

Tokió 2020 - új magyar szurkolói márka

A Magyar Olimpiai Bizottság (MOB) vezetői pénteken bemutatták a sajtónak az új magyar szurkolói márkát, a "Magyarock"-at, amellyel az együvé tartozást szeretnék kifejezni és a 16-35 éves korosztályt igyekeznek megcélozni. A márkát népszerűsítő 166 olimpikonjelölt között van a karatéás Hárspataki Gábor és Tadissi Martial is!



Kulcsár Krisztián, a MOB elnöke a rendhagyó helyszínen, a Kincsem Park gyepén tartott sajtótájékoztatón emlékeztetett rá, hogy az eredeti tervek szerint ezen a napon kezdődött volna a tokiói nyári olimpia, amelyet a koronavírus-járvány miatt kellett egy évvel elhalasztani.

"Ez a nap így nem túl örömteli, mi azonban évek múlva is szeretnénk jó érzésekkel visszagondolni 2020. július 24-ére, ezért időzítettük mára a Magyarock szurkolói márka bemutatását" - indokolta az időpontválasztást, majd hozzátette, azt szeretnék elérni, hogy a magyar emberek érezzék magukénak és érzelmileg támogassák a magyar olimpiai csapatot.

"Innentől fogva külön válik a Magyar Olimpiai Bizottság mint intézmény és a magyar olimpiai csapat kommunikációja"

- fogalmazott a sportvezető, aki elárulta, hogy három éve dolgoznak az új márkán.

Vékássy Bálint, a MOB főtitkára elmondta, a korábbi olimpiákon irigykedve látta, hogy más nemzetek képviselőit milyen könnyű azonosítani, példaként a gallkakasos franciákat, a narancssárgába öltözött hollandokat és a juharleveles kanadaiakat említette.

"A riói olimpián a magyar szurkolók a világoszöld pólójokkal már kiviláglottak a tömegből" - fűzte hozzá, utalva arra, hogy a jövőben is ezzel a színnel szeretnék a magyarokat azonosítani.



"Nem tudunk a sportnál jobb dolgot mondani, amivel a magyarok együvé tartozását ki lehetne fejezni, azt, hogy párt- és klubpreferenciák nélkül a magyar sportolók sikeréért szurkolnak" - jelentette ki a főtitkár, aki ezzel magyarázta, miért a "Mi vagyunk" lett az új brand szlogenje.

Vékássy felhívta a figyelmet arra, hogy mivel az olimpiai mozgalom előregedőben van, de az alapértékek továbbra is ugyanazok - kiválóság, barátság és tisztelet - az új márkával elsősorban a 16-35 éves korosztályt célozzák meg.

Mégpedig szélesebb körben, tehát nemcsak azokat, akik a sportrajongók táborába tartoznak, ezért az online térben - honlappal, Facebook-, Instagram- és Youtube-megjelenéssel - indították el kampányukat.

"A szurkolói ruházatot ősszel kezdjük el árulni, de emellett az olimpiai sportöltözéket továbbra is az adidas szállítja, a céggel a párizsi olimpiáig van élő szerződésünk" - közölte Vékássy, aki azt is elárulta, hogy Magyarock márkát 11 civil mellett 166 olyan olimpikonjelölt fogja népszerűsíteni, akiről a tél folyamán készítettek fotókat, amikor még úgy volt, hogy 2020-ban rendezik a tokiói ötkarikás játékokat.

Az új márka megtalálható az alábbi felületeken:

Web: magyarock.hu

Facebook: Magyarock – Olympic Team Hungary <https://www.facebook.com/magyarockolympicteamhungary>

Instagram: Magyarock – A Magyar Olimpiai Csapat hivatalos oldala https://www.instagram.com/magyarock_olympicteam_hungary/

YouTube: Magyarock <https://www.youtube.com/channel/UCv4jrTGA6vpe9O8n1B2-ZGA>