

Közterület reklámtorta 2017

Hantosi Bálint elnök

MRSZ OOH



NÖVEKVŐ KIHASZNÁLTÁSÁG ÉS JELENTŐS NÖVEKEDÉS JELEMEZTE AZ OOH SZEGMENS 2017-ES ÉVÉT.

A 2017. évi közterületi médiapiaci felmérés eredményei.



2017 évi OOH médiapiaci felmérés

- ▶ Az adatok összegyűjtését és összesítését az **Outdoor Media Audit Kft.** végezte.
- ▶ Teljes körű adatszolgáltatást nyújtott **16 OOH médiatulajdonos cég** (piaci részesedésük eszközszám és bevétel alapján **cca. 92%**).
- ▶ Az **OM Audit** által nyilvántartott **40 további OOH médiatulajdonos cég** árbevételi adatai az **Outdoor Media Audit Kft. kihasználtság vizsgálata** és átlagos értékesítési árak alapján, becsléssel határozta meg (piaci részesedésük eszközszám és bevétel alapján **cca. 8%**).
- ▶ A pénzügyi adatok net-net árbevétel alapján került összesítésre.

Jelen pénzügyi bevétel összesítés a hazai OOH és Ambient piac teljes vertikumát lefedi (99%)

Az MRSZ-OOH szövetség

- Óriásplakát
- Citylight
- Digital signage
- Hirdetőoszlop
- Indoor
- Jármű
- Közvilágítási oszlopon elhelyezett információs- és reklámtáblák

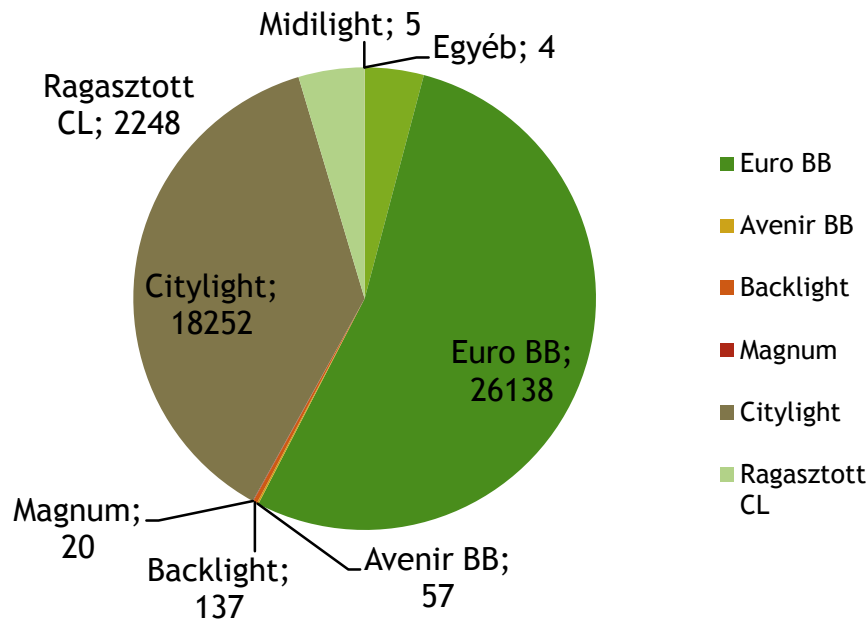
MRSZ Ambiente szövetség

- Digital signage (Közoktatási hálózatok, Egészségügyi hálózatok, Eladáshelyi hálózatok, Beauty hálózat, Sport és Fitness, Szórakozóhely, stb.)
- Jármű, egyedi mozgó hirdetések
- Utcai egyedi megjelenések (oszlop, korlát, óra, építési háló, stb.)

A két adatszolgáltatói kör tartalmaz eszközszintű átfedéseket. A bevételi adatokat vagy az OOH, vagy az Ambient részben szerepeltetjük a médiatulajdonosok alapján besorolva.

