

# استطلاع إيسوس لكأس العالم 2026

مصر



حزيران 2026

# المحتويات قائمة

01

الحماس ونية  
المشاهدة

02

عادات  
المشاهدة

03

التأثير السلوكي الممتد  
خارج نطاق المشاهدة

06

مصادر المعلومات  
والتفاعل الجماهيري

05

توقعات نتائج  
المباريات

04

توقعات أداء  
المنتخب الوطني

07

الشركات الراعية  
لكأس العالم

08

أنماط الشخصيات في  
كأس العالم

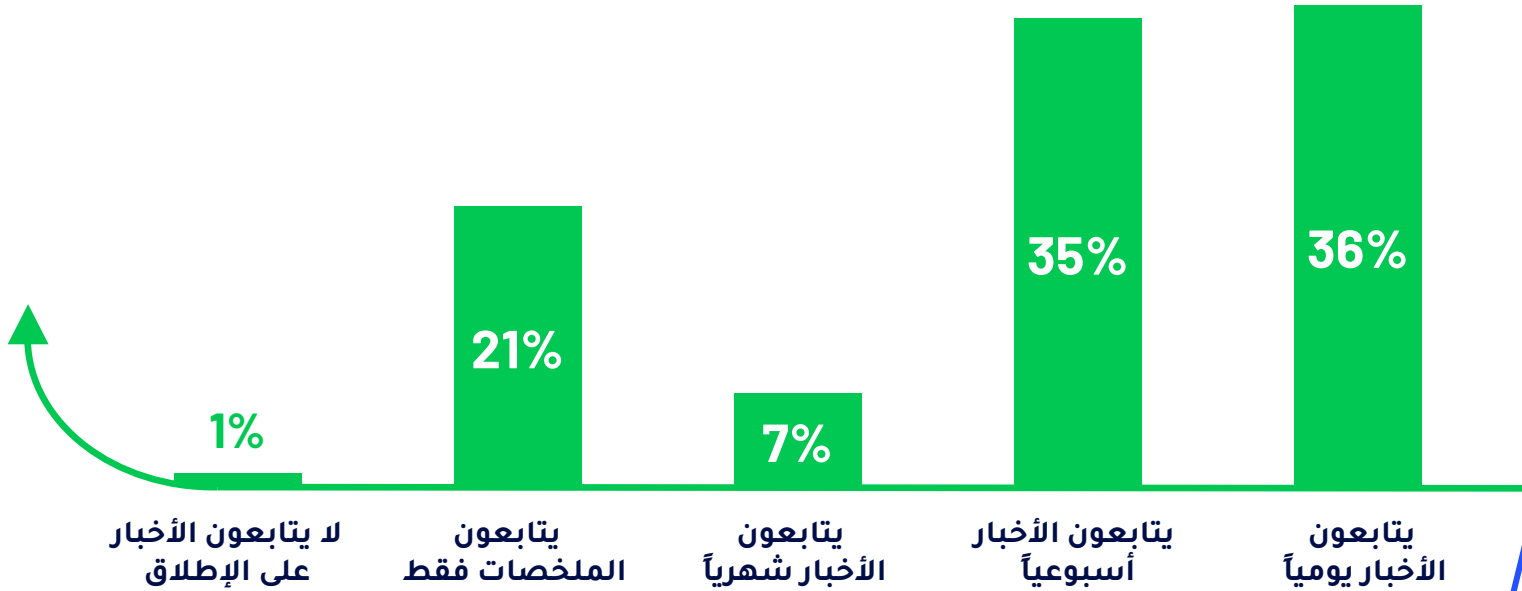


1

# الحماس ونية المشاهدة

# من المتوقع أن يظل المشجعون على اطلاع، ويتابعوا آخر المستجدات بانتظام قبل انطلاق المباراة

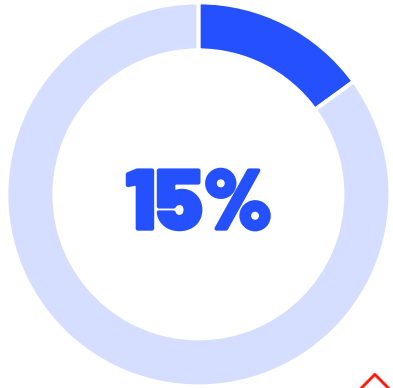
معدل متابعة أخبار كأس العالم حتى الآن



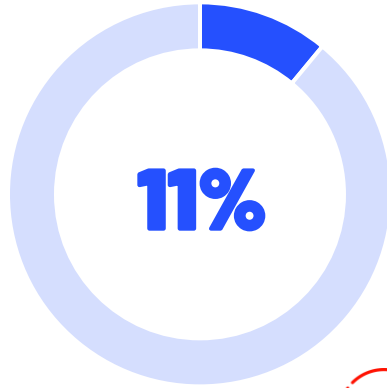


# هناك وعي واسع بالنظام الموسّع، ويشعر كثيرون بالحماس لما يتيح من شمولية أكبر

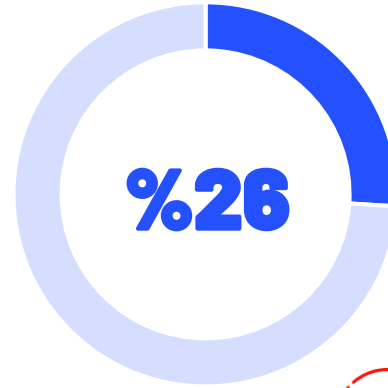
الوعي والآراء تجاه نظام الـ 48 فريقاً



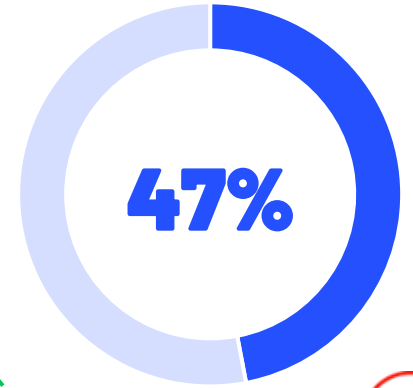
ليس لديهم علم بهذا التغيير



يعرفون بالأمر لكنهم يفضلون نظام الـ 32 منتخباً



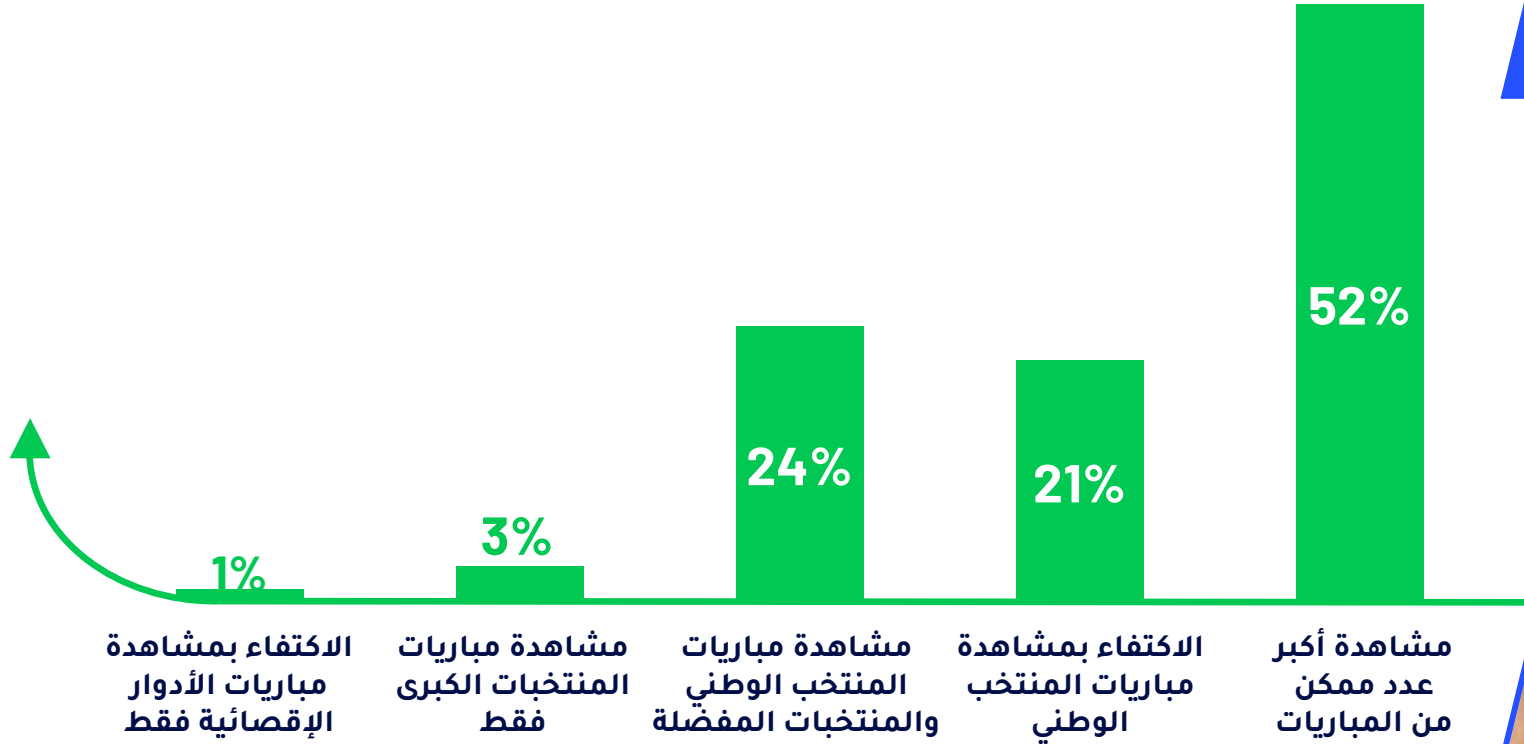
على دراية بالتغيير ومحايدين تجاهه



على دراية ومتحمسون لزيادة الشمولية

# من المتوقع أن يكون الإقبال على مشاهدة المباريات كبيراً، حيث يسعى الكثيرون إلى مشاهدة أكبر عدد ممكن من المباريات

نية المشاهدة لكأس العالم 2026





2

# عادات المشاهدة





9 من أصل 10 أشخاص يخططون لمشاهدة حفل  
افتتاح كأس العالم

94%

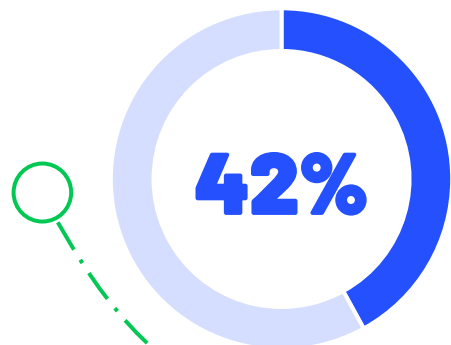
من الجمهور يخططون  
لمشاهدة حفل الافتتاح



