

رؤية مستقبلية لتطوير

الرياضة العربية

د. حماده عيد العنتبلي





الرياضة لها القدرة على تغيير العالم ، ولديها القدرة
على الإلهام ، لديها القدرة على توحيد الناس بطريقة
لا يفعلها سوى القليل، فهي تتحدث إلى الشباب بلغة
يفهمونها، ويمكن للرياضة أن تخلق الأمل في وقت
لا يوجد فيه سوى اليأس، إنها أقوى من الحكومة في
كسر الحواجز العرقية ، فهي تضحك في وجه كل
أنواع التمييز



SPORTS IS...

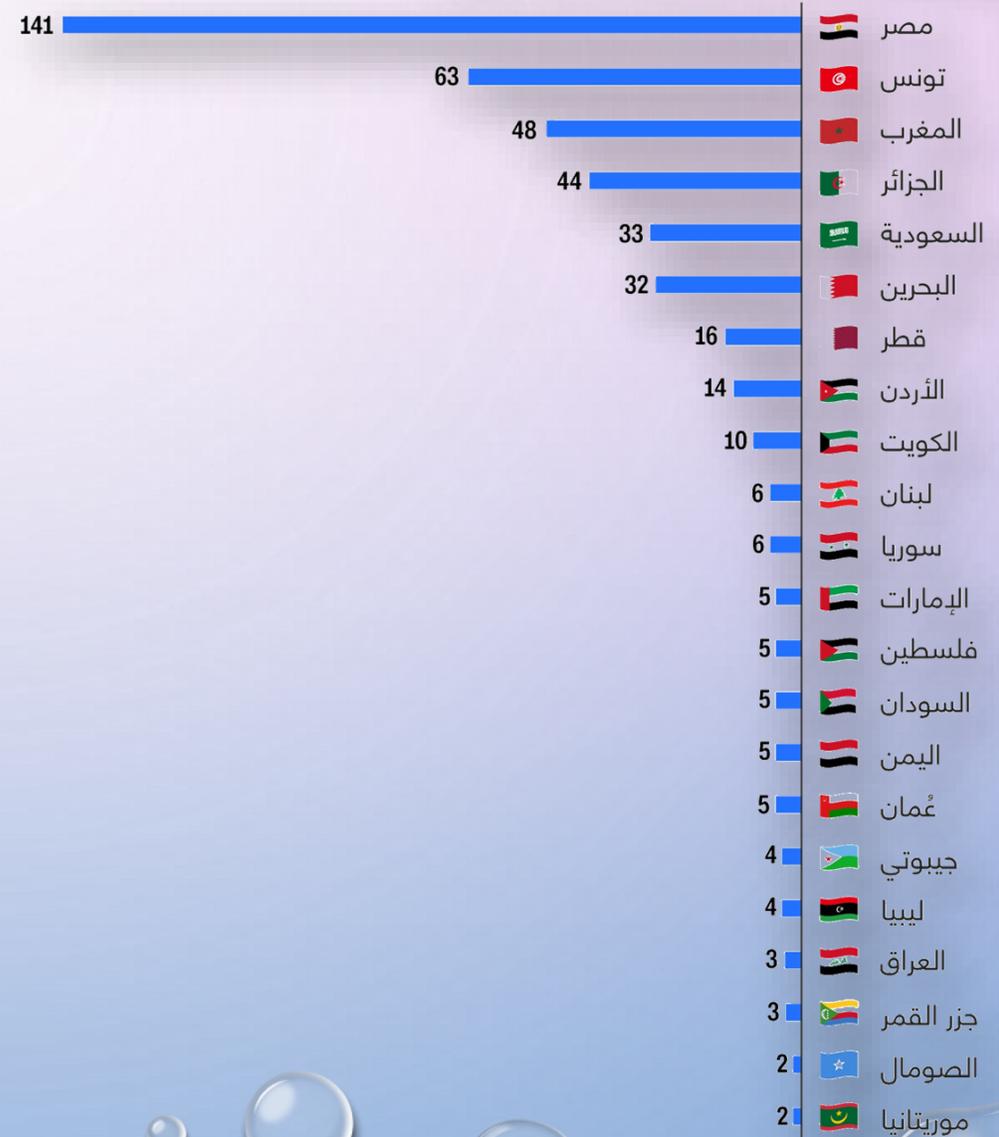
A GLOBAL LANGUAGE

أين نحن من صناعة الرياضة؟



مشاركات الدول العربية في أولمبياد طوكيو

عدد الرياضيين المشاركين من الدول العربية في أولمبياد طوكيو



الترتيب العالمي للدول العربية ومجموع عدد الميداليات

ميدالية برونزية

ميدالية فضية

ميدالية ذهبية

الترتيب العالمي

الدولة	ميدالية ذهبية	ميدالية فضية	ميدالية برونزية	المجموع
قطر	0	0	41	41
مصر	6	6	42	54
تونس	2	2	54	58
المغرب	0	0	63	63
الأردن	2	2	70	74
البحرين	2	0	75	77
السعودية	2	0	75	77
الكويت	0	0	86	86
سوريا	0	0	86	86

Rank	NOC	Gold	Silver	Bronze	Total
60	 Egypt (EGY)	8	11	19	38
65	 Morocco (MAR)	7	5	12	24
70	 Algeria (ALG)	5	4	8	17
71	 Tunisia (TUN)	5	3	7	15
92	 Qatar (QAT)	2	2	4	8
93	 Bahrain (BRN)	2	2	0	4
102	 Syria (SYR)	1	1	2	4
105	 Jordan (JOR)	1	1	1	3
109	 United Arab Emirates (UAE)	1	0	1	2
118	 Lebanon (LIB)	0	2	2	4
	 Saudi Arabia (KSA)	0	2	2	4
132	 Sudan (SUD)	0	1	0	1
144	 Kuwait (KUW)	0	0	3	3
147	 Iraq (IRQ)	0	0	1	1
Totals (154 entries)		32	34	62	128

