

39 شركة ترعى أنديةنا

تراجع كبير تشهده عقود الرعاية التي تبرم بين أندية دوري الخليج العربي والشركات الوجودية بالدولة، حيث تبلغ جملة عدد الرعاة 39 شركة راعية على مستوى الفرق الأول لدوري المحترفين، وهو رقم متخجل، حيث شهدت الواسم السابقة وصول الشركات الراحية إلى ما يزيد على 60 شركة.

الأندية:	عدد الرعاة:
14	39
الأندية الأعلى رعاية:	

 الجزيرة: عدد الرعاة: 8	 العين: عدد الرعاة: 7	 الوصل: عدد الرعاة: 6
هيتل بوينت مزارع العين جاكوار لاندر وهر دولفين للطلاقة قصر الإمارات بارك روثانا أندوك	بنك أبوظبي الأول القدرة القابضة تايب نيو بلاس فايما 20 روجيه دوپوي BAUERFEIND	إعمار الهيئة للتأمين ماريوت الجدايف مياه الفوعة روجيه دوپوي وصل للعلقات

 شباب الأهلي: عدد الرعاة: 4	 الشارقة: عدد الرعاة: 3	 النصر: عدد الرعاة: 3
مدينة محمد بن راشد آل مكتوم بنك دبي التجاري هاي دبي سن أند ساند ستريتس	ساريف تون مصرف الشارقة تامبوسال باينت الإسلامي مجموعة الرستماني	مستشفى الزهراء عبدالله العبد بنك الإمارات الإسلامي مجموعة الرستماني

 اتحاد كلباء: عدد الرعاة: 2	 بني ياس: عدد الرعاة: 2	 الفجيرة: عدد الرعاة: 2
كاتيكس للبرويت أوبولو للإطارات	مواصلات الإمارات	غرفة التجارة والصناعة بالفجيرة

 الظفرة: عدد الرعاة: 1	 عمان: عدد الرعاة: 1
أندوك	مصرف عمحان

 خورفكان عدد الرعاة: 0	 حنا عدد الرعاة: 0	 الوعدة: عدد الرعاة: 0

إعداد: عزالدین جادالله - عرافيك: محمد أبوعميدة **البيكان**

الملف

إعداد: عزالدین جادالله

الشركات ورعاية الأندية شراكة ناقصة

تواضع المستوى الفني وغياب الجماهير وراء هروب الرعاة

حققت كرة القدم العالمية مكاسب وأرباحاً هائلة فدرت بملايين الدولارات في زمن الاحتراف، جراء الشهرة التي جنحتها كيريات الأندية العالمية، حيث تجاوزت عقود الرعاية لقمصان أندية دوري الإنجليزي 300 مليون جنيه استرليني، بينما بلغت قيمة رعاية 3 أندية في الدوري الإسباني 69 مليون يورو، وأصبحت لعبة كرة القدم إحدى الطرق المهمة لتحقيق الأرباح، وإحدى أهم السلع المطلوبة والرابحة التي تلهث وراءها الشركات بغية وضع شعار أو لافتة هنا أو هناك، نظراً للشعبية الكبيرة التي تحظى بها اللعبة من محبين ومحبين حول العالم، ويحكم الطرفين، النادي والشركة الراعية، منطق المنفعة المشتركة، حيث يجني النادي الأرباح التي يتفقها على معسكرات وتدريبات الفريق، بينما تحقق الشركات الراحية لعاملتها التجارية الشهرة والانتشار.

أحمد حماد: شركاتنا ترعى أندية خارجية بسبب ضعف كرتنا

سلطان حارب: الرعاية الطريق الوحيد لتطوير كرة الإمارات

من ناحيته، أكد أحمد خليفة حماد المدير التنفيذي السابق لنادي شباب الأهلي، أن المنتج الموجود لدينا وهو كرة القدم ليس بالجودة التي تجعل الشركات والرعاة يتسابقون عليه، بل دليل أن الشركات الإماراتية الكبرى لها عقود ورعايات كبرى في الأندية السعودية والأوروبية، وذلك لأن كرة القدم السعودية أكثر جاذبية وقوة ومتابعة في منطقتنا، والشركات تحت عن النادي القوي.