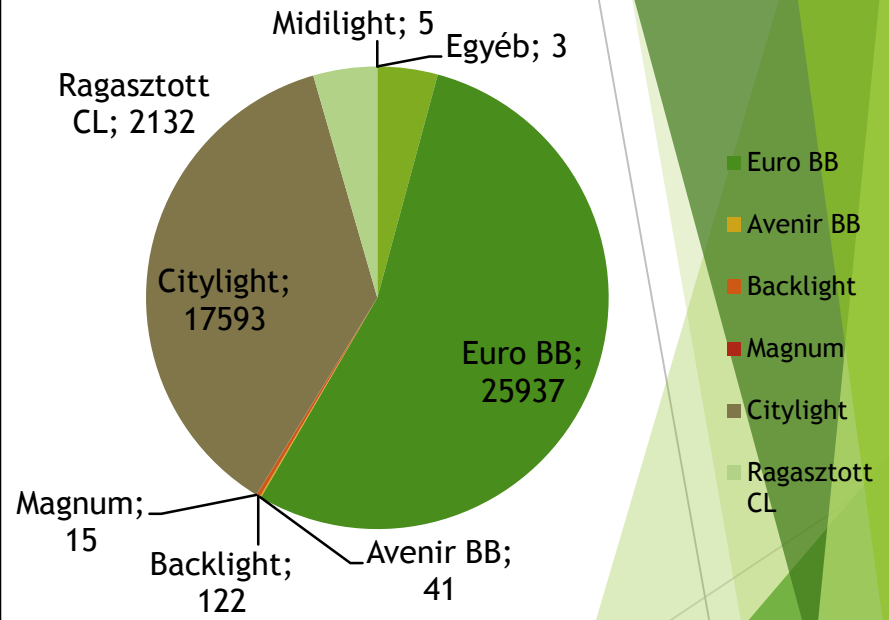
Felületszám változások (2016-2017.)

2016. 12.



Összesen: 46 861

2017. 12.