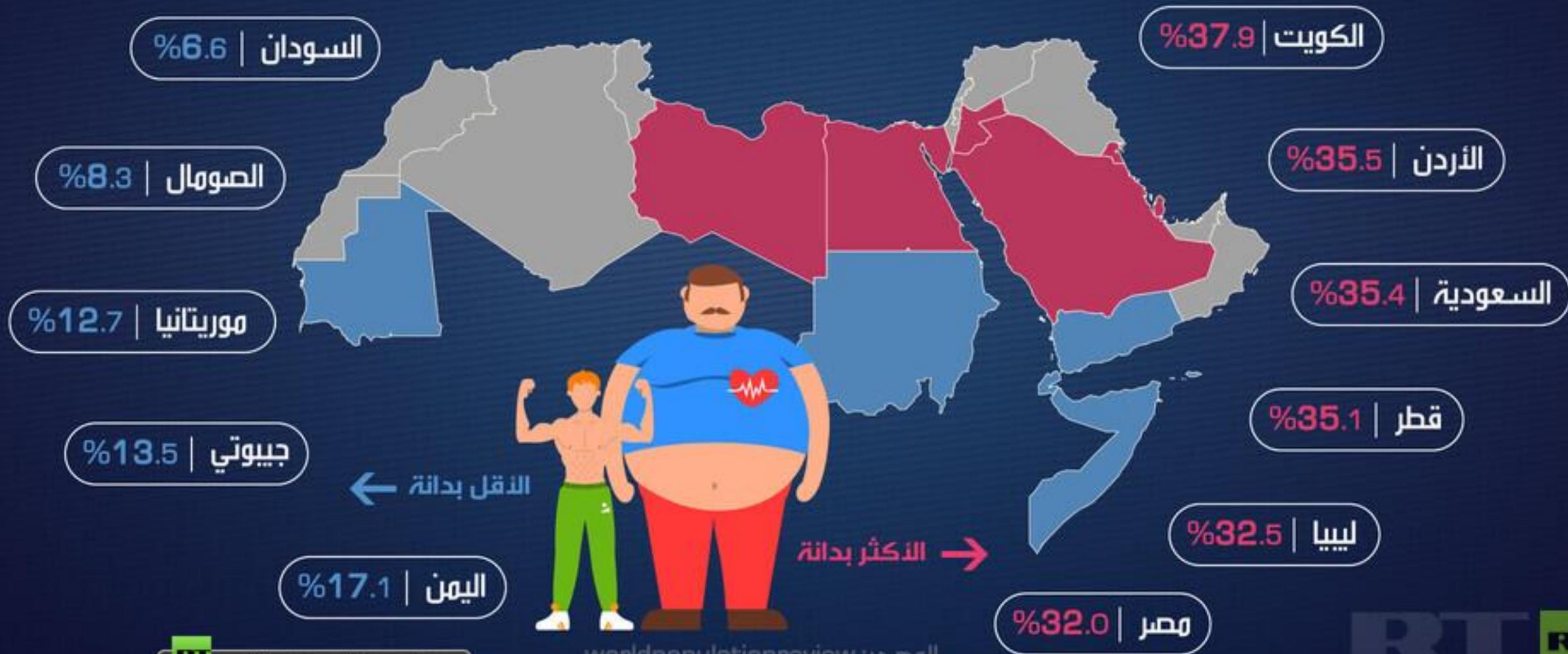
Summer
Olympics
(1896–2020)

