

تقرير AdMazad السنوي: الإنفاق على الإعلانات الخارجية في مصر يبلغ 6.3 مليار جنيه مصرى 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 مصرى، مقابل 4.2 مليار جنيه مصرى في عام 2023. وتستند هذه النتائج إلى عمليات تدقيق شاملة لأكثر من 50 ألف لوحة إعلانية في القاهرة الكبرى، والإسكندرية، والدقهلية، والغربي، والساحل الشمالي.

ويرجع هذا النمو الكبير في السوق إلى زيادة الطلب على مساحات إعلانات الطرق وتطور سلوك المستهلك، مثل تزايد التوجه إلى المحتوى الجذاب بصرىً، 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 وдинاميكية وقابلة للقياس، مما أدى في النهاية إلى تعزيز مدى انتشار الحملة وفعاليتها.

من جانبه، صرّح عاصم ميمين، الشريك المؤسس والعضو المنتدب لشركة AdMazad بأن التقرير يسلط الضوء على التأثير الجوهري للبيانات على سوق إعلانات الطرق حيث يؤكد معدل الاستخدام الملاحظ 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، مدير 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 استراتيجية التسويقية. ومع ذلك، فإن النمو السريع لإعلانات الطرق في مصر أدى إلى زيادة الازدحام البصري، مما يجعل من الصعب على العلامات التجارية التمييز. لذا فإن الوصول إلى البيانات والرؤى الموثوقة أمر بالغ الأهمية لمواكبة هذه البيئة المتغيرة. لقد وجدنا أن استخدام الأساليب القائمة على البيانات، مثل تلك التي تقدمها AdMazad، ضروري لتحديد موقع 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%， واستحواذ 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% وإنفاق بنسبة 155%.
- شهدت الأجهزة المنزلية نمواً كبيراً بنسبة 243% في الإنفاق وزيادة بنسبة 36% في عدد المعلنين.
- ظهرت معدلات الاستخدام المرتفعة في مناطق مثل الطريق الدائري (94%) و 6 أكتوبر (91%) والشيخ زايد (91%).
- تأثير النمو العمراني مع ارتفاع الطلب على إعلانات الخارجية في هذه المناطق المزدحمة مرورياً.
- أظهرت مناطق مثل غرب وجنوب القاهرة (المهندسين، العجوزة، الدقى، المعادى) 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 نمواً مستمراً، مدفوعاً بعوامل مثل التوسع العمراني وتطور سلوك المستهلك. تتمكن كبار الشركات العاملة في هذه الصناعة من خلال تزويدهم بالبيانات والرؤى الازمة 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 динاميки.

[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 بتحطيط أفضل من خلال قياس أداء الإعلانات وترشيد التكلفة. كما طورت AdMazad.com موقع AdMazad.com وهو، أول محرك بحث على الإنترنت في مصر خاص باللوحات الإعلانية وتشمل الخدمات التي تقدمها الشركة أيضاً المبيعات الإعلامية المباشرة.

للاستفسارات الإعلامية، برجاء التواصل مع:

آية مصطفى

+2 01014916408

aya.mustafa@publicistinc.com