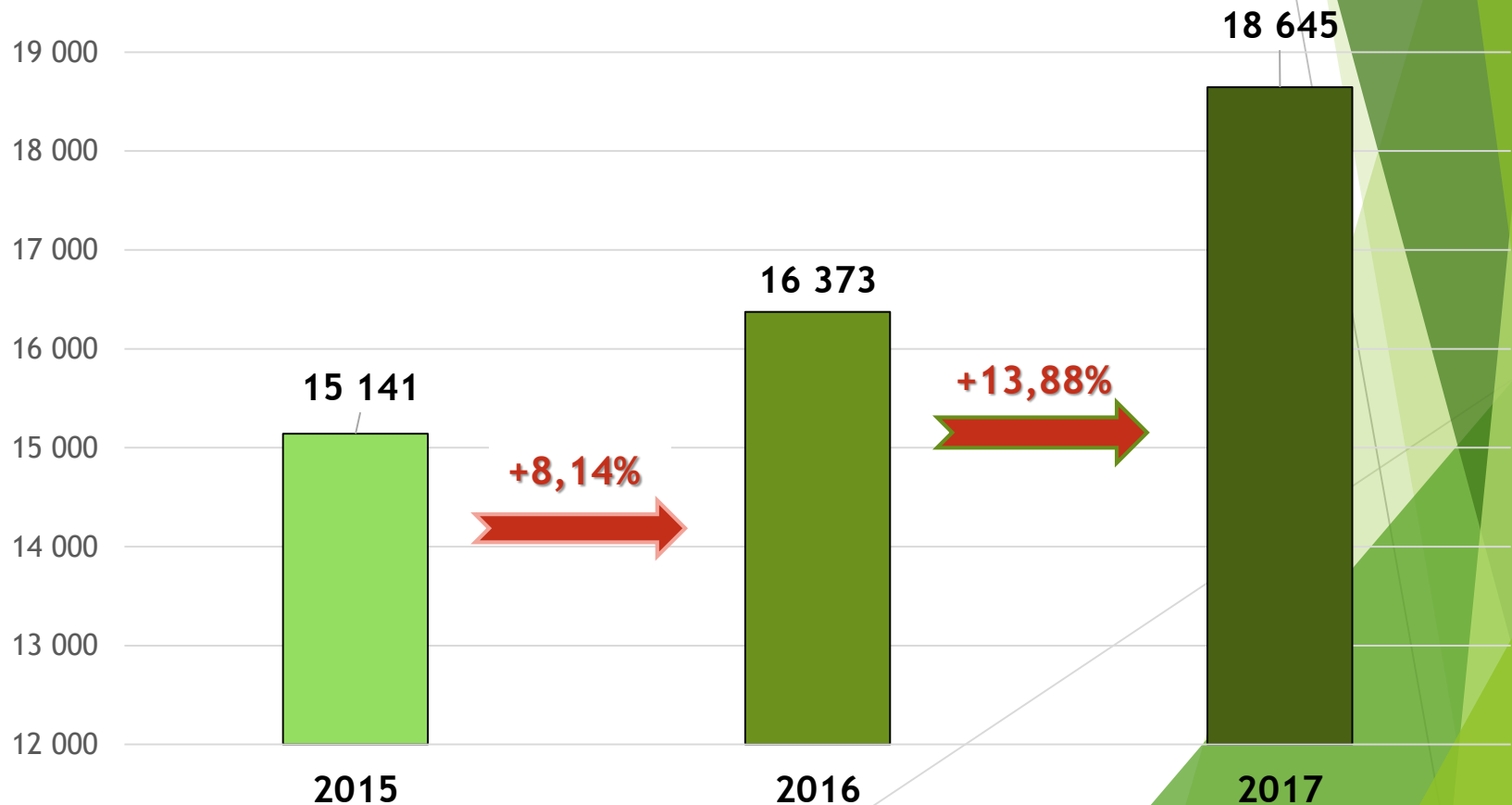
Összesen: 45 848

2016-ról 2017-re a felületek összesített darabszáma mintegy **2,2%-kal (1013 db)** csökkent országos szinten.

Teljes évi reklámbevétel 2016-2017.