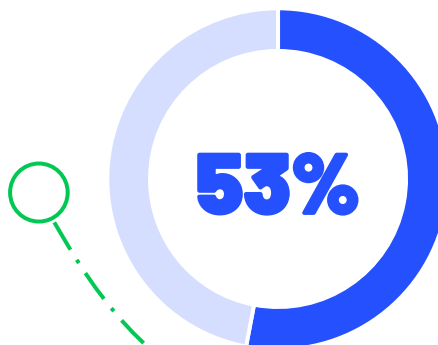


# تتعدد وجهات المشاهدة المخطط لها، وتأتي المنازل، المقاهي وبيوت الأصدقاء في أول الخيارات

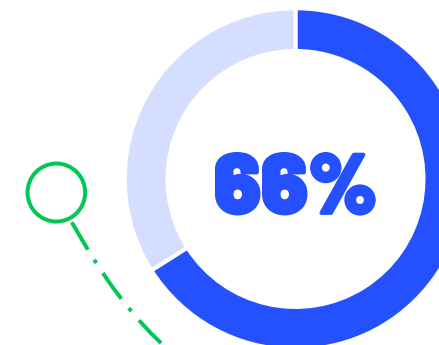
أماكن المشاهدة المخطط لها



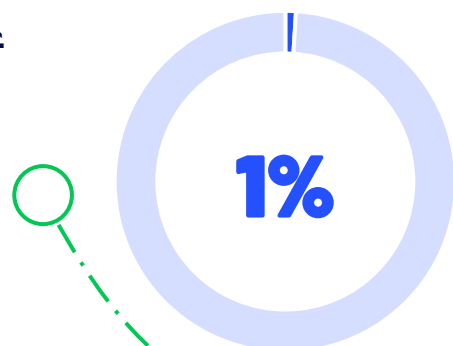
عند الأصدقاء أو الأقارب



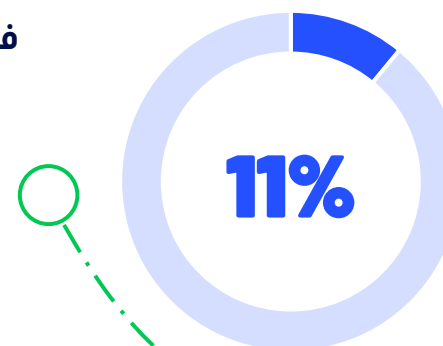
في المقاهي أو المطاعم



في المنزل



في النادي



مناطق المشجعين وشاشات العرض العامة

# تعد الشاشات الكبيرة والتعليق باللغة العربية والاشتراكات المدفوعة هي الخيارات المفضلة لمشاهدة المباريات

إعدادات وتفضيلات المشاهدة

المتابعة عبر القنوات والمنصات المدفوعة

28%



72%

المتابعة من خلال المنصات المجانية

المتابعة مع التعليق باللغة العربية

9%



91%

المتابعة بالتعليق الإنجليزي/ لغة أخرى

مشاهدة على شاشة كبيرة

10%



90%

مشاهدة على شاشة صغيرة



المشجعون على استعداد لتعديل جداولهم لمشاهدة  
المباريات مباشرة



89%



سيشاهدون المباريات مباشرة في الغالب  
بدلاً من مشاهدتها مسجلة

84%



سيعدلون أوقات نومهم بالسهرة أو  
الاستيقاظ مبكراً لتجاوز فارق التوقيت





وبالنسبة للكثيرين، فإن كأس العالم مهم بما يكفي  
لتعطيل روتينهم اليومي



45%



سيبلغون الارتباطات الاجتماعية الهامة  
من أجل متابعة المباريات

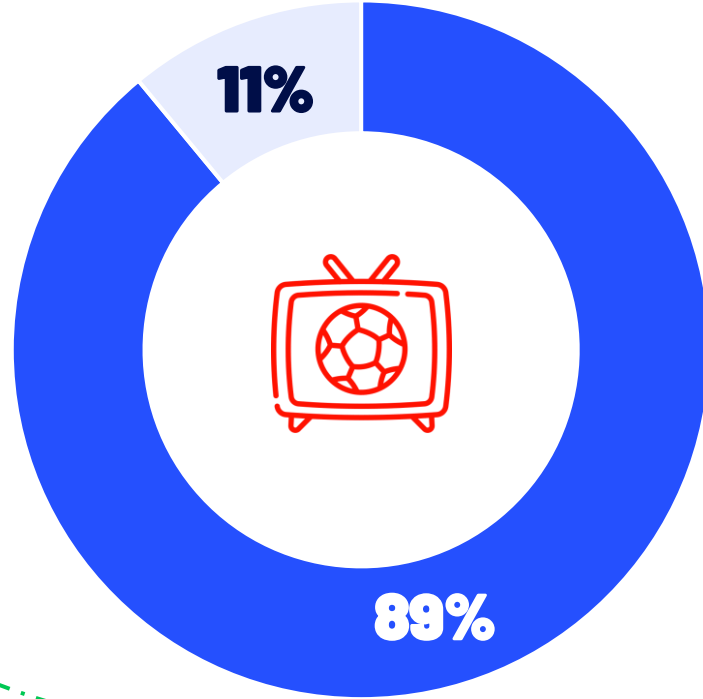


41%



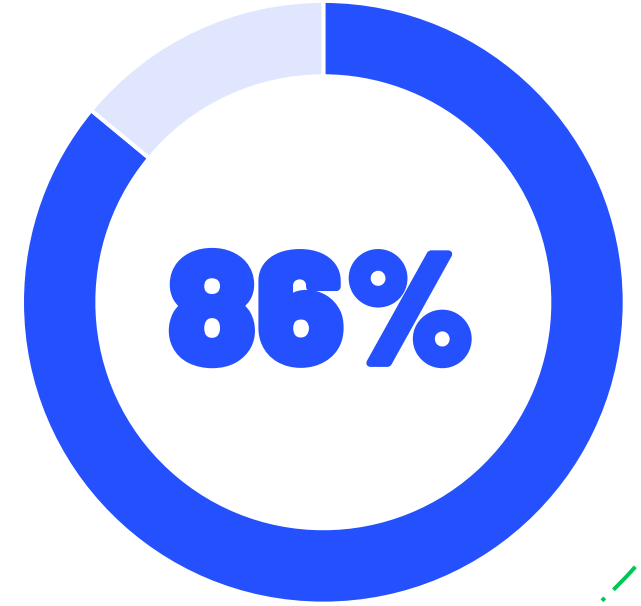
سيغيبون عن العمل أو الدراسة لمشاهدة  
المباريات

# يفضّل الناس بشكلٍ كبير مشاهدة المباريات مع الآخرين



■ سيشاهدون المباريات مع آخرين  
■ سيشاهدون المباريات بمفردهم

ومن المرجح أيضاً أن يقوم الكثيرون بتنظيم أو الانضمام إلى تجمعات لمشاهدة المباريات خلال البطولة

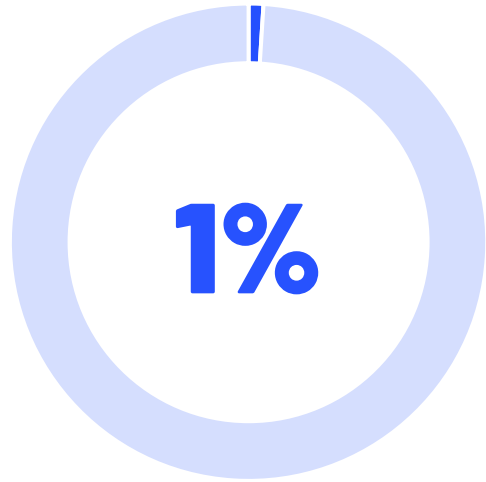


يخططون لاستضافة أو حضور تجمعات لمشاهدة مباريات كأس العالم

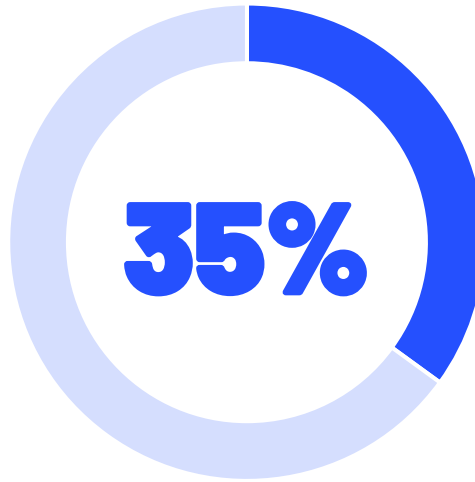


# يفضّل معظم الناس مشاهدة المباريات مع مشجعي الفريق المنافس، لما يضيفه ذلك من أجواء ممتعة

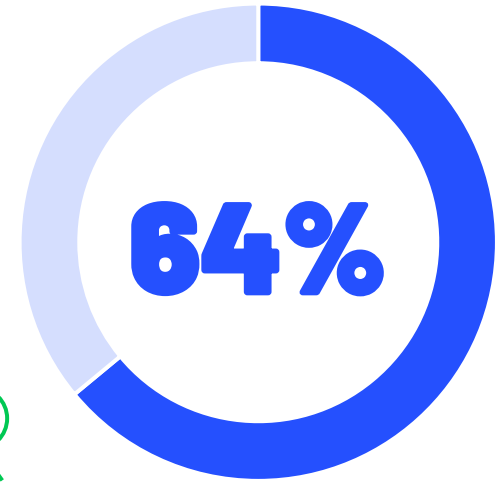
شركاء المشاهدة خلال المباريات الهامة للمنتخب المفضل



يفضّلون مشاهدة المباريات الكبرى  
لمنتخبهم المفضل بمفردهم

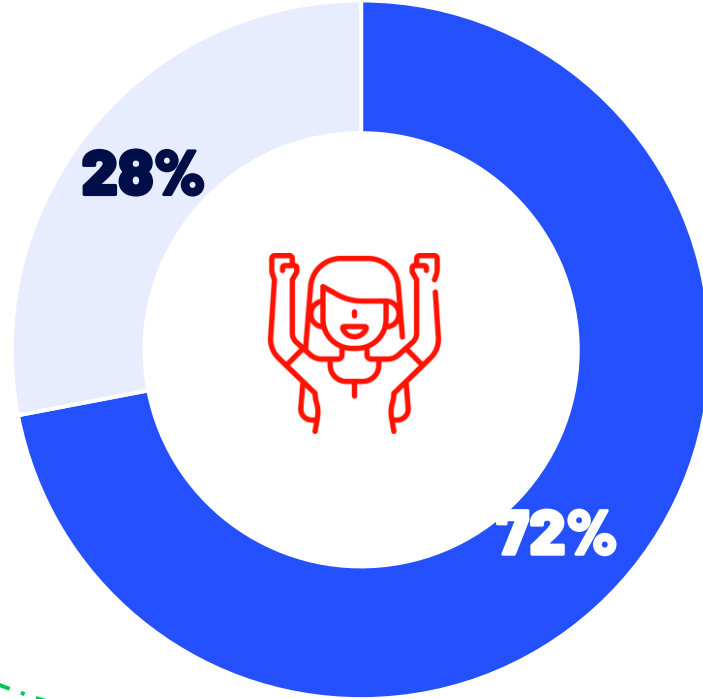


يفضّلون مشاهدة المباريات الكبرى  
لمنتخبهم المفضل حصراً مع من  
يشجعون نفس المنتخب



يفضّلون متابعة المباريات الهامة  
لمنتخبهم المفضل برفقة مشجعي  
الفريق المنافس لعيش أجواء أكثر متعة

## هناك روح رياضية قوية، بغض النظر عن الفوز أو الخسارة



■ يتمتعون بروح رياضية عالية ويتقبلون الهزيمة  
■ لا يمكنهم قبول الخسارة وذلك يعكر مزاجهم