وقال: قوة الفريق ونتائجه وعراقة النادي وقاعدته الجماهيرية والحضور الجماهيري كل هذه أمور تهم الشركات الراحية وهي مفقودة في أنديةنا، كما أن الشركات تنظر للمردود الذي ستحصل عليه مقابل ما ستقوم بدفعه، وهذا مطلب طبيعي وحق مشروع، فالمسمى الصحيح للعلاقة بين الأندية والشركات هو «الشراكة» وليس الرعاية لأن العقود مبنية على تبادل المنفعة. وأضاف: نفتقد الأندية للأفكار المبتكرة بخلق فوائد تجارية وإعلامية للأندية تعادل قيمة المبالغ التي تدفعها الشركات للأندية مقابل الرعاية، كما أن الأحداث الرياضية

بالأرقام

كان عدد الشركات الراحية للأندية سابقاً يقدر بـ 60، ثم بدأت الرعاية في التراجع، حيث رفضت بعض الشركات تجديد عقودها مع الأندية، بينما فشل البعض الآخر في جلب رعاة جدد ينضمون لقائمة الفرق، ليسيقر في حدود 39 شركة فقط، في تراجع محير للشركات الراحية.سابقاً كان عدد رعاة نادي الجزيرة مثلا 15، تلاه العين بـ 8 شركات وشباب الأهلي بـ 6 شركات وبنني ياس والشارقة والوعدة بـ 4 شركات، والوصل «3 شركات» والإمارات والنصر برأع واحد.

علي البدواوي:

حنا يبحث عن رعاة منذ 4 سنوات



علي البدواوي

أكد علي عبد الله البدواوي، المدير التنفيذي لنادي حنا، أن ناديه منذ 4 سنوات، وهو يحاول أن يجلب رعاة للفرق الأول لكرة القدم، أو لنادي بشكل عام، لكن دون جدوى. وقال: لقد ذهبت شخصياً إلى 40 شركة، وسوف لكل ألعاب النادي، لكن في النهاية، فإن الرعاية تعتمد على المعارف والعلاقات الشخصية في المقام الأول، ثم النتائج الإيجابية للفرق، تأتي في المرتبة الثانية. وأضاف: منذ مواسم طويلة، ونحن نرى الرعاية غالبية عن كثير من الأندية، باستثناء الأندية الكبرى، التي تحظى برعاة، في حين أن الشركات تعزف وتختلج عن الأندية التي تحتاج إلى رعاية ودعم، بالرغم من العروض الكبيرة التي تقدمها للشركات الراحية، مقارنة بالأندية الكبرى، فنحن على سبيل المثال، قد نتنازل



أحمد خليفة حماد

سلطان حارب

ننظر فحسب للمباريات ولا ننظر لتسويق اللاعبين أو المنتجات ولا نجد متجرأ احترافياً في أي نادٍ من الأندية الآن، وكل هذه مداخليل للأندية. وأضاف حماد: تعتمد 99% من عقود الرعاية على العلاقات الشخصية، ولا نجد بالأندية من ينمي جانب الشركات مع الشركات، وربط العلامة التجارية بالنادي وبالشركات، ولا نجد تقييماً للعلامة التجارية للأندية أسوة بالشركات، ولا بد من أن نبنى الرعاية على أسس سليمة، ولا ننسى أن الأحداث الاقتصادية العالمية تؤثر في تلك الشركات.

كرة الإمارات

من جهته، أكد سلطان حارب الفلاحي عضو مجلس إدارة نادي الوصل السابق، أن رعاية الشركات للأندية وتابع الفلاحي: تقدم الشركات الرعاية للأندية من باب المسؤولية المجتمعية أو لتحقيق الاستفادة المادية، والمنظومة كلها خطأ، مشيراً إلى أنه ليس يمتلك مكنياً للتسويق ولا يحققون أي استفادة من دوري الخليج العربي ومسابقة الكأس، والمفروض أن الاتحاد هو أهم جهة تحقق للأندية هذا الدعم.

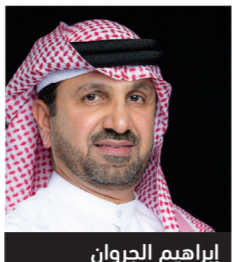
72

بلغت عقود الأندية السعودية المختلفة في الموسم الماضي لدوري كأس الأمير محمد بن سلمان للمحترفين الاستثنائي، 72 عقد رعاية وتسويق، ودخول أكثر من 57 شركة رعاية الأندية والمسابقات الرياضية، والتي عززت الحراك الرياضي، ووصلت بالدوري السعودي إلى ثاني أفضل دوري أسبوعي وحظيت أندية النصر والهلال والأهلي والاتحاد برعايات وعقود استثمارية ضخمة، لتنفيذ الخطط التسويقية التي تسهم في إحداث هيكله استثمارية تحاكي الأندية العالمية، وتعزز قيمة الأندية كوجهة استثمارية جاذبية.

