Michał Banasiak Andrzej Kohut dr Marcin Mrowiec Mieszko Rajkiewicz Wojciech Urbański

MUNDIAL 2026

GEOPOLITYKA, EKONOMIA I GLOBALNY BIZNES

PIDS | Polski Instytut Dyplomacji Sportowej

Grant Thornton

MUNDIAL 2026

GEOPOLITYKA, EKONOMIA I GLOBALNY BIZNES

Autorzy: Michał Banasiak, Andrzej Kohut, Marcin Mrowiec, Mieszko Rajkiewicz, Wojciech Urbański

Redakcja: Michał Banasiak, Jakub Bornio, Michał Kobierecki, Mieszko Rajkiewicz

Opracowanie graficzne i skład: Kacper Lipowy

Opieka projektu ze strony Grant Thornton: Szymon Laszewicz

Copyright © by Fundacja Polski Instytut Dyplomacji Sportowej oraz Grant Thorton, Warszawa 2024 All rights reserved

Wszystkie prawa zastrzeżone, szczególnie prawa do przedruku i tłumaczeń na inne języki. Żaden fragment książki (tekst, ilustracje) nie może być w jakikolwiek sposób powielony albo włączony do jakiejkolwiek bazy odtwarzania elektronicznego oraz mechanicznego bez uzyskania wcześniejszej zgody właściciela praw. Poglądy i opinie wyrażone w niniejszej publikacji prezentują indywidualne stanowiska autorów.

ISBN 978-83-972420-1-2

PIDS | Polski Instytut Dyplomacji Sportowej

Polski Instytut Dyplomacji Sportowej jest ośrodkiem badawczym (think tankiem) prowadzącym działalność analityczną w zakresie relacji sportu i polityki, ze szczególnym uwzględnieniem dyplomacji sportowej. Sport i polityka w dzisiejszym rozumieniu, wzajemnie na siebie oddziałują od początków XX wieku, jednak dopiero w ostatnich dwóch dekadach badania nad tym zjawiskiem się intensyfikują – w sferze publicznej oraz naukowej. Dyplomacja sportowa w XXI wieku angażuje aktorów międzynarodowej polityki, instytucje publiczne, organizacje sportowe, sportowców, kibiców, organizacje pozarządowe, reklamodawców i sponsorów oraz społeczeństwa. Badania i analizy Polskiego Instytutu Dyplomacji Sportowej obejmują szerokie spektrum zagadnień, do których należą politologia sportu, sport w polityce międzynarodowej, ekonomia sportu, socjologia sportu, kulturowe znaczenie sportu, prawo sportowe, marketing i sponsoring sportowy, rozwój technologiczny w sporcie. Misją Polskiego Instytutu Dyplomacji Sportowej jest podnoszenie świadomości wszystkich uczestników dyplomacji sportowej na temat procesów w niej zachodzących oraz ich znaczenia, a także edukowanie w tym zakresie. Osiągnięciu tych celów pomogą publikowane w ramach Instytutu komentarze, opinie, badania, analizy oraz raporty. Polski Instytut Dyplomacji Sportowej dostarcza również wiedzy eksperckiej polskim organizacjom sportowym (federacjom i klubom), sportowcom oraz instytucjom publicznym, w celu wyposażenia polskich sportowców oraz działaczy sportowych w podstawowa wiedzę na temat aktualnej sytuacji geopolitycznej, w odniesieniu do bieżących i przyszłych wydarzeń sportowych oraz ich znaczenia pozasportowego. Instytut jest też otwarty na współpracę z ośrodkami akademickimi, podmiotami prywatnymi i mediami.

www.pids.pl

kontakt@pids.pl

Michał Banasiak

Prezes i współzałożyciel Polskiego Instytutu Dyplomacji Sportowej

Analityk relacji sportu i polityki. Autor analiz, komentarzy i wywiadów z zakresu dyplomacji sportowej i polityki międzynarodowej. Sekretarz Rady Ekspertów ds. Dyplomacji Sportowej PZPN. Współpracownik portalu XYZ.pl i Raportu o stanie świata. Pracował w Maltańskim Związku Piłki Nożnej oraz przy organizacji kilkunastu międzynarodowych imprez sportowych, w tym mistrzostw świata w kolarstwie szosowym, mistrzostw Europy w piłce ręcznej, World Games, klubowych mistrzostw świata w siatkówce i meczów piłkarskiej Ligi Europy. Współautor raportów „Katar: Geopolityka i mistrzostwa świata" oraz „Paryż 2024. Bezpieczeństwo, ekonomia i geopolityka igrzysk olimpijskich".

dr Marcin Mrowiec

Główny ekonomista Grant Thornton

Ekonomista z ponad 20-letnim doświadczeniem, głównie w sektorze bankowym. Przez 12 lat był głównym ekonomistą i dyrektorem analiz makroekonomicznych i sektorowych Banku Pekao. Od 2023 roku jest Głównym ekonomistą Grant Thornton. Laureat wielu nagród za trafność prognoz makroekonomicznych i rynkowych, w tym w konkursach organizowanych przez Narodowy Bank Polski i „Puls Biznesu" W 2026 wygrał konkurs „Rzeczpospolitej" i „Parkietu" na najlepszego analityka w kategoriach: "Prognozy WIG20 i "Prognozy kursu USD/PLN" Jest doktorem nauk ekonomicznych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

Andrzej Kohut

Amerykanista, analityk Ośrodka Studiów Wschodnich

Prowadzi "Przegląd zagraniczny" w radiu RMF 24 oraz własny podcast "Wszyscy ludzie Trumpa". Napisał dwie książki o USA: "Ameryka. Dom podzielony" (2022) i "Bitwa o Amerykę. Czy to koniec Stanów Zjednoczonych jakie znamy" (2024).

Wojciech Urbański

Analityk Polskiego Instytutu Dyplomacji Sportowej

Absolwent politologii i stosunków międzynarodowych na Uniwersytecie Warszawskim. Badacz związków sportu i polityki, w szczególności dyplomacji sportowej, sportswashingu i soft power. Miłośnik piłki nożnej i sportów motorowych. Z Polskim Instytutem Dyplomacji Sportowej związany od 2025 roku.

Mieszko Rajkiewicz

Wiceprezes i współzałożyciel Polskiego Instytutu Dyplomacji Sportowej.

Ukończył studia doktoranckie na Wydziale Nauk Politycznych i Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Warszawskiego. Autor rozprawy doktorskiej „Hardest soft power. Dyplomacja sportowa w XX i XXI wieku. Praktyka i perspektywy." Specjalista z zakresu upolitycznienia i globalizacji sportu. Analizuje sprawy dotyczące dyplomacji sportowej, „sportwashingu" oraz znaczenia sportowego „soft power" we współczesnych stosunkach międzynarodowych. Współautor raportów „Katar, geopolityka i mistrzostwa świata" oraz „Paryż 2024. Bezpieczeństwo, ekonomia i geopolityka igrzysk olimpijskich". Praktyk na rynku marketingu oraz sponsoringu sportowego, który odpowiadał za ponad 100 różnych kampanii reklamowych przy okazji wydarzeń FIFA, UEFA czy igrzysk olimpijskich. Współpracuje z reklamodawcami, organizacjami sportowymi oraz sponsorami sportu.

Spis treści

01. Wybór gospodarzy i proces przygotowań mundialu

01.1 Rok 2010 i pierwsza amerykańska kandydatura *str. 10*
01.2 2015 – afera korupcyjna w FIFA *str. 11*
01.3 2018 – zwycięska kandydatura na MŚ 2026 *str. 12*

02. Donald Trump, sport i Gianni Infantino

02.1 Sport a aktywność biznesowa prezydenta USA *str. 14*
02.2 Pasja do golfa *str. 14*
02.3 Sport w prezydenckich kampaniach *str. 16*
02.4 Sport w polityce Donalda Trumpa *str. 17*
02.5 Prezydent FIFA regularnym gościem w Białym Domu *str. 18*
02.6 Donald Trump – Gianni Infantino: Pragmatyczna przyjaźń *str. 20*

03. Mundial w polityce USA, Kanady i Meksyku

03.1 Partyjna walka o odpowiedzialność *str. 22*
03.2 Spór D. Trumpa z miastami-gospodarzami *str. 23*
03.3 Telewizja Fox – zaplecze Trumpa *str. 24*
03.4 Polityka wizowa a mundial *str. 25*
03.5 Meksykańskie kartele a mundial *str. 26*
03.6 Turniej nie dla Montrealu *str. 28*

04. Geopolityczne zagrożenia dla mundialu

04.1 Współpraca Kanady, Meksyku i USA w zakresie przygotowania do turnieju *str. 30*
04.2 Relacje Kanada-USA *str. 31*
04.3 Relacje Meksyk-USA *str. 32*
04.4 Relacje Kanada-Meksyk *str. 33*
04.5 Wojna w Iranie *str. 34*

05. Amerykanizacja mistrzostw świata – biznesowa strona mundialu

05.1 Nowe przestrzenie komercyjne w transmisji *str. 36*
05.2 Umowa FIFA z Global Citizen: Halftime Show *str. 37*
05.3 Stadiony bez nazw komercyjnych *str. 39*
05.4 Sprzedaż biletów w modelu dynamicznych cen *str. 40*
05.5 Mistrzostwa w dobie AI *str. 42*

06. Ekonomia i ekonomika mundialu

06.1 Relacje pomiędzy FIFA a miastami goszczącymi *str. 44*
06.2 Obowiązki miast-gospodarzy *str. 45*
06.3 Wpływ mundialu na gospodarki współgospodarzy *str. 46*
06.4 Podział zysków – dominująca rola FIFA i podmiotów zewnętrznych *str. 47*

Patroni medialni:

XYZ

RAPORT

SPORT MARKETING

Wstęp

Tegoroczne piłkarskie mistrzostwa świata zapowiadają się jako wydarzenie wyjątkowo wielowymiarowe, obciążone licznymi napięciami politycznymi i o niedostępnej dla innych cyklicznych wydarzeń sportowych skali ekonomiczno–biznesowej. Dla FIFA przyznanie organizacji mundialu 2026 USA, Kanadzie i Meksykowi miało być — po burzliwym pierwszym ćwierćwieczu XXI wieku i latach naznaczonych oskarżeniami o korupcję — ruchem bezpiecznym i przewidywalnym. Jednak już proces przygotowań do turnieju okazał się być naszpikowany turbulencjami organizacyjnymi i licznymi kontrowersjami.

Stany Zjednoczone pozostają największym rynkiem sportowym na świecie (według szacunków odpowiadają za około 40% wartości całej branży), gdzie zainteresowanie piłką nożną systematycznie tam rośnie. Przez długi czas USA uchodziły również za stabilnego i wiarygodnego partnera politycznego. W połączeniu z kanadyjską przewidywalnością i meksykańską kulturą futbolową, mecze rozgrywane w tych trzech państwach miały stanowić przeciwwagę dla kontrowersji towarzyszących wyborowi Rosji i Kataru na gospodarzy dwóch poprzednich mundiali. Ale ostatnie lata przyniosły gwałtowne przemiany globalne, które wyraźnie wpłynęły także na organizację mundialu.

Polski Instytut Dyplomacji Sportowej, we współpracy **Grant Thornton**, przygotował analizę dotyczącą politycznych, organizacyjnych, ekonomicznych i marketingowych aspektów tego turnieju. To pierwsza i — jeżeli nic nie uszło uwadze autorów — jedyna tego typu publikacja w Polsce, pozwalająca lepiej zrozumieć wpływ mundialu 2026 na otaczający nas świat oraz wpływ świata na ten turniej — pod wieloma względami historyczny i rekordowy.

Nigdy w historii w mundialu nie uczestniczyło tyle reprezentacji (48), które rozegrają tak wiele meczów (104).

Nigdy w historii mundialu nie współorganizowały trzy państwa.

Nigdy w historii jeden ze współgospodarzy nie prowadził otwartego konfliktu z jego uczestnikiem, utrudniając mu przy tym udział w mistrzostwach.

Nigdy w historii FIFA nie spodziewała tak wysokich zysków ze swojej flagowej imprezy.

Mistrzostwa na długo przed pierwszym gwizdkiem stały się obiektem zainteresowania nie tylko sportowych mediów i platformą budowania lub erozji relacji dyplomatycznych.

Jak mundial wpłynął na północnoamerykańską politykę? Dlaczego relacja prezydenta USA i przewodniczącego FIFA stała się tak zażyła? W jaki sposób FIFA zamierza zarobić na turnieju rekordową kwotę? Czy na mistrzostwach zyskają także ich współgospodarze?

To tylko niektóre zagadnienia, rozwinięte w niniejszej publikacji. Skupia się ona na tematach okołosportowych, które najsilniej wpłynęły na przygotowania do turnieju i z pewnością odbiją się na niego przebiegu. To kwestie polityki wewnętrznej państw-gospodarzy, wydarzeń o charakterze geopolitycznym, procesów społecznych, a także biznesowych. Wszystkie te zjawiska spotykają się na tegorocznym mundialu – a priori określonym przez Gianniego Infantino *największym wydarzeniem w historii ludzkości*.

Z uwagi na dynamikę wydarzeń na świecie, w tym tych pośrednio oraz bezpośrednio dotyczących mundialu, należy mieć na uwadze, że prace nad Raportem zakończyły się 27 maja 2026 roku. Przedstawione w publikacji treści bazują na informacjach dostępnych do tej daty.

Wybór gospodarzy i proces przygotowań mundialu

01

01.1

Rok 2010 i pierwsza amerykańska kandydatura

Stany Zjednoczone (wówczas jeszcze samodzielnie) wyrażały chęć przeprowadzenia piłkarskich mistrzostw świata już od 2007 roku, informując, że państwo jest gotowe na ewentualne przejęcie turnieju w 2014 roku, gdyby wybrana na gospodarza Brazylia nie zdołała przygotować wydarzenia na czas. Gdy w styczniu 2009 roku FIFA oficjalnie rozpoczęła proces przyznawania praw do organizacji mundialu 2018 i 2022, kandydatura USA znalazła się wśród 10 innych zgłoszeń. Amerykańska oferta pierwotnie zakładała udział w procedurach wyboru dotyczących obu edycji, lecz w październiku 2010 roku zrezygnowano z wcześniejszej z nich, przekierowując wszystkie wysiłki na imprezę w 2022 roku. Kandydatura USA rywalizowała z propozycjami Australii, Japonii, Kataru i Korei Południowej, a początkowo także Indonezji i Meksyku, które jednak zostały wycofane na wczesnym etapie.

Gospodarzy mistrzostw świata w 2018 i 2022 roku wyłoniło głosowanie komitetu wykonawczego FIFA, przeprowadzone 2 grudnia 2010 roku podczas posiedzenia w Zurychu. Zwycięzcy zostali ogłoszeni tego samego dnia przez ówczesnego prezydenta organizacji Seppa Blattera. Mundial 2018 trafił do Rosji, natomiast prawa do następnej edycji niespodziewanie uzyskał Katar. Bliskowschodnie państwo pokonało w decydującym głosowaniu ofertę Stanów Zjednoczonych stosunkiem głosów 14:8, stając się pierwszym w historii arabskim i muzułmańskim państwem–gospodarzem piłkarskich mistrzostw świata.

Wybór Kataru na organizatora imprezy natychmiast wzbudził kontrowersje. Jeszcze przed rozpoczęciem głosowania dwóm członkom Komitetu Wykonawczego FIFA zawieszono prawo głosu ze względu na podejrzenia o przyjęcie łapówek w zamian za poparcie jednej z kandydatur. Oferta Katarczyków otrzymała również dodatkowe wsparcie za sprawą swojego przedstawiciela Mohammeda bin Hammama, ówczesnego prezydenta Azjatyckiej Konfederacji Piłkarskiej (AFC), któremu w czerwcu następnego roku udowodniono działalność korupcyjną. W następstwie Komitet Etyki FIFA nałożył na niego dożywotni zakaz wykonywania aktywności związanych z futbolem.

Z racji zajmowanego stanowiska bin Hammam zasiadał także w Komitecie Wykonawczym FIFA, co wzbudziło kolejne wątpliwości związane z przejrzystością wyboru gospodarza mundialu 2022.

Swoje poparcie dla Kataru przekazał także Michel Platini, w tamtym czasie prezydent UEFA. Pierwotnie miał on zagłosować na kandydaturę USA, ale na zmianę jego decyzji wpłynęły bezpośrednie naciski ze strony ówczesnego prezydenta Francji Nicolasa Sarkozy'ego (prywatnie przyjaciela M. Platiniego) oraz lobbing emira Kataru Tamima bin Hamada Al Thani, który w zamian za głosy obiecał rozpoczęcie lukratywnej współpracy między Dohą a Paryżem. W kolejnych latach Francja rzeczywiście odnotowała wysokie inwestycje pochodzące z Kataru – przejęcie Paris Saint-Germain przez państwowy Qatar Sports Investments w 2011 roku (za ok. 70–100 milionów dolarów) czy wejście telewizji beIN Sports na francuski rynek i nabycie praw do transmisji meczów Ligue 1 w 2012 roku (za ok. 100–115 dolarów rocznie). Poza obszarem sportu ocieplające się relacje obu państw zaowocowały m.in. zakupem przez Katar francuskich myśliwców Rafale w latach 2015–2017 (za ok. 8–9 miliardów dolarów) oraz rozpoczęciem szkoleń katarskich pilotów i techników przez Francuzów.

Na przełomie 2010 i 2011 roku amerykańskie media opublikowały doniesienia o nadużyciach związanych z procesem wyłonienia gospodarza mistrzostw świata 2022, jakich mieli dopuścić się katarscy działacze. Zarzuty dotyczyły przekierowywania państwowych pieniędzy do kilkunastu państw rozwijających się (w celu wsparcia miejscowej piłki nożnej), spośród których aż sześć posiadało w tamtym czasie przedstawiciela w Komitecie Wykonawczym FIFA. Kilka miesięcy później prezes Niemieckiego Związku Piłki Nożnej Theo Zwanziger zaapelował o ponowne przyjrzenie się sprawie przyznania turnieju Katarowi.

W lipcu 2012 roku FIFA powierzyła amerykańskiemu prokuratorowi Michaelowi J. Garcii misję zbadania potencjalnych wątków korupcyjnych dotyczących kupowania głosów w procesie wyznaczania gospodarza mistrzostw świata w 2022 roku. Raport został ukończony po dwóch latach, lecz kierownictwo FIFA nie zgodziło się na publikację sprawozdania w całości, ujawniając tylko wybrane, skondensowane fragmenty, które według Garcii zniekształcały ogólny wydźwięk dokumentu. W ramach protestu prokurator zrezygnował z pełnionego przez niego stanowiska w organizacji. Pełna treść raportu została ostatecznie upubliczniona w 2017 roku, choć nie wynikały z niej jednoznaczne dowody na kupowanie głosów członków Komitetu Wykonawczego FIFA.

01.2

2015 – afera korupcyjna w FIFA

W maju 2015 roku, tuż przed rozpoczęciem 65. Kongresu FIFA w Zurychu, prokuratorzy Departamentu Sprawiedliwości Stanów Zjednoczonych ,we współpracy ze szwajcarskimi służbami, ujawnili przypadki korupcji w kierownictwie organizacji. Doniesienia te były bezpośrednią przyczyną aresztowania siedmiu wysokich rangą działaczy i oskarżenia kolejnych 40 osób. Wśród podejrzewanych o nielegalne praktyki znalazło się sześciu uczestników głosowania na gospodarzy mistrzostw świata 2018 i 2022 z 2010 roku. Dodatkowo FIFA uruchomiła własne mechanizmy odpowiedzialności za stosowanie metod korupcyjnych, które objęły kolejnych członków organizacji, w tym m.in. M. Platiniego.