# معظم المشجعين يتابعون المباريات بتركيز كامل، ويتفاعلون معها عبر الإنترنت، و يتخرطون عاطفياً في أحداثها أثناء المشاهدة

مستويات التفاعل مع المشاهدة

تركيز كامل

23%



77%

أثناء القيام بمهام متعددة

متفاعلون عبر الإنترنت

37%



63%

غير متفاعلين رقمياً، يكتفون بالمشاهدة فقط

مشجعون جادون مستثمرين عاطفياً

38%



62%

مشاهدون غير متعمقين ومسترخون



# يتوقع أغلب المشجعين تناول الوجبات الخفيفة وطلب الطعام خلال المتابعة، مع احتمالية اتجاه أكثر من النصف لتدخين الشيشة

العادات الاستهلاكية المرافقة للمشاهدة

سيشاهدون المباريات برفقة الوجبات الخفيفة والأطعمة

70%

من المحتمل أن يطلبوا الطعام بشكل متكرر أكثر

73%

من المحتمل أن يدخنوا الشيشة أثناء مشاهدة المباريات

33%

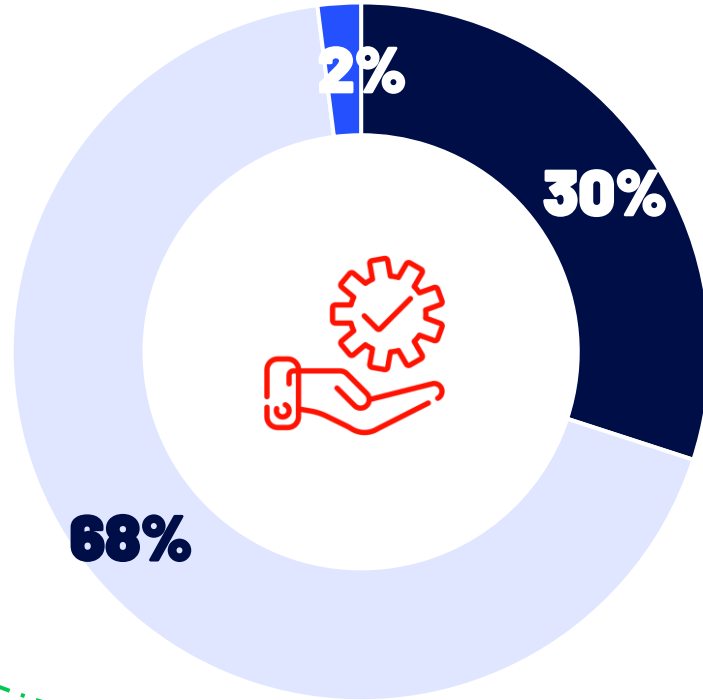


# التأثير السلوكي الممتد خارج نطاق المشاهدة

3



# يتوقع معظم الناس أن تبقى إنتاجيتهم على حالها أو أن تزداد خلال كأس العالم



يتوقعون زيادة إنتاجيتهم  
يتوقعون عدم حدوث أي تغيير  
يتوقعون انخفاض إنتاجيتهم



# من المتوقع أن يرتفع إنفاق المشجعين، وأن تتزايد عمليات الشراء المتكررة، إلى جانب الإقبال على المنتجات التي تحمل شعارات كأس العالم