Ranking of
all Arab
countries

No. 32

خريطة البدانة في الوطن العربي 2019

يعتبر الشخص بدينا عندما يكون مؤشر كتلة الجسم أعلى من 30 على مقياس بين 18 و24



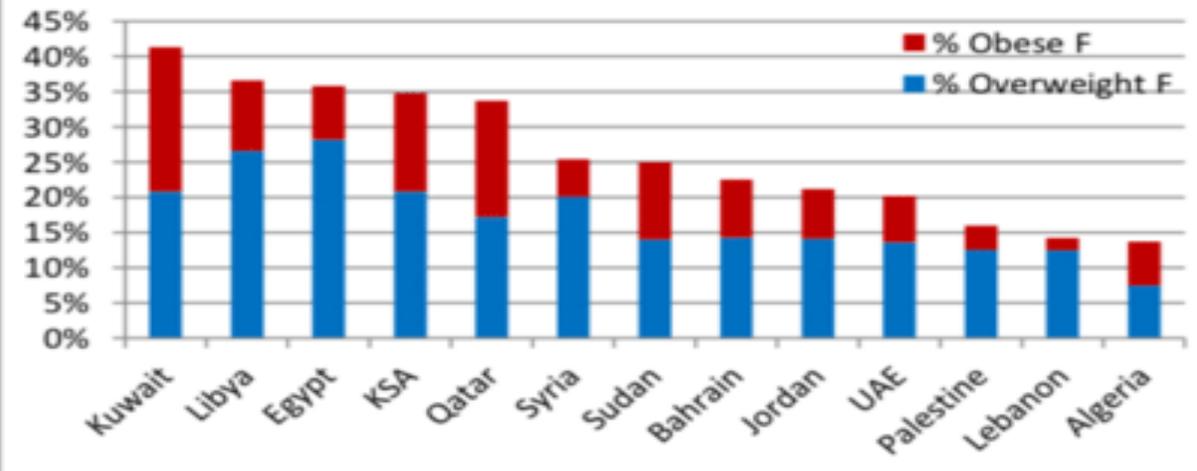
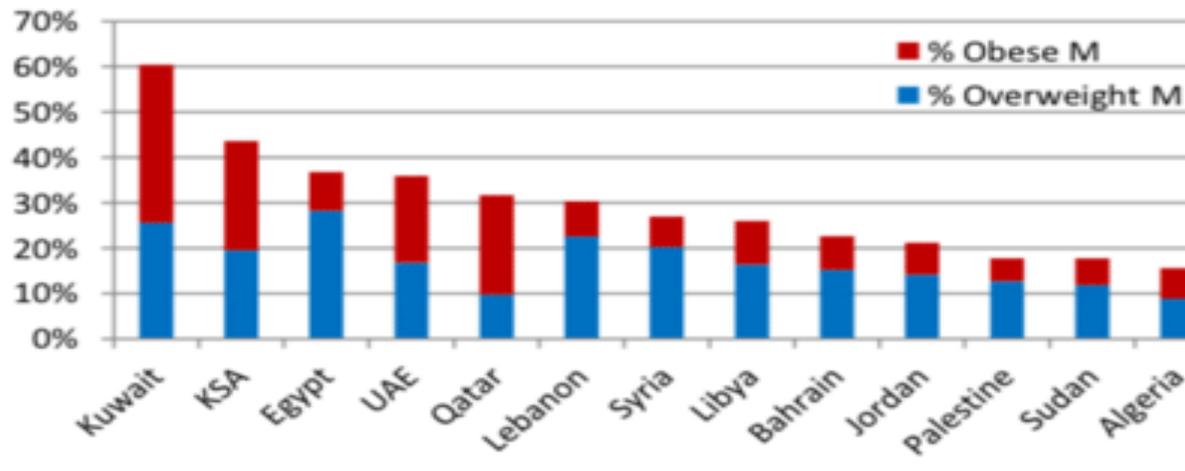
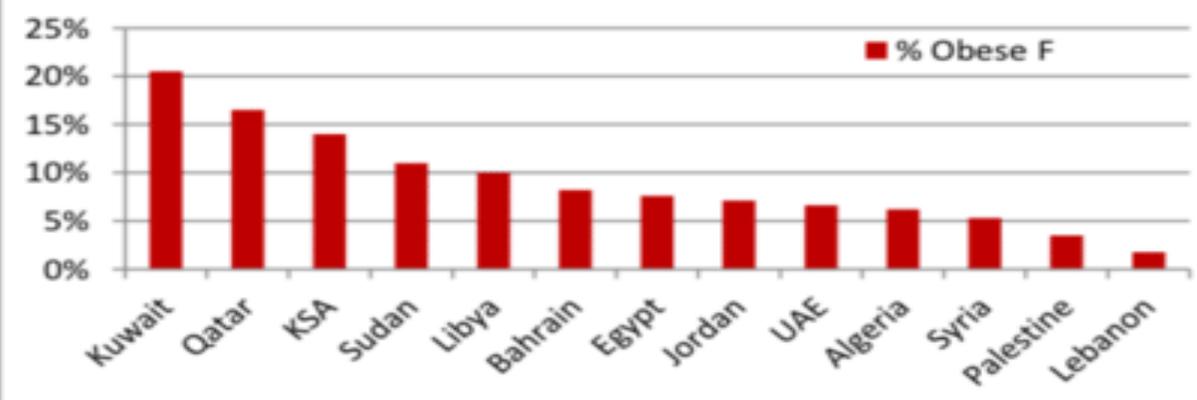
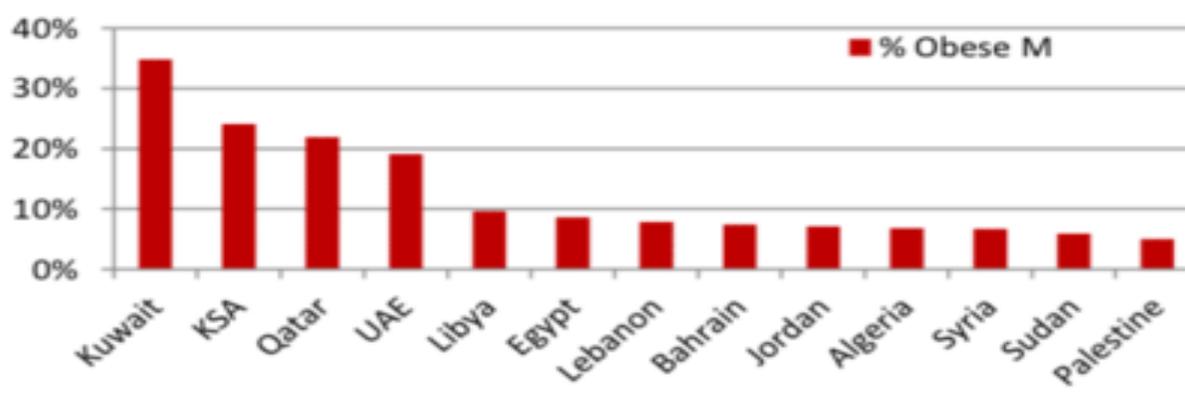
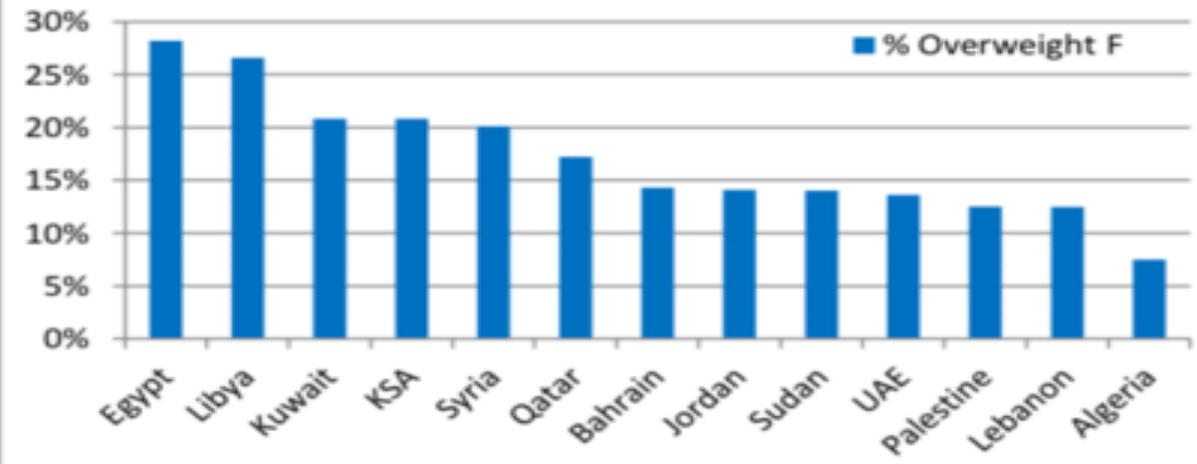
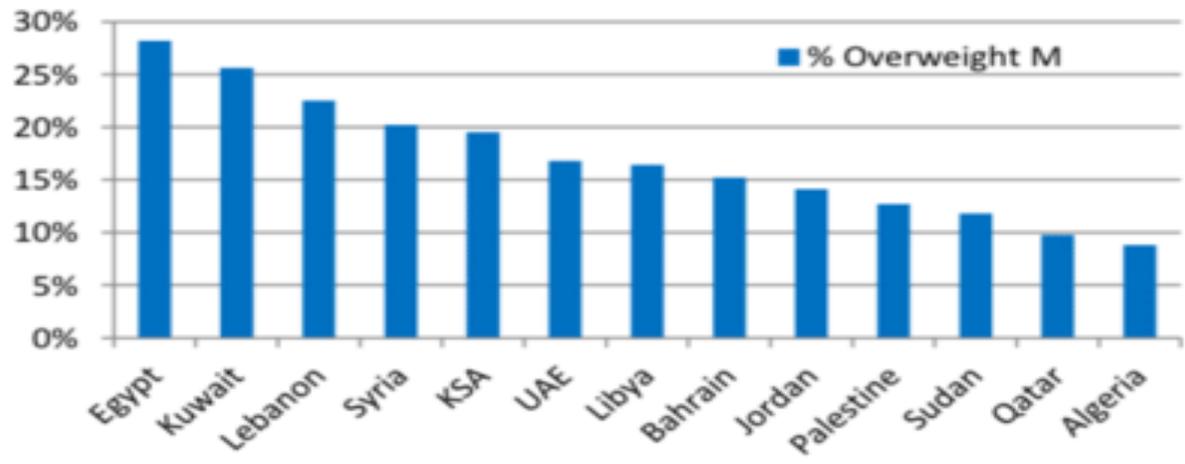
المصدر: worldpopulationreview



arabic.rt.com/infographics



RT





Sport Industry
All sport related products, goods, services, places, people & ideas – offered to the customer

Sport Industry Segmentation By Product and Buyer Type

Sport Promotion Segment

Definition: those products offered as tools used promote the sport production.

- 1 - Promotional Merchandising Products.
- 2 - Promotional Events
- 3 - Sponsorship
 - b - Multiple Sponsorship
 - c - Single team Sponsorship
 - Endorsement
 - A - Individual endorsement

Sport Production Segment

Definition: those Products needed or desired for the production of or influence the quality of sport performance.

- 1 - Outfitting Products.
 - a - Equipment.
 - b - Apparel.
- 2 - Performance Production Products
 - A - Fitness trainer.
 - B - Medical Care.
 - C - Sport Facilities.
 - D - Governing Bodies & Officials.

Sports Performance Segment

Definition: Sport Performance as offered to the consumer as a participation or spectatorial product

- 1 - Athletics:
 - a - Amateur Sport.
 - b - Professional Sport.
- 3 - Private Business Sport.
- 5 - Membership Supported Sport Organizations.
- 6 - Non-profit Sport Organizations.
- 7 - Fitness & sport firms.