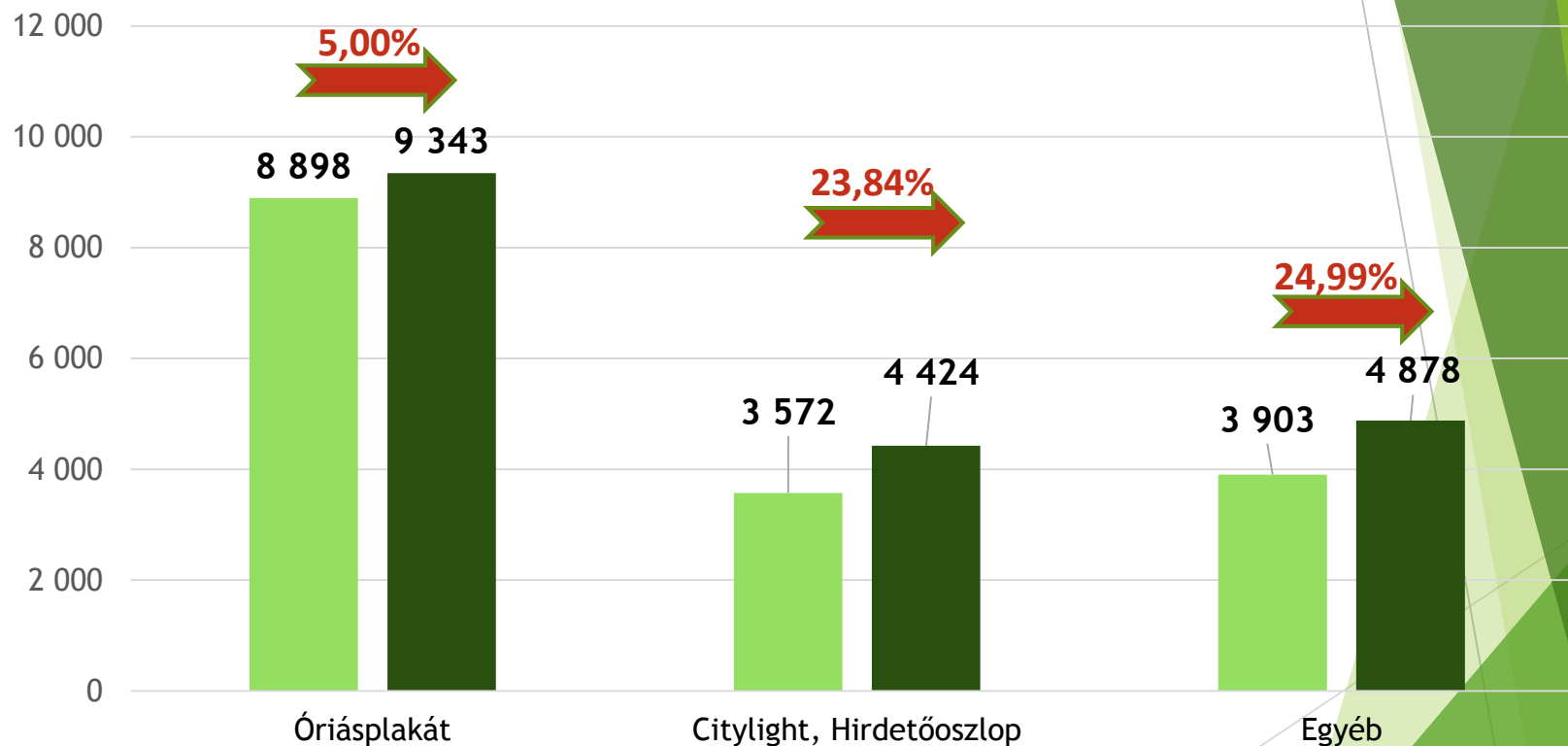
A 2017. évi OOH reklámbevétel **2.272.155.088 Ft-tal nőtt (13,88%-os növekedés)** az előző évhez képest.

Teljes éves árbevétel millió FT



A OOH reklámbevétele eszköztípusonként

A OOH média reklámbevétele eszköztípusonként (millió Ft-ban)

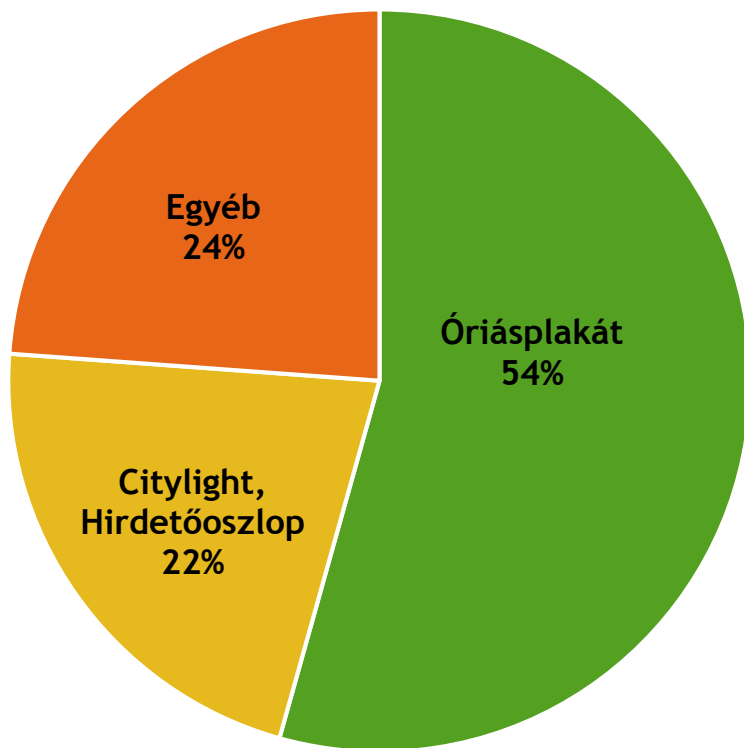


Óriásplakát: 1,16%-os növekedés
Citylight: 33,42%-os növekedés
Egyéb: 24,99%-os növekedés
Összesen: 13,88%-os növekedés