تغيرات الإنفاق ونمط الحياة خلال كأس العالم

من المرجح أن ينفقوا أموالاً أكثر من المعتاد

68%

من المرجح أن يخرجوا بشكل متكرر أكثر من المعتاد لمشاهدة المباريات

73%

من المرجح أن يشتروا منتجات تحمل طابع كأس العالم

54%





غالبية المصريين لا يفكرون في السفر لحضور  
كأس العالم هذا العام



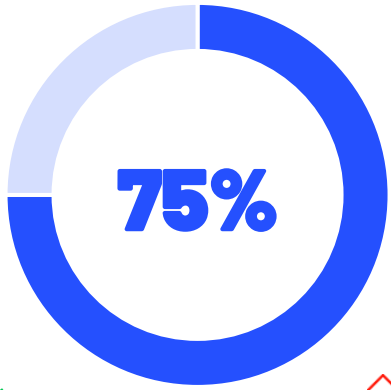
6%

يخططون للسفر لحضور  
المباريات شخصياً

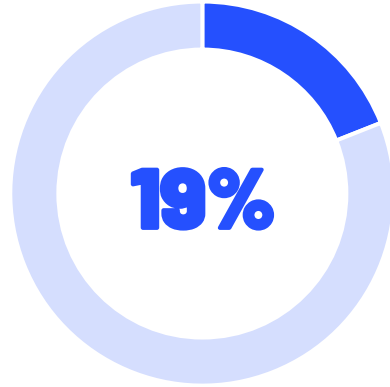


# بالرغم من ذلك، واحداً من كل خمسة أشخاص قد يعيدون النظر في القرار إذا تغيرت الظروف

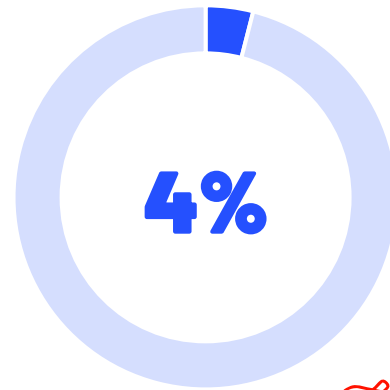
نية السفر إلى الدول المضيفة



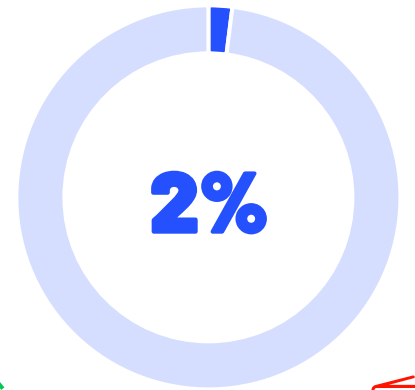
لا يخططون للحضور شخصياً



ليس لديهم خطط للسفر ولكن قد يفكرون في الأمر بناءً على الظروف



يخططون للسفر ولكنهم لم ي حجزوا بعد



حجزوا التذاكر بالفعل وأتموا ترتيبات السفر