Przewodnią rolę w całym śledztwie odegrał amerykański wymiar sprawiedliwości. Jego przedstawiciele mogli zająć się badaniem afery ze względu na specyfikę systemu prawnego Stanów Zjednoczonych. Dopuszcza on możliwość ścigania przestępstw popełnionych poza granicami państwa, jeżeli działania były ściśle związane z USA. W powyższym przypadku znaczna część procederu korupcyjnego działaczy FIFA realizowana była w dolarach amerykańskich i z użyciem kont w amerykańskich bankach. Skorzystanie z systemu finansowego Stanów Zjednoczonych na potrzeby transferów pieniężnych umożliwiło tamtejszym prokuratorom rozpoczęcie dochodzenia z własnej inicjatywy.

Wybuch afery położył również kres 17–letniemu okresowi rządów S. Blattera. Prezydent w tamtym czasie wygrał co prawda wybory przedłużające jego kadencję o kolejne cztery lata, lecz zaledwie po kilku dniach ogłosił ustąpienie ze stanowiska w czasie nadzwyczajnego Kongresu FIFA, mającego odbyć się na początku 2016 roku. S. Blatter nie dotrwał jednak do ustalonego przez siebie terminu – już w październiku 2015 roku został zawieszony przez Komitet Etyki FIFA na 80 dni, a w grudniu otrzymał 8–letni zakaz jakiejkolwiek działalności związanej z piłką nożną w strukturach organizacji. We współczesnej historii zapisały się również fotografie, na których S. Blatter zostaje obrzucony fałszywymi dolarami przez komika obecnego na jednej z konferencji prasowych.

W lutym 2016 roku odbył się wspomniany powyżej nadzwyczajny Kongres FIFA. Nowym prezydentem został Gianni Infantino, sprawujący tę funkcję do dziś (2026). Obejmując stery zapowiedział on wyciągnięcie FIFA ze „stanu śmierci klinicznej" poprzez głęboką reformę strukturalną, wprowadzenie większej transparentności w działaniu oraz odbudowanie międzynarodowej wiarygodności. Chętnie podjął też współpracę z organami ścigania w celu doprowadzenia śledztwa w sprawie korupcji do końca i pociągnięcia winnych do odpowiedzialności.

Sprawa przyznania Katarowi praw do organizacji mundialu w 2022 roku była jedynie częścią szerszego procederu. Obejmował on również wręczanie łapówek w celu przeprowadzenia jubileuszowej edycji Copa America Centenario w USA, wyboru Republiki Południowej Afryki na gospodarza mistrzostw świata z 2010 roku czy wpłynięcia na wynik wyborów na prezydenta FIFA w 2011 roku. Sumaryczną wysokość wydatków na rzecz trwającej kilka dekad korupcyjnej działalności oszacowano na ponad 150 milionów dolarów.

W 2020 roku Departament Sprawiedliwości USA postawił kolejne oskarżenia wobec osób zamieszanych w handlowanie głosami. Ostateczny bilans skandalu w FIFA i wynikającego z niego śledztwa przyniósł wyroki skazujące dla dwóch korporacji i dwunastu osób, z których dziewięć piastowało wysokie stanowiska wykonawcze w FIFA.

Afera, najpierw domniemana przez amerykańskie media, a później ujawniona wskutek działań Departamentu Sprawiedliwości, doprowadziła do znacznego ochłodzenia wzajemnych stosunków między FIFA i Stanami Zjednoczonymi. **Przewodnia rola USA w śledztwie poskutkowała aresztowaniami działaczy piłkarskich przez amerykańskie służby, co w FIFA zostało odebrane zdecydowanie negatywnie. Poprzez przychylną wobec śledztwa politykę G. Infantino relacje z USA w następnych latach ulegały stopniowej normalizacji. Za jeden z punktów przełomowych tego procesu można uznać wybór USA na współgospodarza mundialu 2026, który miał miejsce w 2018 roku, a więc zaledwie trzy lata po wybuchu afery.**

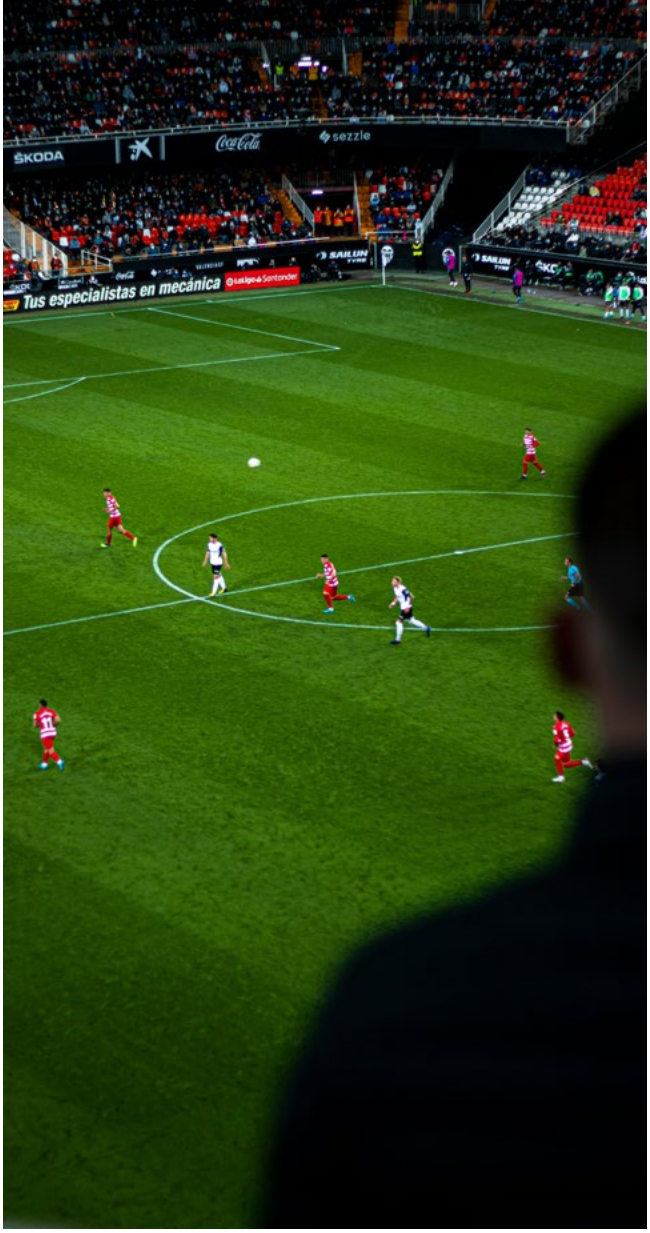
01.3

2018 – zwycięska kandydatura na MŚ 2026

Pierwotnie zgłaszanie ofert do organizacji mistrzostw świata 2026 miało rozpocząć się w 2015 roku i zakończyć dwa lata później, ale ujawnienie korupcji w FIFA spowodowało przetasowania w najwyższym kierownictwie i opóźniło ten proces. Tym razem USA weszły w kooperację z Kanadą i Meksykiem.

Inicjatorem wspólnej kandydatury był szefujący Amerykańskiej Federacji Piłkarskiej (US Soccer) Sunil Gulati. Wskazywał, że oferta trzech państw będzie silniejsza niż tylko amerykańska. Stany Zjednoczone zachowały przy tym dominującą pozycję organizacyjną i wizerunkową. Kanada samodzielnie prawdodopobnie nigdy nawet nie starałaby się na organizację turnieju (brak wystarczającej infrastruktury i brak społecznej zgody na jej rozbudowę w takiej skali; niewystarczające zainteresowanie piłką nożną). Także Meksykanie uznali, że dołączenie do wspólnej oferty to dla nich szansa dla ugoszczenie turniejowych meczów stosunkowo niskim kosztem.

Zgłoszenie spotkało się z pozytywnym przyjęciem w każdym z zainteresowanych państw. Swoje poparcie wyrazili m.in. premier Kanady Justin Trudeau, prezydent Meksyku Enrique Peña Nieto, prezydent USA Donald Trump i Izba Reprezentantów Stanów Zjednoczonych. **Na końcowym etapie procesu wyłonienia gospodarzy imprezy D. Trump zagroził w mediach społecznościowych rządom państw, które zamierzały oddać głos na jedynego rywala – Maroko. Amerykański prezydent ostrzegł je przed lobbowaniem przeciwko Stanom Zjednoczonym i zagroził wstrzymaniem współpracy z państwami, które zdecydują się nie poprzeć północnoamerykańskiej kandydatury.**



Kanada, Meksyk i USA zostały wybrane gospodarzami mundialu 2026 na 68. Kongresie FIFA, mającym miejsce w Moskwie w 2018 roku. Zgłoszenie pokonało w głosowaniu marokańską propozycję stosunkiem głosów 134:65. Po raz pierwszy w historii organizatorów mistrzostw świata nie wybrał Komitet Wykonawczy FIFA, a bezpośrednio wszystkie uprawnione do głosowania federacje członkowskie.

Turniej będzie pierwszym w historii mundialem przeprowadzonym przez więcej niż dwa państwa. Na meksykańskiej ziemi (Mexico City, Monterrey, Guadalajara) wydarzenie tej rangi zagości już po raz trzeci (poprzednio w 1970 i 1986 roku). Stany Zjednoczone były gospodarzem męskich mistrzostw świata w 1994 roku, natomiast Kanada zorganizuje imprezę po raz pierwszy – w Toronto i Vancouver. Amerykańska część turnieju odbędzie się w Atlancie, Bostonie, Dallas, Filadelfii, Houston, Kansas City, Los Angeles, Miami, Nowym Jorku, San Francisco i Seattle. Spośród tych miast tylko San Francisco nie znalazło się na liście oryginalnej amerykańskiej kandydatury z 2010 roku. Tegoroczny mundial zostanie rozegrany na 8 z 20 aren zaproponowanych w tamtym zgłoszeniu.

Donald Trump, sport i Gianni Infantino

02

02.1

Sport a aktywność biznesowa prezydenta USA

D. Trump nigdy nie uchodził za kibica sportu. Rozumie jednak jego znaczenie polityczne oraz biznesowe. Już w latach 80. próbował zostać właścicielem jednego z klubów National Football League (NFL). W obliczu niepowodzenia, nabył natomiast drużynę z konkurencyjnych rozgrywek United States Football League (USFL): New Jersey Generals. Nowy właściciel Generals szybko stał się jedną z czołowych postaci ligi. Z jego inicjatywy UFSL przeniosło swoje mecze z wiosny na jesień, próbując rzucić wyzwanie NFL. D.Trump był też jednym z inicjatorów procesu jaki na kanwie prawa antymonopolowego UFSL wytoczyło NFL. Przedstawiciele rozgrywek liczyli na wysokie odszkodowanie lub fuzję z ligą, dzięki czemu D.Trump tylnymi drzwiami zostałby właścicielem zespołu z NFL. Sąd pozytywnie rozpatrzył pozew USFL, ale zasądził tylko 3 dolary zadośćuczynienia. Krótko potem UFSL upadła.

W podobnym czasie D. Trump zainteresował się zawodowym boksem. Jego kasyna w Atlantic City stały się miejscami organizowania walk m.in. Mike'a Tysona. Tutaj też liczył się biznes. Walki miały przyciągać graczy do hotelowych kasyn. W 1988 w położonej obok Trump Plaza i sponsorowanej przez ten obiekt Atlantic City Convention Hall zorganizowano walkę okrzykniętego już i broniącego tytułów mistrza świata M. Tysona z Michaelem Spinksem. D. Trump zapłacił za możliwość goszczenia tej walki właśnie w tej lokalizacji 11 mln dolarów. W ten sam weekend kasyna w Atlantic City miały wygenerować 344 mln dolarów przychodu. Pod szyldem D. Trumpa w Atlantic City organizowane były także zawody motorowodne.

W 2007 roku D. Trump był jednym z bohaterów WrestleManii 23. Sam nie walczył, ale w *Bitwie Miliarderów* wystawił swojego zawodnika — Bobby'ego Lashley'a — naprzeciwko wskazanego przez innego miliardera, promotora wrestlingu i współtwórcę najbardziej znanej w tej dyscyplinie organizacji WWE Vince'a MacMahona. V. MacMahon postawił na Umagę. Stawką było osobiste ogolenie głowy przegranego rywala. Umaga przegrał, więc D. Trump na ringu ogolił V. MacMahona. W 2013 roku D. Trump został wprowadzony do Galerii Sław WWE.

02.2

Pasja do golfa

Sport, z którym D. Trump jest najbardziej utożsamiany to golf. Prezydent ma też rozsianą po świecie sieć 17 pól golfowych – w USA, w Irlandii, Szkocji, Indonezji, Zjednoczonych Emiratach Arabskich i Portoryko. Tutaj też od początku liczył się zysk: z opłat członkowskich golfistów i organizowania na polach turniejów. Na należących do D.Trumpa polach organizowane były zarówno zawody z prestiżowego cyklu PGA Tour jak i powstałego w 2021 roku saudyjskiego projektu LIV Golf. Próbując trzymać się swojego kampanijnego hasła *America First!*, a jednocześnie dbając o zachowanie dobrych relacji z Saudyjczykami, D. Trump opowiadał się za połączeniem obu cykli. Przed rozpoczęciem przez niego drugiej kadencji zapowiadał, że doprowadzi do tego tuż po objęciu urzędu. Tak się nie stało, choć w 2025 roku PGA Tour zgodziło się pod pewnymi warunkami przywrócić do gry w swoich turniejach golfistów na kontraktach w LIV Golf.

W kwietniu 2026 roku Publiczny Funduszy Inwestycyjny Arabii Saudyjskiej (PIF) zapowiedział zakończenie finansowanie LIV Golf z końcem sezonu 2026. W świetle otwarcia możliwości powrotu grających w cyklu zawodników do PGA Tour, stawia to przyszłość cyklu pod znakiem zapytania.

Sam D. Trump jest entuzjastą golfa. Grał z najlepszymi zawodnikami na świecie (w gronie jego rywali byli Tiger Woods, Rory McIlroy, Bryson DeChambeau czy Jack Nicklaus). B. DeChambeau był jednym z przemawiających na powyborczym wieczorze D. Trumpa, gdy ten świętował drugie zwycięstwo w wyborach prezydenckich.

Golf stał się także istotnym elementem prezydenckiej dyplomacji. D. Trump pięciokrotnie grał w golfa z premierem Japonii Shinzo Abe. Jesienią 2025 roku rozegrał partię z prezydentem Finlandii Alexandrem Stubbem. Z tej drogi bliskiego i nieformalnego spotkania z prezydentem USA chciał skorzystać także prezydent Korei Południowej Yoon Suk-yeol, ale choć – jak donosiły media – rozpoczął lekcje gry w golfa, zanim miał sposobność spotkania z D. Trumpem sam został w procesie impeachmentu usunięty ze stanowiska w związku z zarzutami o nadużywanie władzy.

Jedna z amerykańskich stron internetowych wyliczyła, że w czasie swojej pierwszej kadencji D. Trump grał w golfa średnio częściej niż raz w tygodniu. W ciągu pierwszych 14 miesięcy drugiej kadencji grał w golfa ponad 100 razy.

02.3

Sport w prezydenckich kampaniach

Wielu sportowców i ludzi ze środowiska sportowego aktywnie angażowało się w trzy ostatnie amerykańskie kampanie prezydenckie, w których startował D. Trump. **Na liście publicznie popierających obecnego gospodarza Białego Domu znaleźli się m.in. były kierowca F1 Mario Andretti, szef UFC Dana White, bokserzy Mike Tyson, Floyd Mayweather Jr., Evander Holyfield i Ryan Garcia, walczący w UFC Conor McGregor, byli futboliści Brett Favre i Jim Brown oraz znany promotor bokserki Don King.**

Do popierających Kamalę Harris należeli koszykarze LeBron James, Steph Curry i Chris Paul, piłkarki Megan Rapinoe i Alex Morgan, była tenisistka Billie Jean King, szachista Garri Kasparow czy czterokrotny mistrz olimpijski w skokach do wody Greg Louganis.

Fundacja OpenSecrets, na podstawie danych Federalnej Komisji Wyborczej obliczyła, że blisko 95 proc. środków, które od 2021 r. właściciele klubów z NBA, NHL, NFL czy MLS przekazali na kampanie wyborcze, wsparły polityków Partii Republikańskiej, w tym D. Trumpa. W sumie to niemal 125 mln dolarów (z czego 92 mln przekazała większościowa właścicielka Dallas Mavericks Miriam Adelson). W tym samym okresie osoby związane z klubami z największych zawodowych amerykańskich lig przeznaczyły na kampanie kandydatów Demokratów ok. 5 mln dolarów.

W pierwszej kadencji D. Trumpa (2017–2021) niektórzy sportowcy wielokrotnie wyrażali swój sprzeciw wobec polityki prezydenta. Nasilenie nastąpiło w okresie protestów związanych z ruchem Black Lives Matter. Mistrzowie NBA z Golden State Warriors, a także mistrzowie NFL Philadelphia Eagles odmówili złożenia tradycyjnej, pomistrzowskiej wizyty w Białym Domu. Formalnie to D. Trump wycofywał zaproszenia dla tych zespołów – podobnie jak dla kilku innych, wysyłających jasne sygnały, że nie zamierzają spotkać się z prezydentem.

02.4

Sport w polityce Donalda Trumpa

Sport jest dla D. Trumpa także polem realizacji jego agendy politycznej i walki z politycznymi rywalami. W 2017 roku ówczesny prezydent skrytykował futbolistów NFL za klękanie podczas odgrywania hymnu narodowego. Zachowanie niektórych zawodników miało związek z protestami przeciwko brutalności policji i w ich ocenie rasistowskimi działaniami funkcjonariuszy. Podczas tradycyjnego przedmeczowego odgrywania hymnu część sportowców zaczęła klękać, co zainicjował zawodnik San Francisco 49ers Colin Kaepernick. W jego ślady poszło wielu, zwłaszcza czarnych graczy.

D. Trump w wulgarnych słowach wyrażał się o protestujących i domagał się od klubów ich zwolnienia. W ten sposób wyraźnie sprzeciwiał się protestom, ubierając swój sprzeciw w szacunek do flagi i hymnu. Reakcja D. Trumpa poskutkowała zwiększeniem liczby protestujących. Dzień po jego publicznej krytyce ponad 200 zawodników uklękło lub usiadło w trakcie odgrywania hymnu.

W 2018 roku właściciele klubów NFL próbowali przeforsować nakaz stania w trakcie hymnu (zawodnicy mieli mieć też prawo zostać w szatni na czas ich odgrywania), ale związki zawodnicze zablokowały tę politykę.

D. Trump jest głośnym przeciwnikiem dopuszczania do rywalizacji w kobiecym sporcie transpłciowych zawodniczek. W lutym 2025 r. podpisał rozporządzenie wykonawcze *(Keeping Men Out of Women's Sports)*. Nakazuje ono de facto wykluczenie transpłciowych zawodniczek z rywalizacji kobiet w szkołach i na uczelniach, które otrzymują federalne finansowanie. Wiele sportowych federacji, w tym akademicka National Collegiate Athletic Association (NCAA), dostosowała regulaminy swoich rozgrywek do treści rozporządzenia.

Prezydent USA wskazywał nawet, że oczekuje, że MKOl dostosuje swoją politykę do amerykańskich regulacji. W przeciwnym razie amerykańska administracja i tak miałaby zablokować udział transpłciowych sportowców w igrzyskach olimpijskich w Los Angeles w 2028 roku.

Oficjalnie bez związku z agendą D. Trumpa, w marcu 2026 roku MKOl ogłosił, że rywalizacja olimpijska będzie dostępna jedynie dla biologicznych kobiet. Decyzje w ten sprawie będą podejmowane na podstawie jednorazowego badania genetycznego SRY.

D. Trump wyraźnie zwiększył swoją obecność na wydarzeniach sportowych w trakcie drugiej kadencji. Już w lutym 2025 roku stał się pierwszym urzędującym prezydentem, który przybył na Super Bowl. Był też na wyścigu Daytona 500, meczach NCAA, kilku galach Ultimate Fighting Championship (UFC), a także na golfowym Pucharze Rydera, tenisowym US Open i na piłkarskich Klubowych Mistrzostwach Świata.