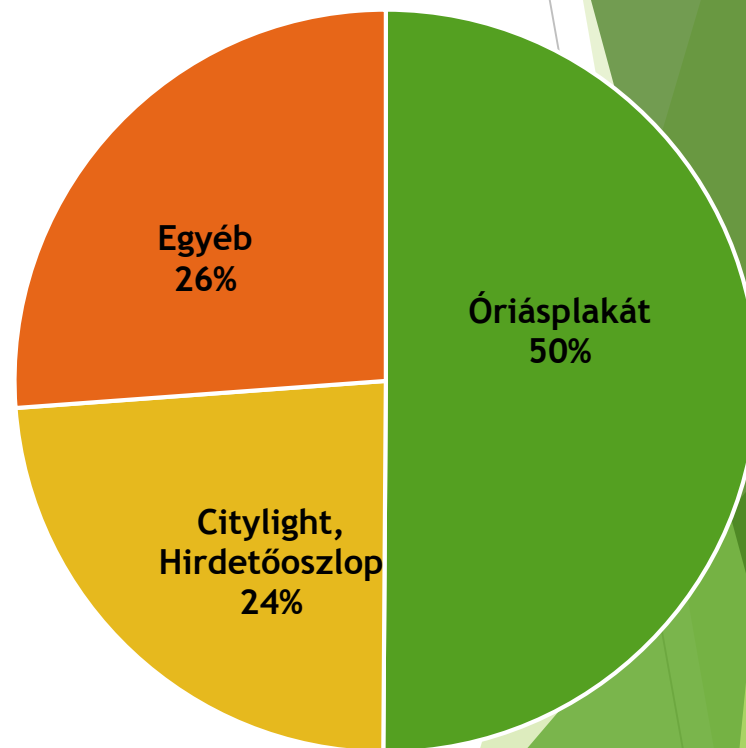
■ 2016. ■ 2017.

OOH bevételeinek megoszlása eszköztípusonként

A **2016.** évi közterületi média reklámbevételének megoszlása típusonként (%-ban)



A **2017.** évi közterületi média reklámbevételének megoszlása típusonként (%-ban)



Összegzés

- ▶ **2013.** évi teljes OOH bevétel: **14.366** millió Ft
 - ▶ **2014.** évi teljes OOH bevétel: **15.606** millió Ft
 - ▶ **2015.** évi teljes OOH bevétel: **15.141** millió Ft
 - ▶ **2016.** évi teljes OOH bevétel: **16.373** millió Ft
 - ▶ **2017.** évi teljes OOH bevétel: **18.646** millió Ft
-
- ▶ **2017-ben** a teljes éves OOH árbevétel **2.272.155.088** Ft-tal **növekedett** az előző évhez képest, ami **13,88%-os növekedést** jelent:
 - ▶ Az óriásplakát bevétele **445 millió Ft-tal növekedett (5,00%).**
 - ▶ A citylight bevétele **852 millió Ft-tal növekedett (23,84%).**
 - ▶ Az egyéb kategória bevétele **975 millió Ft-tal növekedett (24,99%).**

Mi jellemezte a 2017-es évet

2017. decemberében, 2016. decemberéhez képest, mintegy **1.013 db (2,16%) felülettel (óriásplakát, CLP) kevesebb** klasszikus hirdetési eszköz volt kihelyezve. Ez a minimális felületszám csökkenés -az értékesítési adatok alapján- nem befolyásolta negatívan a piac működését.