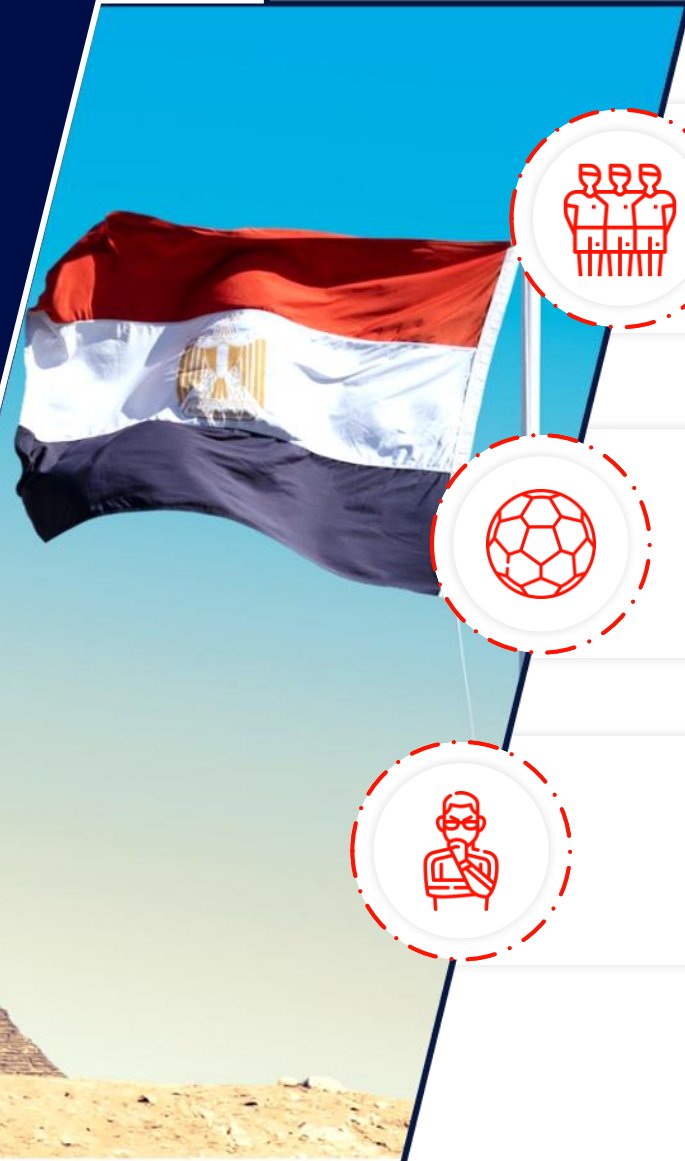
4

# توقعات أداء المنتخب الوطني



# الثقة في المنتخب المصري ومدربه والاتحاد المصري لكرة القدم قوية

الرأي العام حول قدرات المنتخب الوطني



يجدون لاعبي المنتخب الوطني قادرين كفاية

**88%**

يجدون الاتحاد الوطني لكرة القدم قادراً كفاية

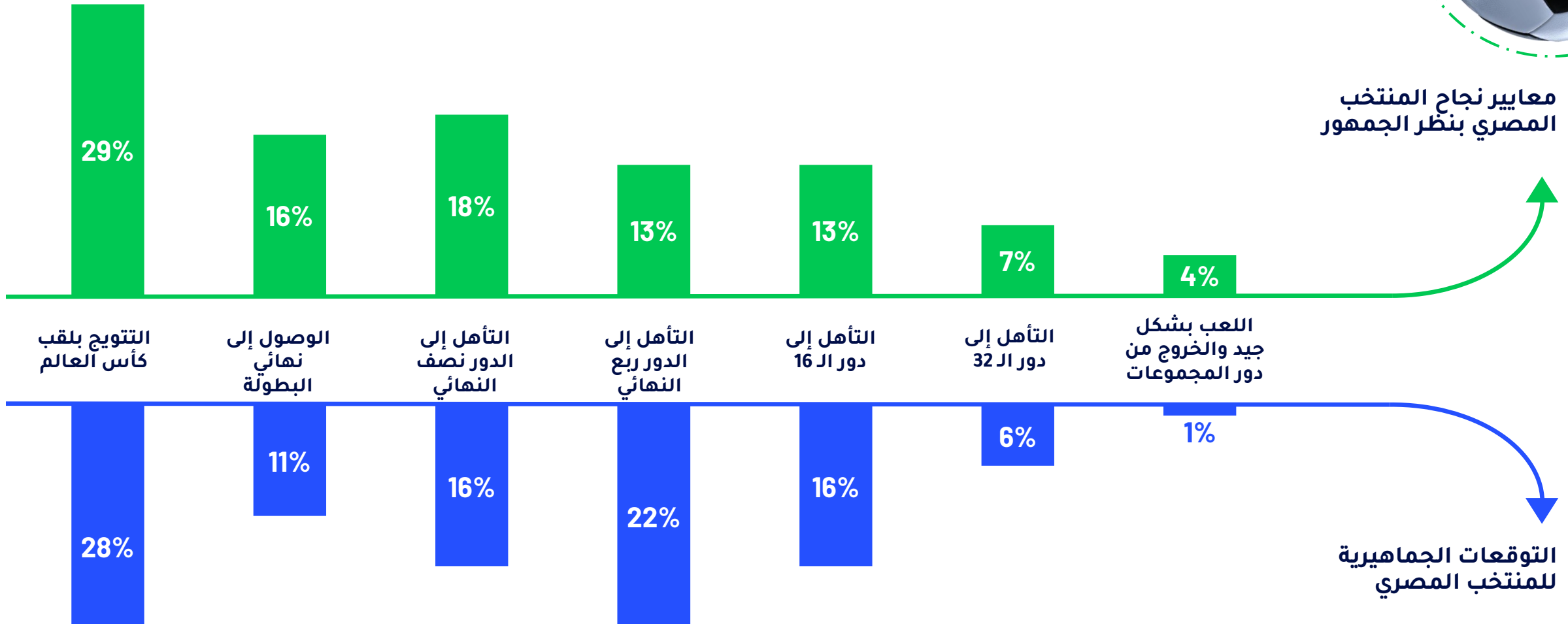
**85%**

يجدون مدرب الفريق الوطني لكرة القدم قادراً كفاية

**90%**

# المنتخب المصري في كأس العالم: ما يمثل نجاحاً للجمهور مقارنة بتوقعات مسيرة المنتخب

معايير نجاح المنتخب  
المصري بنظر الجمهور



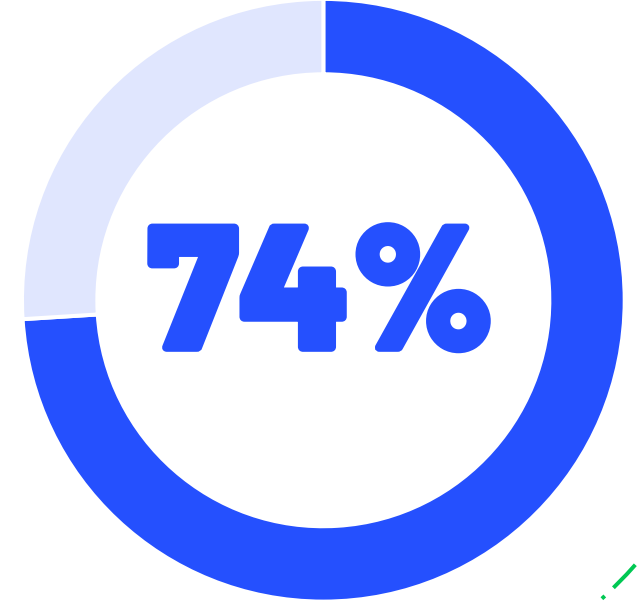
التوقعات الجماهيرية  
للمنتخب المصري

# توقعات أداء المنتخب الوطني

5



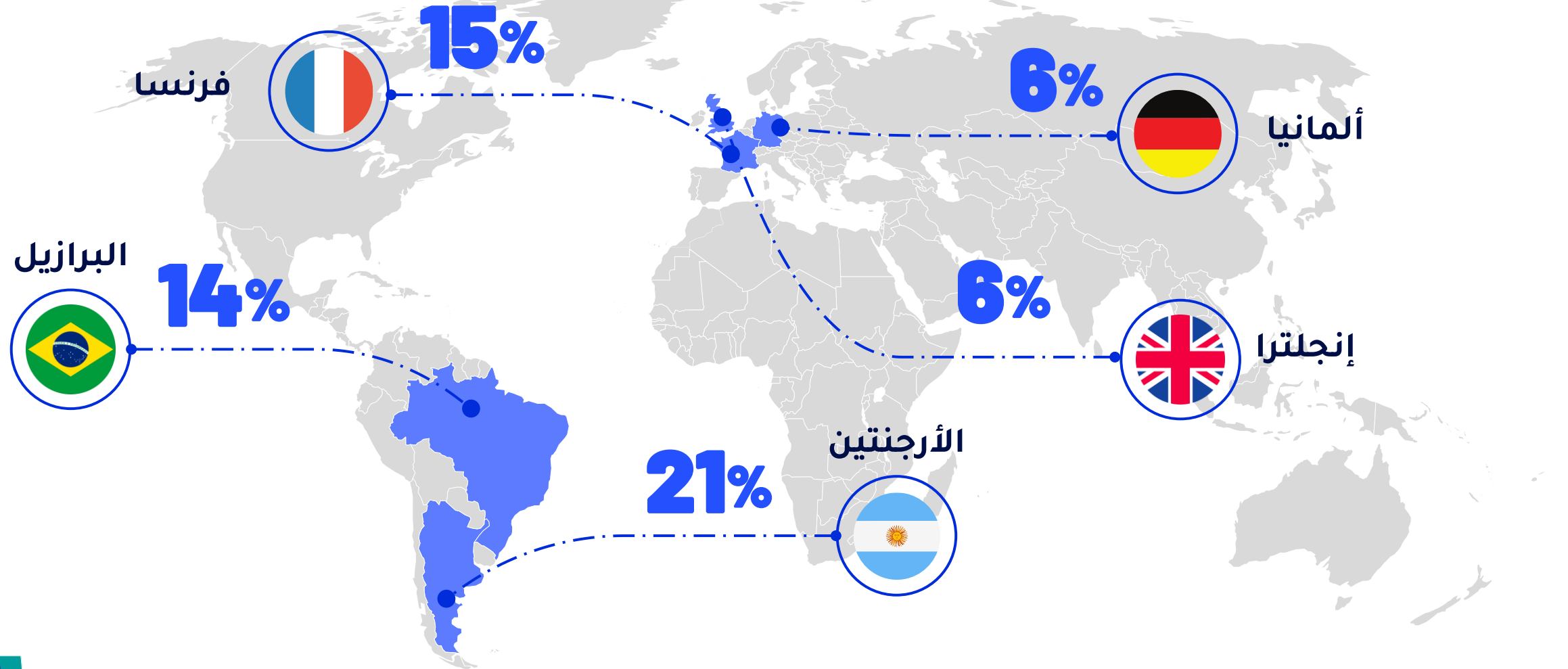
تخطط الأغلبية للمشاركة في مسابقات ودية لتوقع نتائج المباريات مع العائلة والأصدقاء والزملاء



