# تقرير أكاديمي عن حملة إعلانية «Prime Fitness»

## مقدمة عن أهمية الرياضة في المجتمع

تؤكد منظمة الصحة العالمية أنَّ ممارسة النشاط البدني بانتظام يعود بفوائد صحية وبدنية ونفسية هائلة. حيث أظهرت دراسات المنظمة أن النشاط البدني يحمي من الأمراض غير السارية مثل أمراض القلب والسكري والسرطان، كما يخفّض من أعراض الاكتئاب والقلق ويعزّز صحة الدماغ والرفاه العام[[1]](https://www.who.int/ar/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity" \l ":~:text=,%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%85%D8%A7%D8%BA%D8%8C%20%D9%88%D9%8A%D9%85%D9%83%D9%86%20%D8%A3%D9%86%20%D8%AA%D8%AD%D8%B3%D9%86%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A9). بالإضافة إلى الفوائد الصحية، تلعب الرياضة دورًا اجتماعيًا مهمًا في تعزيز التماسك ولبناء علاقات إيجابية بين أفراد المجتمع. فالفعاليات الرياضية تفتح فرص تواصل بين أشخاص من خلفيات مختلفة، مما يغرس روح الانتماء والتعاون بين الناس[[2]](https://mixnewes.com/%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%B6%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%AA%D8%B9%D8%B2%D9%8A%D8%B2-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%88%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9/" \l ":~:text=%D8%AA%D9%84%D8%B9%D8%A8%20%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%B6%D8%A9%20%D8%AF%D9%88%D8%B1%D8%A7%D9%8B%20%D8%A8%D8%A7%D8%B1%D8%B2%D8%A7%D9%8B%20%D9%81%D9%8A,%D9%84%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%AA%20%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%B6%D9%8A%D8%A9%20%D9%86%D8%A7%D8%AC%D8%AD%D8%A9%20%D9%81%D9%8A%20%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9). إن المجتمعات المتقدمة تراعي دمج الرياضة في الحياة اليومية، لأن رفع معدلات النشاط الرياضي يساعد في تحسين جودة الحياة العامة وتنمية المجتمع.

## الفكرة العامة للحملة ولماذا تم اختيارها

تتمحور فكرة حملة «Prime Fitness» حول تشجيع ممارسة الرياضة بمختلف أشكالها، مع التركيز على التمارين الفردية المرنة مثل الكاليسثينكس في المنزل، والتمارين داخل الجيم، والجري في الهواء الطلق. فقد ارتبطت الحملة بشعار «كن في أفضل حالاتك (Prime) من خلال الرياضة» لتوضيح أن اللياقة البدنية أساسٌ لأسلوب حياة صحي ومتوازن. تم اختيار هذه الفكرة نظرًا لأهمية بناء عادات صحية بين الشباب وحاجتهم إلى حافز للبدء أو الاستمرار في ممارسة الرياضة. كما يساهم التركيز على التمارين المنزلية والفردية في جعل الحملة شاملة وسهلة التنفيذ في ظل الظروف الحالية، حيث أصبحت هذه التمارين شائعة عالميًا بديلاً عمليًا للجيم، خصوصًا بعد الاعتماد على الأنشطة المنزلية أثناء جائحة كورونا.

