış ile out-stream'den gelirken, in-stream'de %6,9 büyüme yaşandığı görüldü.

Türkiye dijital reklam yatırımları, 2016 yılına göre yüzde 15,5 oranında artarak Avrupa'nın en hızlı gelişen ilk 10 pazarının içinde yer aldı.

2017 Avrupa Dijital Reklam Yatırımları



Dijital reklam yatırımlarında %14,9'luk bir büyümeyle arama motoru ve ilan sayfaları çok yüksek bir performans gösterdi ve 19,3 milyar €'ya ulaştı. Arama motoru reklam yatırımları % 14,4'lük bir büyüme oranıyla yılı 21,9 milyar € ile tamamladı ve böylece en büyük online reklam formatı olma özelliğini devam ettirdi.

IAB Avrupa CEO'su **Townsend Feehand** sonuçları şu sözlerle değerlendirdi: *“Dijital reklam yatırımları, bu yıl da Avrupa'da içeriğin ve tüketici deneyimlerinin önemini ispatlayarak çift haneli büyüme yaşadı. 3 gün sonra yürürlüğe girecek GDPR sektörümüz için bir dönüm noktası olacak. Kullanıcı deneyimlerini geliştirmeye devam ederek dijital reklamcılığın Avrupa ekonomisine sağladığı katkıyı sürdürmeliyiz”.*

IHS Technology Reklam Araştırmaları Direktörü **Daniel Knapp** ise görüşlerini şu cümlelerle paylaştı: *“2017'de Sosyal medya, mobil, video ve arama motoru reklamcılığı Avrupa online reklam yatırımlarının büyümesinde ana oyuncular*

oldu. Bağlantı, konum, duygu ve satın alma yolunun gücü dijital reklamları günümüzün markaları için çok yönlü ve vazgeçilmez kılıyor”.

2017’de CEE (Merkez ve Doğu Avrupa) bölgesinde en yüksek büyüme oranı yakalayan 3 ülke:

1. Belarus – % 33,9
2. Sırbistan – % 23,7
3. Rusya - % 21.9

2017’de olgun pazarlarda da büyümenin devam etmesi (Avrupa ortalamasıyla orantılı veya üstünde) pazar doygunluğunun yenilik ve büyümeyi engellemediğini gösterdi. İngiltere (% 4,3), Norveç (%16,6), İsveç (%18,4), İsviçre (%12,5) ve Danimarka (%9,7)’da çift haneli büyümeler gerçekleşti.

Dijital reklam yatırımları bakımından en büyük 10 Pazar:

1. İngiltere – 15,6 milyar €
2. Almanya – 6,6 milyar €
3. Fransa – 5,1 milyar €
4. Rusya – 3,3 milyar €
5. İtalya – 2,6 milyar €
6. İsveç– 1,8 milyar €
7. Hollanda – 1,8 milyar €
8. İsviçre – 1,8 milyar €
9. İspanya – 1,8 milyar €
10. Belçika – 1 milyar €

Sorularınız için:

Alison Fennah, IAB Europe (fennah@iabeurope.eu)

Marie-Claire Puffett, IAB Europe (puffett@iabeurope.eu)