سيشاركون في مسابقات توقع نتائج المباريات بين العائلة والأصدقاء والزملاء

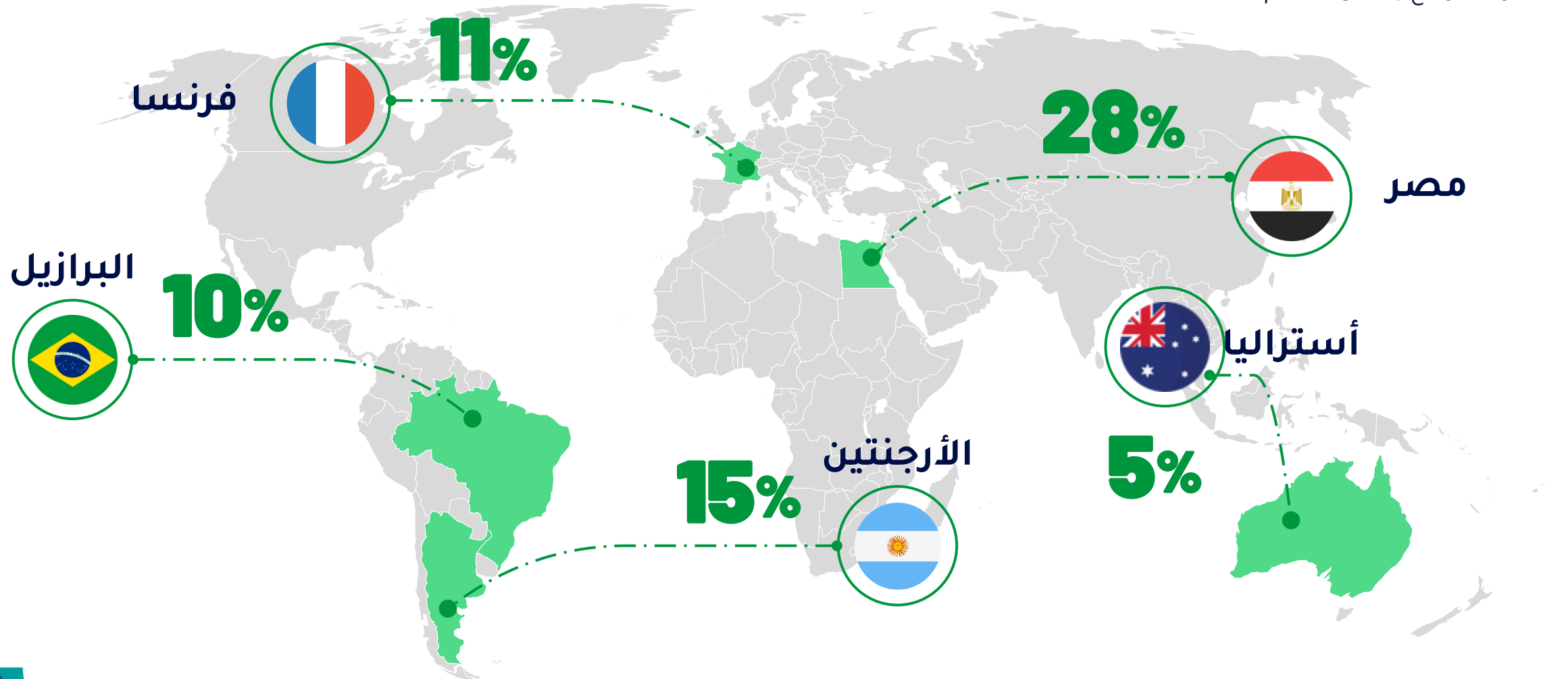
# إلى جانب مصر، الأرجنتين هو الفريق الذي من المرجح أن يدعمه المشجعون

المنتخبات الأكثر تشجيعاً (إلى جانب مصر)