*powering success
inspiring impact*



world class success

Sporting Future:

A New Strategy for an Active Nation



#SportingFuture



All-time medal table



* Former Olympic countries

Source: Nielsen Gracenote

The Economic Importance of Olympic and Paralympic Sport



£18.9bn Value to UK Economy*



CONSUMER SPENDING



£19.8bn

ECONOMIC ACTIVITY



£73.4bn

PEOPLE EMPLOYED



620,000



2.1%
OF UK EMPLOYMENT

EMPLOYMENT IN TOTAL SPORTS SECTOR



56%

CYCLING



£2.1bn

CONSUMER SPENDING

SWIMMING



£12.5bn

ECONOMIC ACTIVITY

WHEELCHAIR BASKETBALL



£42m

VALUE ADDED

ICE SKATING



£734m

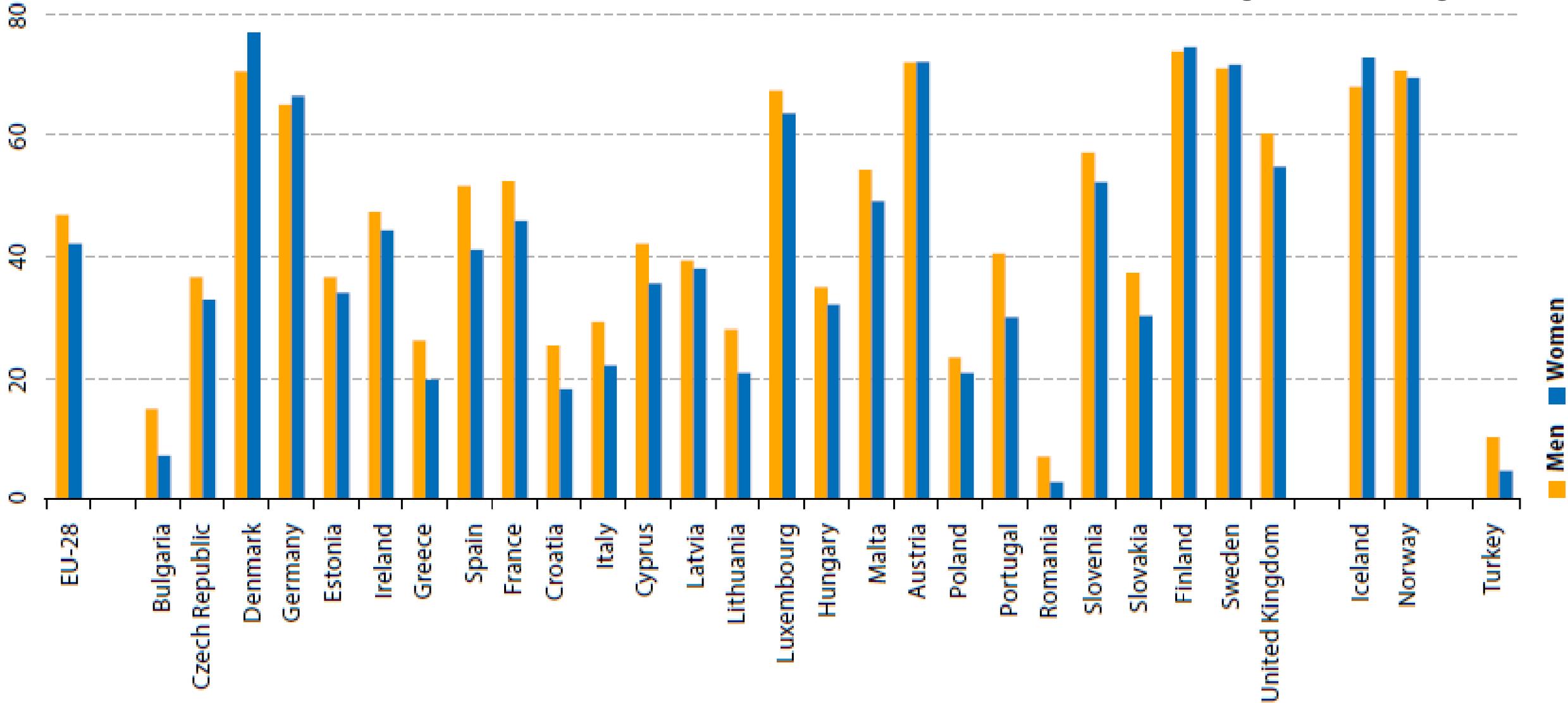
CONSUMER SPENDING

*Gross Value Added (GVA)

