علامة رونالدو التجارية تقترب من حاجز المليار يورو



نخيل نيوز – متابعة

ما زال اسم كريستيانو رونالدو يشكل استثناء لافتا حيث تزداد قيمته التجارية عاما بعد عام حتى بات اليوم على مشارف دخول نادي العلامات التجارية المليارية.

فبحسب تقديرات حديثة صادرة عن المعهد البرتغالي للإدارة والتسويق، فإن العلامة التجارية الخاصة بالنجم البرتغالي الشهير اقتربت من قيمة 850 مليون يورو، وسط توقعات قوية بتخطي حاجز المليار يورو في الأشهر القادمة.

رونالدو، الذي يلعب حاليا لنادي النصر السعودي، يعد الشخصية العامة الأكثر متابعة في العالم، حيث تجاوز عدد متابعيه عبر منصات التواصل الاجتماعي حاجز المليار، وينتج عنه سنويا ما يزيد عن 22 مليون مادة إعلامية، كما يتم البحث عن اسمه أكثر من 187 مليون مرة على محرك "غوغل".

كما تم ذكره في أكثر من 4 آلاف كتاب على منصة "أمازون"، وتم الاستشهاد به في ما يفوق 63 ألف دراسة أكاديمية، وهو ما يعكس التأثير الواسع والعابر للحدود الذي يتمتع به.

ويؤكد "فابيو وولف"، الشريك المؤسس لشركة "وولف سبورتس"، أن رونالدو هو "أعظم ظاهرة تسويقية في تاريخ الرياضة"، نتيجة لمزيج من الموهبة، والانضباط، والتخطيط الاستراتيجي طويل المدى.

أما "رينيه سالفيانو"، المدير التنفيذي لشركة "هيتماب"، فيرى أن كريستيانو "تجاوز كونه رياضيا إلى كونه رمزا عالميا للترفيه والإعلام".

ويجني رونالدو ما يزيد عن 350 مليون يورو سنويا، منها أكثر من 200 مليون من عقده مع النصر، والباقي من الإعلانات والشراكات مع علامات تجارية كبرى مثل "نايكي" و"لويس فويتون" و"تاغ هوير"، وغيرها من الأسماء الرفيعة.

ولايكتفي رونالدو باللعب داخل المستطيل الأخضر، بل توسع في استثماراته، حيث دخل في شراكة لإنتاج فيلمين عالميين مع المخرج البريطاني "ماثيو فون"، كما استثمر في شركات مثل منصة 24□□□□□□ الألمانية للساعات الفاخرة، و"كونفينا ميديا" في البرتغال، و"فيستا أليغري" المختصة بالخزف.

وفي عالم المحتوى الرقمي، يمتلك قناة □□□□□□□□□ □□ على يوتيوب، والتي تضم أكثر من 74 مليون مشترك، واستخدمها مؤخرا لبث نهائيات بطولة 1□ □□□□□ □□□□□□□ التي أُقيمت في الرياض، ووصلت مشاهداتها لأكثر من 130 دولة.

ورغم انشغاله بتوسيع علامته التجارية، لم يغلق رونالدو ملف الطموحات الكروية، إذ لا يزال يسعى لتحقيق الهدف رقم

1000 في مسيرته، في إنجاز سيكون تتويجا لمسيرة أحد أعظم من لمس الكرة عبر التاريخ.