## الأهداف الرئيسية للحملة

* رفع الوعي بالعلامة التجارية للحملة (Prime Fitness): بناء صورة إيجابية عن العلامة من خلال ربطها بالمحتوى الرياضي الملهم. فالتسويق الرياضي يمنح العلامات التجارية فرصة لخلق الوعي بالماركة والوصول إلى جمهور أكبر[[3]](https://advertising.amazon.com/ar-ae/library/guides/sports-marketing" \l ":~:text=%D9%8A%D8%B9%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%20%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%B6%D9%8A%20%D9%85%D9%87%D9%85%D9%8B%D8%A7%20%D9%84%D8%A3%D9%86%D9%87,%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%8A%D9%82%20%D8%A3%D9%88%20%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%A7%D8%B9%D8%A8%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%AB%D8%A7%D8%B1%D8%A9%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9)، خاصة عندما يتم تقديم رسائل قوية تواكب شغف المستهدفين بالرياضة.
* نشر ثقافة الرياضة وأسلوب الحياة الصحي: تحفيز الجمهور المستهدف على إدراج الرياضة في روتينهم اليومي والإبراز المستمر لفوائدها الصحية والجمالية.
* زيادة المشاركة الفعلية في الأنشطة الرياضية: تشجيع الأفراد على تجربة التمارين المقترحة (كاليسثينكس، الجري، تمارين الجيم) وتحويل الرسائل إلى أفعال ملموسة، من خلال تحديات ومسابقات تفاعلية.
* تعزيز التفاعل والمشاركة عبر وسائل التواصل: تحقيق تفاعل رقمي واسع (إعجابات، مشاركات، تعليقات) مع محتوى الحملة بهدف إنشاء مجتمع نشط حول «Prime Fitness» على المنصات الاجتماعية.
* إقامة شراكات استراتيجية: بناء تحالفات مبدئية مع النوادي الرياضية والمراكز الصحية لنشر محتوى الحملة وتعزيز المصداقية، وتحقيق استفادة مشتركة من الموارد والخبرات.

## الفئة المستهدفة (15–30 سنة) وسبب الاختيار

* الشباب والشابات (15–30 عامًا): هذه الفئة العمرية محورية نظرًا لأن نسبة كبيرة من أفرادها لا يمارسون الرياضة بانتظام. مثلاً، أظهر تقرير حكومي مصري أن حوالى 80.2% من الأشخاص في الفئة العمرية 20–24 عامًا لم يمارسوا الرياضة مطلقًا[[4]](https://www.youm7.com/story/2025/8/11/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%8A%D9%88%D9%86-%D9%84%D8%A7-%D9%8A%D9%84%D8%B9%D8%A8%D9%88%D9%86-%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%B1%D8%B3%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%83%D8%B4%D9%81-%D8%A3%D8%B3%D8%A8%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B2%D9%88%D9%81-%D8%B9%D9%86-%D9%85%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%B3%D8%A9/7085792" \l ":~:text=5,%D9%85%D9%86%20%D9%87%D9%85%2065%20%D8%B3%D9%86%D8%A9%20%D9%81%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1). ولأن هذه الفئة في طور بناء العادات، فإن استهدافهم للحملة يمكن أن يؤثر إيجابيًا على نمط حياتهم الصحي.
* القابلية للتواصل الرقمي: يتميز المستهدفون 15–30 عامًا بانخراطهم القوي في وسائل التواصل الاجتماعي، خاصةً المنصات المرئية. إذ تستقطب تطبيقات الفيديو القصير مثل تيك توك هذه الفئة بشكل خاص، حيث جمعت المنصة أكثر من 1.5 مليار مستخدم نشط شهريًا، معظمهم من الفئات الأصغر سنًا[[5]](https://tridenstechnology.com/ar/%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A/" \l ":~:text=%D8%A7%D9%83%D8%AA%D8%B3%D8%A8%D8%AA%20TikTok%D8%8C%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%88%D9%81%D8%A9%20%D8%A8%D9%85%D9%82%D8%A7%D8%B7%D8%B9%20%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88,5%20%D9%85%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%B1%20%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%20%D9%86%D8%B4%D8%B7%20%D8%B4%D9%87%D8%B1%D9%8A%D9%8B%D8%A7). كما يشكل مستخدمو إنستجرام نسبة كبيرة (حوالى 2 مليار مستخدم عالمي) ضمن هذه الفئة[[6]](https://tridenstechnology.com/ar/%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A/" \l ":~:text=%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83%C2%A03%2C065M%20%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8%C2%A02%2C504M%20%D8%A7%D9%86%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%B1%D8%A7%D9%85%202%2C000M%20%D9%88%D8%A7%D8%AA%D8%B3%D8%A7%D8%A8%C2%A02%2C000M,%D8%AA%D9%8A%D9%83%20%D8%AA%D9%88%D9%83%C2%A01%2C582M). لذلك، سيضمن التركيز على هذه السن وصول الحملة إلى جمهور واسع وحيوي يتمتع بقدرة تفاعل عالية.