Sports activity per week in EU

48541 event

12244206 participate



OUR DATA SHOWS THAT 6 IN 10 ADULTS ARE PHYSICALLY ACTIVE



INACTIVE

FAIRLY ACTIVE

ACTIVE

LESS THAN **30** MINUTES PER WEEK

30-149 MINUTES PER WEEK

150+ MINUTES PER WEEK

25.6%

13.8%

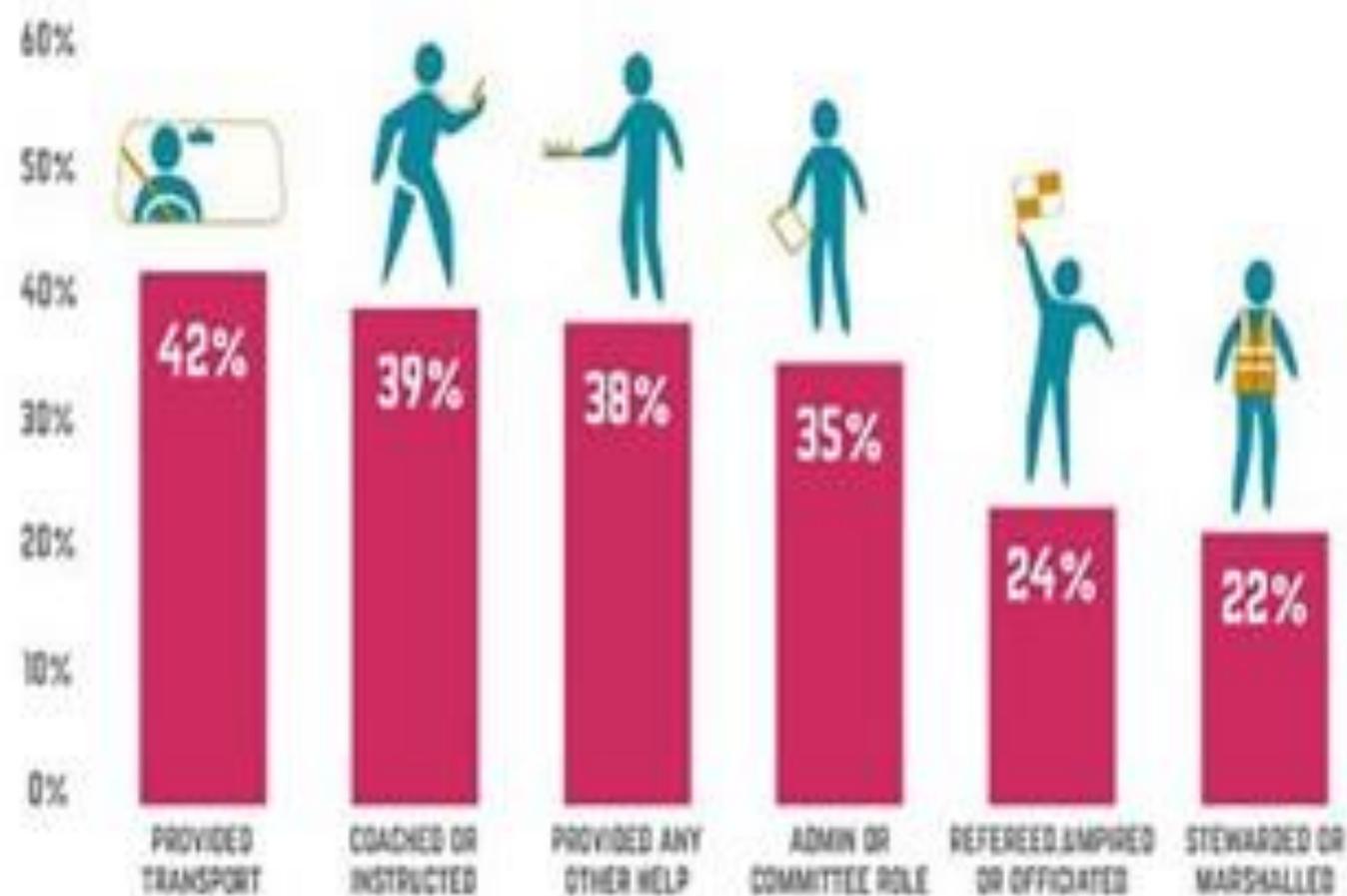
60.6%

25.6% OF PEOPLE (**11.5M**)
DO LESS THAN 30 MINUTES
A WEEK

13.8% (**6.2M**) ARE FAIRLY
ACTIVE BUT DON'T REACH
150 MINUTES A WEEK

60.6% (**271M**) DO 150 MINUTES
OR MORE PER WEEK

ROLES UNDERTAKEN AMONGST ADULTS (AGED 16+) WHO HAVE VOLUNTEERED
AT LEAST TWICE IN THE LAST YEAR (MAY 16/17)



15%

6.7M ADULTS
VOLUNTEERED

مجتمع رياضي صحي منتج



الأهداف الإستراتيجية

التنمية الاقتصادية

التنمية الاجتماعية
والمجتمعية

التنمية الفردية

الصحة النفسية

الصحة البدنية

الأهداف المرحلية

رفع كفاءة القطاع الرياضي من حيث الإنتاجية
والإستدامة والمسئولية

تدعيم رياضة البطولة والقدرة على استضافة
الفعاليات الكبرى

تدعيم المشاركة الرياضية لجميع الفئات
والطبقات الاجتماعية والمراحل العمرية
والتطوع واكتساب الخبرات الرياضية

الإجراءات

الإجراءات التي تعزز القطاع الرياضي وتجعله
أكثر مرونة وفعالية

الإجراءات التي تلبى تدعيم رياضة البطولة
والقدرة على استضافة الفعاليات الكبرى

الإجراءات التي تلبى احتياجات المستفيدين
وتمكنهم من ممارسة النشاط الرياضي



تدعيم المشاركة الرياضية لجميع الفئات
والطبقات الاجتماعية والمراحل العمرية
والتطوع واكتساب الخبرات الرياضية

المجلس
الاستشاري
الرياضي

المدارس
الجامعات

الجهات المتعاونة
لتوسيع قاعدة
المشاركة الرياضية

فرق المتطوعين

الأندية الرياضية
ومراكز الشباب

مؤسسات المجتمع
المدني



مجتمع رياضي صحي ومنتج



تحفيز أصحاب الشركات
الخاصة والمديرين على
مستوى الإدارات المحلية
في الوظائف الحكومية
على تشجيع ممارسة
الرياضة في مؤسساتهم.

تنظيم كل إدارة محلية أو
شركة أو مؤسسة
حكومية فعاليات
بالتعاون مع الجهة
المسؤولة عن الرياضة في
نطاقها.

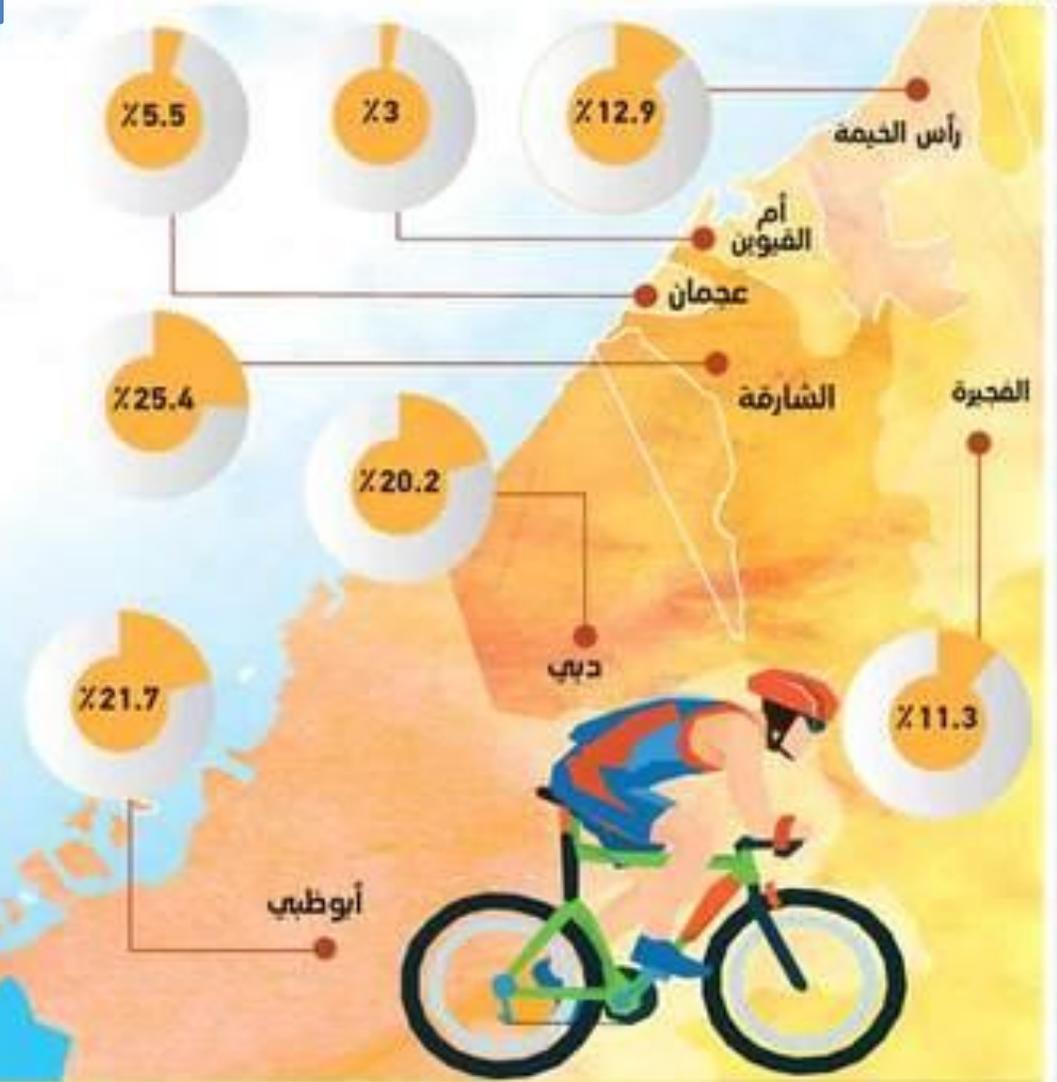
فعاليات رياضية دورية
تكون محفزة على
الاستمرار في ممارسة
الرياضة لتحسين الحالة
النفسية ومستوى الرضا
عند العاملين ويحسن
القدرة الإنتاجية لهم.

