

تقرير AdMazad السنوي: حجم إعلانات الطرق في مصر لعام 2023 بلغ 3.9 مليار جنيه

■ كوبري أكتوبر في المقدمة مستحوذاً على 19% من الميزانية.. وزيادة 80% في إعلانات السلع الاستهلاكية

14 فبراير 2024

القاهرة، مصر

أعلنت AdMazad، الشركة المطورة لـ AdMetrics أداة القياس وتحليل أداء إعلانات الطرق (Out Of Home) الوحيدة في مصر، عن تقريرها السنوي للسوق، وكشف التقرير أن إجمالي إيجار الإعلانات الخارجية في عام 2023 بلغ رقماً قياسياً قدره 3.9 مليار جنيه مصري، مقابل 3.2 مليار جنيه في عام 2022، على الرغم من التحديات. سجلت AdMazad، هذه الاتجاهات بناءً على تدقيقات في 42,700 لوح إعلاني في القاهرة الكبرى والإسكندرية في عام 2023.

استمدت قوة السوق من استراتيجيات متعددة الجوانب، قادها تنويع القطاع، حيث ظهرت صناعة السلع الاستهلاكية السريعة (FMCG) كمحرك نمو هام، مسجلة زيادة ملحوظة بنسبة 80%، يليها قطاع العقارات كأحد أكبر المستثمرين في إعلانات الطرق (Out Of Home) من العام الماضي. زوّد هذا النمو بالتوسع الإقليمي الاستراتيجي في محافظات الدلتا وصعيد مصر، لتلبية احتياجات التطور وزيادة القوة الشرائية في هذه المناطق، والمتوقع زيادته في عام 2024. وعلاوة على ذلك، ساهم التحول نحو اتخاذ القرارات القائمة على البيانات، بفضل منصات مثل AdMetrics التابعة لـ AdMazad، في تمكين العلامات التجارية من التعرف على إمكانات غير مستغلة في الفئات السكانية الناشئة، مما يسهل تحسين إنفاق الإعلانات وتحسين الحملات.

وعلق عاصم ميمن، الشريك المؤسس والعضو المنتدب في AdMazad،: "شهد عام 2023 زيادة ملحوظة بنسبة 8% في اعتناق العلامات التجارية إعلانات الطرق (Out Of Home)، مما يبرز صمود السوق وفعاليتها في الوصول إلى جماهير واسعة. وعلاوة على ذلك التعرض الأدنى للتقلبات النقدية، ساهم في زيادة حصة إعلانات الطرق في وسائل الإعلام المستخدمة لكبار المعلنين. حيث أن أدى كل هذا إلى نمو الإنفاق السنوي بنسبة 20% ملحوظة".

علق أحمد النجار، رئيس قطاع الإعلام في لوريال، وأكبر معلن في مجال السلع الاستهلاكية FMCG على AdMetrics: "تلعب إعلانات الطرق الاستراتيجية دوراً حاسماً في قنوات العلامة التجارية لدينا. إنها منصة قوية للتوعية الفورية وتحفيز الأفعال الفجائية. بفضل الرؤى القيمة والمقارنة التنافسية لـ AdMetrics يمكننا تحسين تخطيط الوسائط واختيار المواقع لتعظيم تأثير العلامة التجارية. يتيح لنا ذلك اتخاذ قرارات قائمة على البيانات، وتقديم حملات فعالة، والتأثير الحقيقي على جمهورنا".

وفيما يلي بعض المقاييس الرئيسية الأخرى التي أصدرها التقرير وتشير إلى نضج السوق:

- إجمالي الانطباعات: 141.7 مليار - زيادة بنسبة 26% عن عام 2022
- عدد الماركات التي شملتها الإعلانات: 1,100، زيادة بنسبة 7.7% عن عام 2022
- اللوحات الإعلانية المستخدمة: 32,200 بزيادة 5.1% مع وصول معدل الاستفادة من السوق إلى 76%
- ارتفاعاً من 72% في عام 2022
- متوسط تكلفة ألف انطباع: 27.4 جنيه مصرياً بانخفاض 8.3% عن عام 2022، مما يشير إلى سوق أكثر تنافسية، حيث يطالب المعلنون بقيمة أكبر لاستثماراتهم.
- بلغت العلامات التجارية ذروتها في شهر رمضان، في حين ارتفع استخدام اللوحات الإعلانية في نوفمبر، مما سلط الضوء على التوقيت الاستراتيجي للحملة.

نمو القطاعات:

- القطاعات الأكثر نمواً: السلع الاستهلاكية بمعدل نمو سنوي 80%، ثم قطاع الضيافة بنسبة 57% يتلوه قطاع الخدمات المالية بنسبة 36%.

- القطاعات الأكثر استحواداً على الإعلانات: قطاع العقارات بنسبة 49 %، ثم السلع الاستهلاكية بنسبة 11 %، ثم قطاع الضيافة بنسبة 6 %، وقطاع الاتصالات بنسبة 5 %.

أفضل المواقع في القاهرة:

- يظل كوبري أكتوبر في المقدمة بنسبة 19% من الميزانية، بسبب حركة المرور العالية لتحقيق أقصى تعرض للعلامة التجارية، في حين دفع بناء المونوريل على طريق المحور إلى توجيه العلامات التجارية نحو منطقة أكتوبر والشيخ زايد بنسبة 16%، بينما حافظت منطقة شرق القاهرة على جاذبيتها المتزايدة في منظر الإعلانات الخارجية بنسبة 15%.
- على الرغم من أن أكبر المعلنين يشغلون كوبري أكتوبر وطريق الدائري، إلا أن شرق القاهرة و6 أكتوبر والشيخ زايد يقدمان تنوعاً أكبر للعلامات التجارية بسبب انتشار الإعلانات الأصغر حجماً.
- تحظى القاهرة المركزية وشرق القاهرة والقاهرة الجديدة بأقل درجات الازدحام البصري، مما يشير إلى إمكانية الوصول إلى جمهور أكبر.

أدى دمج AdMazad، للتقنيات الرقمية في مجال إعلانات الطرق (Out Of Home) إلى السوق بشكل كبير في مصر، مما يتيح للعلامات التجارية تصميم إعلاناتها على الطرق وفقاً للجماهير المستهدفة، وتوسيع نطاقها الجغرافي، وزيادة الصلة والتأثير.

عن AdMazad

تأسست AdMazad في عام 2015 لتصبح مقدم حلول في قطاع الإعلانات الخارجية. تقوم الشركة بمساعدة المعلنين على تعزيز خلق القيمة في حملات الإعلانات الخارجية الخاصة بهم من خلال استخدام البيانات والأدوات التحليلية والقياسية الخاصة التي تسمح للمعلنين بتخطيط أفضل من خلال قياس أداء الإعلانات وترشيد التكلفة. كما طورت AdMazad أول محرك بحث على الإنترنت في مصر للوحات الإعلانية وتشمل الخدمات المبيعات الإعلامية المباشرة وعمليات تدقيق الطرف الثالث.

للاستفسارات الإعلامية، برجاء التواصل مع:

آية مصطفى

+2 01014916408

aya.mostafa@publicistinc.com