

## REKLAMA OOH W POLSCE – DRUGI KWARTAŁ 2016

Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej przedstawia informację dotyczącą wielkości rynku OOH w Polsce w drugim kwartale 2016 roku. Dane zostały przygotowane we współpracy IGRZ i Domu Mediowego Starlink (Starcom Mediavest Group).

### Reklama zewnętrzna, reklama tranzytowa i reklama DOOH

**Q2 OOH 2016.** Estymowana wielkość sprzedaży reklamy OOH zamknęła się kwotą w wysokości ponad 138,8 Mio PLN i była dla tej samej bazy firm wyższa aniżeli w pierwszym kwartale 2015 roku o 5,3%.

H1 OOH 2015	Q2 OOH 2015	Q2 OOH 2016	H1 OOH 2016
226,0 Mio	131,8 Mio	<b>138,8 Mio</b>	<b>237,7 Mio</b>

**H1 OOH 2016.** Dla pierwszego półrocza estymowana wielkość sprzedaży reklamy OOH zamknęła się kwotą w wysokości ponad 237,7 Mio PLN i była dla tej samej bazy firm wyższa aniżeli w pierwszym półroczu 2015 roku o 5,2%.

Podobnie do ostatniego raportu rocznego (2015) i pierwszego kwartału 2016 roku wygenerowaliśmy dane o wielkości sprzedaży także największych firm regionalnych oraz zajmujących się reklamą wielkoformatową. Biorąc pod uwagę te dane szacujemy wielkość sprzedaży całego rynku w drugim kwartale roku 2016 na kwotę ponad 155,5 Mio PLN, a w pierwszym półroczu 2016 roku na kwotę ponad 273,7 Mio PLN.

Główne dla reklamy OOH sektory: "handel", "telekomunikacja", "żywność", „media”, przyniosły w drugim kwartale 2016 roku ponad 51% przychodów (wobec blisko 60% w pierwszym kwartale 2016).

Q2 OOH 2016 SEKTOR	
HANDEL	18,6%
TELEKOMUNIKACJA	12,3%
ŻYWNOŚĆ	11,7%
NAPOJE I ALKOHOLE	11,6%
MEDIA	9,1%
POZOSTAŁE SEKTORY	36,7%

**REKLAMA TRANZYTOWA.** Głównymi graczami na polskim rynku są w zakresie reklamy tranzytowej firmy: AMS S.A. oraz Business Consulting, dalej Synergic i Clear Channel Poland. Wielkość sprzedaży podawana jest łącznie dla działań i akcji reklamowych wykorzystujących zewnętrzne powierzchnie, jak i wewnątrz taboru komunikacji miejskiej. W informacji o wielkości sprzedaży w zakresie reklamy tranzytowej brak danych firmy Synergic.

**Q1 + H1 2016 TRANZYT.** W drugim kwartale 2016 roku wielkość sprzedaży wyniosła sumę w wysokości ponad 8,7 Mio PLN i była dla tej samej bazy firm wyższa aniżeli w pierwszym kwartale 2015 roku o 10,1%. Pierwsze półrocze 2016 roku TRANZYT zamknął kwotą sprzedaży w wysokości 13,8 Mio PLN, wyższą o 20% w stosunku do tego samego okresu roku ubiegłego.

**H1 2016 DOOH.** Liderem rynku DOOH pozostaje Screen Network. W drugim kwartale 2016 roku przestała istnieć struktura firmy Bigformat.tv. Estymowana wielkość sprzedaży w tym segmencie

wyniosła dla całości rynku kwotę w wysokości ponad 12,5 Mio PLN.