فعاليات تنظمها المدارس
والجامعات مع الاستفادة
من الأندية ومراكز
الشباب والساحات
الشعبية في كل نطاق
 لتنفيذ الفعاليات.



الجوجيتسو تتفوق على كرة القدم.. وإمارة الشارقة في الصدارة
25 ألف شخص يمارسون الرياضة في الإمارات.. بينهم 562 من ذوي الهمم

إحصائية رسمية بعدد ممارسي الرياضة في الدولة



25.3%

فترة الإناث
الممارسات للرياضة
بالدولة.



74.7%

فترة الذكور
الممارسين للرياضة
بالدولة.



7547

لاعباً ممارسو كرة
القدم بالدولة.



9284

لاعباً ممارسو لعبة
الجوجيتسو في الدولة.



25365

لاعباً المسجلون في الدولة بمختلف
الألعاب الرياضية الأولمبية، وغير
الأولمبية، والبارالمبية.



المعلومات والأرقام من هيئة الشباب والرياضة

تشجيع التطوع في المجال الرياضي



تدعيم رياضة البطولة والقدرة على استضافة الفعاليات الكبرى



Global sporting events in numbers

As another summer of spectacular sport beckons, what is the business case for hosting a major global sporting event? Is the investment in stadiums and infrastructure matched by increased visitor numbers and spending?

ATTENDANCE AT MAJOR SINGLE SPORT EVENTS (M) ESTIMATED

0.25m
Ryder Cup
2010 Wales

0.7m
ICC Cricket World Cup
2007 West Indies

0.79m
Ashes Series
2009 England/Wales

1.16m
UEFA Euro
2008 Austria/
Switzerland

1.25m
ICC Cricket
World Cup 2011
India/Sri Lanka/
Bangladesh

1.26m
Ashes Series
2006/7 Australia

1.45m
UEFA Euro
2012 Poland/Ukraine

1.47m
Rugby World Cup
2011 New Zealand

3.42m
FIFA World Cup
2014 Brazil

3.38m
FIFA World Cup
2006 Germany

3.2m
FIFA World Cup
2010 South Africa

2.7m
FIFA World Cup 2002
South Korea/Japan

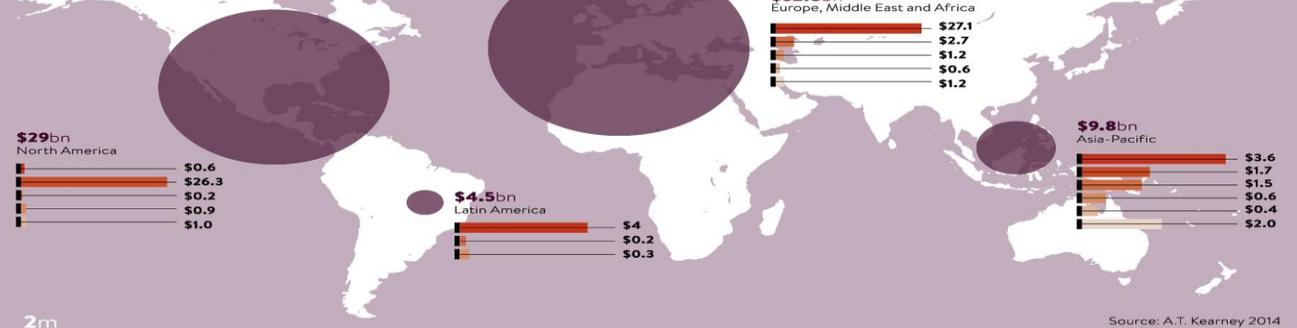
2.2m
Rugby World Cup
2015 England

2.19m
Rugby World Cup
2007 France

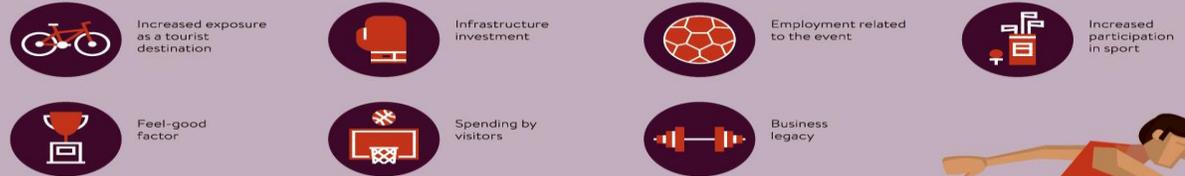
1.88m
Rugby World Cup
2003 Australia

SPORTING EVENTS MARKET REVENUE

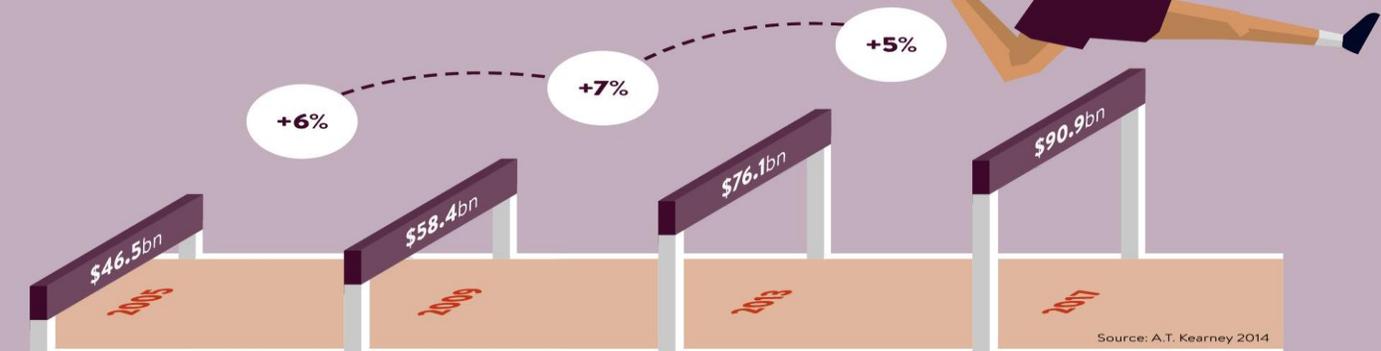
- Football
- US sports
- Formula 1
- Tennis
- Golf
- Others



EXAMPLES OF BENEFITS OF SPORTING EVENTS FOR HOST NATION/CITY INCLUDING DIRECT, INDIRECT AND INDUCED IMPACTS BEFORE AND AFTER THE EVENT



