

Ragby je fenomén, nepřehlížejte ho

Proč přenosy z mistrovství světa v ragby sponzorovalo jen Pekařství Frydrych Říčany?

SPONZORING

Před pár dny skončilo na Novém Zélandu mistrovství světa v ragby – sportovní a marketingová událost roku. Podle prvních zveřejněných údajů se nepotvrdily obavy z nižších zisků.

Dopadlo to skvěle

Velká vzdálenost, oproti Evropě menší kapacita stadionů a vzhledem k časovému pásmu nepříliš optimální časy přímých televizních přenosů – z těchto faktů pramenily obavy o ziskovost letošního šampionátu. Už první čísla ale napovídají, že všechno dopadlo více než skvěle. Nový Zéland navštívilo kvůli

šampionátu kolem sta tisíc turistů (včetně několika desítek z ČR). Přímou na stadiony se prodalo kolem milionu a půl lístků. Zisk pořadatelské organizace z prodeje vstupenek se blíží pěti miliardám korun. Dalšíh pět miliard přiteklo do novozélandské ekonomiky díky službám. Odhadem další dvě a půl miliardy vybere novozélandská vláda navíc na daních. TV přenosy z MS běžely ve dvou stech šesti zemích celého světa a počet diváků opět přesáhl čtyři miliardy. Sledovat se daly samozřejmě i na internetu.

Z toho mají radost především sponzoři. Pivovar Heineken ještě před koncem mistrovství podepsal se Světovou ragbyovou radou

(IRB) smlouvu na další čtyři roky. Celková výše kontraktu nebyla zveřejněna, ale v uplynulých letech investoval Heineken do ragby kolem dvou a půl miliardy korun. Nová smlouva se bude bezpochyby pohybovat v podobných řádech. Další hlavní partneri mistrovství byly firmy MasterCard, DHL, letecká společnost Emirates, australsko-novozélandská banka ANZ a francouzská Société Générale. Oficiálními sponzoři byly Microsoft, BlackBerry, novozélandské vinařství Brancott, Toshiba a Land Rover. Oficiálními dodavateli pak byly firmy Canterbury, Russell McVeagh, KPMG, Gilbert, TAG Heuer, Dole a Coca-Cola. Jednotlivé týmy



Heineken, MasterCard, DHL, Emirates – to jsou některé z globálních značek, jež podpořily letošní mistrovství na Novém Zélandu a byly také patřičně vidět. České firmy by ragby neměly opomíjet.

mají samozřejmě své sponzoře z oblasti sportovního vybavení: tady letos jednoznačně dominovala značka Adidas. Vzhledem k tomu, že sponzoruje mistry světa All Blacks, byly její symboly vidět skutečně všude. Lidé si je věšeli na domy, na auta, zdobili si s nimi obchody, výkladní skříně, pracoviště a byty. Prodej oblečení v barvách All Blacks byl enormní, a to nejen na Novém Zélandu, ale po celém světě. Například naprostá většina návštěvníků českých hospod, sledujících v neděli dopoledne přímý přenos finále, měla na sobě dresy či trička All Blacks. Značka Nike, která sponzoruje týmy Francie a Anglie, vypadala vedle toho jako chudá příbuzná. Oproti minulému mistrovství se letos nepodařil průnik ani ragbyové značce Canterbury, která si to ovšem vynahrádila tím, že oblékala rozhodčí a hlavně armádu dobrovolných pracovníků mistrovství. Také Pumě nevyšla sázka na Irsko, které nešťastně vypadlo již ve čtvrtfinále.

Naopak docela dost byla vidět další ragbyová značka Koo-Ga z USA, která oblékala Austrálii a hned několik slabších týmů. Austrálie získala bronz a outsideři letos v základních skupinách potrápili papírově mnohem silnější favority.

Kde zůstaly české firmy?

Celkově byl merchandising spojený s letošním mistrovstvím famózní úspěch – o tom svědčí i to, že momentálně jsou vyprodané všechny oficiální repliky dresů kromě tří zemí. Veškeré oficiální oblečení, vybavení i předměty jsou licencované IRB,

což znamená přísun dalších miliard do ragbyové pokladny. Naprostá většina z těchto peněz ovšem proudí do ragby zpátky – na podporu mládežnického ragby a na rozvoj ragby v zemích, kde není tak populární.

Česká televize přenášela dvacet utkání a mnohá z nich reprízovala ve večerních hodinách. Z mistrovství přinášely reportáže všechny významné deníky, asi nejobsáhleji se mu věnovaly Hospodářské noviny. Celé mistrovství opět sledovalo mnohem více lidí, než by odpovídalo malé aktivní základně ragby, a ve veřejnosti se opět rozhořela debata o tom, proč některé věci „ve fotbalu nejdou a v ragby jdou“. Globální fenomén ragby dorazil už i k nám, alespoň co se diváků týče. Tím překvapivější je naprostý zájem českých firem, dokonce i českých zastoupení světových sponzorů ragby. Přímé přenosy z MS (včetně finále) byly „olemovány“ sponzorskými vzkazy pouhých dvou firem – Pekařství Frydrych Říčany a Clavinu. Chápu pana Frydrycha – je to ragbista a podobná věc je pro něj srdeční záležitost. Zato nechápu třeba české pivovary. Vždyť podle anglického úsloví „pivo a ragby jsou v zásadě synonyma“ by tohle měla být pro ně skvělá příležitost. Výroba a nasazení sponzorského vzkazu by produkčně i mediálně byl pouhý zlomek z jejich rozpočtů, zato s jistotou kvalitního zásahu a ve spojení se sportem, který je proslulý svou férovostí. A kterého si lidé dosud váží. X

text Martin Charvát, autor je kreativní ředitel Konektoru.

PŘEDPLAŤTE SI

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

PRO iPad A ZÍSKEJTE

iPAD 2 ZA
3 190 Kč!



HOSPODÁŘSKÉ NOVINY
přicházejí s novou aplikací
pro Váš iPad.

Více informací na
www.HNproipad.cz

Předplatte si Hospodářské noviny pro iPad a dostanete:

aktuální vydání každý den ráno • doplňující fotogalerie, infografiky a aktuální informace ze serveru HNED.cz • možnost číst stažené noviny a magazíny i bez připojení k internetu • elektronický archiv všech zakoupených vydání

HN

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY
Dejte Vašemu iPadu obsah.

Available on the
App Store