## المحتوى المتوقع إنتاجه

* بوسترات مطبوعة ورقمية: تصاميم جذابة تنشر في النوادي الرياضية والمراكز التجارية وعلى صفحات الحملة الإلكترونية. تتضمن صورًا توضيحية للتمارين وحِكم تحفيزية لربط الرياضة بالصحة والإيجابية.
* فيديوهات موشن جرافيك قصيرة: تشرح التمارين الفردية (كاليسثينكس، تمارين منزلية، تمارين الجيم) بشكل مبسط وجذاب. هذه الفيديوهات الإعلانية ستحفز المتابعين على تجربة التمارين وستظهر الحركة والنشاط بطريقة مرئية مبتكرة.
* إعلانات لوسائل التواصل الاجتماعي: منشورات تفاعلية على فيسبوك وإنستجرام تتضمن مسابقات وفيديوهات تعليمية قصيرة. كما ستُستخدم مقاطع مصممة خصيصًا لمنصات الفيديو القصير (Instagram Reels وTikTok) تبرز تمارين مختارة ونصائح سريعة لتشجيع التمارين اليومية.
* مواد ترويجية تكميلية: مثل الانفوجرافيك حول فوائد الرياضة، وحملات تحدي يومي للمشي أو الجري على سبيل المثال. هذه المواد ستدعم الرسالة العامة وتدفع الجمهور للمشاركة العملية في الحملة.

## المنصات المستخدمة للنشر

سيتم نشر محتوى الحملة على المنصات الاجتماعية الأكثر انتشارًا بين الفئة المستهدفة:  
- فيسبوك: للوصول إلى جمهور واسع ومتنوّع (يُقدّر عدد مستخدمي فيسبوك عالميًا بحوالي 3.06 مليار[[6]](https://tridenstechnology.com/ar/%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A/" \l ":~:text=%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83%C2%A03%2C065M%20%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8%C2%A02%2C504M%20%D8%A7%D9%86%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%B1%D8%A7%D9%85%202%2C000M%20%D9%88%D8%A7%D8%AA%D8%B3%D8%A7%D8%A8%C2%A02%2C000M,%D8%AA%D9%8A%D9%83%20%D8%AA%D9%88%D9%83%C2%A01%2C582M))، مع استهداف الشريحة الأكبر سنًا من الفئة المستهدفة.  
- إنستغرام: المنصة البصرية المفضلة للشباب (حوالي 2 مليار مستخدم[[6]](https://tridenstechnology.com/ar/%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A/" \l ":~:text=%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83%C2%A03%2C065M%20%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8%C2%A02%2C504M%20%D8%A7%D9%86%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%B1%D8%A7%D9%85%202%2C000M%20%D9%88%D8%A7%D8%AA%D8%B3%D8%A7%D8%A8%C2%A02%2C000M,%D8%AA%D9%8A%D9%83%20%D8%AA%D9%88%D9%83%C2%A01%2C582M))، يُستخدم فيها المحتوى المرئي القصير والصور الجذابة؛ لذا ستُعرض بوسترات الحملة والرسوم البيانية والقصص القصيرة (Stories).  
- تيك توك: منصة الفيديوهات القصيرة الأشهر لدى الفئة الصغيرة (حوالي 1.58 مليار مستخدم[[6]](https://tridenstechnology.com/ar/%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A/" \l ":~:text=%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83%C2%A03%2C065M%20%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8%C2%A02%2C504M%20%D8%A7%D9%86%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%B1%D8%A7%D9%85%202%2C000M%20%D9%88%D8%A7%D8%AA%D8%B3%D8%A7%D8%A8%C2%A02%2C000M,%D8%AA%D9%8A%D9%83%20%D8%AA%D9%88%D9%83%C2%A01%2C582M))، وستُستخدم لنشر مقاطع تمارين سريعة وحماسية (Challenges) تروج للحملة بطريقة غير رسمية ومرحة.  
- يوتيوب: (اختياري) لمحتوى فيديوهات أطول مثل شروحات تمرينات مفصلة أو لقاءات مع مدربين، إذ يتجاوز عدد مستخدميه 2.5 مليار[[7]](https://tridenstechnology.com/ar/%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A/" \l ":~:text=Image%3A%20%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1%20%D8%B4%D8%B9%D8%A8%D9%8A%D8%A9,%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83%C2%A03%2C065M%20%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8%C2%A02%2C504M%20%D8%A7%D9%86%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%B1%D8%A7%D9%85%202%2C000M).  
- منصات أخرى: قد تشمل هذه الحملة تغطية جزئية على تويتر (X) ونوادي رياضية لها تواجد إلكتروني، لضمان أقصى انتشار وانتقال الرسائل.