SPORTING EVENTS MARKET FOUR-YEAR CYCLE

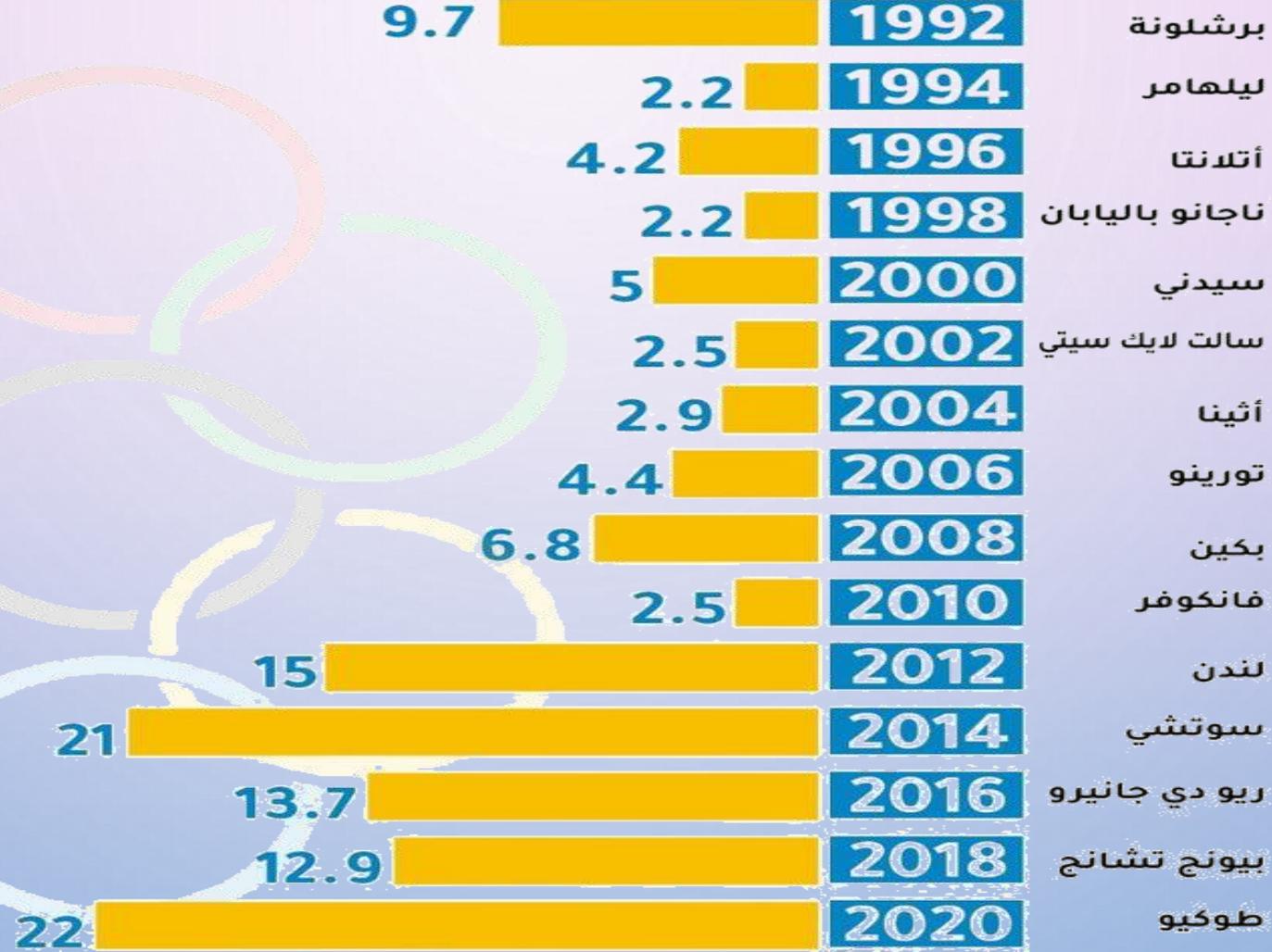


Source: A.T. Kearney 2014

127 مليار دولار

ميزانية الأولمبياد خلال 28 عاما

الأرقام بالمليار دولار



المصدر: بحث جامعة أكسفورد عام 2016 والموقع الإلكتروني Play The Game

World Cup in Qatar: The Most Expensive Ever

Total costs of hosting Fifa World Cup tournaments*
(in billion U.S. dollars)



* Including spending on stadiums and other infrastructure projects.
Values not adjusted for inflation. As of April 2022

Source: Front Office Sports





SPORTS TOURISM

Bi-annual travel trend report by

musafir.com

Sporting events to boost

MIDDLE EAST TOURISM in Q4 2022

up to

30%



Major sporting events are

FIFA WORLD CUP
Qat_ar2022



Abu Dhabi Grand Prix 2022

POPULAR 5 SPORTS OF THE GCC (in no order of preference)



Football



Cricket



Horse Racing



Boxing



Tennis

MAJORITY ARRIVAL OF TOURISTS



The UK



Europe



Africa



The America



Asia



Saudi Arabia

TO
United Arab Emirates

Qatar



UAE

HUB FOR
SPORTS TRAVELLER

INBOUND
FLIGHTS

20%



WHY UAE?



Family-oriented
Activities



Societal &
Personal Safety



Adventure
Sports



Room
Availability



Mask not
Mandatory*



Seamless
Connectivity

AVERAGE
SPEND in USD

5,000



رعاية الموهوبين
رياضياً





مخرجات

عمليات

مدخلات

- تحقيق هدف الرياضة المدرسية من تكوين نواة المنتخبات القومية.
- توسيع قاعدة ممارسي النشاط الرياضي.
- بناء قاعدة عريضة من الرياضيين المميزين في مختلف الرياضات التي يتم الإلتقاء بها.
- توجيه اللاعبين المميزين للإلتحاق بالأندية الرياضية التي تؤهلهم لإكمال مسيرة النجاح والتميز الرياضي.
- كوادر بشرية مؤهلة ومدربة على أعلى مستوى.
- تقديم منتج جديد(رياضي مميز)للرياضة العربية

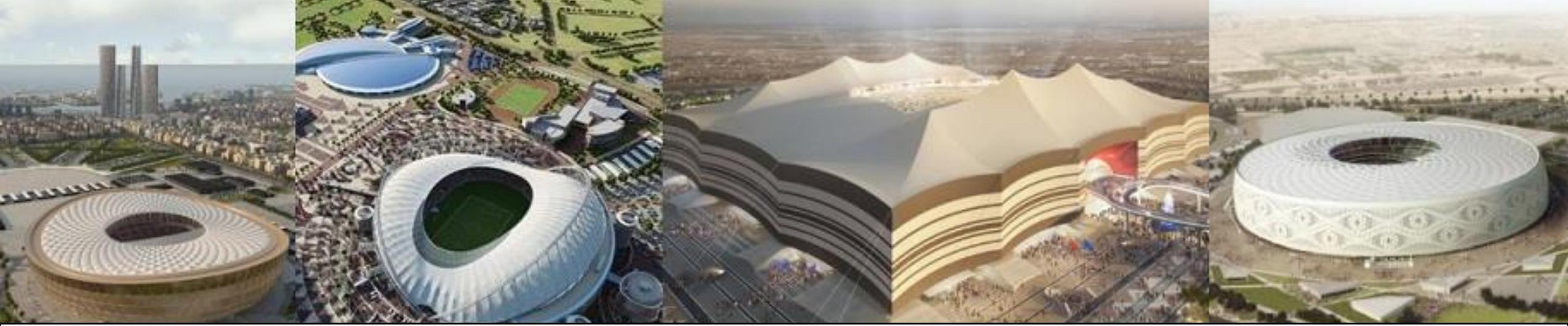
- صياغة جديدة لإنتقاء وتوجيه وتدريب المهووبين رياضياً.
- رؤية استثمارية لطلاب المدارس في المراحل التعليمية المختلفة ليكونوا نواة مستقبل الرياضة العربية .
- إنشاء مراكز تدريب على درجة عالية من الإحترافية واتباع الأسس العلمية.
- وضع خطة تفصيلية تتضمن جميع مراحل المشروع والرؤية المستقبلية للتلاميذ المختارين للمشروع حتى الوصول للعالمية.