# قد يكون الدعم الثانوي عالمياً، لكن الحماس والفخر بين المصريين عززا الاعتقاد بأن الكأس سيكون لمصر

الفائز المتوقع بكأس العالم

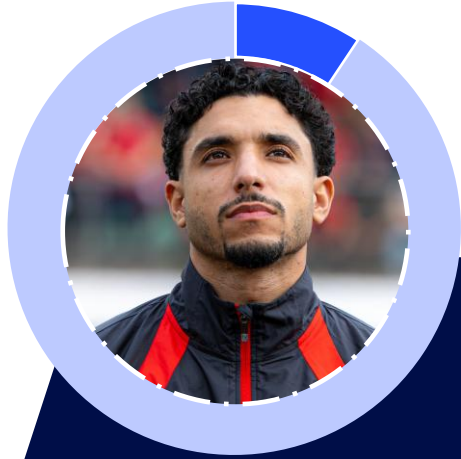




# يحتل محمد صلاح المرتبة الأولى عندما يتعلق الأمر بتوقعات الناس للفائز بالكرة الذهبية

الفائز المتوقع بجائزة الكرة الذهبية

5%



عمر  
مرموش

5%



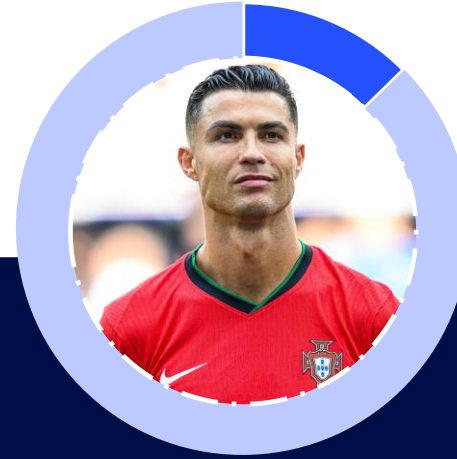
لامين  
يغال

9%



ليونيل  
ميسي

15%



كريستيانو  
رونالدو

25%



محمد  
صلاح



# مصادر المعلومات والتفاعل الجماهيري

# خلال كأس العالم، تخطط الأغلبية لمتابعة نتائج المباريات بشكل يومي

معدل المتابعة المخطط لنتائج المباريات

متابعة النتائج يومياً

50%

متابعة النتائج أسبوعياً

37%

متابعة نتائج المباريات الهامة فقط

12%

لن يتابعوا النتائج على الإطلاق

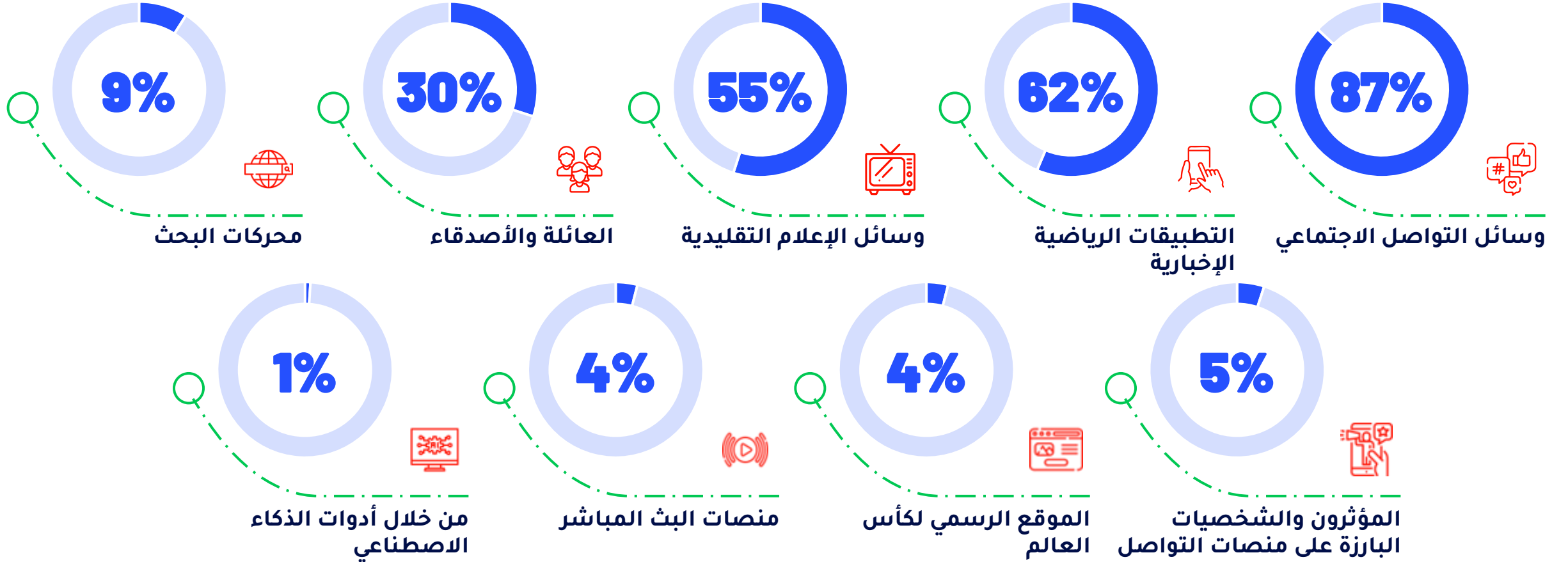
1%



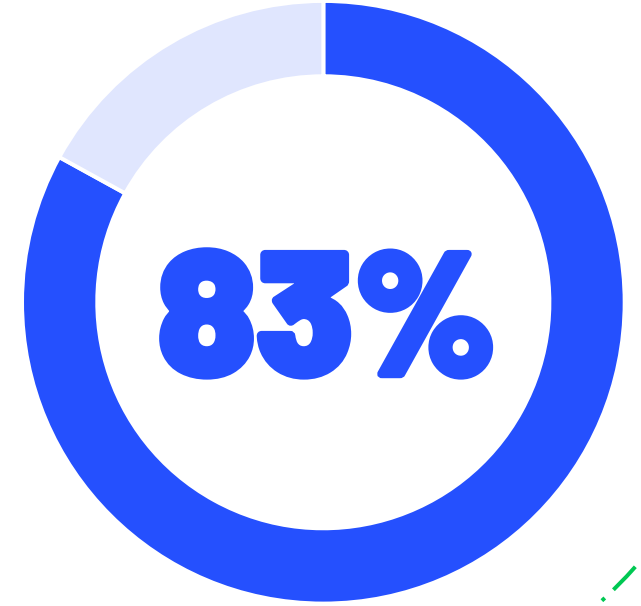


# يخطط معظم الناس الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة المستجديات، بينما تلعب التطبيقات الرياضية والمصادر التقليدية أدوارا رئيسية أيضا

المصادر التي ينوي الناس استخدامها لمعرفة النتائج والمستجديات



مع تصدر وسائل التواصل الاجتماعي للمشهد في الحصول على المعلومات، من المتوقع أيضاً أن يتفاعل المشجعون بشكل أكبر مع محتوى كأس العالم



من المرجح أن يتفاعلوا بشكل أكبر على وسائل التواصل الاجتماعي حول محتوى كأس العالم

7

# الشركات الراعية لكأس العالم





# الوعي بالشركات الراعية لكأس العالم

% وعي الجمهور برعاية كل علامة تجارية لكأس العالم 2026 - أبرز 8 علامات



**KIA**

**31%**

**Hisense**

**35%**



**41%**

**Coca-Cola**

**58%**

**Lenovo**

**13%**

**VISA**

**20%**



**HYUNDAI**

**22%**



**23%**



# العلامات التجارية الأكثر ارتباطاً بكأس العالم بغض النظر عن الرعاية الرسمية

% ارتباط كل علامة تجارية بكأس العالم 2026 - أبرز 8 علامات



**كلمة**  
**21%**



**25%**



**31%**

**Coca-Cola**  
**41%**



**10%**



**12%**



**12%**



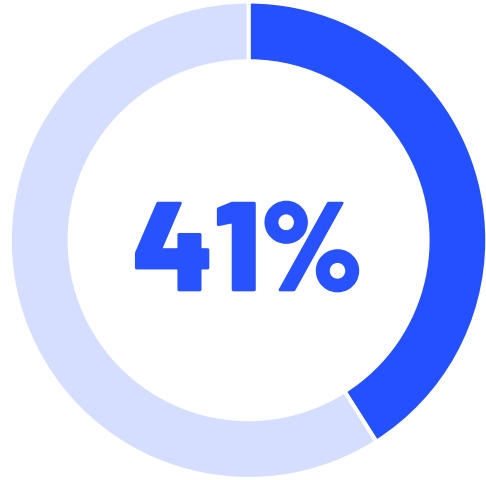
**15%**



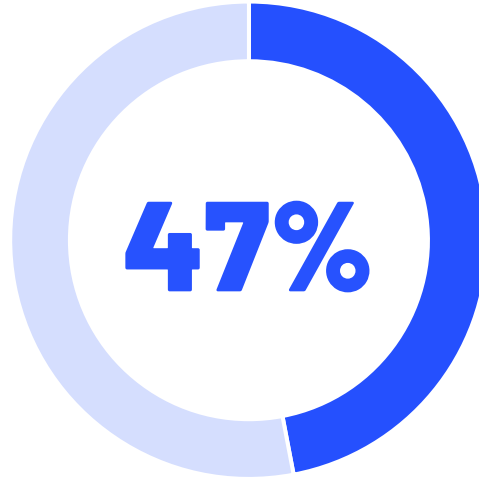


# يرى الكثيرون أن رعاية كأس العالم بمثابة حافز لتعزيز الانتماء للعلامة التجارية، ورفع نية الشراء، بالإضافة إلى زيادة التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي

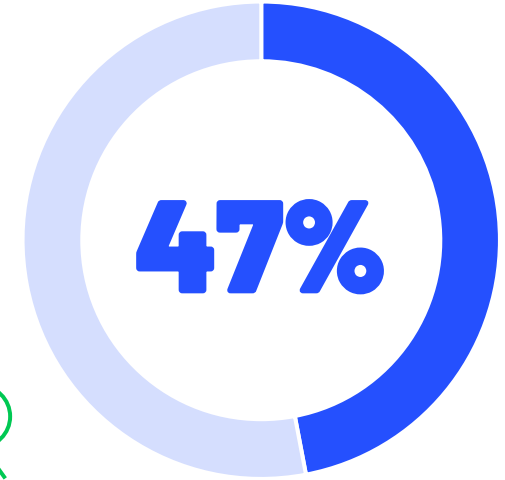
المواقف تجاه العلامات التجارية الراعية لكأس العالم



هم أكثر عرضة لشراء أو استخدام منتجات العلامات التجارية التي ترعى أحداثاً رياضية كبرى مثل كأس العالم



هم أكثر عرضة للتفاعل مع العلامات التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي عندما ترعى أحداثاً كبرى مثل كأس العالم



يشعرون بأن الشركات الراعية لكأس العالم تُعتبر علاماتً فاخرة وعالية الجودة

# أنماط الشخصيات في كأس العالم

8



أنماط شخصيات كأس العالم المتنوعة :  
لكل منها مواقفها وسلوكياتها الخاصة تجاه البطولة

17%

المحلل  
التكتيكي



17%

المشاهد  
الاجتماعي



21%

المشجع  
الشغوف



21%

المشجع  
المنتهز للفرص



23%

المتابع  
العابر

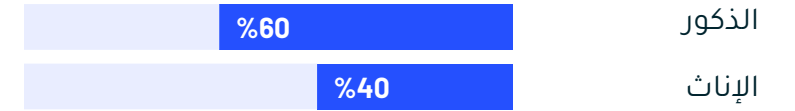




## من هو المتابع العابر؟ (23%)

شخصٌ يتفاعل مع كأس العالم باعتباره وسيلةً للتسلية العابرة فقط، حيث يُدي اهتماماً بالتتائج دون أن يشعُر بضرورة المتابعة الدقيقة للمباريات