## دور كل عضو في الفريق

1. قائد المشروع/المصمم الرئيسي: مسؤول عن الإشراف العام على الحملة والتنسيق بين أعضاء الفريق. يقود وضع الاستراتيجية البصرية ويضمن توافق التصاميم مع أهداف الحملة وتوجهاتها العامة.
2. مصمم الإعلانات والمنشورات: يركز على إعداد التصاميم الثابتة (بوسترات، انفوجرافيك، وغلاف صفحات الحملة). يعمل على اختيار الصور والألوان والخطوط المناسبة للعلامة وتحويل الأفكار إلى رسومات بصرية جذابة.
3. مصمم الحركة (موشن جرافيك): يتولى إنتاج الفيديوهات المتحركة والقوالب الإعلانية الديناميكية. يقوم بتحريك الرسوم التوضيحية وتصميم الفيديوهات القصيرة التي تشرح التمارين والخطوات التثقيفية بشكل إبداعي ومبسط.
4. مصمم محتوى السوشيال ميديا: يتخصص في تصميم محتوى منصات التواصل الاجتماعي (Instagram Reels, TikTok، منشورات فيسبوك). يشرف على تحرير الصور ومونتاج الفيديوهات القصيرة، ويعمل على كتابة نصوص التغريدات والنشرات الداعمة بالتنسيق مع فريق المحتوى، لضمان انسجام الرسالة البصرية مع الرسالة النصية.

## النوادي والمراكز الرياضية كمصدر إلهام أو شراكة محتملة

* نادي الشمس الرياضي: يعد من أكبر الأندية الرياضية والاجتماعية في مصر، حيث تبلغ مساحة النادي واسعة جدًا ويضم عضوية تقارب 120 ألف أسرة (حوالي نصف مليون نسمة)[[8]](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%86%D8%A7%D8%AF%D9%8A_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D9%85%D8%B3#:~:text=%D9%8A%D8%B9%D8%AF%20%D9%86%D8%A7%D8%AF%D9%8A%20%D8%A7%D9%84%D8%B4%D9%85%D8%B3%20%D9%85%D9%86%20%D8%A3%D9%83%D8%A8%D8%B1,%D8%A3%D9%8A%20%D8%AD%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%8A%20%D9%86%D8%B5%D9%81%20%D9%85%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86%20%D9%86%D8%B3%D9%85%D8%A9). يمكن دراسة تصاميم ملصقاته أو التعاون في فعالية رياضية مشتركة، فقدرة التغطية الإعلامية للنادي كبيرة وحاشدته وفية.
* نادي Club One بالمعادي: يُعرف بأنه أول نادي رياضي ذكي في مصر، تمّ افتتاحه بالتعاون بين وزارتي الشباب والرياضة والاتصالات[[9]](https://ictbusiness.org/%D9%86%D8%A7%D8%AF%D9%89-club-one-%D8%A3%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%86%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%B6%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%89/" \l ":~:text=%D9%82%D8%A7%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%83%D8%AA%D9%88%D8%B1%20%D8%B9%D9%85%D8%B1%D9%88%20%D8%B7%D9%84%D8%B9%D8%AA%20%D9%88%D8%B2%D9%8A%D8%B1,%D8%A7%D9%84%D8%B0%D9%83%D9%8A%D8%A9%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%84%D8%B9%D8%A7%D8%A8%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9%20%D9%81%D9%89%20%D9%85%D8%B5%D8%B1). يعتمد النادي على أحدث التقنيات في التدريبات والتطبيقات الرقمية، وهو مصدر إلهام لتصاميم عصرية (مثلاً: استخدام الواقع الافتراضي والذكاء الاصطناعي في الرياضة).
* أندية رياضية كبرى أخرى: مثل نادَي الأهلي والزمالك، وأي فروع للنوادي المتخصصة في الرياضة البدنية والترفيهية. قد تفتح هذه الأندية المجال للتعاون في حملات مشتركة أو رعاية، بما أنها تجمع قاعدة جماهيرية كبيرة وتاريخًا طويلًا في مجال الرياضة.
* مراكز الشباب الرسمية: تشمل مختلف مراكز الشباب التابعة لوزارة الشباب والرياضة، وهي شبكات واسعة يمكن التعاون معها لنشر إعلانات الحملة في فروعها أو إقامة ورش عمل للياقة البدنية تحت مظلة الحملة.
* صالات الجيم واللياقة البدنية الخاصة: مثل فروع سلسلة Gold’s Gym أو Fitness First وغيرها، التي قد تسمح بعرض إعلانات الحملة أو تقديم خصومات بمناسبتها، مما يدعم المصداقية ويحفز الجمهور على المشاركة.