02.5

Prezydent FIFA regularnym gościem w Białym Domu

Ogłoszenie, że piłkarskie mistrzostwa świata w 2026 będą gościć Stany Zjednoczone, Kanada i Meksyk przypadło na pierwszą kadencję D. Trumpa. Trudno było wtedy przypuszczać, że D. Trump będzie prezydentem USA także w czasie samego mundialu. W historii USA tylko raz zdarzyło się wcześniej, by ta sama osoba była gospodarzem Białego Domu przez dwie kadencje przerwane urzędowaniem innego prezydenta (Grover Cleveland w latach 1885–1889 i 1893–1897). Gdyby D. Trump wygrał w wyborach w 2020 roku, drugą dopuszczalną prawem kadencję skończyłby na początku 2025 roku.

W 2018 roku D. Trump pierwszy raz spotkał się G. Infantino. W Gabinecie Owalnym szef FIFA wręczył prezydentowi USA koszulkę z nazwiskiem Trump i numerem 26. Na spotkaniu obecny był także ówczesny prezydent US Soccer Carlos Cordeiro. Do kolejnych spotkań D. Trumpa i G. Infantino doszło w 2019 (Waszyngton) oraz 2020 roku (Davos, Waszyngton). Podczas swojej wizyty w Departamencie Sprawiedliwości USA G. Infantino dziękował za walkę z korupcją w piłce. Był też obecny na ceremonii podpisania Porozumień Abrahamowych. Był to pierwszy, a jak się później okazało nie ostatni raz, gdy szef FIFA wziął udział w wyraźnie politycznym wydarzeniu na zaproszenie D. Trumpa.

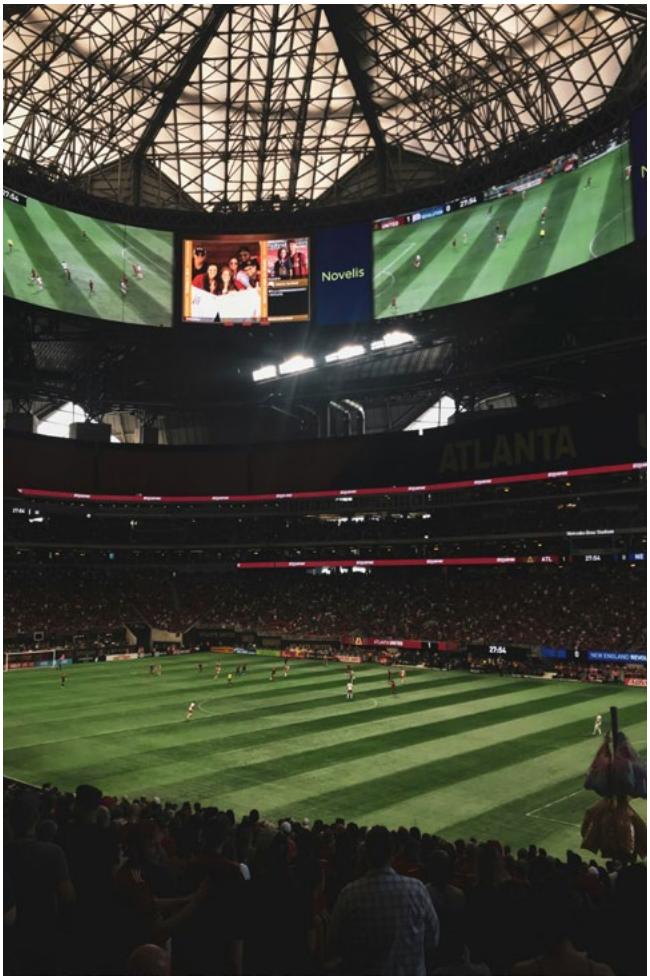
W latach 2020–2024 G. Infantino i D. Trump spotkali się na szczycie G20 w Indonezji i na torze Miami International Autodrome przed Grand Prix F1.

Częstotliwość ich spotkań zwiększyła się na początku 2025, gdy D. Trump po raz drugi został zaprzysiężony na prezydenta. G. Infantino był zresztą obecny na tej uroczystości i zajmował honorowe miejsce w loży VIP, tuż za byłymi amerykańskimi prezydentami. Krótko przed tym szef FIFA odwiedził prezydenta-elekta w jego posiadłości na Florydzie.

G. Infantino gościł u D. Trumpa także przed rozgrywanymi w USA Klubowymi Mistrzostwami Świata. Obaj pokazali jak wygląda trofeum dla zwycięzców tego turnieju. Jeden z trzech powstałych egzemplarzy został w Białym Domu (jeden wręczono zwycięskiej Chelsea, a jeden trafił do Muzeum FIFA w Zurychu). Kolejny raz G. Infantino i D. Trump spotkali się na finale tych rozgrywek. Wspólnie wręczyli puchar zwycięzcom. D. Trump został zresztą na murawie świętując razem z piłkarzami i zachował sobie jeden z medali.

Na zaproszenie D. Trumpa G. Infantino niespodziewanie pojawił się na Szczycie Pokojowym ws. Strefy Gazy, zorganizowanym w egipskim Szarm el-Szejk. Do kolejnych spotkań doszło przed losowaniem grup MŚ i na samej ceremonii. To tam G. Infantino wręczył D. Trumpowi Pokojową Nagrodę FIFA, za co był szeroko krytykowany.

Kolejne spotkanie miało miejsce na inauguracyjnym posiedzeniu powołanej przez D. Trumpa Rady Pokoju. FIFA zapowiedziała wówczas, że przekaże 50 mln $ na budowę nowego stadionu w Strefie Gazy, a także dodatkowe środki na powstanie 50 boisk i budowę akademii piłkarskiej pod swoim szyldem. Następne nieformalne spotkanie miało związek z rozpoczętymi przez USA i Izrael nalotami na Iran. G. Infantino miał dostać wówczas zapewnienie, że amerykańska administracja nie będzie robić problemów z grą reprezentacji Iranu na MŚ. W kwietniu 2026 roku obydwaj byli obecni na gali UFC 327 w Miami. Ze zdjęć zamieszczonych przez G. Infantino na jego profilu na Instagramie wynikało, że było to spotkanie kurtuazyjne.



02.6

Donald Trump – Gianni Infantino: Pragmatyczna przyjaźń

Już przy okazji przygotowań do mundialu w Katarze G. Infantino wykazywał daleko idącą spolegliwość wobec gospodarzy turnieju. Przeprowadził się do Dohy, by na miejscu doglądać postępu prac i pilnować interesów swojej organizacji. Wcielał się przy tym w rolę adwokata Katarczyków, gdy na tych spadały zarzuty o łamanie praw pracowniczych czy mniejszości seksualnych. Kwintesencją jego postawy była niesławna konferencja prasowa dzień przed startem mistrzostw, podczas której oskarżał krytyków Kataru o hipokryzję.

Przed MŚ 2026 G. Infantino najwyraźniej uznał, że najlepszą strategią na bezproblemowe przygotowanie i przeprowadzenie mundialu będzie bliska relacja z D. Trumpem i obłaskawianie prezydenta USA. Można przypuszczać, że to stąd tak liczne wizyty w Białym Domu, obdarowywanie jego gospodarza lubianymi przez niego prezentami (replika Pucharu Świata, trofeum za wygranie Klubowych Mistrzostw Świata), uczestnictwo w politycznych wydarzeniach związanych z D. Trumpem czy wreszcie przyznanie D. Trumpowi wymyślonej na potrzeby chwili Pokojowej Nagrody FIFA. Za wręczenie tej nagrody na G. Infantino spadła lawina krytyki i szyderczych komentarzy. Trudno zakładać, by szef FIFA nie był ich świadomy. Najwyraźniej uznał jednak, że warto ponieść ten koszt wizerunkowy, jeśli efektem będzie zadowolenie prezydenta USA, które przełoży się na dobrą współpracę z prezydencką administracją przy przygotowaniach do MŚ.

Słowem doskonale opisującym podejście G. Infantino do D. Trumpa jest określenie „pakt". Obecny szef FIFA z bliska przyglądał się akcji amerykańskich służb w 2015 roku, gdy dokonano aresztowań najważniejszych działaczy FIFA. Będąc wówczas sekretarzem generalnym UEFA był świadkiem tego, w jaki sposób Stany Zjednoczone są w stanie pociągnąć do odpowiedzialności organizację, której wcześniejsza działalność godziła w ich interesy. Trudno jednoznacznie określić czy to jest główna przyczyna takiej postawy G. Infantino wobec D. Trumpa, lecz na pewno ta perspektywa pozwala zrozumieć niektóre z jego aktywności.

Działa to także w drugą stronę. Mając najważniejszego człowieka piłki nożnej blisko siebie, D. Trump ma świadomość, że wokół turnieju nie wydarzy się nic, co w jakikolwiek podkopywałoby jego pozycję czy zagrażało wizerunkowi USA. Dla prezydenta USA bezpośrednia relacja z najważniejszym działaczem FIFA jest istotna z punktu widzenia budowy pożądanego wizerunku. Znając potrzebę D. Trumpa otaczania się prestiżem, bliskość organizacji „najwspanialszego mundialu w historii" oraz częste pokazywanie się z Pucharem Świata Gazzanigi (rzeźbiarz, który zaprojektował obecny kształt trofeum) stanowią dla D. Trumpa unikalne narzędzie konstrukcji odpowiedniego portretu wśród kibiców piłki nożnej

Mundial w polityce USA, Kanady i Meksyku

03

03.1

Partyjna walka o odpowiedzialność

Mistrzostwa stały się w USA polaryzującym tematem partyjnym, szczególnie w kontekście prezydentury D. Trumpa. Republikanie traktują turniej jako wielką okazję do pokazania prestiżu narodowego i siły, zbiegającą się z 250. rocznicą podpisania Deklaracji niepodległości USA. Prezydent USA powołał grupę zadaniową ds. mistrzostw (*White House Task Force World Cup 2026*), z Andrew Gulianim na czele. D. Trump traktuje wydarzenie jako sukces swojej prezydentury.

Demokraci z kolei krytykują D. Trumpa i FIFA. Oskarżają prezydenta, że bardziej zależy mu na własnym wizerunku niż na realnym przygotowaniu imprezy. Ostrzegają przed problemami bezpieczeństwa (z powodu cięć w agencjach, opóźnień w finansowaniu i wojny z Iranem), wysokimi cenami biletów oraz sportswashingiem, mającym w tym kontekście polegać na wykorzystywaniu mundialu do przykrycia kontrowersyjnych polityk imigracyjnych. Demokratyczny senator Ruben Gallego wprost łączy opóźnienia w przygotowaniach z działaniami administracji D. Trumpa, w tym z wojną. Część federalnych środków, które na bezpieczeństwo wokół turnieju miał przekazać Departament Bezpieczeństwa Wewnętrznego (DHS) została zamrożona ze względu na spór wokół DHS i częściowy shutdown administracji. Stało się to elementem partyjnego przerzucania odpowiedzialności za trudności w procesie przygotowań.

03.2

Spór D. Trumpa z miastami-gospodarzami

Jesienią 2025 roku D. Trump zaczął artykułować groźby odebrania niektórym amerykańskim aglomeracjom statusu miast-gospodarzy mistrzostw świata. Wiązało się to z działaniami wymierzonymi w nielegalną imigrację, bezdomność i przestępczość w największych amerykańskich miastach. Prezydent D. Trump twierdził, że największe metropolie nie radzą sobie z tymi negatywnymi zjawiskami i w związku z tym potrzebują większego nadzoru ze strony władz federalnych, a nawet interwencji dodatkowych sił, w postaci federalnej gwardii narodowej czy regularnych sił zbrojnych. Prezydent zasugerował, że miasta takie jak San Francisco czy Seattle, rządzone przez „lewicowych wariatów", mogą utracić przywilej goszczenia mundialu, jeśli okażą się zbyt niebezpieczne. Później powtórzył podobne groźby wobec Bostonu. Ten spór wpisuje się w szerszy kontekst partyjnego sporu na amerykańskiej scenie politycznej.

D. Trump podkreśla dumę z faktu, że podczas jego pierwszej kadencji Stany Zjednoczone zostały współgospodarzem mistrzostw świata, a on – dzięki politycznym kolejom losu – będzie mógł się im się przyglądać wciąż zasiadając w Gabinecie Owalnym. Istnieje jednak poważny zgrzyt: mecze będą rozgrywane w metropoliach, miejscach, gdzie większym poparciem na ogół cieszą się Demokraci. Dość powiedzieć, że na jedenaście miast-gospodarzy, tylko jedno – Dallas – ma republikańskiego burmistrza. W dodatku byłego Demokratę, bo w 2023 roku Eric Johnoson zmienił partyjne barwy. W wyborach prezydenckich 2024 roku komisje wyborcze w centrum Nowego Jorku, Waszyngtonu czy Filadelfii odnotowały poparcie dla K. Harris sięgające ponad osiemdziesięciu, a nawet dziewięćdziesięciu procent.

Nie ma w tym niczego nadzwyczajnego – rezultaty wyborów w Stanach Zjednoczonych od lat układają się w ten sposób. Kiedy patrzy się na mapy prezentujące wyniki, na terenie państwa dominuje kolor czerwony, odpowiadający partii republikańskiej (republikańscy politycy wskazują czasami jako argument za dominacją ich ugrupowania). Jednak w większych miastach wyraźnie przeważają Demokraci. Składają się na to różne czynniki: od większego zróżnicowania rasowego (mimo zachodzących w tej kwestii zmian, przedstawiciele mniejszości wciąż chętniej wybierają partię demokratyczną), po większą popularność liberalnego światopoglądu wśród ludności wielkomiejskiej.

Przekłada się to również na popularną wśród Republikanów narrację, uznającą prowincjonalną, małomiasteczkową i wiejską Amerykę za prawdziwe „serce kraju", stawiane w opozycji do wielkich miast, mających być siedliskami przestępczości, miejscami ogarniętymi chaosem, niemal niezdatnymi do życia. Z drugiej strony, wielkie aglomeracje przedstawiane są przez Republikanów również jako miejsce, z którego wywodzą się elity, kierujące państwem wbrew woli zwykłych obywateli.

Sugestie D. Trumpa, że mógłby odebrać miastom możliwość współorganizowania imprezy, na mniej niż rok przed mundialem spotkały się z licznymi wątpliwościami. Byłaby to sytuacja bez precedensu, oznaczałaby poważne wyzwanie organizacyjne i prawne (ze względu na podpisane wcześniej umowy i kontrakty sponsorskie). Ostatecznie do tego nie doszło, ale D. Trump nie rezygnuje z wykorzystywania tej groźby – w odniesieniu do Los Angeles, które ma gościć letnie igrzyska olimpijskie w 2028 roku.

03.3

Telewizja Fox – zaplecze Trumpa

Prawa do transmisji mundialu w Stanach Zjednoczonych otrzymała grupa Fox Sports, należąca do tego samego podmiotu – Fox Corporation – co znana telewizja informacyjna Fox News. Stacja ma opinię sprzyjającej obozowi prezydenta D. Trumpa, więc mogło pojawić się podejrzenie, że FIFA zdecydowała się na umowę z Fox, by zyskać przychylność prezydenta. W rzeczywistości jednak Fox Sports otrzymał prawa do transmisji tegorocznych mistrzostw świata w 2015 roku, kiedy prezydentem USA był jeszcze Barack Obama, trzy lata przed tym zanim oficjalnie ogłoszono, że impreza odbędzie się w Stanach Zjednoczonych, Kanadzie i Meksyku. Powodem był mundial w Katarze.

Fox Sports otrzymała wcześniej prawa do transmisji mistrzostw świata w 2018 i 2022 roku. Jednak przyznanie organizacji tego drugiego wydarzenia Katarowi i przesunięcie tej imprezy na listopad i grudzień miało poważne konsekwencje biznesowe dla amerykańskiego nadawcy. Zamiast imprezy sportowej w okresie, kiedy toczy się stosunkowo niewiele rozgrywek i łatwiej pozyskać widza, musiał się zmierzyć z transmisjami w czasie, kiedy grają najpopularniejsze amerykańskie ligi – NFL, NBA czy NHL. W państwie, w którym futbol amerykański czy koszykówka wciąż przewyższają popularnością piłkę nożną oznaczało to poważne wyzwanie. Istniało ryzyko, że Fox wystąpi przeciwko FIFA na drogę sądową (co oznaczałoby zapewne również prześwietlenie procesu wyboru gospodarza mistrzostw przez amerykański wymiar sprawiedliwości). Dlatego w 2015 roku federacja podjęła decyzję o porozumieniu z Fox ws. tegorocznych mistrzostw.

Stacja Fox News była istotnym elementem politycznej kariery D. Trumpa – pojawiał się tam jeszcze zanim został prezydentem. Popularni prezenterzy stacji nie szczędzili mu poparcia, kiedy już zdecydował się wejść do polityki. Jako prezydent D. Trump pozostał wiernym widzem Fox News, co pokazywały liczne wpisy w mediach społecznościowych odwołujące się do czegoś, co zostało powiedziane na antenie czy telefonów na żywo do prowadzących program. Niektórzy byli współpracownicy D. Trumpa sugerowali nawet, że opinie przedstawiane w Fox News wpływały czasem na polityczne decyzje prezydenta. Część prezenterów stacji znalazła także zatrudnienie w prezydenckiej administracji albo otrzymało nominacje na inne stanowiska: Pete Hegseth został sekretarzem obrony (wojny), a Jeanine Pirro została prokuratorką dla stołecznego Dystryktu Kolumbii.

Jednak relacja pomiędzy politykiem a medialną korporacją nie zawsze układała się idealnie. D. Trump wielokrotnie narzekał na krytykę ze strony innego medium należącego do rodziny Murdochów – gazety *The Wall Street Journal*. Sama stacja Fox News również na pewien czas zdecydowała się zachowywać większy dystans wobec D. Trumpa – po przegranych przez niego wyborach w 2020 roku. Przed ostatnimi prawyborami w partii republikańskiej Murdochowie początkowo poparli najbardziej obiecującego rywala D. Trumpa, gubernatora Florydy Rona DeSantisa.

03.4

Polityka wizowa a mundial

Podróżujący do Stanów Zjednoczonych od lat muszą się liczyć z poważną biurokratyczną barierą – koniecznością uzyskania wizy turystycznej (B2) albo autoryzacji w ramach programu ruchu bezwizowego (ESTA). Jednak starania administracji D. Trumpa by utrudnić imigrację do USA sprawiły, że fani piłki nożnej pragnący wziąć udział w mistrzostwach świata napotkają dodatkowe przeszkody, a niektórzy mogą w ogóle nie przekroczyć amerykańskiej granicy.