## **NOŚNIKI REKLAMY 2016 /wg stanu na 30.06.2016/**

Nośnik reklamy	Ogólna liczba nośników 30.06.2016	Ogólna liczba nośników 31.12.2015
Standardowe 12 m <sup>2</sup>	11 782	12 165
Frontlight 6 x 3 m	12 865	12 973
Frontlight 12 x 3	756	768
Frontlight 12 x 4	1 044	1 042
Nośniki małego formatu	19 057	18 555
Pozostałe nośniki	724	717
Citylight	19 784	19 884
Backlight 6 x 3	783	790
Backlight 8 x 4	454	472
Backlight scroll 9 m <sup>2</sup>	684	640
Pozostałe nośniki podświetlane	312	330
Łączna liczba nośników	68 245	68 336

**Główni właściciele nośników reklamy w Polsce w poszczególnych kategoriach (i formatach powierzchni ekspozycyjnych) wraz z ich stanem posiadania w dniu 30.06.2016 roku (firmy BP Media, Cityboard, Headz nie dokonały weryfikacji danych):**

Standardowe 12 m <sup>2</sup>	30.06.2016	Udział w rynku
AMS S.A.	5 327	45,2%
Ströer out of home media	4 979	42,3%
Inne	1 476	12,5%
Łącznie	11 782	100,00 %

Frontlight 6 x 3 m	30.06.2016	Udział w rynku
Ströer out of home media	4 925	38,3%
Cityboard Media	4 012	31,2%
AMS S.A.	1 698	13,2%
Clear Channel Poland	1 686	13,1%
Inne	544	4,2%
Łącznie	12 865	100,00 %

Frontlight 12 x 3 m	30.06.2016	Udział w rynku
Ströer out of home	614	81,2%
Supersigns	131	17,3%
Inne	11	1,5%
Łącznie	756	100,00 %

Frontlight 12 x 4 m	30.06.2016	Udział w rynku
Cityboard Media	562	53,8%
JETLine	404	38,7%
Inne	78	7,5%
Łącznie	1 044	100,00 %

Nośniki małego formatu	30.06.2016	Udział w rynku
Synergic	8 933	46,9%
AMS S.A.	4 702	24,7%
Mini Media	3 915	20,5%
Inne	1 507	7,9%
Łącznie	19 057	100,00 %

Citylight	30.06.2016	Udział w rynku
AMS S.A.	12 819	64,8%
Clear Channel Poland	5 225	26,4%
Business Consulting	766	3,9%
Ströer out of home	625	3,2%
Inne	349	1,7%
Łącznie	19 784	100,00 %

Backlight 6 x 3 m	30.06.2016	Udział w rynku
AMS S.A.	775	99,0 %
Inne	8	1,0 %
Łącznie	783	100,00 %

Backlight 8 x 4 m	30.06.2016	Udział w rynku
AMS S.A.	259	57,0%
Clear Channel Poland	75	16,5%
Headz	74	16,3%
Gigaboard	39	8,7%
Ströer out of home media	7	1,5%
Łącznie	454	100,00 %

Backlight scroll 9 m <sup>2</sup>	30.06.2016	Udział w rynku
AMS S.A.	363	53,0%
Ströer out of home media	321	47,0 %
Łącznie	684	100,00 %

**NOŚNIKI DOOH.** Lider rynku DOOH, firma Screen Network, posiadała na koniec czerwca 2016 roku 19 307 nośników indoor w ponad 600 lokalizacjach oraz 38 ekranów zewnętrznych. Wśród największych firm OOH: firma AMS S.A. posiadała na koniec czerwca 2016 roku 1 806 nośników w sieci City-INFOtv w wagonach Metra Warszawskiego, a firma Ströer Polska 31 nośników „Infoscreen” na stacjach Metra Warszawskiego. Firma Clear Channel Poland dysponuje obecnie 118 powierzchniami indoor w galeriach handlowych.

**KOMENTARZ I PROGNOZA.** Rynek reklamy OOH utrzymuje od początku roku dynamikę wzrostu na poziomie 5 procent. Zgodnie z prognozami. OOH pozostaje atrakcyjnym medium dla reklamodawców, zwłaszcza w powiązaniu z nowymi formami przekazu. Świat rozwija w zaskakująco szybkim tempie sieci nośników elektronicznych, na których większe wykorzystanie w Polsce musimy niestety poczekać. Polskie samorzady starają się coraz lepiej rozumieć reklamę w przestrzeni publicznej, co daje perspektywę dla twórczej i rynkowej dyskusji o przyszłości rynku OOH w Polsce. Wzrost sprzedaży w roku 2016 o ponad pięć procent w stosunku do roku ubiegłego wydaje się być przesądzonym.