



## تقرير AdMazad السنوي: الإنفاق على الإعلانات الخارجية في مصر يبلغ 6.3 مليار جنيه مصري في 2024، بنمو 53%

27 يناير، 2025

القاهرة، مصر

أصدرت اليوم شركة AdMazad، الشركة الرائدة في تطوير AdMetrics، أداة قياس وتحليل أداء إعلانات الطرق في مصر، تقريرها السنوي الخامس عن السوق. ويكشف التقرير عن نمو كبير بنسبة 53% في سوق إعلانات الطرق المصرية خلال عام 2024، حيث بلغ الإنفاق 6.3 مليارات جنيه مصري، مقابل 4.2 مليار جنيه مصري في عام 2023. وتستند هذه النتائج إلى عمليات تدقيق شاملة لأكثر من ٥٠ ألف لوحة إعلانية في القاهرة الكبرى، والإسكندرية، والدقهلية، والغربية، والساحل الشمالي.

ويرجع هذا النمو الكبير في السوق إلى زيادة الطلب على مساحات إعلانات الطرق وتطور سلوك المستهلك، مثل تزايد التوجه إلى المحتوى الجذاب بصرياً، حيث ارتفع عدد العلامات التجارية التي تستخدم إعلانات الطرق من 1397 إلى 1718، مع دخول ما يقرب من 25% من العلامات التجارية الجديدة. علاوة على ذلك، أدت مضاعفة مساحة إعلانات الطرق الرقمية (DOOH) في 2023 و 2024 إلى تعزيز هذا النمو، حيث أتاحت إمكانية تنفيذ حملات أكثر استهدافاً وديناميكية وقابلة للقياس، مما أدى في النهاية إلى تعزيز مدى انتشار الحملة وفعاليتها.

من جانبه، صرح عاصم ميمن، الشريك المؤسس والعضو المنتدب لشركة AdMazad بأن التقرير يسلط الضوء على التأثير الجوهري للبيانات على سوق إعلانات الطرق حيث يؤكد معدل الاستخدام الملحوظ البالغ 84% على أهمية المنصات مثل AdMetrics. ومن خلال توفير بيانات دقيقة وقابلة للتنفيذ، فإننا نمكّن الصناعة من التطور والوصول إلى إمكاناتها الكاملة."

كما علّقت رانيا القست، مديرة التسويق في ماونتن فيو، مؤكدة على أهمية المقاييس المستندة إلى البيانات في إعلانات الطرق. "على الرغم من صعود الوسائل الرقمية، لا تزال إعلانات الطرق جزءاً لا يتجزأ من استراتيجيتنا التسويقية. ومع ذلك، فإن النمو السريع لإعلانات الطرق في مصر أدى إلى زيادة الازدحام البصري، مما يجعل من الصعب على العلامات التجارية التميز. لذا فإن الوصول إلى البيانات والرؤى الموثوقة أمر بالغ الأهمية لمواكبة هذه البيئة المتطورة. لقد وجدنا أن استخدام الأساليب القائمة على البيانات، مثل تلك التي تقدمها AdMazad، ضروري لتحديد مواقع اللوحات الإعلانية الأكثر تأثيراً وتحسين حملاتنا الإعلانية في الطرق لتحقيق أقصى قدر من الرؤية والتفاعل."

مقاييس رئيسة واردة في التقرير تشير إلى نضج سوق إعلانات الطرق في مصر:

- شهد قطاع العقارات زيادة ملحوظة بنسبة 85%، واستحوذ على حصة سوقية بلغت 60%.
- شهدت الإعلانات في قطاع الصحة زيادة بنسبة 40% في عدد المعلنين.
- شهد قطاع السيارات أيضاً انتعاشاً قوياً، حيث ارتفع عدد المعلنين بنسبة 43% والإنفاق بنسبة 155%.
- شهدت الأجهزة المنزلية نمواً كبيراً بنسبة 243% في الإنفاق وزيادة بنسبة 36% في عدد المعلنين.
- تُظهر معدلات الاستخدام المرتفعة في مناطق مثل الطريق الدائري (94%) و 6 أكتوبر (91%) والشيخ زايد (91%) تأثير النمو العمراني مع ارتفاع الطلب على الإعلانات الخارجية في هذه المناطق المزدهرة مرونياً.
- أظهرت مناطق مثل غرب وجنوب القاهرة (المهندسين، العجوزة، الدقي، المعادي) تراجعاً في الأداء، في إشارة واضحة إلى التحول المستمر للسكان والأسواق نحو أطراف القاهرة الكبرى.



- بلغ إجمالي مرات عرض الإعلانات 154.2 مليار مرة، بزيادة قدرها 12.5 مليار مرة عن رقم 141.7 مليار في عام 2023

من المتوقع أن تشهد سوق الإعلانات الخارجية في مصر نموًا مستمرًا، مدفوعًا بعوامل مثل التوسع العمراني وتطور سلوك المستهلك. تمكن AdMazad كبار الشركات العاملة في هذه الصناعة من خلال تزويدهم بالبيانات والرؤى اللازمة لاتخاذ قرارات حكيمة من خلال منصة AdMetrics المبتكرة. كذلك، فمن خلال الاستفادة من هذه الرؤى، يمكن للمعلنين تحسين الحملات وتحديد الاتجاهات الناشئة وزيادة عائد الاستثمار إلى أقصى حد، مما يضمن النمو المستدام وتطوير هذا القطاع الديناميكي.

[يمكنكم الاطلاع على التقرير الكامل هنا](#)

#### نبذة عن AdMazad

تأسست AdMazad في عام 2015 لتصبح من خلال AdMetrics مقدم للحلول القائمة على البيانات في قطاع الإعلانات الخارجية. تقوم الشركة بمساعدة المعلنين على تعزيز القيمة المضافة 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 موقع AdMazad.com وهو، أول محرك بحث على الإنترنت في مصر خاص باللوحات الإعلانية وتشمل الخدمات التي تقدمها الشركة أيضًا المبيعات الإعلامية المباشرة.

للاستفسارات الإعلامية، برجاء التواصل مع:  
آية مصطفى

+2 01014916408

aya.mostafa@publicistinc.com