

اليوم الوطني السعودي

مناسبة وطنية ومساحة تسويقية



في 23 سبتمبر 1932، أصدر الملك عبدالعزيز بن
عبد الرحمن آل سعود -طيب الله ثراه- مرسومًا
ملكياً بتوحيد البلاد وتسميتها المملكة العربية
السعودية، ليصبح هذا التاريخ لاحقًا اليوم الوطني
للمملكة. ومناسبة وطنية تتكرر كل عام. ومع مرور
الوقت، تطورت طريقة الاحتفال بها تدريجيًا، لين
صارت حدثًا جماهيريًا وتسويقيًا واسعًا ومنتظرًا.



بداية الإجازة الرسمية

ظهرت ملامح الاحتفال الشعبي تدريجيًا مع نهاية التسعينيات ومطلع الألفية الثالثة، حين بدأ السعوديون يخرجون إلى الشوارع، ويرفعون الأعلام، ويحتفون بالمناسبة بشكل أوسع. لكن التحول الأبرز جاء عام 2005، عندما أُقرَّت إجازة رسمية مدفوعة الأجر بالتزامن مع اليوم الوطني 75. ومنذ ذلك الوقت، أخذت المناسبة مساحة أكبر في الحياة اليومية، وتحولت من تاريخ في التقويم إلى يوم له حضوره الخاص في الشوارع، والمناسبات، والفعاليات.



كل قطاع.. له طريقته!

موسم اليوم الوطني يبدأ قبل 23 سبتمبر، مع إعلان الهوية الرسمية عادةً خلال يوليو أو أغسطس، لتبدأ بعدها العلامات التجارية في تجهيز حملاتها. ثم تتصاعد الحملات تدريجيًا وصولًا إلى ذروتها مع اقتراب 23 سبتمبر، وقد تمتد بعضها حتى نهاية الشهر. العنصر الفارق في الحملات هو نوع القطاع وطبيعة منتجه وجمهوره. فشركات الاتصالات مثل STC وزين وموبايلي تركز على الباقات والعروض المجانية وخطط تقسيط الأجهزة، بينما تراهن منصات التجارة الإلكترونية مثل نون وأمازون على عروض Flash Sale، والخصومات الحصرية، والتوصيل المجاني. المطاعم والعلامات الغذائية تسوي غالبًا قوائم خاصة، وعروض وهدايا، وتغليف مستوحى من الهوية الوطنية يخلي الجمهور يشارك ويتفاعل ويفخر بوطنه.



كيف دخلت البراندات على الخط؟

أديداس احتفلت باليوم الوطني من خلال إصدارات محدودة بالتعاون مع العلامة التجارية السعودية Not Boring، في محاولة للجمع بين حضور البراند العالي ولسة محلية أقرب للجمهور السعودي.

العلامات التجارية العالمية تدخل موسم اليوم الوطني بطريقة تقرّبها أكثر من الجمهور المحلي، مثل ستاربكس، التي أطلقت مسابقة أتاحت للجمهور فرصة تصميم كوبها الخاص بالمناسبة، قبل اختيار التصميم الفائز وتقديمه على أكواب فروعها خلال الاحتفالات. بساطة الفكرة هنا في أنها حولت المنتج إلى مساحة يشارك فيها الجمهور ويترك بصمته.



شركة الاتصالات السعودية STC أخذت الاحتفالية إلى مساحة مختلفة مع حملة "وطن للحين نكتشفه"، التي تجاوزت 25 مليون مشاهدة على تيك توك. وظهر موظفو الشركة ضمن محتوى الحملة، إلى جانب 95 هدية للمشاركين، بينها 3 سيارات مرسيدس. وهنا صارت المشاركة نفسها جزءًا من الفكرة، بحيث يتفاعل الجمهور مع المحتوى والجوائز في نفس الوقت.



ورا موسم الخصومات أرقام وتنظيم..

تعكس أرقام الإنفاق والعروض التجارية حجم النشاط اللي يصاحب الموسم. فبيانات البنك المركزي السعودي (ساما) قالت إن إنفاق المستهلكين في سبتمبر 2025، المتزامن مع اليوم الوطني 95 وصل إلى 129.2 مليار ريال، بارتفاع نحو 11% مقارنة بسبتمبر 2024، اللي سجّل 116 مليار ريال.

وتخضع العروض والخصومات لإجراءات تنظيمية من وزارة التجارة لضمان التزام المنشآت بالأنظمة وحماية المستهلك. وبحسب تقرير صادر عن وزارة التجارة في 2026، تجاوز عدد المنتجات والسلع المشمولة بالتخفيضات 12 مليون منتج، فيما تجاوز عدد التراخيص الممنوحة للمنشآت والمتاجر 3500 ترخيص. هذي الأرقام تعطينا تصور عن حجم النشاط التجاري المصاحب للموسم، وعدد العلامات والمتاجر اللي تدخل المنافسة خلاله.

VISION 2030
رؤية 2030
Ministry of Commerce
وزارة التجارة

12 مليون منتج مخفّض متاح للمستهلكين

تشمل جميع أنواع السلع الاستهلاكية
عبر أكثر من 3500 منشأة تجارية

التقديم متاح للمنشآت التجارية والمتاجر الإلكترونية للاستفادة من
التخفيضات، دون فقدان أيام من الرصيد السنوي لتخفيضات المنشأة.

أصدر ترخيصك إلكترونياً عبر: **Sales.mc.gov.sa**

1900 mcgovsa
mc.gov.sa

عزنا بطبعنا

اليوم الوطني السعودي صار موسم
تقاطع فيه الهوية الوطنية مع
التسويق والتجارة والترفيه؛ من
التخطيط وإطلاق الحملات، إلى
التراخيص والعروض، وصولاً إلى
الفعاليات وصناعة المحتوى. ومع
اتساع المنافسة أصبحت العلامات
التجارية تدور الفكرة التي تخليها
حاضرة في الفعالية، وقريبة من
الجمهور في الوقت نفسه.

جاهزين لاحتفالات اليوم الوطني 96؟

