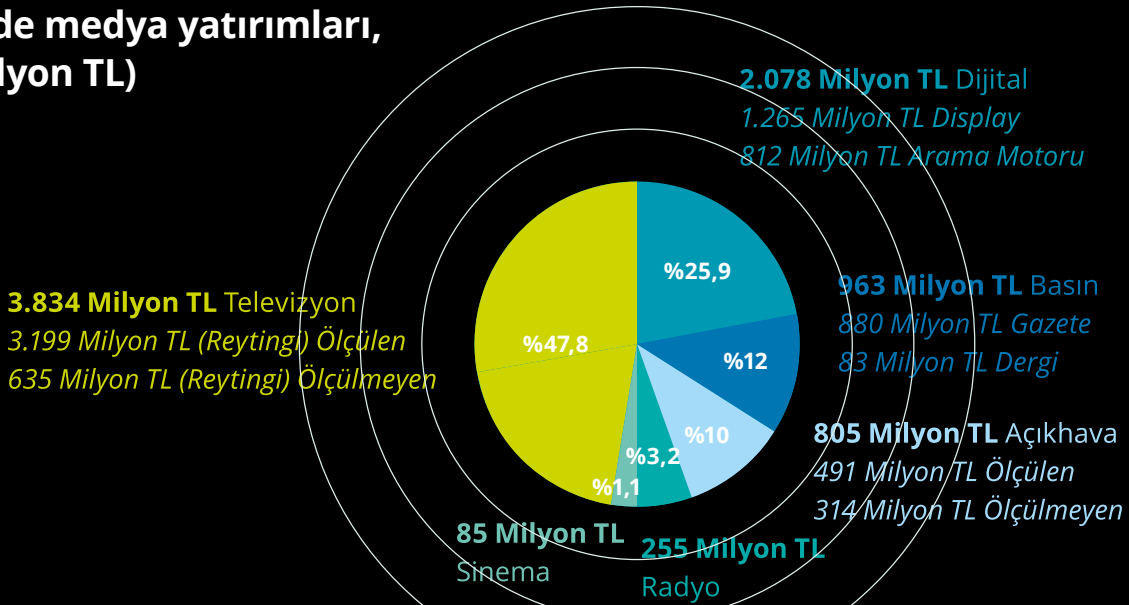


# Türkiye'de medya ve reklam yatırımları, 2017

Reklamcılar Derneği'nin Deloitte işbirliğiyle hazırladığı 2017 Medya ve Reklam Yatırımları Raporu'na göre; toplam medya yatırımları bir önceki yıla göre %6,3 artış gösterdi. Medya yatırımlarında en büyük payı 3,8 milyar TL ile televizyon aldı. Medya yatırımlarındaki büyümede, inşaat, kozmetik, perakendecilik ve finans sektörleri itici güç oldu.

## Türkiye'de medya yatırımları, 2017 (milyon TL)



Raporun tamamına buradan ulaşabilirsiniz.



2017 dönemine ilişkin tahmini rakamlardır.  
Rakamlara KDV dahil edilmemiştir.

## 2017 yılında büyümede itici güç olan sektörler

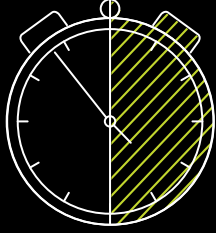


İnşaat ve Dekorasyon Hizmetleri,  
Kozmetik ve Kişisel Bakım

Perakendecilik

Finans

## Medya yatırımları 2016 - 2017 değişim yüzdeleri



**Dijital**  
%19,7



**Sinema**  
%5,3



**Açık hava**  
%9,4



**Televizyon**  
%4,2



**Radyo**  
%5,5



**Basın**  
-%9,9



**Toplam**  
%6,3

## Medya yatırımları milyon

2.203\$

8.020 ₺

Reklamcılar Derneği üyesi medya planlama ve satın alma kuruluşlarının sağladığı verilerle oluşturulmaktadır

## Reklam yatırımları milyon

734\$

2.673 ₺

Yaratıcı işler, yapım, baskı, BTL, sponsorluk ve reklamveren hizmet bedellerini içermekte ve toplam yatırımların %25'ini oluşturmaktadır

## Toplam medya ve reklam yatırımları

2.938\$

10.693 ₺

- Nielsen AdEx kapsamında yer alan mecralarda gerçekleşen süre ya da adet verileri doğrultusunda tahminlenmiştir.
- AdEx kapsamında 'ölçülmeyen' açık hava ünite ve uygulamaları ek olarak tahminlenmiştir.

Kaynak: Reklamcılar Derneği, Deloitte analizi USD / TRY = 3,64