## مدة تنفيذ المشروع

تمتد حملة «Prime Fitness» على مدى ثلاثة أشهر، وتتوزع على مراحل زمنية محددة:  
- الشهر الأول (التخطيط والإعداد): يشمل دراسة السوق، تطوير الهوية البصرية، وإعداد الملصقات والفيديوهات التوضيحية الأولية. في نهايته تتم مراجعة التصميمات مع الجهات المعنية وتحديد الخطوط العريضة للمنشورات.  
- الشهر الثاني (الإنتاج والتنفيذ): يتم في هذا الشهر إنتاج المحتوى النهائي (إنشاء الفيديوهات المتحركة وتصميم كل المواد المطلوب نشرها)، كما تهيئة الحسابات والمنصات الرقمية وتنظيم جدول النشر.  
- الشهر الثالث (الترويج والمتابعة): يتضمن نشر الحملة على المنصات الموضوعة ونشرها في النوادي المختارة، إضافة إلى تتبع تفاعل الجمهور (من خلال إحصائيات المشاهدات والمشاركات) وإجراء التعديلات الأخيرة على المحتوى إذا لزم الأمر. في نهايته يجري تقييم أثر الحملة وتوثيق النتائج والتوصيات الختامية.

## خاتمة تلخص قوة المشروع وتأثيره المحتمل

إن حملة «Prime Fitness» مصممة لتلبية حاجة حقيقية في المجتمع إلى زيادة الوعي بأهمية الرياضة، لا سيما بين الشباب. تكامل عناصرها (المحتوى المبتكر – منصات الانتشار الملائمة – شراكات الأندية – فريق العمل المحترف) يعزز من فعالية الحملة. فقد أشارت دراسات رسمية إلى أن زيادة معدلات ممارسة الرياضة ليست ترفًا بل ضرورة لبناء مجتمع صحي ومنتج[[10]](https://www.youm7.com/story/2025/8/11/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%8A%D9%88%D9%86-%D9%84%D8%A7-%D9%8A%D9%84%D8%B9%D8%A8%D9%88%D9%86-%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%B1%D8%B3%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%83%D8%B4%D9%81-%D8%A3%D8%B3%D8%A8%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B2%D9%88%D9%81-%D8%B9%D9%86-%D9%85%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%B3%D8%A9/7085792" \l ":~:text=%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%8A%D8%8C%20%D8%AD%D9%8A%D8%AB%20%D8%AA%D8%AA%D8%AF%D8%A7%D8%AE%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%88%D8%A7%D9%85%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AE%D8%B5%D9%8A%D8%A9,%D8%B6%D8%B1%D9%88%D8%B1%D8%A9%20%D9%84%D8%A8%D9%86%D8%A7%D8%A1%20%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9%20%D8%B5%D8%AD%D9%8A%20%D9%88%D9%85%D9%86%D8%AA%D8%AC). ولذا، من المتوقع أن تترك الحملة أثرًا إيجابيًا كبيرًا، من خلال حث الفئة المستهدفة على تبني نمط حياة رياضي أكثر، مما يسهم بدوره في تحسين الصحة العامة والإنتاجية المجتمعية. كما أن الربط بين الرياضة والتكنولوجيا الرقمية الحديثة (محتوى تفاعلي عبر الإنترنت) يمنح الحملة ميزة تنافسية في جذب الانتباه وتحقيق استدامة التأثير على المدى البعيد. وبالتالي، سيكون لـ«Prime Fitness» القدرة على إحداث تغيير واضح في ثقافة اللياقة لدى الشباب، مما يجعلها مشروعًا إعلاميًا قوياً وذو مردود اجتماعي وإيجابي ملموس. .