OOH piacot ért hatások 2017-ben

- ▶ A teljes magyar médiapiac átalakult és alkalmazkodott a megváltozott működési körülményekhez (Reklámadó, Grtv. Módosítás).
- ▶ 2017-es év végén -állami szinten- jelentős szabálmódosítások léptek életbe (Építményadó és Településkép védelméről szóló kormányrendelet és önkormányzati rendeletek), melyek 2018-tól kezdődően jelentősen átalakítják a hazai OOH piacot.

2017-ben minden eszköztípus kihasználtsága növekedett.

- ▶ **Óriásplakát felületek kihasználtságának növekedése 3% (2016-ról 2017-re)**
- ▶ **Citylight és Hirdetőoszlopok kihasználtságának növekedése 8% (2016-ról 2017-re)**

Mi jellemezte a 2017-es évet

Az elmúlt évek átalakulása 2017-ben is folytatódott.

Bár 2017-ben is az óriásplakátokon realizálódott a bevételek 50%-a a nemzetközi tendenciáknak megfelelően, a citylight és egyéb hirdetési felületek (jármű, közvilágítási oszlopon elhelyezett reklámok, indoor reklámok, stb.) bevételei és kihasználtsága jelentősen-, míg a klasszikus óriásplakátok bevételei és kihasználtsága kisebb mértékben növekedett.

Jelentős változás, hogy az önálló citylight szegmensben (több hónapos elemzés és előkészítés után) 2017. Q4-ben bevezetésre került a 1/2 havi kampányidőszak.

Az „Állami” költségek 2015-ről 2016-ra csökkentek, míg 2016-ról 2017-re növekedtek. (2017-ben az „Állami” költségek nagyságrendileg 2015-ös év szintjére emelkedtek.)

Az OOH bevételek jelentős növekedése tehát nem az „Állami” hanem a kereskedelmi ügyfeleknek köszönhető.

A legnagyobb OOH hirdetői szektorok:

- ▶ OTC
- ▶ Távközlés és Informatika
- ▶ Kereskedelem
- ▶ Gépjármű

Mit várunk 2018-tól és a távolabbi jövőtől

- ▶ Várhatóan 2018-ban is nőni fog a kereskedelmi ügyfelek súlya.
- ▶ 2018. és 2019. is választási év, melyek kampányai -az elmúlt időszakokhoz hasonlóan- jelentős hatással vannak az OOH piacra (kihasználtság, bevétel).
- ▶ Az „állami” költségek 2018-ban előreláthatóan csökkenni fognak 2017-hez képest a törvényi szabályozás hatására (Településkép védelmi rendelet - „Állami” hirdetések korlátozása)
- ▶ 2018-tól jelentős árváltozásokra (árnövekedés) van szükség a piacon, mivel a legtöbb felületre a települési önkormányzatok kivetették az újonnan bevezetett építményadót.
- ▶ Az „Állami” szabályozás és a 2016-ban elindított piaci önszabályozás hatására új reklámberendezések, új típusú hirdetési eszközök, jelentek/jelennek meg a hazai OOH piacon. Ennek hatására a digitalizáció jelentősen fel fog gyorsulni, melyből minden szereplő (hirdetők, önkormányzatok, médiatulajdonosok) profitál.

AMBIENT

Az MRSZ Ambient Média tagozata által összesített 2017-es ambient reklámköltés (tagok által közölt és becsült adatok alapján).

