

يقال عن كرة القدم إنها "أكثر من رياضة". وإذا كان الهدف من هذه المقولة تسليط الضوء على الجوانب الإنسانية والآثار الاجتماعية لكرة القدم، إلا أنها، منذ سنوات، أصبحت تفيد للدلالة على مدى تحولها من مجرد رياضة إلى تجارة. وإذا كانت كرة القدم تعرف بلعبة الفقراء، فالأكيد أن اللعب ترك لهم، فيما المكاسب المادية الضخمة تذهب للعديد من الشركات والشخصيات. وفي هذا السياق، تعد بطولة كأس العالم منجم ذهب للشركات والمؤسسات الإعلانية التي تتسابق على ركل عقل ومشاعر المشاهدين بشتى الإعلانات وحملات التسويق بهدف تقريش حماسهم الكروية وتسجيل أهداف في جيوبهم ومحافظهم المالية.



ماذا يفعل كأس العالم بقطاع الإعلان؟

مليار دولار زيادة في الإنفاق
على الإعلانات

2,4

نمواً في سوق الإعلانات
على مستوى العالم

10%

من المشاهدين المحتملين سيكونون نائمين
ما سيزيد من أهمية وسائل التواصل
الاجتماعي كمنصة لمتابعة المباريات

40%

مليون دولار زيادة
في سوق الإعلانات
في أميركا



ازدياد عدد متابعي المواقع الإخبارية
والرياضية سيرفع من حجم
الإنفاق في الإعلانات على هذه المواقع



مليون دولار إنفاقاً إعلانياً
إضافياً في الصين



ستبيع الصحف المزيد من الأعداد،
ما سيزيد من حجم الإعلانات فيها



مليون دولار إنفاقاً إعلانياً
إضافياً في روسيا،
2,1% من حجم نفقات السوق