Zmian pojawiło się sporo. Po pierwsze, dwa rozporządzenia prezydenckie przywróciły rozwiązanie znane z pierwszej kadencji D. Trumpa – częściowy (dotyczący wybranych typów wiz) lub całościowy zakaz wjazdu do USA dla obywateli wybranych państw. D. Trump powoływał się przy tej okazji na kwestie bezpieczeństwa narodowego, między innymi zagrożenie terroryzmem. W sumie restrykcje dotknęły 48 państw, w tym czterech uczestników mistrzostw: Haiti, Wybrzeża Kości Słoniowej, Senegalu i Iranu. Zakazem nie zostali objęci sami piłkarze oraz niezbędny sztab. W szczególnie trudnej sytuacji znajdzie się reprezentacja Iranu, która — w realiach trwającej na Bliskim Wschodzie wojny — rozegra swoja spotkania w Los Angeles i Seattle. **Pod koniec maja Amerykanie odmówili przyjęcia reprezentacji Iranu przez cały okres trwania turnieju, przy cichej aprobacie ze strony FIFA. Irańczycy będą zakwaterowani w meksykańskiej Tijuanie i jedynie na swoje mecze będą podróżować na terytorium Stanów Zjednoczonych.**

Nawet korzystający z ruchu bezwizowego (w tym turyści z Polski) – muszą zapłacić 40 dolarów za elektroniczną autoryzację podróży (ESTA) do USA. Oni jednak mogą cieszyć się stosunkowo prostą procedurą, możliwą do przeprowadzenia online. Ubiegający się o wizę turystyczną będą zmuszeni odwiedzić placówkę konsularną USA, wypełnić bardziej skomplikowany wniosek i uiścić wyższą opłatę – 185 dolarów. Cena ta może jednak znacząco wzrosnąć, bo zgodnie z uchwaloną niedawno ustawą ma pojawić się dodatkowa opłata w wysokości 250 dolarów, która miałaby być zwracana podróżnemu po wygaśnięciu ważności wizy (dziesięć lat później) o ile nie złamał obowiązujących przepisów dotyczących czasu pobytu w USA. Nie wiadomo jednak czy dodatkowa opłata zacznie być pobierana przed mundialem. Dodatkowym utrudnieniem może być również czas trwania procedur – dlatego Departament Stanu uruchomił przyspieszoną ścieżkę do otrzymania wizy turystycznej dla posiadaczy biletów na mecze – FIFA PASS. Nie daje ona jednak gwarancji, że każdy kto kupił bilet otrzyma wizę. Warto pamiętać również, że ostateczną decyzję o wpuszczeniu danej osoby do USA podejmuje urzędnik na lotnisku i posiadanie ważnej wizy nie stanowi jeszcze gwarancji wjazdu (ten problem może dotyczyć nawet reprezentacyjnych sztabów).

Interesującym wątkiem jest sprawa *Visa Bond Pilot Program*. Pierwotnie program ten zakładał, że obywatele należących do niego państw będą mogli zostać poproszeni o uiszczenie dodatkowej opłaty w wysokości od 5 do nawet 15 tysięcy dolarów. Dotyczyło to obywateli Algierii, Tunezji czy Republiki Zielonego Przylądka. 14 maja G. Infantino ogłosił, że udało się wynegocjować z administracją prezydenta D. Trumpa wycofanie tego programu. Tę sytuację należy interpretować jako zdolność wpływu FIFA na politykę USA. I nawet jeśli nie jest to najistotniejszy aspekt polityki międzynarodowej USA, to niewątpliwie jest to sukces FIFA.

03.5

Meksykańskie kartele a mundial

Mistrzostwa świata w piłce nożnej odbędą się w Meksyku po raz trzeci. Meksyk jest pierwszym państwem w historii, w którym mistrzostwa świata zostały zorganizowane 3 razy (wcześniej w 1970 oraz 1986 roku). Badanie przeprowadzone pod koniec 2025 roku przez kanadyjską firmę analityczną Léger we współpracy z Brain Reserach wskazało, że 91% Meksykanów pozytywnie odnosi się do organizacji turnieju w ich państwie. W Kanadzie ten odsetek wynosi 73%, a w Stanach Zjednoczonych 69%.

Mistrzostwa świata w piłce nożnej są dla Meksyku czymś więcej niż tylko wydarzeniem sportowym. Stanowią test zdolności państwa do kontrolowania przemocy, zarządzania kryzysami społecznymi, ochrony infrastruktury czy utrzymania stabilności politycznej. Dla władz meksykańskich turniej ten jest narzędziem, które można wykorzystać do budowy narracji o nowoczesnym i stabilnym państwie. Jednak przygotowania do mundialu pokazują, że modernizacja to tylko część wyzwań, które stoją przed Meksykiem. Nierówności społeczne, bezpieczeństwo i siła karteli narkotykowych, a także problemy środowiskowe to tylko część wyzwań.

Dla meksykańskich władz mistrzostwa to naturalnie projekt polityczny i wizerunkowy. Rząd Claudii Sheinbaum chce wykorzystać turniej do pokazania Meksyku jako państwa nowoczesnego, zdolnego do organizacji globalnych wydarzeń mimo kryzysu bezpieczeństwa i problemów społecznych. Szacuje się, że całkowity koszt organizacji mundialu po stronie Meksyku wyniesie od 2,5 do 3 miliardów dolarów. Znaczna część tych środków przeznaczona została nie na same stadiony, lecz na przebudowę infrastruktury miejskiej, systemów transportowych, lotnisk oraz bezpieczeństwa. Najbardziej symboliczna pozostaje modernizacja stadionu Azteca. Koszt jego przebudowy szacowany jest na 85–115 milionów dolarów. Stadion zyskał nowe strefy VIP, infrastrukturę cyfrową, systemy bezpieczeństwa i zaplecze komercyjne dla sponsorów FIFA. Wokół obiektu powstały nowe inwestycje drogowe i usługowe, które mają całkowicie zmienić charakter okolicy.

W kontekście stadionu Azteca pojawia się jeden z największych problemów i konfliktów społecznych. Mieszkańcy dzielnic położonych wokół Azteki od miesięcy protestują przeciwko gentryfikacji i spekulacji nieruchomościami. Organizacje społeczne oskarżają władze miasta o podporządkowanie przestrzeni miejskiej w sposób sprzeczny z interesem publicznym. Wraz z przygotowaniami do turnieju rosną ceny mieszkań, czynszów i usług, a część lokalnych społeczności obawia się stopniowego wypierania z własnych dzielnic. Aktywiści mówią wręcz o procesie „czyszczenia społecznego", w ramach którego miasta próbują ukrywać biedę, bezdomność i marginalizowane grupy przed międzynarodowymi mediami oraz FIFA.

Problem ten szczególnie mocno widać w Mexico City, które już wcześniej zmagało się z kryzysem mieszkaniowym. Mundial dodatkowo pogłębia presję na zasoby miejskie, zwłaszcza wodę. To jeden z najbardziej politycznie istotnych tematów współczesnego Meksyku. Stolica państwa regularnie doświadcza niedoborów wody, a część mieszkańców ma do niej ograniczony dostęp przez wiele godzin dziennie. Tymczasem ogromne inwestycje stadionowe i turystyczne zużywają gigantyczne ilości zasobów. Według analiz budowlanych sama infrastruktura konstrukcyjna może wymagać około 686 litrów wody na metr kwadratowy budowy. Krytycy wskazują na paradoks sytuacji: państwo wydaje miliardy peso na stadiony i projekty komercyjne, podczas gdy mieszkańcy wielu dzielnic nadal funkcjonują w warunkach chronicznego kryzysu wodnego.

We wspomnianym wcześniej badaniu firmy Léger 69% meksykańskich respondentów wskazało, że najbardziej obawiają się utrudnień w ruchu, a także zagrożeń dla bezpieczeństwa i tego, że w trakcie turnieju dojdzie do protestów.

Mistrzostwa świata organizowane są w momencie wyjątkowo trudnym dla państwa meksykańskiego. Szczególne obawy dotyczą stanu Jalisco i Guadalajary, gdzie ogromne wpływy posiada kartel CJNG *Cártel de Jalisco Nueva Generación*. Sytuacja gwałtownie zaostrzyła się po śmierci przywódcy organizacji, Nemesio Oseguery Cervantesa *El Mencho*, podczas operacji służb bezpieczeństwa w lutym 2026 roku. W ciągu kolejnych dni przez region przeszła fala przemocy: blokady dróg, podpalenia autobusów, strzelaniny i ataki na infrastrukturę publiczną. Według części analiz w ciągu pierwszych 72 godzin po śmierci lidera kartelu odnotowano ponad 250 incydentów związanych z działalnością grup przestępczych. Atakowali przedstawicieli Straży Narodowej – 25 z nich zostało zabitych. Z powodu zagrożenia dla zawodników i kibiców odwołane lub przerwane zostały cztery mecze ligowe.

Zdjęcia z Meksyku szybko obiegły światowe media, a sytuacja wzbudziła wątpliwości dotyczące bezpieczeństwa zaplanowanych na marzec baraży interkontynentalnych. I chociaż sytuacja uspokoiła się już po dwóch dniach, medialne dyskusje o bezpieczeństwie turnieju trwały przez kolejne tygodnie.

FIFA od początku zapewniała, że monitoruje sytuację i ściśle współpracuje z meksykańskimi władzami. G. Infantino ani razu nie podał w wątpliwość organizacji meczów w Meksyku. Przedstawiciele meksykańskiej branży hotelarskiej przekazali, że FIFA zrezygnowała z rezerwacji 40 proc. pokoi, przewidzianych dla jej działaczy i gości. Federacja poinformowała, że nie miało to związku z wydarzeniami w Meksyku i obawami o bezpieczeństwo, a było jedynie dostosowaniem liczby rezerwacji do realnych potrzeb. Marcowe baraże interkontynentalne, rozgrywane w Meksyku, odbyły się bez żadnych turbulencji.

Dla władz mundial staje się więc testem zdolności państwa do utrzymania kontroli nad sytuacją bezpieczeństwa. Media donoszą, że podczas turnieju rozmieszczonych ma zostać około 100 tysięcy funkcjonariuszy policji, wojska i Gwardii Narodowej. Rząd rozwija systemy monitoringu, zwiększa obecność służb na lotniskach i stadionach oraz rozszerza współpracę wywiadowczą ze Stanami Zjednoczonymi i Kanadą.

Jednocześnie należy wziąć pod uwagę, że w interesie karteli powinno być wyciszenie ich działalności na czas mundialu. W „portfolio" tych organizacji znajdują się także legalne biznesy, w tym z sektora turystycznego, na których kartele mogą zarobić w trakcie mistrzostw.

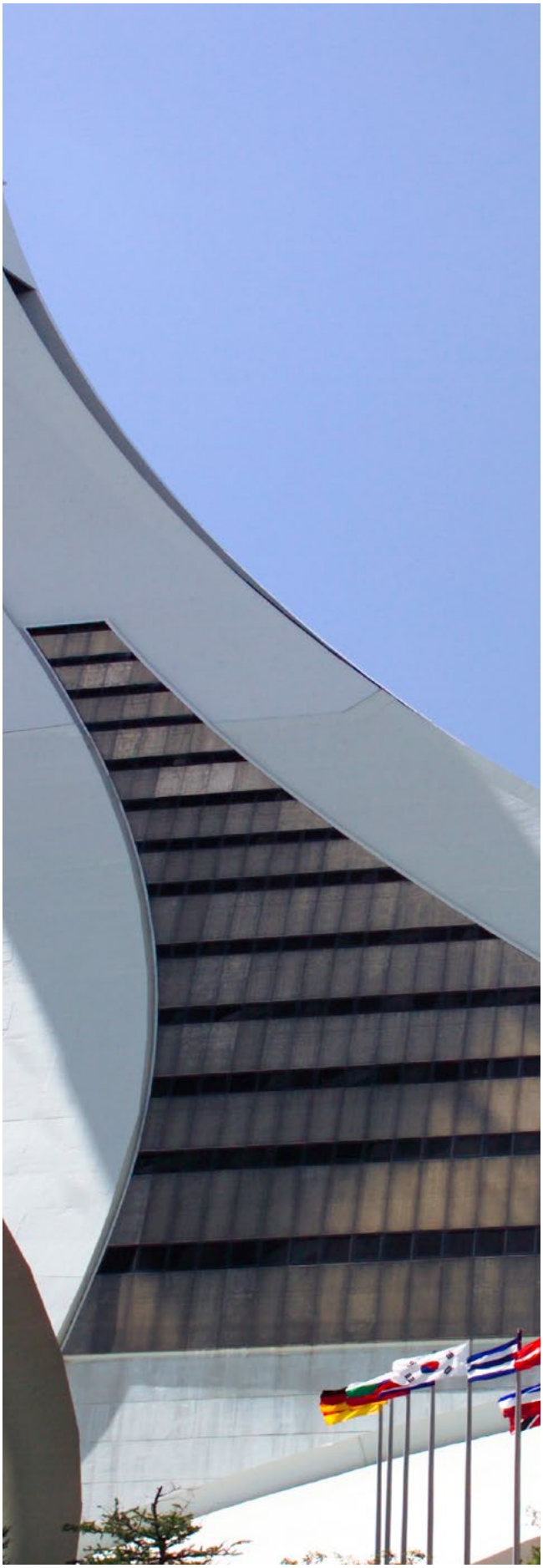
03.6

Turniej nie dla Montrealu

W polityce kanadyjskiej mistrzostwa rezonują przede wszystkim jako wydarzenie o znaczeniu strategicznym dla wizerunku Kanady, jej gospodarki i relacji międzynarodowych. Kanadyjczycy nie są do turnieju nastawieni tak euforycznie jak Meksykanie. W przywoływanym badaniu firmy Léger, 63% pytanych wskazało, że największym problemem związanym z organizacją turnieju są wydatki publiczne.

W 2021 z organizacji meczów wycofał się Montreal. Oficjalnym powodem był brak wsparcia finansowego ze strony rządu prowincji Quebec. Ówczesna minister turystyki prowincji Caroline Proulx wyjaśniła, że szacowane koszty dla Quebecu wzrosły ponad dwukrotnie – z początkowych ok. 36,5 mln dolarów amerykańskich do 103 mln dolarów dolarów. Rząd uznał, że tak wysokie wydatki trudno byłoby uzasadnić podatnikom, zwłaszcza w okresie odbudowy gospodarki po pandemii COVID–19. Jak wykazało dziennikarskie śledztwo programu *Enquête* Radio–Canada, Montreal nie chciał przystać na restrykcyjne warunki kontraktu z FIFA. Ograniczałby on możliwość organizowania na stadionie innych wydarzeń w okresie maj–lipiec 2026 i wymagał dodatkowych kosztownych modernizacji obiektu. Miejsce Montrealu zajęło Vancouver, które wcześniej (jeszcze zanim prawa organizacji MŚ w 2026 roku zostały przyznane) wycofało się z kandydowania z powodów finansowych.

Ostatecznie kanadyjska część turnieju zostanie zorganizowana w Vancouver i w Toronto. Organizacje zajmujące się prawami człowieka wskazują, że w Toronto miała miejsce charakterystyczna dla dużych imprez sportowych kampania „czyszczenia" miasta z osób w kryzysie bezdomności.



(Geo)polityczne zagrożenia dla mundialu

04

04.1

Współpraca Kanady, Meksyku i USA w zakresie przygotowania do turnieju

Przeprowadzenie tegorocznych mistrzostw świata stanowi wyjątkowe wyzwanie, biorąc pod uwagę:

- **skalę** – największy mundial w historii (48 zespołów i aż 104 mecze);
- **rozpiętość geograficzną** – odległość między najbardziej oddalonymi od siebie arenami przekracza cztery tysiące kilometrów (mecze grupowe zaplanowano tak, by zespoły nie musiały pokonywać takich dystansów);
- **liczbę kibiców** – miliony osób w ruchu lokalnym i transgranicznym;
- **złożoność imprezy** – trzy państwa gospodarze, a więc konieczność zespolenia trzech odrębnych systemów w jeden mechanizm.

Wszystko to wymaga kompleksowej i wielopoziomowej synchronizacji działań organizatorów. Kanada, Meksyk i Stany Zjednoczone podjęły więc szeroką współpracę w celu usprawnienia zarządzania imprezą na długo przed jej początkiem. Państwa postawiły na wykorzystanie wysokich technologii i sztucznej inteligencji do wsparcia w przeprowadzeniu turnieju. Szczególnym zainteresowaniem objęto m.in. logistykę i transport, proces kontroli granicznych czy bezpieczeństwo widowiska.

W ramach pierwszej z tych kwestii organizatorzy przygotowali ujednolicony system przewozu sprzętu oraz wyznaczyli centra przeładunkowe, integrując międzymiastowe i lokalne struktury dostarczania wyposażenia do punktów docelowych. Podobny mechanizm zostanie zastosowany w przypadku transportu kibiców i ich komunikacji pomiędzy lotniskami, hotelami oraz stadionami. Wspólne zarządzanie logistyką obejmie również harmonogram lotów drużyn pomiędzy państwami czy dystrybucję oficjalnych gadżetów dla fanów we wszystkich 16 miastach gospodarzach mistrzostw.

Ze względu na przemieszczanie się dużych grup kibiców pomiędzy państwami konieczna jest współpraca służb granicznych. Skupia się ona na uproszczeniu części procedur wizowych dla fanów, członków reprezentacji oraz personelu technicznego i administracyjnego imprezy w celu przyspieszenia odpraw. Zakłada też wypracowanie wspólnego postępowania odnośnie ograniczenia możliwości wjazdu do państwa tzw. osobom wysokiego ryzyka (np. kibicom objętym zakazami stadionowymi).

Aby zagwarantować bezwzględne bezpieczeństwo podczas mundialu, organizatorzy zwrócili się do międzynarodowych organów eksperckich, zrzeszających specjalistów z całego świata – przede wszystkim Międzyregionalnego Instytutu Narodów Zjednoczonych ds. Badań nad Przestępczością i Wymiarem Sprawiedliwości (UNICRI) oraz specjalnie powołanej grupy roboczej Rady Europy dot. bezpieczeństwa MŚ 2026. Konsultacje miały na celu wymianę i poszerzenie wiedzy o zagrożeniach terrorystycznych, cyberbezpieczeństwie, technikach tłumienia zamieszek czy metodach kontroli tłumu. Ponadto wspólne ćwiczenia i szkolenia przyczyniły się do wypracowania odpowiednich procedur ewakuacyjnych oraz mechanizmów reagowania kryzysowego, a także wpłynęły na koordynację działań służb i pogłębienie wzajemnej współpracy struktur bezpieczeństwa każdego z państwgospodarzy imprezy.

Związana z mundialem współpraca pomiędzy Kanadą, Meksykiem i USA ma potencjał na długoterminową implementację skuteczniejszych rozwiązań w każdym z przytoczonych obszarów również po zakończeniu imprezy. Z kolei zaprojektowany na czas mistrzostw system może zostać wykorzystany jako wzorzec ram postępowania w przypadku kolejnych wielkich turniejów, organizowanych przez kilka państw.

04.2

Relacje Kanada–USA

Obecny stan relacji między współgospodarzami mistrzostw świata 2026 można nazwać zawiłym i wyjątkowo niejednoznacznym. Szczególnie przypadek stosunków między Kanadą i Stanami Zjednoczonymi pokazuje, że głównym czynnikiem wpływającym na taki stan rzeczy jest postawa obecnego prezydenta USA D. Trumpa wraz z jego politycznym otoczeniem.

Od dekad stosunki kanadyjsko–amerykańskie określane były przez przywódców obu państw jako przyjazne, a państwa prowadziły szeroko zakrojoną współpracę polityczną, gospodarczą czy obronną. Sytuacja zmieniła się w 2017 roku, gdy D. Trump rozpoczął swoją pierwszą prezydencką kadencję. W pierwszym kwartale urzędowania nowa administracja nałożyła cła na importowane z Kanady drewno iglaste, co zapoczątkowało pogarszanie się stosunków pomiędzy Waszyngtonem i Ottawą.

W marcu 2018 roku Stany Zjednoczone rozszerzyły cła na kanadyjską stal i aluminium, co spotkało się ze stanowczą reakcją kanadyjskiego premiera J. Trudeau. W odpowiedzi władze USA oskarżyły go o nieszczerość i prowadzenie dyplomacji w złej wierze, a zdaniem D. Trumpa postawa premiera miała pociągnąć za sobą kosztowne konsekwencje dla całej Kanady. Pojawiające się scysje nie przeszkodziły jednak w kontynuowaniu współpracy handlowej. W listopadzie 2018 roku oba państwa wraz z Meksykiem podpisały trójstronną umowę o wolnym handlu (USMCA), będącą przedłużeniem obowiązującego od 1994 roku porozumienia NAFTA. Nowy układ wszedł w życie w połowie 2020 roku.

