

تقرير AdMazad: 12.7 مليارات جنيه حجم الإنفاق على إعلانات الطرق في مصر خلال 2025.. و"تحالف المصنعين والممولين" يقود نمو السوق الإعلاني

القاهرة، مصر 10 — فبراير 2026 — قفز إجمالي الإنفاق على الإعلانات الخارجية في مصر بنسبة 60% خلال عام 2025 ليصل إلى 12.7 مليار جنيه، وفقاً للتقرير السنوي السادس لشركة AdMazad حول حالة سوق الإعلانات الخارجية. وكشفت نتائج أداة "AdMetrics" — المنصة الرائدة في قياس وتحليل أداء الإعلانات الخارجية في مصر عن تحول ملحوظ في صدارة السوق من الهيئة العقارية نحو ما يعرف بـ "اقتصاد العلامات التجارية"، مدفوعاً بشراكة استراتيجية بين كبار المصنعين وقطاع الخدمات المالية.

وسجل استثمار قطاع الخدمات المالية في الإعلانات الخارجية نمواً بنسبة 67% حيث تحولت البنوك وشركات التكنولوجيا المالية في رسائلها التسويقية من التركيز على الصورة المؤسسية إلى الترويج لفرص الائتمان وتسهيلات السداد للمستهلكين. وقد ساهم هذا التوجه في تمكين المصنعين من الحفاظ على تدفق مبيعاتهم، عبر التركيز على "سهولة الدفع".

ويعكس هذا الاتجاه تنوعاً كبيراً في قاعدة رأس المال داخل السوق؛ فبينما لا يزال القطاع العقاري قرة مهيمنة، فإن تنامي التكامل الاستراتيجي بين مصنعي السلع عالية القيمة خاصة في قطاعات السيارات، والإلكترونيات، والأجهزة المنزلية وقطاع الخدمات المالية، يسهم في بناء منظومة إعلانية أكثر توازناً ومرنة.

وفي هذا السياق، مئلت العلامات التجارية الجديدة 41% من إجمالي الكيانات النشطة في 2025، حيث دخلت أكثر من 700 علامة تجارية سوق الإعلانات الخارجية لأول مرة، سعياً لترسيخ الحضور المادي الضروري لبناء الثقة في اقتصاد بات يعتمد بشكل متزايد على الائتمان.

في هذا الإطار، صرخ عاصم ميمن، المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة AdMazad: "رصدنا مؤشرات على هدوء وتيرة النمو في الربع الأخير من عام 2025، مع بدء استقرار الإنفاق العقاري بل وتراجعه في مناطق جغرافية معينة". وأضاف: "هذا التراجع يكشف عن مفهوم 'فجوة الاستدامة'؛ فبينما استوعب المطورون العقاريون تاريخياً أسعاراً مرتفعة للإعلانات، يعمل 'اقتصاد العلامات التجارية' وفق معايير أكثر صرامة للعائد على الاستثمار".

وأضاف: "إذا شهد القطاع العقاري تباطؤاً، فمن المتوقع أن تواجه أسعار الإعلانات الخارجية انخفاضاً قوياً، بهدف التكيف مع انخفاض معدلات الإشغال وضمان توافق الأسعار مستقبلاً مع بيانات الأداء وتكليف توسيع قاعدة العملاء".

وتعليقًا على التحول نحو النمو المدفوع بالخدمات المالية، أشار أحمد المندوه، رئيس قطاع التسويق في شركة Lime للتمويل الاستهلاكي: "اعتمدنا بشكل استراتيجي على الإعلانات الخارجية كجزء محوري من حملاتنا التسويقية لكونها تندمج في الروتين اليومي للمستهلك، مما يعزز حضور العلامة التجارية بطريقة لا يمكن تجاوزها كما هو الحال في الوسائل الرقمية. ومن خلال استغلال إعلانات وسائل النقل والمساحات الإعلانية في المناطق الحيوية، نجحنا في التواصل المباشر مع الجمهور لتعزيز الوعي المالي، حيث يعد هذا التواجد المادي ضرورياً لتحفيز القرارات المالية الذكية في البيانات اليومية للمستهلك".

وفي تحول جوهري آخر، شهد عدد شاشات الإعلانات الرقمية الخارجية زيادة بنسبة 50% في 2025. وسلط هذا التوسيع الضوء على القدرة العالمية لهذه الأداة على تحقيق الإيرادات، حيث باتت 5% فقط من إجمالي المساحات الإعلانية تستحوذ على 19% من إجمالي الإنفاق في السوق. ومع ذلك، أشار التقرير إلى أن هذا القطاع يقترب من مرحلة النضج، حيث سيعتمد النمو المستقبلي على التحول من العرض التتابعى الثابت إلى نماذج تشغيل أكثر ذكاءً تعتمد على البيانات والخوارزميات لرفع الكفاءة.

أبرز مؤشرات السوق (2025):

- إجمالي الإنفاق السوقي: 12.7 مليار جنيه (بنمو سنوي 60%).
- القطاعات الأكثر نمواً: السيارات (+180%)، البنوك والتكنولوجيا المالية (+67%) والسلع الاستهلاكية سريعة الدوران (+40%).
- الاعتماد على العقارات: حقق القطاع نمواً بنسبة 72% في الإنفاق، لكنه يستحوذ على 81% من المساحات الإعلانية في المدن العمرانية الجديدة مثل القاهرة الجديدة والشيخ زايد.
- كفاءة الإعلانات الرقمية: حققت المحفظة الرقمية إيرادات تعادل 4 أضعاف حجمها مقارنة بالمساحات المادية (19% من الإيرادات مقابل 5% من المساحات).

- **المعلنون الجدد: دخول أكثر من 700 علامة تجارية جديدة لسوق الإعلانات الخارجية في 2025.**

اعتمد التقرير على قاعدة بيانات ضخمة شملت فحص أكثر من 60 ألف لوحة إعلانية مادية عبر منصة "AdMetrics" التابعة لشركة AdMazad. وشمل التحليل مناطق القاهرة الكبرى، والإسكندرية، والساحل الشمالي، والدلتا، مع تتبع معدلات الإشغال، والإنفاق، وتوزيع الأصول الإعلانية طوال العام الميلادي 2025.

للمزيد من المعلومات أو للاطلاع على التقرير الكامل، يرجى زيارة [\[الرابط\]](#).

نبذة عن AdMazad

تأسست AdMazad عام 2015، وهي الشركة الرائدة في مجال تكنولوجيا الإعلانات في مصر، والمتقدمة لمنصة "AdMetrics" التي تعد الأداة الرئيسية لقياس أداء الإعلانات الخارجية في البلاد. ومن خلال تتبع أكثر من 6,000 لوحة إعلانية وما يزيد عن 10,000 علامة تجارية في مصر، يوفر النهج القائم على البيانات الذي تتبعه AdMazad لمديري التسويق، الرؤى اللازمة لتحويل اللوحات الإعلانية إلى نقاط بيانات قابلة للقياس، مما يضمن تعظيم العوائد وتحسين الإنفاق الإعلاني.