2.798.420.000,- Ft

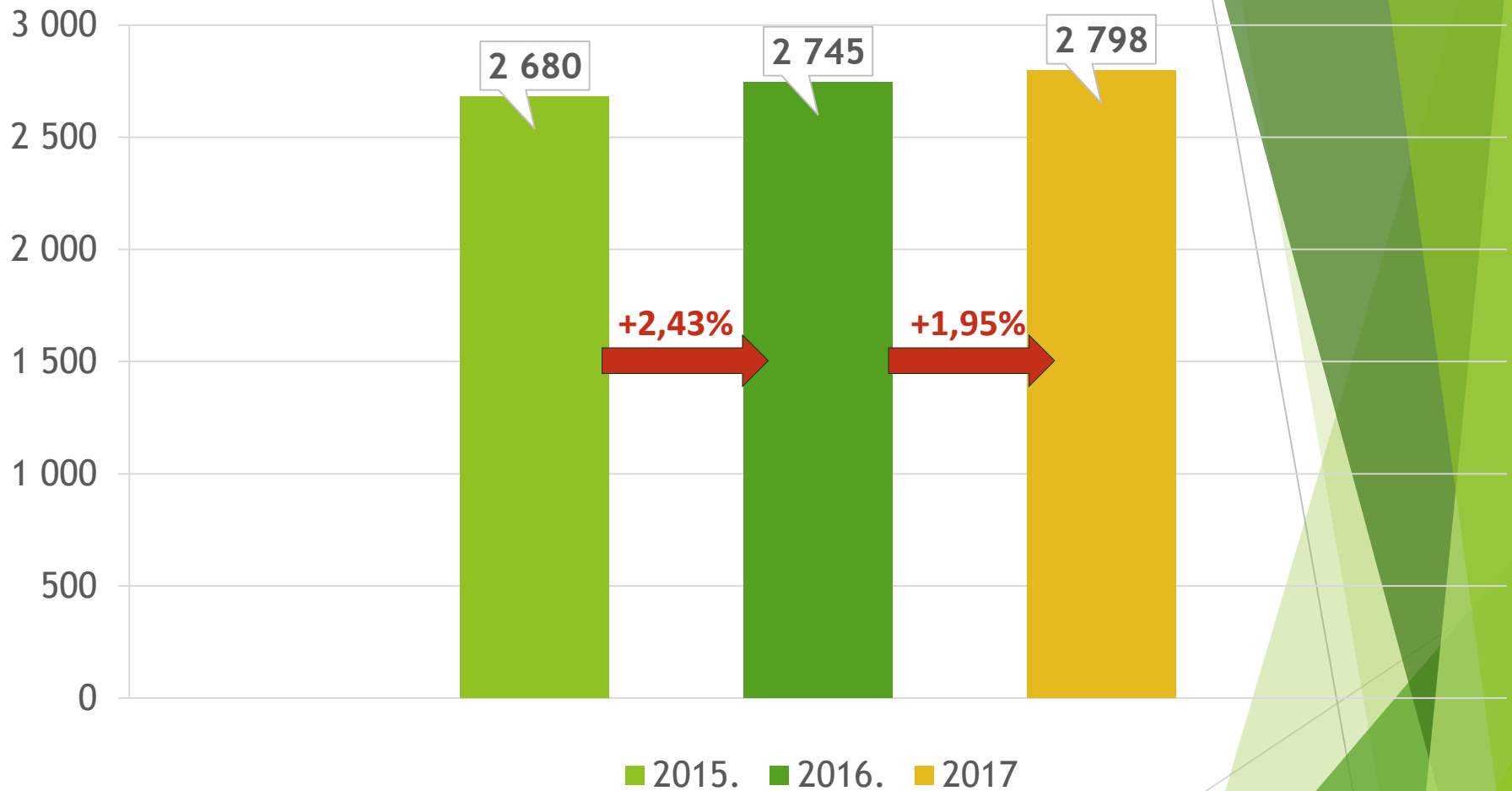
Az összeg nem tartalmazza az OOH-ban szereplő eszközök bevételi adatait:

- ▶ közlekedési járművek (busz-metró-villamos),
- ▶ oszlop, óra és Közvilágítási oszlopon elhelyezett információs- és reklámtáblák
- ▶ LED falak és digitális közterületi eszközök

Az összeg net-net reklámköltés, nem tartalmaz barter és egyéb szponzorációs elemeket.

DIAGRAMCÍM

ooh



Együttesen az **Ambient szegmens** 2017-es reklámbevétele kis mértékben **növekedett**, az előző 2016-os évhez képest **1,95%-os** (Összességében **53 millió Ft**) mértékben.

KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!