W okresie prezydentury Joe Bidena (2021–2025) stosunki z Kanadą zmieniły kierunek wytyczony przez D. Trumpa i znów stały się przyjazne, a współpraca między państwami krótkoterminowo powróciła do punktu wyjścia, zanim do Białego Domu na drugą kadencję powrócił D. Trump. Już podczas kampanii prezydenckiej w 2024 roku D. Trump zapowiadał przywrócenie surowych ceł w wysokości 25% na wszystkie importowane z Kanady towary, rewizję umowy USMCA, a nawet uczynienie północnego sąsiada 51. stanem USA za sprawą nacisku gospodarczego. Podstawą dla tak agresywnej retoryki miało być redukowanie amerykańskiego deficytu handlowego, zbyt niskie wydatki rządu w Ottawie na obronność oraz subiektywnie niewystarczająca ochrona własnych granic przed nielegalną migracją i przemytem fentanylu na terytorium Stanów Zjednoczonych. W odpowiedzi J. Trudeau zagroził odwetem w razie wprowadzenia ceł i dalszego podważania statusu Kanady jako niepodległego, suwerennego państwa.

Po ponownym objęciu urzędu prezydenta przez D. Trumpa jego administracja rozpoczęła wprowadzanie obietnic w życie. Zgodnie z zapowiedziami, w marcu 2025 roku USA nałożyły 25-procentowe cła na wszystkie kanadyjskie towary z wyjątkiem sektora energetycznego. Kanada natychmiast odpowiedziała własnymi opłatami na produkty amerykańskie. W tym samym miesiącu ustępującego ze stanowiska J. Trudeau zastąpił Mark Carney. Kontynuował on kurs poprzednika, jednoznacznie sprzeciwiając się retoryce D. Trumpa i deklarując podjęcie zdecydowanych kroków odwetowych. Zasygnalizował także zakończenie bezproblemowej współpracy gospodarczej i militarnej pomiędzy państwami, choć nie jest to równoznaczne z zerwaniem wzajemnych stosunków. Kanada pod przewodnictwem M. Carneya ma stopniowo uniezależniać się od polityki Stanów Zjednoczonych na rzecz intensyfikacji współpracy z Europą i Azją.

W następnych tygodniach Waszyngton żonglował cłami, raz zawieszając je i siadając do negocjacji, a raz grożąc ich ponownym wprowadzeniem. Ta swoista przepychanka między państwami trwała aż do wypracowania kompromisu, zakładającego zastosowanie opłat wyłącznie w niektórych sektorach handlu oraz wobec towarów niezgodnych z umową USMCA. Dzięki temu obecnie cłami objęte jest tylko ok. 15% wymiany handlowej pomiędzy Kanadą i USA.

Pomimo trwającej wojny celnej Ottawa stara się utrzymywać poprawne stosunki z administracją D. Trumpa, jednocześnie podkreślając swoją suwerenność oraz reagując na zaczepki. Nieprzejednana postawa Stanów Zjednoczonych spowodowała za to znaczący spadek ich pozytywnego wizerunku w oczach Kanadyjczyków, którzy rozpoczęli oddolny bojkot amerykańskich produktów w sklepach. Znacznie spadła też liczba kanadyjskich turystów przyjeżdżających do USA. Wzajemne waśnie widoczne są również w sporcie – podczas spotkań obu reprezentacji (np. w hokeju na lodzie) kibice wygwizdywali pojawiających się na polu gry przeciwników oraz ich hymny.

04.3

Relacje Meksyk–USA

Nieco inaczej prezentują się stosunki Stanów Zjednoczonych z Meksykiem. Granica między państwami od dekad jest głównym szlakiem nielegalnej migracji i przemytu narkotyków do USA. Z tego powodu D. Trump jeszcze przed inauguracją swojej pierwszej kadencji zapowiadał budowę muru, a raczej rozszerzenie istniejącego systemu barier i zapór wzdłuż południowej granicy. Koszty przedsięwzięcia w założeniu miał pokryć meksykański rząd, lecz nigdy nie doszło to do skutku. Po objęciu przez D, Trumpa urzędu prezydenta w 2017 roku Stany Zjednoczone rozpoczęły wdrażanie jego planów w życie. Poskutkowało to znacznym pogorszeniem się relacji amerykańsko–meksykańskich.

W 2018 roku oba państwa, wraz z Kanadą, podpisały bez większych przeszkód umowę o wolnym handlu (USMCA). Zaledwie kilka miesięcy później USA zagroziły jednak nałożeniem ceł na towary importowane z Meksyku, jeżeli ten nie doprowadzi do uszczelnienia swoich granic. Postawa D. Trumpa spowodowała utworzenie 60–tysięcznej meksykańskiej Gwardii Narodowej, oddelegowanej do monitorowania polityki migracyjnej.

Swoje groźby ponowił on po powrocie do władzy w 2025 roku. Podobnie jak w przypadku Kanady, towary importowane z Meksyku miały zostać objęte 25–procentowym cłem, jeżeli państwo nie powstrzyma nielegalnej migracji i przemytu fentanylu (ok. 98% tego narkotyku trafia do USA właśnie przez meksykańską granicę), co spotkało się ze zwrotnym ostrzeżeniem o nałożeniu ceł odwetowych. Ostatecznie dodatkowe opłaty objęły przede wszystkim produkty niezgodne z umową USMCA, stanowiące ok. 15% całkowitej wymiany handlowej między państwami, a meksykańskie władze rozpoczęły kampanię promocji towarów wytwarzanych w Meksyku, uderzając w import dóbr ze Stanów Zjednoczonych.

Poza nieszczelnością granicy z USA Meksyk zmaga się z jeszcze jednym, ogromnym problemem, który niekiedy determinuje kierunek wzajemnych stosunków obu państw – rozwiniętą siatką karteli narkotykowych. Ich działalność jest ściśle powiązana zarówno z nielegalną migracją, jak i przemytem narkotyków do Stanów Zjednoczonych, toteż Waszyngton okresowo wspiera południowego sąsiada w operacjach lub nakłania jego władze do podjęcia bardziej zdecydowanych kroków wobec karteli.

Jednym z powodów takiego zaangażowania USA jest również przyzwolenie Meksyku na ekstradycję swoich obywateli powiązanych z kartelami, by stanęli przed amerykańskim wymiarem sprawiedliwości. W latach prezydentury J. Bidena Stany Zjednoczone zainicjowały silniejszą współpracę z meksykańskimi władzami na rzecz zwalczania transnarodowej przestępczości zorganizowanej, a wojsko i Gwardia Narodowa otrzymały rozszerzone wsparcie wywiadowcze od CIA.

W lutym 2025 roku sześć największych karteli narkotykowych funkcjonujących w Meksyku zostało oznaczonych przez USA jako zagraniczne organizacje terrorystyczne. Nadanie im takiego statusu umożliwia wykorzystanie mocniejszych środków prewencyjnych i represyjnych wobec nich, a także ułatwia ściganie osób powiązanych z gangami. W tym samym czasie D. Trump ogłosił potencjalną interwencję wojskową wymierzoną w meksykańskie kartele, lecz spotkała się ona z odmową prezydent Meksyku C. Sheinbaum, a państwo zintensyfikowało zwalczanie przestępczości zorganizowanej na własną rękę.

04.4

Relacje Kanada–Meksyk

Wzajemne stosunki kanadyjsko–meksykańskie, w przeciwieństwie do obecnych relacji obu państw ze Stanami Zjednoczonymi, pozostają niezbyt intensywne, choć przyjazne i pozbawione poważnych napięć. Ich główną osią jest płaszczyzna gospodarcza, w obrębie której Kanada i Meksyk prowadzą szeroką i bezcłową wymianę handlową. Współpracę ułatwia przynależność państw do porozumień o wolnym handlu – początkowo do NAFTA, a obecnie do jej następczyni, USMCA. Stroną obu umów są także USA.

Od grudnia 2016 roku do lutego 2024 roku między Kanadą a Meksykiem obowiązywał ruch bezwizowy, został on jednak jednostronnie cofnięty przez Ottawę z uwagi na przedostawanie się nielegalnych migrantów z Meksyku.

Mundial wpływa na relacje USA–Kanada–Meksyk w sposób ambiwalentny: wymusza praktyczną współpracę trilateralną i bilateralną na poziomie operacyjnym (bezpieczeństwo, logistyka, wizy), ale jednocześnie podkreśla istniejące napięcia polityczno–gospodarcze. Największą korzyścią jest wymuszona organizacją turnieju współpraca instytucjonalna. Od 2025 r. odbywają się regularne wysokie spotkania trójstronne. Wśród poruszanych na nich tematów znalazły się koordynacja, kontrola granic, transport transgraniczny i wizy dla kibiców. To pierwszy raz, gdy trzy państwa tak ściśle koordynują mega–event na poziomie operacyjnym.

Losowanie grup w grudniu 2025 w waszyngtońskim Kennedy Center (z udziałem D. Trumpa, C. Sheinbaum i M. Carney'a) było pierwszym wspólnym publicznym wystąpieniem liderów i 45–minutowym spotkaniem prywatnym na temat handlu i USMCA. Slogan *United As One* ze złożonej do FIFA kandydatury 2018 r. jest nadal oficjalnie używany, ale media wskazują, że turniej zamiast jednoczyć – obnaża tarcia. Jednocześnie daje neutralną platformę do rozmów, których inaczej prawdopodobnie by nie było.

04.5

Wojna w Iranie

Po rozpoczęciu izraelsko-amerykańskich ataków na Iran (28 lutego 2026) pod znakiem zapytania stanął udział reprezentacji Iranu w mistrzostwach świata. Rozgrywki piłkarskie w Iranie zostały zawieszone, a szef Irańskiej Federacji Piłkarskiej Mehdi Taj mówił w państwowych mediach, że „w obecnych okolicznościach nie wyobraża sobie gry irańskich piłkarzy w USA".

Iran zakwalifikował się na mundial jako jedna z pierwszych drużyn. Trafił do grupy z Belgią, Egiptem i Nową Zelandią. Dwa jego mecze zostały zaplanowane w Los Angeles, a jeden w Seattle (mecz z Egiptem, zaplanowany jako Pride Match, wpisujący się w miejscowe obchody Miesiąca Dumy, poświęconego społeczności LGBTQ+). Iran znajduje się na liście państw, których obywatele są objęci całkowitym zakazem wjazdu na teren USA (to samo dotyczy innego uczestnika mistrzostw, Haiti).

Media bardzo pilnie śledziły rozwój wydarzeń wokół irańskiej reprezentacji, ale ta nie wydała żadnego komunikatu, w którym ogłosiłaby rezygnację z udziału w mistrzostwach. O grze drużyny, ale też o wojnie na Bliskim Wschodzie, nie wypowiadali się sami reprezentanci Iranu.

Nieliczne pojawiające się w irańskich rządowych mediach wypowiedzi M. Taja należy uznać za przynajmniej częściowo polityczne. Irańczycy potraktowali grę swojej kadry na mundialu jako kartę przetargową i formę nacisku na FIFA, a przez nią na USA.

Przez trwającą wojnę trzeba było przenieść zaplanowany w Iranie miniturniej towarzyski z udziałem reprezentacji Iranu, Kostaryki, Nigerii i Jordanii. Odbył się on w Turcji, a na jednym z meczów Iranu pojawił się G. Infantino.

Dla Irańczyków decyzja o braku bojkotu wyjazdu na mundial to, poza odebraniem zasłużonej nagrody sportowej i dania satysfakcji piłkarzom oraz kibicom, także manifestacja niezłomności państwa i sposobność do cichego lub wyrazistego zamanifestowania sprzeciwu wobec wojny. Na wspomnianym turnieju w Turcji irańscy piłkarze mieli ze sobą zdjęcia ofiar wojny, a także trzymali w rękach plecaki - miały przypominać o ataku na szkołę podstawową dla dziewcząt w Minabie, w którym zginęło ponad 170 osób. Irańczycy grali w czarnych opaskach. Na taki gest w trakcie MŚ FIFA zapewne nie wyda zgody.

Irańczycy negocjowali z FIFA przeniesienie ich meczów do Meksyku. FIFA jednak od początku nie była skora do wprowadzenia takiego rozwiązania, burzącego zaplanowany harmonogram turnieju.

Na Kongresie FIFA 30 kwietnia 2026 G. Infantino poinformował, że Iran „na pewno zagra na mundialu, na amerykańskich boiskach". Ze strony irańskiej płynęły w tym czasie komunikaty, że Iran zamierza bojkotować USA, a nie sam mundial.

Na odbywający się w Vancouver Kongres nie dotarł szef irańskiej federacji, który nie został wpuszczony do Kanady. M. Taj, podobnie jak kilku innych irańskich działaczy piłkarskich, współpracował z Korpusem Strażników Rewolucji Islamskiej (IRGC), który w 2024 roku został wpisany przez Kanadę na listę organizacji terrorystycznych. IRGC znajduje się na też na podobnej liście w USA, przez co niektórzy irańscy działacze nie zostali wpuszczeni na losowanie grup MŚ w 2025 roku.

M.Taj powiedział także, że Irańczycy będą domagać się wprowadzenia zakazu wywieszania na trybunach innych irańskich flag niż te oficjalne. Przeciwnicy władzy ajatollahów posługują się flagami sprzed rewolucji islamskiej (ze złotym lwem) lub pozbawionej jakiegokolwiek godła (trzy pasy: biały, czerwony, zielony). Iran obawia się, że udział jego drużyny może zostać wykorzystany politycznie. Zwłaszcza, że w Los Angeles, gdzie rozegra dwa mecze) mieszka duża irańska diaspora, zdominowana przez przeciwników irańskiej władzy).

Według oficjalnych danych U.S. Census Bureau – American Community Survey, ACS w Stanach Zjednoczonych mieszka ok. 519 tys. osób o irańskim lub perskim pochodzeniu. Pew Research Center podaje, że gdy uwzględni się miejsce urodzenia lub pochodzenie rodziców, ta liczba może wynosić nawet 750 tys. Najwięcej przedstawicieli tej grupy żyje w Kalifornii (ok. 200 tys.), z czego większość w Los Angeles.

Amerykańska administracja wielokrotnie wieszczyła zakończenie przeciągającego się konfliktu z Iranem. D. Trump ogłaszał to m.in. pod koniec maja. Może to wskazywać na chęć wyciszenia niewygodnego tematu na czas MŚ. W przeciwnym razie pytania o wojnę mogłyby zakłócać pożądany przez USA wizerunek dobrego gospodarza (mocno nadszarpnięty brakiem zgody na zakwaterowanie irańskich piłkarzy w Stanach).

Amerykanizacja mistrzostw świata

05

05.1

Nowe przestrzenie komercyjne w transmisji

Zupełnie świadomie w tytule tej części raportu używamy określenia „amerykanizacja". Nie jest to związane z czynnikiem geograficznym lub organizacyjnym, a przede wszystkim modelem biznesowym kojarzonym z amerykańskimi ligami zawodowymi.

W dużym uproszczeniu oznacza to szeroką segmentację komercyjną wydarzenia sportowego. czyli takie skonstruowanie zasad reklamowych, w których zarówno oficjalni sponsorzy FIFA, jak i cała reszta rynku mogą korzystać z wielu możliwości obecności reklamowej przy turnieju. Segmentacja komercyjna w wydaniu amerykańskim oznacza jeszcze więcej przestrzeni marketingowych dla globalnych marek, jak i regionalnych reklamodawców.

Amerykanizacja futbolu oznacza segmentację komercyjną i dzięki temu FIFA tworzy nowe możliwości reklamowe dla nadawców. Podstawowe zasady komercyjne od lat są niezmienne:

- oficjalni sponsorzy FIFA oraz mistrzostw świata mają ekskluzywne możliwości reklamowe (np. sponsoring powtórek w trakcie meczu czy możliwość wyświetlenia logotypu przy zegarze meczowym);
- oficjalni sponsorzy FIFA i mistrzostw świata mają wyłączny czas pierwokupu, czyli jest na początku ofertowania zakupu czasu reklamowego, tylko sponsorzy FIFA mogą kupić reklamę. Gdy ten okres minie, pozostała część rynku może dokonać zakupu (pierwokup dla sponsorów FIFA trwa od kilku do kilkudziesięciu dni w zależności od okresu publikacji oferty reklamowej);
- wszelkiego rodzaju kampanie marketingowe związane z mundialem powinny być konsultowane z FIFA;
- pozostali reklamodawcy nie powinni w swoich kreacjach nawiązywać wprost do mistrzostw świata (zakaz tzw. ambush marketingu);
- podstawowe formy reklamowe (reklama spotowa, sponsoring audycji czy reklama płaska w serwisach internetowych nadawcy) są dostępne dla wszystkich reklamodawców.

Jednak FIFA w zasadach komercyjnych na czas mistrzostw w 2026 roku wprowadza kilka nowych znaczących elementów reklamowych. Co istotne nie są one obligatoryjne – zależą od budżetów reklamowych oraz aktywności marketerów na poszczególnych rynkach. Nowe możliwości komercyjne dla nadawców to:

- *Golden Spot* – czyli krótka przerwa reklamowa emitowana po drugim hymnie a przed pierwszym gwizdkiem sędziego, może trwać maksymalnie 30 sekund. Jest to najdroższy czas reklamowy u nadawców. Jeśli jakiś oficjalny nadawca skomercjalizuje w ten sposób mecze MŚ, to przy wszystkich 104 meczach może dodatkowo zarobić od 3 do 10 mln dolarów (zależnie od średniej ceny czasu reklamowego na wybranym rynku);
- *Hydration Break* – czyli 3–minutowa przerwa na nawodnienie w połowie każdej połowy. Wszystkie mecze mistrzostw świata mają mieć taką przerwę obligatoryjnie, a nadawcy mają możliwość albo emisji bloku reklamowego (w całości schodząc z transmisji), albo emisja tzw. reklamy *L-screen* (transmisja meczu „schodzi" do mniejszego okienka, wokół którego wyświetlana jest reklama), przy jednoczesnej kontynuacji transmisji (w sumie to ponad 10 godzin dodatkowej przestrzeni reklamowej przez cały turniej),
- Sponsoringi *on-screen* - czyli lokowanie znaku towarowego oficjalnego sponsora FIFA lub mistrzostw w trakcie poszczególnych momentów transmisji: rozgrzewki, przedmeczowej oraz pomeczowej analizy, wywiadów ze strefy boiskowej oraz w trakcie konferencji prasowej.
- Sponsoring dodatkowych opcjonalnych rozwiązań technologicznych dostarczanych przez partnerów FIFA (za które nadawca musi zapłacić). Sponsor oficjalny FIFA lub mistrzostw może wyświetlać swój znak towarowy w transmisji ze statystykami na żywo lub w transmisji *multiscreen* (gdzie jest jednoczesny podgląd na kilka miejsc na stadionie).

W tym kontekście dodać należy, że do oficjalnej siatki sponsorskiej mistrzostw świata dołączyło spore grono sponsorów z USA. Oznacza to, że grupa amerykańskich firm będzie miała większą ekspozycję marketingową względem firm z innych państw. Jest to naturalne zjawisko: przy okazji organizacji wydarzenia w danym państwie reklamuje się większa liczba firm z tego państwa, lecz w tym przypadku dysproporcja amerykańskich firm versus kanadyjskich lub meksykańskich jest przytłaczająca. Amerykanizacja tego turnieju polega więc również na dużo większej ekspozycji amerykańskich przedsiębiorstw z nikłym zaangażowaniem firm kanadyjskich czy meksykańskich. Nie biorąc pod uwagę w tym kontekście wieloletnich współprac FIFA np. z Coca–Colą czy VISĄ możemy wyróżnić, że na czas MŚ 2026 FIFA nawiązała współpracę m. in. z Bank of America, McDonald's, Verizon, Frito–Lay, American Airlines, Airbnb, The Home Depot, DoorDash, Valvoline.

Do tego należy dodać ponad 25 różnych amerykańskich przedsiębiorstw, które zyskały status *Host City Supporters*.