- إمكانات بشرية
(تلاميذ المدارس - المدربين والإداريين)
- الإمكانيات المادية
(ملاعب وتجهيزات المدارس ومراكز الشباب)
- العملية التدريبية .

رفع كفاءة القطاع الرياضي من حيث

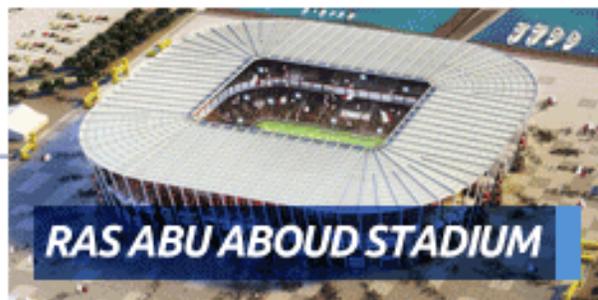
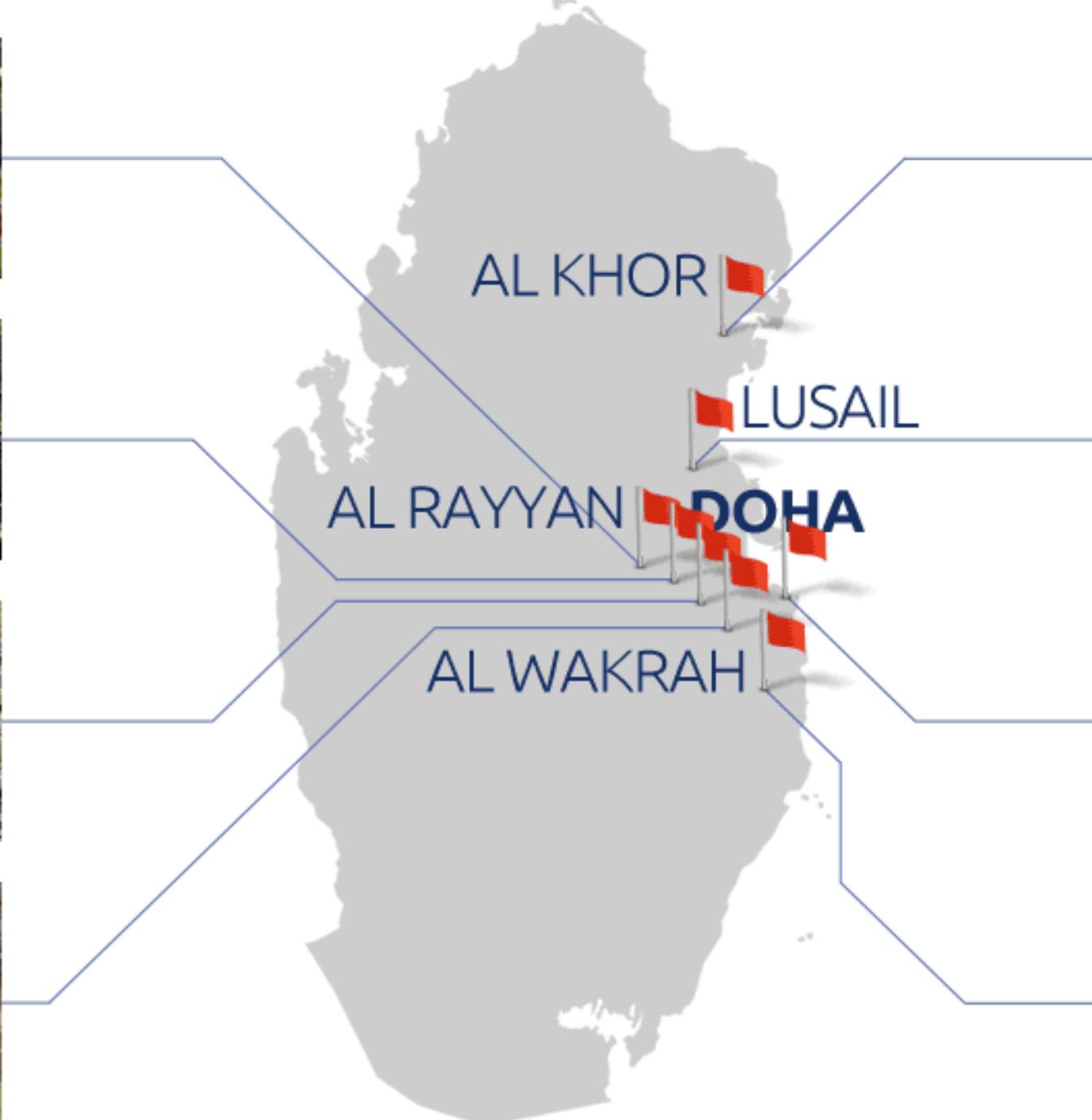
الإنتاجية والاستدامة والمسئولية



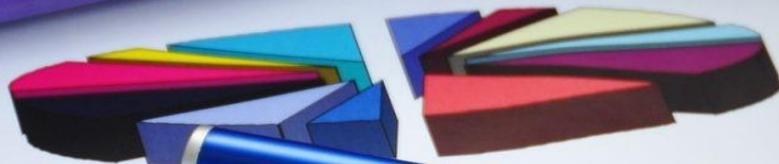


الاستثمار في البنية التحتية الرياضية





الأثر الاقتصادي للرياضة



THE IMPACT OF SPORT ON THE ECONOMY OF THE WEST OF ENGLAND



£328.9m

Direct impact of sports businesses

EMPLOYMENT
8,901



£35.1m

Sports education and media

EMPLOYMENT
1,210



£48.0m

Indirect impact from the supply chain

EMPLOYMENT
1,024



£85.6m

Impact of spectator spending

EMPLOYMENT
1,696



£34.1m

Induced impact from employee spending

EMPLOYMENT
1,534

TOTAL IMPACT **£876.7m** **GROSS ADDED VALUE**



£52m

Value of volunteering



£14.2m

Higher productivity of healthy people



£260.9m

Benefits of living healthier for longer



£17.9m

Saving in NHS costs

تطبيق الحوكمة في المجال الرياضي





Good
Governance
Better
Sport

تحقيق الشفافية المطلوبة لبقاء المؤسسات
وتمكينها من القيام بأنشطتها الاستثمارية في
إطار من النزاهة والموضوعية.

مكافحة الفساد المالي والإداري من خلال
تطبيق وتفعيل نظم الرقابة المالية
والإدارية.

زيادة الثقة والمصداقية في تعاملات
المؤسسات التي تطبق معايير الحوكمة
وتحتكم إلى قواعدها ومبادئها ومن تم جذب
الاستثمارات



organizational agility

...all on the same boat





THANK YOU
FOR
YOUR
ATTENTION
ANY QUESTIONS?

د. حماده عيد نوار العنتبلي

00971567206039

dr_hamadaeid2012al@hotmail.com

<http://www.drantably.online/>
