

تقرير AdMazad السنوي: إجمالي الإنفاق على إعلانات الطرق خلال 2022 بلغ 3.1 مليار جنيه

قطاع التكنولوجيا المالية الأكثر نمواً بـ 70%.. والسيارات الأكثر انخفاضاً بـ 65% تليها الجمعيات الخيرية بـ 45%

29 يناير، 2023

القاهرة، مصر

أعلنت شركة 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 القيمة الإيجارية لإعلانات الطرق خلال عام 2022 بلغت قيمتها 3.1 مليار جنيه، بزيادة 6.5% عن قيمتها عام 2021. وأكدت الشركة أن هذه البيانات خضعت إلى ما يزيد عن 35000 عملية تدقيق على لوحات الإعلانات في القاهرة الكبرى والإسكندرية خلال عام 2022.

ورغم التحديات الاقتصادية المختلفة العام الماضي، إلا أن التقرير أشار إلى تحسن أداء سوق إعلانات (Out of Home) بشكل جيد نسبياً. ورصد التقرير نسبة النمو والانخفاض في الإنفاق على تأجير اللوحات الإعلانية في القطاعات المختلفة، حيث تصدر قطاع التكنولوجيا المالية، قائمة القطاعات التي شهدت نمواً خلال عام 2022 مقارنة بعام 2021 حيث ارتفع بنسبة 70%، وجاء قطاع الحلويات والشوكولاتة والبسكويت في المركز الثاني بزيادة بنسبة 65%. كما شهد قطاع العقارات الذي يمثل الحصة الأكبر من إجمالي القيمة السوقية نمواً إيجابياً في جميع قطاعاته المختلفة بما في ذلك المنازل والشاليهات بالمدن الساحلية المستخدمة في الصيف والشتاء والتي زادت إعلاناتها بنسبة 62%. والعقارات السكنية بزيادة قدرها 14%. أما قطاع الوجبات السريعة فزاد بنسبة 61%، وقطاع التجارة الإلكترونية بنسبة 46%، وقطاع الاتصالات بنسبة 44%.

أما عن القطاعات التي شهدت انخفاضاً في الإنفاق على إعلانات الطرق خلال 2022 - حسب التقرير - فتصدرها قطاع السيارات الذي انخفض بنسبة 63% عن العام السابق، ثم قطاع التبرعات والأعمال الخيرية بنسبة 45%، وقطاع الإلكترونيات الاستهلاكية بنسبة 26%، والتعليم بنسبة 6%.

وأشار التقرير إلى أن إجمالي عدد المعلنين المستخدمين لإعلانات الطرق في التسويق العام الماضي بلغ 1,016 معلناً بزيادة 5.6% عن العام السابق، فيما بلغ عدد العلامات التجارية 1,322 علامة بزيادة 4.9% مقارنة بعام 2021. وشمل التقرير قائمة تضم أكثر 40 معلن إنفاقاً خلال 2022.

ورصد التقرير عدداً من المؤشرات الرئيسية الأخرى، منها انخفاض معدل إشغال لوحات إعلانات الطرق خلال عام 2022 بنسبة 5.6% مقارنة بالعام السابق، فيما زاد عدد مرات الظهور impressions على لوحات الإعلانات بنسبة 27.8% ليصل إلى 142.3 مليار مرة، كما انخفض متوسط التكلفة لكل 1000 ظهور بنسبة 6.3% مقارنة بالعام السابق ليصل إلى 22 جنيهاً مصرياً، وسجلت منطقة كوبري أكتوبر أعلى متوسط للتكلفة مقابل الألف ظهور impressions بقيمة قدرها 49.3 جنيه، فيما سجلت منطقة غرب القاهرة أعلى معدل زمن المرور أمام الإعلان الواحد بـ 29 ثانية خلال ساعات الذروة المرورية.

ويتضمن التقرير خريطة حرارية لأكثر المناطق والأماكن استخداماً لإعلانات الطرق، وحصة كل منطقة من الإعلانات وكذلك حصص المناطق بتفصيل أكبر حسب تقسيماتها المختلفة. وجاءت في المقدمة منطقة كوبري أكتوبر بحصة 21% ثم أكتوبر والشيخ زايد بنسبة 20% ثم شرق القاهرة بـ 14% والطريق الدائري بـ 11% والمحور بـ 10% والقاهرة الجديدة بـ 9%، فيما بلغت الإسكندرية 4% وغرب القاهرة (الدقي والمهندسين) 3% وجنوب القاهرة (الكورنيش والمعادي) 3%. كما يرصد التقرير أيضاً مؤشر قياس مهم يضم قائمة 10 ماركات تستخدم إعلانات الطرق بكل منطقة من المناطق السابقة.

من جانبه، قال عاصم ميمى، الشريك المؤسس والعضو المنتدب في AdMazad: "من المتوقع أن يواكب سوق الإعلانات

الخارجية معدل نموه في المستقبل في ظل البيئة الاقتصادية الحالية. مع وضع ذلك في الاعتبار، نظل متفائلين بحذر بشأن التوقعات العامة. من المتوقع أن تستمر القطاعات الخدمية في زيادة الاستثمارات في إعلانات الطرق هذا العام. مع ذلك، من غير المرجح أن تبدأ القطاعات المعتمدة على الاستيراد مثل السيارات والالكترونيات في الانتعاش قبل شهر يوليو المقبل. من حيث الاتجاهات العامة لسوق اعلانات الطرق، نحن نتوقع زيادة عدد الشاشات الرقمية المنتشرة في جميع أنحاء القاهرة الكبرى".

وقال عمرو المسدي، المدير التجاري في شركة AdMazad: "تمكّن بيانات AdMetrics المعلنين من اتخاذ قرارات مستنيرة - وهي ميزة لا يمكنني وصفها إلا بأنها ضرورية" في ظل الضغوطات التي يواجهها المعلنون. حيث تمكّن أدواتنا المعلنين من التحقق من جودة وفعالية الخطط الاعلانية قبل تنفيذها. يمكنك بعد ذلك تتبعها بفاعلية بعد الإطلاق، وقياس الأداء في النهاية مقارنة بالحملات السابقة ومعايير الجودة الأخرى."

AdMazad عن

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 الاعلانية وتشمل الخدمات المبيعات الإعلامية المباشرة وعمليات تدقيق الطرف الثالث.

للاستفسارات الإعلامية، برجاء التواصل مع:

آية مصطفى

01014916408 2+

aya.mostafa@publicistinc.com