05.2

Umowa FIFA z Global Citizen: Halftime Show

Interesującym wątkiem jest kooperacja FIFA z Global Citizen. Ogłoszono ją pod koniec września 2024 roku. Jest to pierwsza tego typu współpraca podjęta przez FIFA, a dotyczy jednego z najistotniejszych obszarów amerykanizacji mistrzostw świata –organizacji tzw. *Haftime Show*, czyli spektaklu muzyczno–rozrywkowego w przerwie finału. Jest to format rozrywkowy kojarzony przede wszystkim z finałem ligi NFL – Super Bowl. 19 lipca w przerwie finału wystąpią Madonna, Shakira oraz zespół BTS.

Global Citizen to międzynarodowa organizacja będąca jednocześnie formą ruchu społecznego, którego celem jest działanie na rzecz wyeliminowania skrajnego ubóstwa, walki z nierównościami oraz edukacji w kwestii zmian klimatycznych. Działalność Global Citizen jest oparta m.in. na organizacji wydarzeń na całym świecie, przy jednoczesnym funkcjonowaniu o charakterze filantropijnym. Zaskakujący zatem wydaje się kontekst współpracy FIFA z Global Citizen, gdyż umowa obejmuje trzy płaszczyzny: utworzenie FIFA Global Citizen Education Fund, produkcję *Halftime Show* w trakcie finału Klubowych Mistrzostw Świata FIFA w 2025 roku oraz finału Mistrzostw Świata FIFA w 2026 roku.

W przypadku turnieju z 2025 roku trudno mówić o spektakularnym sukcesie. Show, w którym gwiazdami byli Chris Martin, J Balvin, Doja Cat oraz Tems, nie zostało przyjęte jednoznacznie pozytywnie. Opinia publiczna, szczególnie w Europie, uznała ten element finału jako niepotrzebny, traktując go raczej jako ciekawostkę niż istotną część wydarzenia. Nie było też prostym zadaniem znaleźć jakiekolwiek jednoznaczne pozytywne oceny z rynku amerykańskiego, co sugeruje, że kibic piłki nożnej nie jest właściwym odbiorcą takiego show. Można postawić tezę, że *Halftime Show* jest w głównym stopniu próbą dotarcia do odbiorcy pozapiłkarskiego, lecz korzyści z promocji wydarzenia w innej grupie docelowej są nieproporcjonalnie niskie do strat wśród właściwej grupy odbiorców. Z logistycznego punktu widzenia warto jednak zauważyć, że organizatorzy sprytnie wybrnęli z zajęcia murawy na całe 15 minut przerwy. Cały performans został wykonany na specjalnie przygotowanej platformie znajdującej się w górnej części trybun MetLife Stadium. Dzięki temu uniknięto przedłużenia przerwy oraz zaburzenia rytmu funkcjonowania drużyn w trakcie meczu piłki nożnej (zawodnicy rezerwowi często wykorzystują murawę boiska w przerwie do rozgrzewki przed drugą połową meczu).

Współpracę FIFA oraz Global Citizen należy postrzegać jako strategiczną realizację interesu dwóch stron. Z jednej strony Global Citizen zyskuje partnera oraz przestrzeń do promocji własnych wartości (*Halftime Show* ma być elementem globalnej kampanii), natomiast FIFA zyskuje partnera, który ma uwiarygodnić społeczny fundament jej działań oraz ugruntować próby budowania odpowiedniej narracji i wizerunku. Obserwowalne w tym przypadku przepływy interesów na styku rozrywki, aktywizmu oraz sportu stanowią interesujący przypadek instrumentalizacji wartości, a także zacieśniania wspólnoty elit i sieci wpływów. *Halftime Show* w przypadku finału staje się globalnym narzędziem komunikacji wartości społecznych. A jeśli FIFA zdecyduje się na komercjalizację tej przestrzeni (np. naming–right *Halftime Show powered by…*), to istnieje poważna obawa, że tradycyjny odbiorca (kibic) piłki nożnej w niektórych regionach może a priori odrzucić pożądaną przez FIFA i Global Citzen narrację.

Oczywiście spektakl, który organizatorzy chcą przygotować w przerwie finału, jest nowym elementem krajobrazu mistrzostw świata i piłki nożnej jaką kojarzymy. Oczywiście wiele turniejów i lig jest silnie skomercjalizowanych – funkcjonujemy w takim świecie, który narzuca ciągłą pogoń za rozwojem i wzrostem przychodów. Naturalne jest więc poszukiwanie przez organizatorów wydarzeń sportowych nowych przestrzeni marketingowych. Koncert gwiazd muzyki w przerwie finału jest czymś nowym w piłce nożnej, co implikuje kilka problemów. Przede wszystkim wszyscy oficjalni nadawcy i właściciele praw transmisji muszą zredefiniować niektóre elementy ofert komercyjnych. 30-sekundowy spot telewizyjny w przerwie finału na wielu rynkach stanowi jedną z najdroższych form reklamowych w cennikach. Do tego dodać należy sponsorskie bloki reklamowe, które nadawcy również wyceniają wysoko. FIFA dopuszczając do organizacji *Halftime Show* jednocześnie nakłada na nadawców obowiązek transmisji tego wydarzenia. Oznacza to utratę przychodów nadawców na poziomie trudnym do zignorowania – w zależności od rynku może to być od kilkuset tysięcy do nawet 7 milionów dolarów za blok reklamowy. Nie bez znaczenia pozostaje również fakt, że w połowie maja wciąż nie było wiadomo jak długie ma być to show, ponieważ pojawiały się spekulacje, że może trwać nawet do 25 minut. To również wpływa potencjalnie negatywnie na wiele rynków reklamowych, gdyż oznacza wydłużenie całej transmisji związanej z finałem. A to oznacza kolejną rekonstrukcję cen czasu reklamowego po finale. W przypadku rynków, gdzie mecz skończy się po północy, oznacza to obniżenie cen, co zmniejsza łączny przychód reklamowy.

Organizatorzy przygotują również 3 ceremonie otwarcia z występami gwiazd przed pierwszymi meczami wszystkich współgospodarzy. Zatem przed spotkaniami reprezentacji Meksyku, Kanady i USA odbędzie się muzyczny spektakl, w którym zaangażowanych będzie wielu znanych artystów, m. in.: Katy Perry, Future, Michael Buble, Alanis Morissette czy J Balvin. W przypadku tych trzech ceremonii istotny jest kontekst kulturowo-językowy. Artyści, którzy wystąpią przed meczami będą przypisani do konkretnego meczu. Przed meczem reprezentacji Meksyku wystąpią artyści z kręgu latynoamerykańskiego. W przypadku meczu reprezentacji Kanady obecni będą artyści kojarzeni z kanadyjskim przemysłem muzycznym. Naturalnie tak samo będzie w przypadku meczu reprezentacji USA – też będą to głównie artyści skierowani do odbiorcy amerykańskiego.

05.3

Stadiony bez nazw komercyjnych

Charakterystycznym elementem krajobrazu komercyjnego w północnoamerykańskim sporcie jest model *naming-rights* dla multifunkcyjnych obiektów sportowych. W Polsce i w Europie też jest to już powszechna praktyka sponsorska, jednak nadal na mapie obiektów sportowych wiele obiektów ma nieskomercjalizowane nazwy. W Stanach Zjednoczonych, Kanadzie oraz Meksyku niemal każdy ze stadionów, na których mają odbyć się mecze mistrzostw świata, posiada komercyjnego partnera, który występuje w jego nazwie. To tworzy oczywisty konflikt interesów dla FIFA, która w swojej siatce sponsorskiej nie ma żadnego z tych przedsiębiorstw. W związku z tym FIFA narzuciła zasadę, która oznacza ujednolicenie nazw do jednego schematu – ma być widoczna tylko nazwa miasta. Operatorzy stadionów, a także komitet organizacyjny turnieju nie ma w tej kwestii wiele do powiedzenia, ponieważ państwo organizujące mundial ma obowiązek zaakceptować zasady komercyjne FIFA. Dodać trzeba, że wydawać by się mogło, że *BC Place* odnosi się do jakiegoś sponsora tytularnego, lecz nazwa nawiązuje do regionu British Columbia. Zatem BC Place Vancouver w żadnym stopniu nie jest komercyjnym sformułowaniem.

Polityka debraningu stadionów obejmuje trzy powiązane ze sobą elementy:

1. **Clean Venue** – stadion wewnątrz i na zewnątrz: wszystkie napisy sponsorów, reklamy na telebimach, nazwy lóż VIP, branding na siedzeniach, logo na dachach widziane z powietrza
2. **Clean Zone** – strefa o promieniu 2 km wokół stadionu, gdzie zakazane jest nieautoryzowane działanie marketingowe.
3. **Clean Air Space** – zakaz reklam w przestrzeni powietrznej nad stadionem (samoloty z banerami, drony reklamowe)

W USA problem jest bezprecedensowy: wszystkie stadiony to obiekty NFL, intensywnie pokryte brandem korporacyjnym, wbudowanym nierzadko w architekturę. Szacunkowy koszt debrandingu dla całego turnieju wynosi 15–30 milionów dolarów w skali wszystkich 16 stadionów.

Wyjątek to Mercedes-Benz Stadium i kulminacja 18 miesięcy negocjacji: gwiazda Mercedes na dachu jest wbudowana w osiem ruchomych paneli z delikatnego materiału ETFE (każdy ważący 500 ton). Usunięcie lub zakrycie logo groziło uszkodzeniem strukturalnym budowli wartej ponad 1,6 mld dolarów. To jedyny stadion spośród 16 na całym turnieju, który zachowuje widoczny branding korporacyjny.

Clean Venue to nie tylko zasada brandingowa – to strategia ochrony przychodów. FIFA generuje ponad 1,78 mld dolarów z praw marketingowych właśnie dlatego, że gwarantuje partnerom absolutną wyłączność wizualną na wszystkich 104 meczach. Cały koszt tej gwarancji ponoszą stadiony i miasta, nie FIFA.

Miasto	Nazwa oficjalna	Nazwa FIFA	Liczba meczów
Atlanta	*Mercedes-Benz Stadium*	*Atlanta Stadium*	8
Boston	*Gillette Stadium*	*Boston Stadium*	7
Dallas	*AT&T Stadium*	*Dallas Stadium*	9
Houston	*NRG Stadium*	*Houston Stadium*	7
Kansas City	*GEHA Field atArrowhead Stadium*	*Kansas City Stadium*	6
Los Angeles	*SoFi Stadium*	*Los Angeles Stadium*	8
Miami	*Hard Rock Stadium*	*Miami Stadium*	7
Nowy Jork / New Jersey	*MetLife Stadium*	*New York New Jersey Stadium*	8
Filadelfia	*Lincoln Financial Field*	*Philadelphia Stadium*	6
San Francisco	*Levi's Stadium*	*San Francisco Bay Arena Stadium*	6
Seattle	*Lumen Field*	*Seattle Stadium*	6
Toronto	*BMO Field*	*Toronto Stadium*	6
Vancouver	*BC Place Stadium*	*BC Place Vancouver*	7
Mexico City	*Estadio Banorte*	*Mexico City Stadium*	5
Guadalajara	*Estadio Akron*	*Guadalajara Stadium*	4
Monterrey	*Estadio BBVA*	*Monterrey Stadium*	4

05.4

Sprzedaż biletów w modelu dynamicznych cen

Niemniej istotnym przejawem amerykanizacji tegorocznych MŚ jest system dynamicznych cen biletów. FIFA poszukując maksymalizacji swoich przychodów wprowadziła rozwiązanie, które nie jest oczywiste dla europejskiego fana piłki nożnej, lecz dla amerykańskiego fana sportu jest znaną praktyką. Polega to na algorytmizacji cen biletów. System stale analizuje kilka zmiennych, które generują ostateczne ceny biletów na poszczególne mecze. Pod uwagę branych jest wiele czynników, trudno jednak powiedzieć jakie są to dokładne dane. Na bazie informacji przekazywanych przez organizatorów można spekulować, że brane są pod uwagę takie dane jak: kto z kim gra, aktualna forma piłkarzy danych drużyn, pogoda, popyt na dany mecz, podaż dostępnych miejsc, czas do meczu, prestiż czy zainteresowanie danym meczem w internecie (czyli jak dużo o meczu się pisze/mówi).

Bilety sprzedawano w kolejnych fazach. Najpierw podane zostały wyniki loterii, następnie prowadzono sprzedaż bezpośrednią, a na koniec w wersji *last-minute*. By system funkcjonował w ramach wewnętrznego ekosystemu, FIFA uruchomiła własną platformę, gdzie można oficjalnie odsprzedawać bilety. Co jednak istotne, FIFA dodatkowo inkasuje 15% wartości biletu od każdego sprzedającego oraz kupującego. Na początku maja oficjalne dane światowej federacji mówiły o wyprzedaniu ok. 5 mln wejściówek.

Debiut modelu dynamicznych cen przy okazji piłkarskiego mundialu w Ameryce Północnej ma swoje uzasadnienie. Jest to rynek dojrzały i zapoznany z tym systemem, a lokalni konsumenci (kibice sportu) są bardziej skłonni do wydawania pieniędzy na konsumpcję sportu, który jest stałym elementem krajobrazu wydarzeń masowych. System dynamicznych cen jest swoistą bardzo wyraźną egzemplifikacją neoliberalizmu – wolnorynkowa mechanika konstrukcji cen jest tego dobitnym przykładem.

Funkcjonowanie tego systemu powoduje efekt, w którym części kibiców może świadomie rezygnować z udziału w mistrzostwach, właśnie ze względu na wysokie ceny oraz wprowadzenie elementu niepewności – kibic europejski lub azjatycki może do ostatniej chwili zwlekać z zakupem, ostatecznie nie doczekawszy się oczekiwanej ceny. Co potencjalnie może przełożyć się na widok pustych krzesełek na trybunach lub ekstremalnie tanie bilety na 1–2 dni przed samym meczem. Kibicowski sprzeciw wobec tego modelu oznacza też próby sterowania, wpływania lub ograniczania dynamiki cen. W kanadyjskiej prowincji Ontario wprowadzona została regulacja, która zakazuje odsprzedaży biletów na mecze powyżej ich wartości nominalnej. Ustawa *Putting Fans First Act* zmusiła FIFA do wycofania ze swojej platformy oferty na mecze w Toronto. Z kolei w Europie organizacje Football Supporters Europe oraz Euroconsumers złożyły formalną skargę przeciwko FIFA do Komisji Europejskiej w związku z nadużywaniem monopolistycznej pozycji w zakresie cen biletów. Co również istotne, w tzw. *bid book*, na etapie składania ofert, organizatorzy mistrzostw w USA, Kanadzie oraz Meksyku poziom cen biletów szacowali na poniższym poziomie:

Według serwisu Ticketdata, który monitoruje średnie ceny biletów na różne wydarzenia, w przypadku meczów mistrzostw świata możemy mówić o stałej wysokiej średniej. Serwis ten analizuje ceny meczów od początku procesu zakupu (z wyłączeniem meczów reprezentacji Meksyku). Poza średnią ogólną

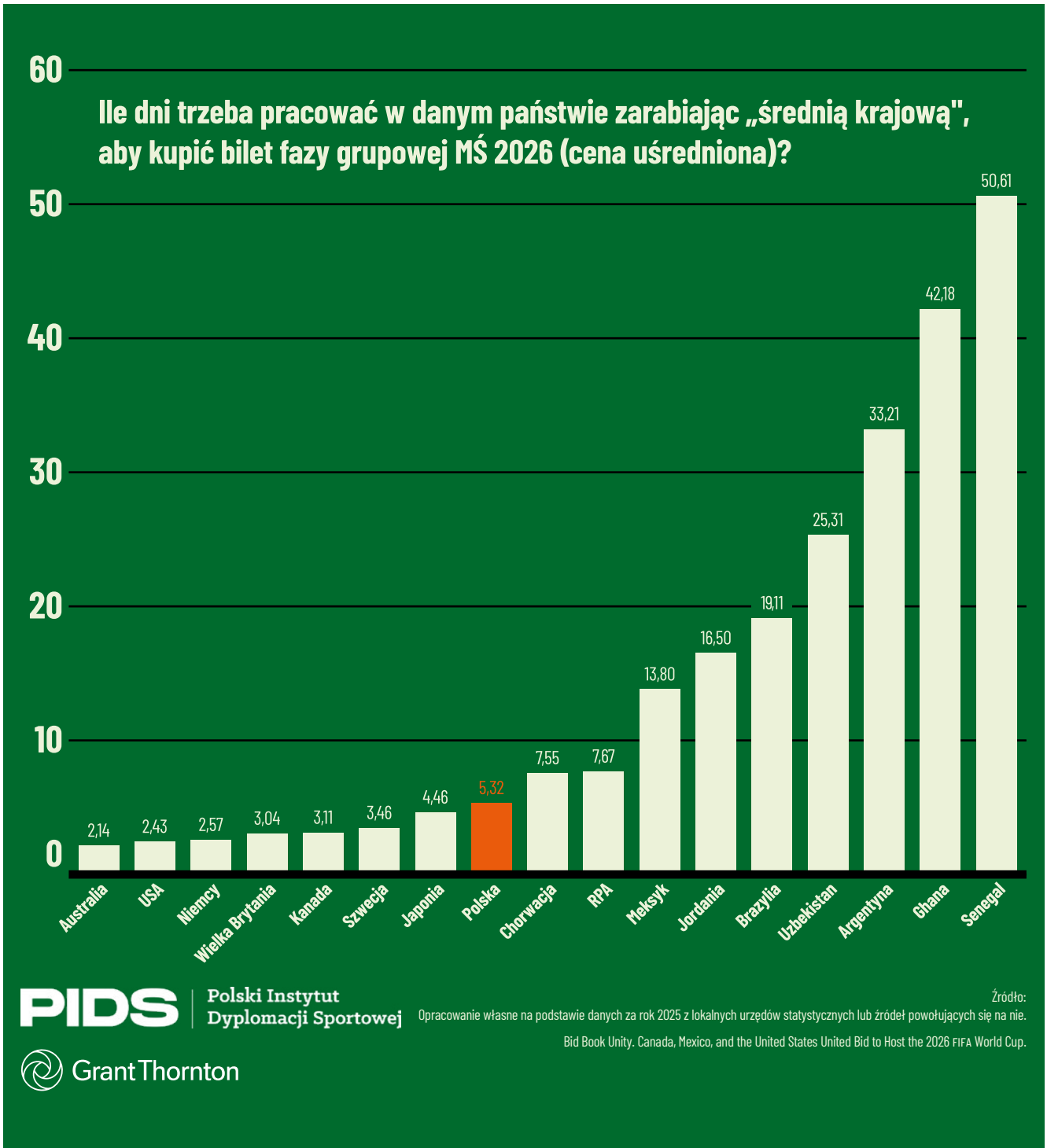
Runda	Kat. 1	Kat. 2	Kat. 3	Kat. 4	Biznes	Skybox	Specjalne	Średnia
Otwarcie	774	614	320	60	2201	2201	581	724
Faza grupowa	323	304	174	21	993	993	262	305
1/16 finału	347	311	174	31	1044	1044	275	309
1/8 finału	370	317	174	42	1095	1095	289	324
Ćwierćfinał	549	420	266	66	1590	1590	420	468
Półfinał	1072	716	411	84	2910	2910	768	913
Mecz o 3. miejsce	720	542	336	66	2060	2060	543	609
Finał	1550	1051	695	128	4309	4309	1137	1408

Źródło:
Bid Book Unity. Canada, Mexico, and the United States United Bid to Host the 2026 FIFA World Cup.

ceną przedstawiane są również średnie ceny na konkretnych stadionach oraz konkretnych zespołów. Najwyższa średnia cena biletu na mecz pojawiła się już po ogłoszeniu startu sprzedaży *last-minute*: 8 kwietnia 2026 roku (737$). Od 20 kwietnia i drugiego etapu sprzedaży *last-minute* można było zaobserwować wyraźną tendencję spadkową, w połowie maja średnia cena biletu wynosi 554 $. Najdroższa średnia cena biletu dotyczyła stadionu w Miami (1203 $), a mecz grupowy z najdroższą średnią to Kolumbia – Portugalia (2539 $). Według tego serwisu średnia cena biletu na finał wynosi 7734 $. Wskazane ceny odnoszą się do średniej w połowie maja 2026.