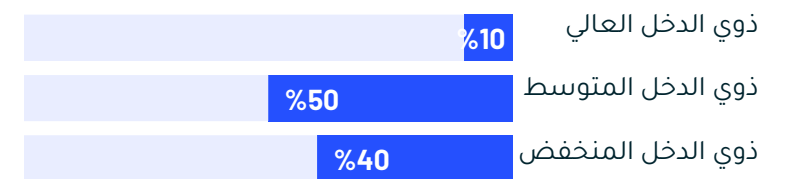
### حسب الجنس



### حسب العمر



### حسب مستوى الدخل



# 25%

يتابعون كأس العالم فقط في أوقات الفراغ أو عندما يشاهد الآخرون من حولهم

# 18%

يكتفون بمعرفة النتيجة النهائية دون الحاجة لمشاهدة المباراة



## من هو المشجع المنتهز للفرص؟ (21%)

شخص ينجذب للمنتخبات الناجحة وذات الشعبية خلال كأس العالم، ويميل لتغيير فريقه المفضل نحو المنتخبات التي تحظى باهتمام واسع وتصنع الحدث

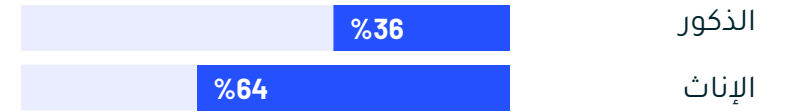
# 54%

يستمتعون بدعم المنتخبات الرائجة أو الأكثر شعبية، حتى وإن لم تكن قرّتهم المفضّلة في المعتاد

# 49%

ينحازون للمنتخبات التي تحقّق انتصارات أو تظهر أداءً قوياً في منافسات البطولة

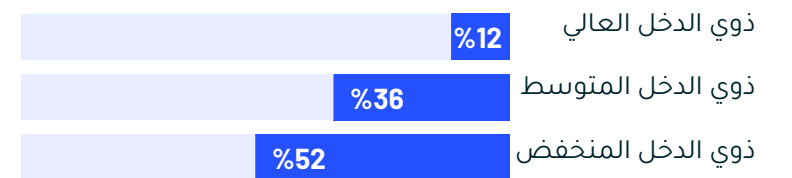
### حسب الجنس



### حسب العمر



### حسب مستوى الدخل



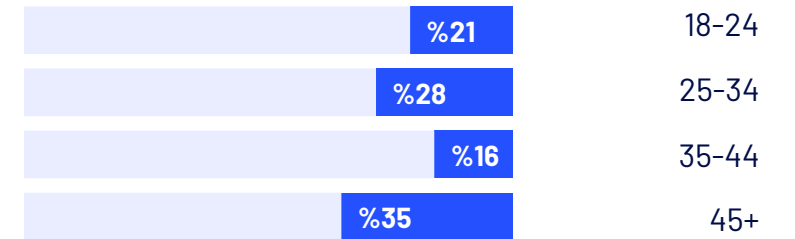
## من هو المشاهد الاجتماعي؟ (21%)

شخصٌ يعتبر كأس العالم مناسبةً اجتماعيةً في جوهرها، حيث يُركّز على قيمة التواصل المجتمعي، والتجارب المشتركة التي يصنعها بمعدّل يفوق اهتمامه بالمباريات ذاتها

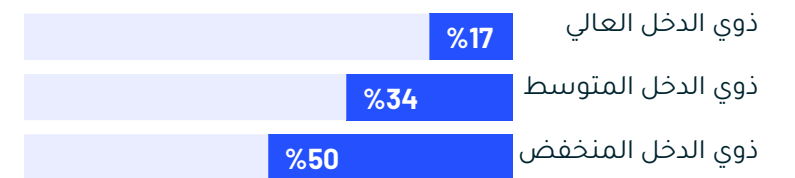
### حسب الجنس



### حسب العمر



### حسب مستوى الدخل



# 64%

يعتقدون أن الأجواء الاجتماعية لكأس العالم أهم من المباريات الفعلية

# 56%

يستمتعون بكأس العالم لأنه يجمع الناس معاً بالمقام الأول

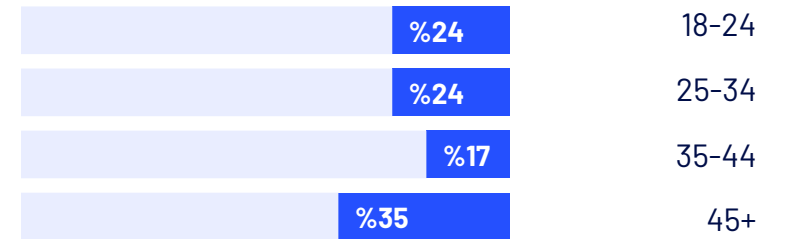
## من هو المشجع الشغوف؟ (17%)

شخص ترتبط مشاعره واهتماماته اليومية ارتباطاً وثيقاً بكأس العالم، حيث يحدد أداء منتخبه المفضل مدى استمتاعه بالبطولة بأكملها

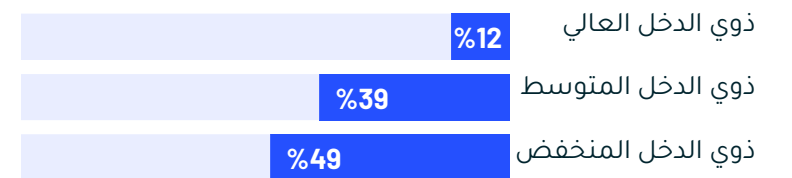
### حسب الجنس



### حسب العمر



### حسب مستوى الدخل



# 77%

يتأثر مزاجهم بأداء منتخبهم المفضل خلال كأس العالم

# 63%

يعتقدون أن كل الاهتمامات تتنحى جانباً لتصبح كرة القدم هي الأولوية المطلقة أثناء كأس العالم





## من هو المحلل التكتيكي؟ (17%)

شخصٌ يتعامل مع كأس العالم من منظور الاهتمام بالجوانب الفنيّة والاستراتيجيّة لكرة القدم، حيث يُتابع الخطط التكتيكيّة، ومؤشّرات الأداء، والآراء التحليليّة للخبراء

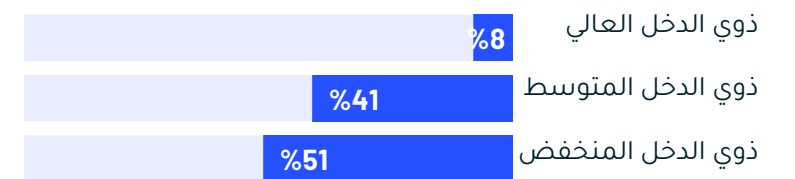
### حسب الجنس



### حسب العمر



### حسب مستوى الدخل



# 75%

يتابعون أخبار كرة القدم وآراء الخبراء على مدار العام

# 49%

يستمتعون بتحليل التكتيكات والتشكيلات وإحصائيات اللاعبين أثناء المباريات



# العينة والمنهجية المتبعة

## حجم العينة

× —  
500 مشارك

## معايير العينة

× —  
يعكس التركيبة السكانية للسكان من حيث الجنس، والفئة العمرية (18 سنة فأكثر)، المناطق السكنية، والطبقات الاجتماعية الاقتصادية

## المنهجية المتبعة

× —  
تُفذ الاستبيان من خلال المقابلات الشخصية بمساعدة الحاسوب

## التغطية الجغرافية

× —  
في مصر  
بتغطية شاملة على مستوى البلد

× × ×  
× × ×  
× × ×  
× × ×  
× × ×  
× × ×  
× × ×

# للمزيد من المعلومات



**Alaa Saied**

Senior Client Officer

Ipsos in Egypt

[alaa.saied@ipsos.com](mailto:alaa.saied@ipsos.com)