إبراهيم الجروان:

7 شركات فقط للألعاب الشارقة الرياضي

الشارقة - البيان الرياضي



إبراهيم الجروان

أكد إبراهيم محمد راشد الجروان عضو مجلس إدارة نادي الشارقة الرياضي رئيس شركة الاستثمار والتسويق والشركات التي ترعى الفريق الأول لكرة القدم والفرق الأول لكرة اليد، يبلغ إجماليها 7 جهات راعية. وأضاف عضو مجلس إدارة نادي الشارقة الرياضي: هناك إقبال من قبل الشركات لرعاية الفرق الرياضية وإبرام الصفقات مع الأندية، وهناك الكثير من الشركات ترغب الدخول إلى هذا المجال، لكن تتأثر بحركة السوق العالمي، والتي تعتبر من تحديات مجال الرعاية والتسويق، وواصل: رغم التحديات التي تواجهنا، لافتاً إلى أن الإقبال على الإعلانات أفضل من المواسم السابقة، حيث زادت نسبة الرعاية والإعلانات. وأكد رئيس شركة الاستثمار والتسويق بنادي الشارقة، أن الرعاية ليس شرطاً فيها وضع شعارات الشركات الراحية على قمصان اللاعبين فقط، لكن

عبد الله سالم: الاستقطاب الجماهيري أولى الخطوات

أكد عبد الله سالم المدير التنفيذي بشركة كرة القدم بنادي الوحدة أن الإقبال على رعاية الشركات للأندية ضعيف وفي تراجع، وهذه نتيجة طبيعية لضعف الجانب الاستثماري بالأندية.

وأضاف أن: الشركات الراحية تحتاج إلى أرض خصبة لاستثماراتها وتعطي مقابلاً لهذه الشركات الراحية التي لا تجد المردود المحفز لأن تبرم عقود رعاية لناد ما أو لفرق معين، لأن العلاقة بين الطرفين هي علاقة شراكة

وقائمة على تبادل المنفعة. وواصل: على الأندية أن تقدم الحوافز للشركات الراحية، لافتاً إلى أن الاستقطاب الجماهيري إحدى ركائز منظومة الاستثمار وهذه أول خطوة في الاستثمار بالأندية، ولعل غياب جماهير الأندية وعزوفها عن مؤازرة فريقها في المدرجات يعد سبباً رئيسياً وراء تراجع الرعاة والتي يكون لديها الحق لا سيما في ضعف الإقبال الجماهيري، أحد الروافد لميزانيات الأندية، مشيراً إلى أن العلاج يتمثل في اهتمام شركات الاستثمار بشركات الرعاية وجذبهم واستقطاب الجمهور والخدمات المقدمة للراحة.وختم المدير التنفيذي بشركة كرة القدم بنادي الوحدة تصريحته قائلاً: في نادي الوحدة لا نقلب أي رعاية بل لا بد أن تلبى طموح الفريق والنادي، وليس بمجرد وضع الشعار على قميص اللاعبين أو للوحاية، بل المهم تحقيق المنفعة للفرق.

عقود رعاية بأرقام فلكية في الأندية الأوروبية

تحصل الأندية الأوروبية على عقود رعاية بأرقام فلكية، فعلى سبيل المثال، في الدوري الإنجليزي أعلنت شركة أدياس عن رعايتها لقميص أرسنال، وذلك بداية من موسم 2019-2020، في عقد قيمته حتى موسمي 2023-2024، بعد نهاية التعاقد السابق مع شركة بوما، والذي استغرق خمس سنوات، وتحديداً منذ موسم 2014 وحتى 2019.

كما قاموا بتصنيع قمصان فريق مانشستر يونايتد، النادي الإنجليزي العريق، بدايةً من موسم 2015-2016، في عقد مدته 10 سنوات، مقابل 750 مليون جنيه إسترليني، بعد نهاية التعاقدات القديمة مع شركتي إمبرو ونايكي، التي كسرت الرقم القياسي، ودفعت 302.9 مليون جنيه إسترليني، من أجل وجود علامتها التجارية على قميص مانشستر يونايتد، منذ 2002 وحتى 2015.

وشهد شهر يونيو من عام 2017، الإعلان عن تعاقد نادي توتنهام مع شركة نايكي، من أجل أن تكون الراعي الرسمي لقميص الفريق، وذلك بعد خمس سنوات مع شركة «أندر أرمور»، واتفق الطرفان على عقد بقيمة 30 مليون جنيه إسترليني في العام، وذلك حتى 2033. تعتبر شركة نايكي، هي الراعي الرسمي أيضاً لفرق تشيلسي، منذ عام 2017، بعد أن أعلنت منافستها أدياس، أنها ستنتهي رعايتها للبلوز، التي دامت لست سنوات، في أوائل شهر يونيو من نفس العام، وتبلغ قيمة الصفقة مع فريق غرب لندن، 900 مليون جنيه إسترليني، وذلك حتى عام 2032.

توصيات البيكان

01 ضرورة وجود متخصصين في التسويق الرياضي

02 عدم قصر التسويق على المباريات وهذه ليشمل اللاعبين والمنتجات

03 ابتكار طرق جديدة لترغيب الشركات في إبرام عقود الرعاية

04 تحفيز الجمهور لحضور المباريات ووضع الخطط اللازمة لذلك

05 إنشاء لجنة متخصصة في التسويق الرياضي في اتحاد الكرة

06 العلاقات الشخصية لا تكفي ولا بد من وضع الخطط المدروسة