Wybierający się na mecze mistrzostw świata kibice muszą liczyć się nie tylko z rekordowo wysokimi cenami biletów, ale też wydatkami związanymi z parkingami przy stadionach oraz transportem publicznym. Ceny obu poszybowały, co wywołało oburzenie i krytykę kibiców. Bilet kolejowy na stadion w New Jersey podrożał z 12,90 do 150 dolarów. Ostatecznie cenę obniżono do 98 dolarów Dojazd na stadion w Foxborough zdrożał z 20 do 80 dolarów. Miejsca parkingowe przy stadionach to kosz nawet 200–300 dolarów za auto. Operatorzy transportu tłumaczą, że wyższymi cenami chcą zrekompensować wydatki na modernizację linii kolejowej.

Wysokie ceny biletów wzbudziły zainteresowanie amerykańskich prokuratorów z Nowego Jorku i New Jersey. Wszczęli oni śledztwa ws. sztucznego zawyżania cen i wprowadzania kibiców w błąd. FIFA została wezwana do złożenia wyjaśnień, dlaczego ceny biletów na tegoroczny turniej tak bardzo odbiegają od cen wejściówek na poprzedniej mundiale.



05.5

Mistrzostwa w dobie AI

Mistrzostwa świata będą pierwszym turniejem, gdzie na tak dużą skalę wykorzystane zostaną narzędzia AI. Jest to zbieżne z jednym z kluczowych celów wyznaczonych w dokumencie FIFA *Strategic Objectives for the Global Game: 2023-2027*, czyli inwestycji w technologie oraz sztuczną inteligencję. W przypadku mistrzostw świata w 2026 roku chodzi przede wszystkim o dwa elementy, które mają być wprowadzone podczas tego turnieju, a które mają urozmaicić odbiór meczów:

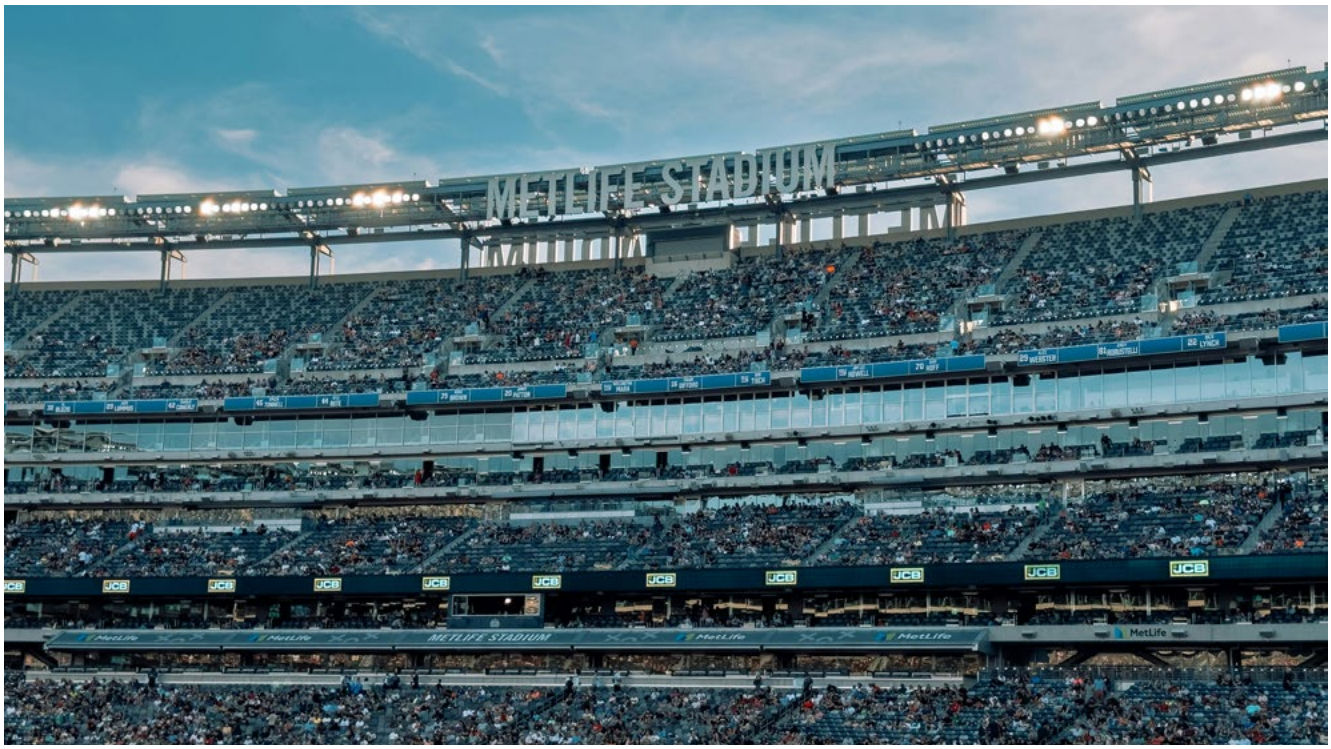
- Awatary 3D piłkarzy
- Ulepszony widok *Referee View*

FIFA współpracuje w tej kwestii z jednym ze swoich sponsorów – firmą Lenovo. Na początku 2026 roku, FIFA oraz Lenovo ogłosiły projekt *Football AI*, czyli wsparcie sztucznej inteligencji w odbiorze gry.

Awatary 3D zawodników to zeskanowane ciała piłkarzy, które mają wspierać system półautomatycznych spalonych. Dokładny skan wszystkich części ciała ma umożliwić systemowi śledzenie zawodników podczas szybkich i nie tak łatwych do wychwycenia dla oka ruchów. Dodatkowo modele te mają zostać włączone do transmisji meczów, dzięki czemu decyzje o spalonych będą podejmowane na bazie bardziej realistycznych animacji, przy okazji mocniej angażując kibiców. Testy awatarów 3D były przeprowadzone podczas Pucharu Interkontynentalnego FIFA w grudniu 2025 roku podczas meczu CR Flamengo i Pyramids FC.

Kibice uważnie oglądający Klubowe Mistrzostwa Świata w 2025 roku dostrzegli tzw. *Referee View*, czyli obraz z kamery zamieszczonej na sędzim meczu. Podczas mistrzostw świata w 2026 roku AI ma wspierać tę technologię w procesie stabilizacji oraz wygładzania obrazu w czasie rzeczywistym, co ma być dodatkowym elementem uzupełniającym transmisje meczów. Obie te nowości transmisyjne będą pierwszy raz wykorzystywane na tak dużą skalę i swoim zamyśle mają zredukować do minimum negatywne oceny pracy sędziów podczas turnieju.

Portfolio elementów AI na czas mistrzostw świata FIFA to także *Football AI Pro*. Jest to narzędzie pracy dla samych zespołów i ich sztabów. To rozwiązanie, które jest modelem językowym (takim jak ChatGPT), które ma pomagać w analizie zawodników oraz ogólnej ocenie aspektów sportowych. Technologia ta ma być dostępna dla wszystkich reprezentacji występujących na boiskach USA, Kanady i Meksyku.



Ekonomia i ekonomika mundialu

06

06.1

Relacje pomiędzy FIFA a miastami goszczącymi

Historycznie, wszystkie poprzednie edycje MŚ odbywały się z udziałem jednego krajowego komitetu organizacyjnego (LOC – *Local Organising Committee*), który pośredniczył między FIFA a miastami, miał siłę negocjacyjną na poziomie krajowym i był odpowiedzialny za koordynację finansową. W 2026 r. FIFA postanowiła samodzielnie zarządzać logistyką turnieju — eliminując komitet krajowy i negocjując oddzielnie z każdym z miast-gospodarzy. Efektem decentralizacji było znaczące osłabienie siły negocjacyjnej poszczególnych miast, co będzie miało dla nich konsekwencje finansowe – obecnie szacuje się, że łączny deficyt finansowy miast w USA, związany z organizacją MŚ wyniesie co najmniej ok. 250 mln dolarów.

Proces był zorganizowany w następujący sposób: FIFA wymagała od miast kandydujących podpisania wiążących umów zanim w ogóle wiedziano, czy Stany Zjednoczone wygrają prawa do organizacji turnieju. Dokumenty wewnętrzne Dallas z grudnia 2017 roku wprost potwierdzają wprost, że FIFA wymagała od zainteresowanych miast dostarczenia podpisanych umów — *Host City Agreement, Stadium Agreement, Airport Agreement* — do stycznia 2018 roku, podczas gdy przyznanie praw ogłoszono dopiero w czerwcu 2018 r. Toronto odnotowało identyczny dylemat: podpisanie umowy było warunkiem złożenia oferty, ale wszelkie konkretne koszty i wymagania były na tamtym etapie nieznane. Chicago odmówiło podpisania umowy w takich okolicznościach – i dziś jest to przez wielu postrzegane jako słuszna decyzja.

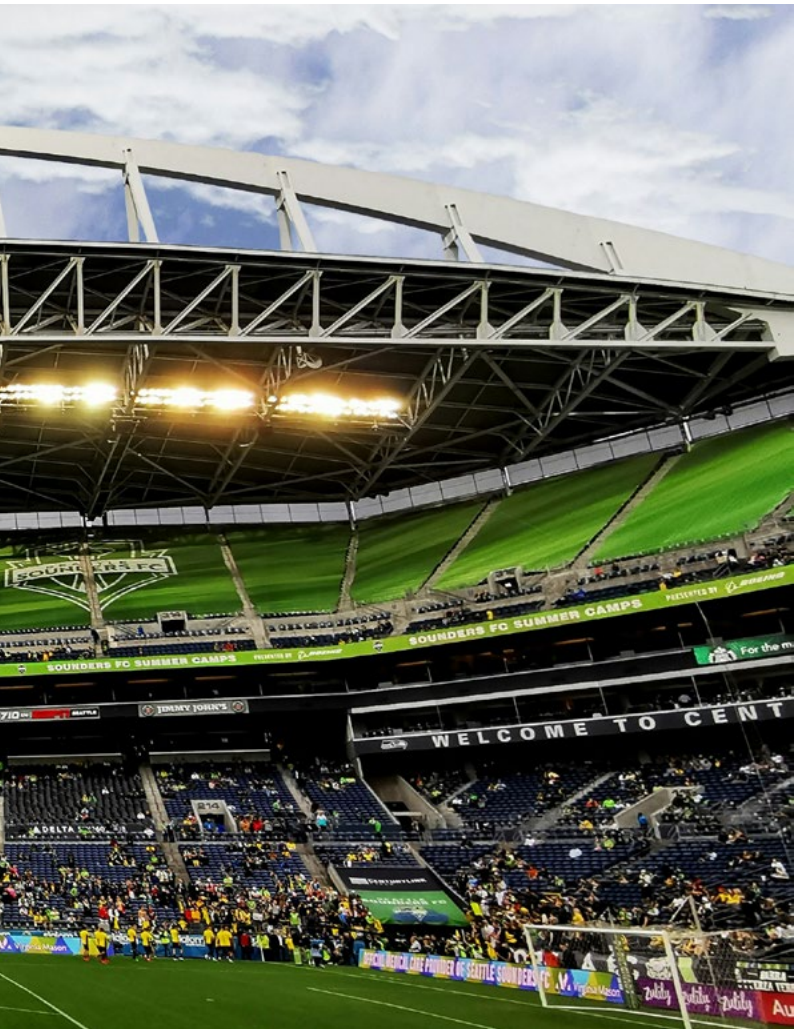
Miasta wychodziły z założenia, że pokryją koszty operacyjne (bezpieczeństwo, transport, koszty stref kibica, biuro organizacyjne itd.), ale równocześnie zakładały — bo taka była wówczas obietnica FIFA — że każde z nich pozyska ok. 25–30 mln dolarów z „od-do dziesięciu lokalnych sponsorów". W praktyce okazało się to niemożliwe, bo Globalni Sponsorzy FIFA (McDonald's, Coca-Cola, Adidas itp.) wykupili wyłączność na całe kategorie produktów i usług, i przez co miasta nie mogły podpisywać umów na te kategorie. Przykładowo, Filadelfia próbowała podpisać umowę z lokalną siecią sklepów za 5 mln dolarów — FIFA zablokowała umowę, bo sprzedaż żywności naruszała wyłączność Globalnego Sponsora: McDonald's. Niektórzy komentatorzy zauważają, że miasta musiałyby szukać sponsorów wśród lokalnych pralni i mechaników, bo te kategorie produktów i usług nie są pokrywane przez umowy globalne FIFA.

06.2

Obowiązki miast-gospodarzy

Organizacja turnieju nakłada na miasta szereg obowiązków i ograniczeń. Miasto nie może organizować żadnego „poważnego wydarzenia sportowego" w strefie stadionowej w oknie od 7 dni przed pierwszym meczem turnieju do 7 dni po meczu finałowym. Oficjalnie FIFA tłumaczy to potrzebą ochrony zasobów bezpieczeństwa – by np. mecz Yankees „nie wysysał" policji z okolic MetLife Stadium w New Jersey. W praktyce oznacza to, że cały okres od ok. 4 czerwca do 26 lipca 2026 jest zarezerwowany dla FIFA.

Żadne „istotne wydarzenia kulturalne" (imprezy masowe, koncerty itp.) nie mogą być organizowane ani przeprowadzane w mieście od dnia przed meczem do dnia po meczu bez pisemnej zgody



FIFA. W miastach z wieloma meczami oznacza to de facto zakaz organizacji dużych imprez przez prawie cały czerwiec i lipiec. To m.in. z tego powodu z organizacji meczów mundialu zrezygnował Montreal.

FIFA pierwotnie wymagała od miast organizacji fan-festiwali przez cały 39-dniowy czas trwania turnieju, jednak pod wpływem finansowych nacisków ze strony miast-gospodarzy wymóg ten został oficjalnie złagodzony. Każde miasto musi mieć oficjalny *Fan Festival*, ale de facto każde miasto samodzielnie negocjuje zakres i liczbę dni z FIFA. Wyniki tych negocjacji są bardzo zróżnicowane: od 4 dni w Los Angeles po pełne 39 dni w Filadelfii czy Meksyku. Powołując się na koszty bezpieczeństwa przekraczające 1 mln dolarów dziennie, kilka miast całkowicie odwołało centralne festiwale lub zastąpiło je rozproszonymi imprezami lokalnymi.

Precyzyjna ocena umów pomiędzy FIFA a miastami-gospodarzami jest poważnie utrudniona faktem, że pozostały one utajnione, zaś w przypadkach, kiedy zostały ujawnione, kluczowe dane finansowe wciąż zostały tajne, co jest uzasadniane jako konieczność zachowania w tajemnicy „ważnych informacji handlowych".

Miasta nie otrzymują żadnej części przychodów z biletów, sprzedaży jedzenia i napojów, gadżetów ani opłat parkingowych w dniu meczu. Dziennikarskie śledztwo *Houston Chronicle / ProPublica* opisuje, że nawet takie źródło dochodów miast jak sprzedaż lóż i biletów w zamian za lokalne sponsoringi jest ograniczone przez FIFA. Umowy przewidują również zwolnienia lub ograniczenia podatków od biletów, usług i dochodów związanych z meczami, co oznacza bezpośredni ubytek przychodów budżetowych miast.

Miasta oraz władze samorządowe finansują praktycznie wszystkie niewidoczne, ale konieczne elementy turnieju, takie jak nadgodziny policji, służb bezpieczeństwa, straży pożarnej, transport publiczny, shuttlebusy, zarządzanie ruchem w dni meczowe, modernizacje stadionów, sprzątanie miasta, tymczasowa infrastruktura eventowa, zarządzanie przepływami kibiców.

Równocześnie w dokumentach miast-gospodarzy, do których dotarli dziennikarze, nie ma żadnych konkretnych informacji na temat zwrotu z tych inwestycji dla miast. W formalnym wniosku do Rady Miasta Kansas City, przy pytaniu wymaganym przez procedury budżetowe: *Czy uchwała generuje przychody, pozyskuje zewnętrzne finansowanie lub przynosi zwrot z inwestycji?* – urzędnicy odpowiedzieli jednym słowem: *Nie*.

To zdanie, wyrwane z 244-stronicowego dokumentu Rady Miasta Kansas City z kwietnia 2024 roku, jest być może najbardziej zwięzłym podsumowaniem całej struktury finansowej FIFA 2026 World Cup z perspektywy miast-gospodarzy.

06.3

Wpływ mundialu na gospodarki współgospodarzy

FIFA zatrudniła zewnętrzną firmę – Open Economics do sporządzenia szacunków efektów ekonomicznych. Dokument zatytułowany *FIFA World Cup 2026 - Socioeconomic Impact Analysis* podaje wiele optymistycznych szacunków i sugeruje większy wpływ organizacji mistrzostw na gospodarkę światową niż na gospodarkę największego państwa goszczącego.

W ujęciu globalnym mundial ma wpłynąć na wytworzenie 40,9 mld dolarów PKB, wygenerowanie ekwiwalentu 824 tys. pełnoetatowych miejsc pracy (FTE), wygenerowanie 9,4 mld w podatkach pośrednich i bezpośrednich.

Szacunki dla samych USA to wytworzenie dodatkowych 17,2 mld dolarów PKB i wygenerowanie ekwiwalentu 185 tys. pełnoetatowych miejsc pracy (FTE). Nie podano natomiast szacunków dla Meksyku ani Kanady; w państwach tych rozegrane zostanie po 13 meczów, w Meksyku na trzech stadionach a w Kanadzie na dwóch. Prawdopodobnie obliczony wpływ okazał się tak mały, że nie zdecydowano się publikować nawet zbiorczych liczb.

Dokument oceniający skutki ekonomiczne budzi wiele wątpliwości metodologicznych i stawia więcej pytań, niż daje odpowiedzi. Kompleksowa analiza wpływu mistrzostw świata (w rozumieniu literatury przedmiotu jest to *mega-event* sportowy) powinna zawierać jasno wyartykułowaną metodę przeprowadzania szacunków, która we wstępie powinna odnieść się do literatury przedmiotu oraz uzasadnić, jak rozstrzygnięto dylematy metodologiczne i dlaczego „akurat tak".

Największe zdziwienie budzi jednak łączna ocena wpływu mistrzostw: pokazano kwoty idące w dziesiątki miliardów dolarów, przy zupełnym braku dezagregacji pokazanych liczb na ich składowe.

Syntetycznej oceny raportu dokonał jeden z akademików z kilkudziesięcioletnim doświadczeniem w zakresie analizy efektów ekonomicznych dużych imprez sportowych, niewątpliwie jeden z większych autorytetów w tej dziedzinie, prof. Victor Matheson z College of the Holy Cross, który od dekad bada ekonomię Super Bowl i mistrzostw świata. Określił on szacunki FIFA wpływu organizacji mistrzostw świata na gospodarkę USA jako „szaleństwo": „To by oznaczało, że każdy mecz generuje 400 mln dolarów, czyli 5–7 tys. dolarów na każdego kibica. FIFA pojawia się jako autor/sponsor raportu stwierdzającego, że FIFA jest wspaniała. Należy traktować ten raport jako komunikat prasowy a nie poważne badanie ekonomiczne".

Deloitte Mexico, na zlecenie FIFA, szacuje, że całkowity wpływ na meksykańską gospodarkę wyniesie ponad 4 mld dolarów, z czego 1,8 mld dolarów to inwestycje infrastrukturalne, a 2,25 mld dolarów wzrost konsumpcji. Mundial ma dać dodatkowe 0,1 pp PKB. W czasie turnieju Meksyk ma odwiedzić ponad 800 tys. turystów.

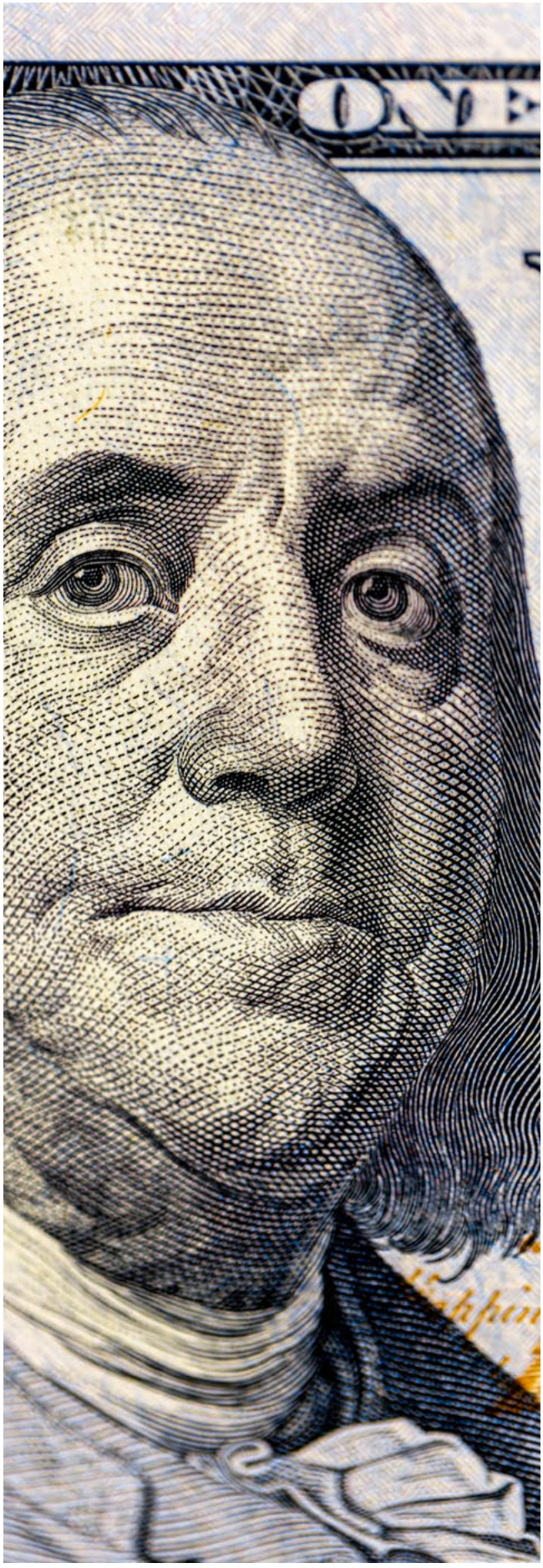
Meksykańskie jednostki rządowe: Secretaría de Turismo (SECTUR) i ministerstwo finansów prognozują przychody bezpośrednio związane z mundialem na 3–3,2 mld dolarów. Spodziewają się także przybycia 5,5 mln turystów w okresie turnieju (w tym osoby, które odwiedzą Meksyk bez związku z mistrzostwami świata).

Departament Badań Ekonomicznych Banku BBVA Mexico — wiodący think–tank ekonomiczny w Meksyku – przewiduje, że mundial okaże się dla będącej w kryzysie gospodarki meksykańskiej jedynie chwilowym impulsem i nie zainicjuje trendu wzrostowego.

Wpływ pozaekonomiczny próbuje oszacować duńska organizacja Play The Game, która przeprowadziła wywiady terenowe z mieszkańcami okolic meksykańskich aren mistrzostw. Przygotowany na bazie tych rozmów raport wskazuje na ukryte koszty społeczne turnieju i wykazuje, że projekty infrastrukturalne powodują presję na społeczności i ekosystemy – problemy z wodą (Monterrey), wysiedlenia (Guadalajara), zmiany użytkowania gruntów.

Na zlecenie FIFA raport wpływu przygotował Deloitte Canada. Prognozuje, że mundial będzie miał wpływ na gospodarkę w wysokości ok. 2,8 mld dolarów. Według analityków PKB Kanady wzrośnie dzięki temu o ok. 0,06%.

Analitycy Oxford Economics, na bazie danych z mistrzostw świata w 2006, 2018 i 2022 roku i aktualnych danych rezerwacyjnych, szacują, że w czerwcu 2026 roku przychody w sektorze hotelarskim w kanadyjskich miastach–gospodarzach mogą wzrosnąć o 7–25%. Jednocześnie zastrzegają, że ten miesiąc do dla Toronto i Vancouver i tak tradycyjny szczyt sezonu turystycznego. Biuro turystyczne Vancouver wskazuje, że mundial wyparł z miasta wydarzenia biznesowe i konferencje, a zatem następuje tu efekt wypchnięcia części wizytujących.



06.4

Podział zysków – dominująca rola FIFA i podmiotów zewnętrznych

Koszty organizacji MŚ — stadiony, infrastruktura, bezpieczeństwo – ponoszą podatnicy i władze publiczne państw goszczących. Na zwiększone obroty i zyski może liczyć kilka grup podmiotów omawianych poniżej (hotele, restauracje, gastronomia) – natomiast bezapelacyjny prym wiedzie FIFA.

FIFA planuje w związku z mundialem budżet kosztów w wysokości ok 3,76 mld dolarów, co przy planowanych wpływach ok 8,9 mld dolarów daje marżę rzędu 5 mld dolarów. W przestrzeni publicznej często pojawia się też liczba 11 mld dolarów, która jest szacunkiem całkowitych przychodów FIFA w rozliczeniowym czteroleciu (2023–2026). Obejmuje więc nie tylko tegoroczne mistrzostwa świata, ale też np. mundial kobiecy. Dodatkowe 2 mld dolarów przychodów miały w tym okresie dać FIFA Klubowe Mistrzostwa Świata w 2025 roku.

Będą to rekordowe dla FIFA mistrzostwa, co ma związek z jednej strony z rozszerzeniem liczby reprezentacji, biorących udział w rozgrywkach (a więc i liczby meczów przekładającej się na wartość sprzedawanych praw do transmisji), a z drugiej z zaostrzeniem warunków finansowych (zmniejszeniem możliwości zysków) dla miast goszczących rozgrywki. Oczywiście pewne znaczenie ma także ogólna inflacja, mająca miejsce w ostatnich latach, podnosząca nominalne wartości dóbr i usług. Jeśli chodzi o FIFA, należy także pamiętać, że — zgodnie ze sprawozdaniami finansowymi — rozdysponowuje ona ponad 80% (a często ponad 90%) wpływów na różnorakie działania i rozgrywki, promujące piłkę nożną. Jednak z punktu widzenia tylko i wyłącznie piłkarskich Mistrzostw Świata 2026, organizacja ta niemal monopolizuje bieżące wpływy z tytułu tych rozgrywek, idąc w tym dalej względem miast goszczących niż kiedykolwiek wcześniej.

Jeśli chodzi o wpływy brutto z tytułu MŚ, FIFA planuje je w wysokości:

- Prawa telewizyjne i medialne: ok. 4 mld dolarów
- Sprzedaż biletów: ok. 3 mld dolarów
- Prawa marketingowe/sponsorskie: ok. 1,78 mld dolarów
- Hospitality i pakiety VIP oraz inne źródła: pozostała część do poziomu ok. 0,12 mld

Krajowy komitet organizacyjny osiągał w ostatnich edycjach finansową nadwyżkę (MŚ 2006 w Niemczech: 155 mln euro, MŚ 2010 w RPA: 10 mln dolarów, MŚ 2018 w Rosji: kwota nieujawniona, ale opracowania akademickie wskazują na profit), którą przekazywał krajowym organom sportowym. Zyski tego podmiotu były znacznie mniejsze od zysków FIFA. W przypadku obecnych mistrzostw nie ma jednak krajowych komitetów organizacyjnych – partnerami do rozmowy z FIFA i ze sponsorami są poszczególne miasta. Konsekwencje tego faktu zostały omówione we wcześniejszej części analizy.

Hotele w miastach goszczących mecze, szczególnie w dni rozgrywania tych meczów, zarabiają ponadprzeciętnie: mają pełne obłożenie przy znacznie wyższych cenach za nocleg. Efekt jest jednak często przeceniany: część „zwykłych" turystów celowo unika miast podczas całego turnieju (tzw. efekt wypierania), co z kolei redukuje obłożenie w dni, w których w danym mieście nie ma rozgrywek. Co więcej, zyski sieciowych hoteli najczęściej nie zostają w lokalnej gospodarce — przepływają do central korporacyjnych, często poza państwem goszczącym.

Duże imprezy piłkarskie napędzają sprzedaż piwa. Efekt jest jednak jednorazowy i krótkotrwały: browarnicy przyznają, że turnieje to wyjątek, a nie zmiana trendu – bo sprzedaż wraca na ścieżkę spadkową już w kolejnym roku po rozgrywanym mundialu. Duże zyski marketingowe z mistrzostw trafiają do oficjalnych sponsorów z branży piwnej, a nie do krajowych producentów.

Restauracje wypadają najgorzej spośród wszystkich analizowanych grup. Badanie 700 szwajcarskich restauracji i hoteli podczas EURO 2008 wykazało, że restauracje odnotowały ogólnie negatywny wpływ turnieju na swoje obroty . Kibice jedzą głównie na stadionach, w fast-foodach oficjalnych sponsorów lub strefach kibica — a nie w tradycyjnych restauracjach. Kluczową prawidłowość trafnie opisuje Victor Matheson: „Nadzwyczajne zyski z dużych imprez sportowych rzadko pozostają w lokalnej gospodarce – przepływają przez sieci hotelowe, korporacje sponsorskie i system podatkowy do podmiotów zewnętrznych. Organizacje sportowe (FIFA, federacje krajowe) czerpią zyski z wydarzenia, jednocześnie korzystając z publicznie finansowanej infrastruktury. Lokalni przedsiębiorcy i podatnicy ponoszą ryzyko – ponadnarodowe organizacje sportowe zbierają owoce".

Mimo niektórych odważnych i optymistycznych prognoz, trudno oczekiwać, by mistrzostwa świata przyniosły gospodarkom USA, Kanady i Meksyku wyraźny zysk finansowy – choć oczywiście skorzystają poszczególne zaangażowane w organizację turnieju podmioty. Na mundialu z pewnością zarobi FIFA. Państwa-gospodarze mogą liczyć przede wszystkim na korzyści wizerunkowe i polityczne – jeśli uda im się je wypracować w trakcie trwania mundialu.

Zakończenie

Kiedy w maju 1904 roku w Paryżu zakładano Międzynarodową Federację Piłki Nożnej (FIFA), nikt z ówczesnych decydentów nie mógł przewidzieć, że ponad 120 lat później ta sama organizacja będzie jednym z najważniejszych podmiotów międzynarodowej polityki, determinującym dynamikę wydarzeń na świecie. FIFA jest dziś bowiem największą na świecie organizacją o charakterze ponadpaństwowym i zrzesza więcej członków niż ONZ, a jej działalność wykracza daleko poza świat sportu.

Ta sama organizacja – choć sama deklaruje status organizacji non-profit – jest jednocześnie gigantycznym przedsiębiorstwem, generującym miliardowe obroty. FIFA jest także odpowiedzialna za jedno z najważniejszych – jeśli nie najważniejsze – wydarzeń cywilizacyjno-kulturowych, angażujące setki milionów ludzi na całym świecie. Choć piłka nożna jako zjawisko społeczne w istocie nie należy do żadnej organizacji, w praktyce FIFA posiada globalny monopol na zarządzanie najbardziej popularną dyscypliną sportową. Mundial w 2026 roku jest tego najlepszym dowodem. W tym jednym wydarzeniu, obserwowanym i przeżywanym na całym świecie, spotykają się i przenikają sport, polityka międzynarodowa i biznes – coraz śmielej poruszający się po komercjalizowanym w iście amerykańskim stylu piłkarskim ekosystemie.

Jak zauważa prof. Simon Chadwick, wśród komercyjnych partnerów FIFA znajduje się m.in. koreański koncern motoryzacyjny Kia-Hyundai. Firma, będąca konkurencją dla amerykańskich producentów, była w przeszłości krytykowana przez Donalda Trumpa, co wzmacniało narrację antykoreańską i miało przełożenie na nałożenie wysokich ceł na Koreę Południową. W trakcie mundialu logotypy Kia-Hyundai będą bardzo widoczne na terytorium USA. Podobnie jak marka Hisense, należąca do podmiotów kontrolowanych przez Komisję Nadzoru i Administracji Aktywami prowincji Qingdao, odpowiedzialną za realizowanie gospodarczych i politycznych priorytetów wyznaczanych przez Komunistyczną Partię Chin.

Po drugiej stronie sponsorskiego krajobrazu znajduje się saudyjski gigant paliwowy Aramco, utrzymujący bardzo bliskie relacje z USA i także należący do grona największych partnerów FIFA. Spółka zawarła niedawno ponad 30 wstępnych porozumień z amerykańskimi przedsiębiorstwami o łącznej wartości sięgającej 90 miliardów dolarów. Wśród nich znalazły się m.in. współpraca z ExxonMobil przy modernizacji rafinerii czy projekt z Nvidia dotyczący infrastruktury AI. Aramco jest również ważnym elementem szerszej deklaracji Arabii Saudyjskiej dotyczącej inwestycji rzędu niemal biliona dolarów w amerykańskie technologie i infrastrukturę. Jednym z kluczowych przedsięwzięć ma być rozbudowa rafinerii Motiva w Teksasie, wyceniana na ponad 3 miliardy dolarów. W tym kontekście trudno uznać za przypadek fakt, że reprezentacja Arabii Saudyjskiej spędzi cały okres turnieju właśnie w Teksasie.

Eksperci, w tym również prof. Chadwick, zwracają uwagę, że do wydarzeń ze styku polityki i biznesu dochodzi jeszcze potencjalny aktywizm kibiców, a być może także samych piłkarzy i sztabów drużyn. We Francji pojawiły się głosy polityków i środowisk kibicowskich nawołujące do bojkotu mistrzostw, a część władz odmawia organizowania stref kibica. Z kolei w Anglii i Holandii organizacje społeczne oraz ruchy oddolne apelowały do fanów i sponsorów o zachowanie dystansu wobec turnieju, wskazując na kwestie praw obywatelskich oraz sposób traktowania przyjezdnych w kontekście aktualnej polityki migracyjnej Stanów Zjednoczonych.

Polityka wewnętrzna i międzynarodowa bardzo silnie oddziałują na tegoroczny mundial (choć należy tu zaznaczyć, że mistrzostwa nigdy nie były wolne od polityki). Na pierwszy plan wysuwają się tutaj sprawy okołoirańskie, ale można przypuszczać, że Donald Trump będzie korzystał z nadarzających się okazji do politycznych komentarzy pod adresem uczestniczących w turnieju państw. Z pewnością dojdzie też do spotkań prezydenta USA z przywódcami niektórych uczestników mistrzostw. Mundial może przy tym stać się platformą do promocji samego Donalda Trumpa, obchodzącego tuż po jego rozpoczęciu swojego 80. urodziny, które uświetni gala UFC w ogrodzie Białego Domu.

Piłka nożna musi odnaleźć się w tej skomplikowanej mozaice interesów politycznych, geopolitycznych, finansowych i biznesowych. Wiele wskazuje na to, że odbędzie się to w najbardziej delikatnym i wielowarstwowym otoczeniu, z jakim mistrzostwa świata miały dotąd do czynienia.

Źródła

Przy tworzeniu Raportu korzystano głównie ze źródeł angielsko- i polskojęzycznych, w tym:

Allmers S., Maennig W., *Economic impacts of the FIFA Soccer World Cups in France 1998, Germany 2006, and outlook for South Africa 2010*, [w:] Eastern Economic Journal, Vol. 35 (4), 2009

Baade R. A., Matheson V, *Bidding for the Olympics: Fool's gold?*, [w:] Barros C., Ibrahimo M., Szymański S. (red.), *Transatlantic sport: The comparative economics of North American and European sports*, Edward Elgar, Cheltenham, 2002

Baade R. A., Matheson V. A., *The quest for the cup: Assessing the economic impact of the World Cup*, [w:] Regional Studies, Vol. 38(4), 2004

Banasiak M., Olech A., Rajkiewicz M., Repetowicz W., *Katar. Geopolityka i mistrzostwa świata*, Instytut Nowej Europy, Warszawa 2022

Beissel A. S., Ternes N., *The Empire Strikes Back: FIFA 2.0, Global Peacemaking, and the 2026 FIFA Men's World Cup*, [w:] Journal of Global Sport Management, Vol. 9 (3), 2024

Beissel A. S., *The Conjunctura lPolitics of the 2026 FIFA Men's World Cup: United 2026*, [w:] Chadwick S., Widdop P., Goldman M. M. (red.) *The Geopolitical Economy of Sport. Power, Politics, Money, and the State*, Routledge, Nowy Jork, 2023

Bouchet A., Troilo M., Walkup B. R., *Dynamic pricing usage in sports for revenue management*, [w:] Managerial Finance, Vol. 42 (9), 2016

FIFA, *Commercial Guildelines. Broadcaster Guidelines for FIFA Media Partners*, 2025

Haessner J., Haessner P., McMurtrey M., *Dynamic Pricing in Different Industries*, [w:] Journal of Marketing Development and Competitiveness, Vol. 17(4), 2023

Lamla M. J., Straub M., Girsberger E. M., *On the economic impact of international sport events: Microevidence from survey data at the EURO 2008*, [w:] Applied Economics, Vol. 46 (15), 2014

Leeds M. A., Von Allmen P., Matheson V. A., *The economics of sports*, Routledge, Nowy Jork, 2022

Maennig W., Zimbalist A. (red), *International handbook on the economics of mega sportingevents*, Edward Elgar, Cheltenham, 2012

McMillan C., *Sustaining the unsustainable: FIFA 2026, the climate crisis, and fetishistic disavowal*, [w:] Sport, Ethics and Philosophy, 2026

Müller M., *The mega-event syndrome: Whyso much goes wrong in mega-event planning and what to do about it*, [w:] Journal of the American Planning Association, Vol. 81(1), 2015

Peeters T., Matheson V., Szymanski S., *Tourism and the 2010 World Cup: Lessons for developing countries*, [w:] Journal of AfricanEconomies, Vol. 23 (2), 2014

Preuss H., *The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies*, [w:] Journal of Sport &Tourism, Vol. 12 (3-4), 2007

Rookwood J., Oates T. P., *Coordinating security, managing crowds, and marketing social control: examining key organizational challenges facing the 2026 FIFA Men's World Cup in Canada, Mexico, and USA*, [w:] Soccer &Society, 2026

Szymanski S., *The economic impact of the World Cup*, [w:] World Economics, Vol. 3 (1), 2002

Wasilczuk J. E., Zawadzki K., *EURO 2012. Czy ten mecz można wygrać?*, CeDeWu, Warszawa, 2015

Zawadzki K., *Ekonomiczne efekty organizacji wielkoformatowych wydarzeń sportowych*, Politechnika Gdańska, Gdańsk, 2017

Zimbalist A., *Circus maximus: The economic gamble behind hosting the Olympics and the World Cup*, Brookings Institution Press, Waszyngton, 2015

Ponadto w pracach nad publikacją korzystano z zasobów:

AP News, BBC, CBC, CNN, Deloitte Canada, Deloitte Mexico, ESPN, *Foreign Affairs*, France24, Global Citizen, Global News, Inside FIFA, *LA Times*, Léger, NBC News, *Politico*, Prime Minister of Canada, Ośrodek Studiów Wschodnich, Reuters, *The Guardian*, *The Independent*, *The New York Times*, The White House, Ticktedata, *Time*, TRT World, United Nations Interregional Crime and Justice Research Institute, United States Department of Justice, United States Department of State, Washington Post, XYZ.pl, Zappi.

Zdjęcia pochodzą z zasobów i są na licencjach:

Envato.com, Unsplash.com

ISBN 978-83-972420-1-2

PIDS | Polski Instytut Dyplomacji Sportowej

Grant Thornton