



МИРОВОЙ РЫНОК ЛИЦЕНЗИОННЫХ ТОВАРОВ

КАТЕГОРИЯ ТОВАРОВ	ОБЪЕМ ПРОДАЖ (%)
ПЕРСОНАЖИ	47
ТОРГОВЫЕ МАРКИ	17
СПОРТ	13
МОДА	13
ПРОЧЕЕ	10

СПОРТИВНОЕ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ УЖЕ МНОГО ЛЕТ ЯВЛЯЕТСЯ ВАЖНОЙ ЧАСТЬЮ МИРОВОГО РЫНКА ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ. ПО РАЗЛИЧНЫМ ОЦЕНКАМ, ОБЪЕМ ПРОДАЖ ТОВАРОВ, ЛИЦЕНЗИРОВАННЫХ СПОРТИВНЫМИ БРЕНДАМИ, СОСТАВЛЯЕТ ПОРЯДКА 13% ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА ПРОДАЖ ЛИЦЕНЗИОННОЙ ПРОДУКЦИИ. АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ, ЛИЦЕНЗИРОВАННЫХ ИЗВЕСТНЫМИ СПОРТИВНЫМИ БРЕНДАМИ, ЧРЕЗВЫЧАЙНО ШИРОК. В РОССИИ В НАСТОЯЩИЙ МОМЕНТ РЫНОК СПОРТИВНОГО ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ НАХОДИТСЯ В СТАДИИ ФОРМИРОВАНИЯ, ДОЛЯ ТОВАРОВ, ЛИЦЕНЗИРОВАННЫХ СПОРТИВНЫМИ БРЕНДАМИ, СОСТАВЛЯЕТ 2-3% ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА, ЧТО ГОВОРИТ ОБ ОГРОМНОМ ПОТЕНЦИАЛЕ ДАННОГО НАПРАВЛЕНИЯ.

сии и стараемся быть конкурентоспособными и финансово привлекательными для наших потенциальных лицензиатов.

Не верить словам представителя «Зенита» оснований нет, ведь рост роялти на 400% за первые полтора года работы говорит сам за себя. Абсолютные цифры текущих доходов от мерчендайзинга питерский клуб тоже не разглашает, заявляя лишь, что «они пока невелики, но имеют тенденцию к росту». По данным за сезон 2012/13, выручка «Зенита» от совокупных продаж фирменной продукции «Зенит-Трэйд», Football Store и лицензий составляла около \$20 млн. Это очень неплохой показатель даже по сравнению с мировыми лидерами в этом направлении. Скажем, «Челси» в прошлом году заработал на мерчендайзинге и лицензиях порядка £20 млн. При этом цифра включает в себя и клубные доходы от продажи туров по стадиону и музею. В эту же сумму входят £2,5 млн, полученных в качестве роялти от 50 работающих с клубом лицензиатов.

Тут, пожалуй, уместно вспомнить, что еще совсем недавно никому бы и в голову не пришло сравнивать коммерческие показатели российского клуба с грандом английской премьер-лиги. А ведь «Зенит» уже, по словам генерального директора Максима Митрофанова, самостоятельно покрывает 65–70% клубных расходов. И это тоже очень важная тема для следующих экспертиз «Ъ-Спорта». ■

— Мировая практика свидетельствует: мультиперсонажи — действенный способ формирования лояльности к бренду у людей, далеких от футбола и даже спорта вообще, — утверждает Дмитрий Манкин. — Это просто локомотив отрасли! Именно поэтому ФК «Зенит» заключил трехлетний контракт с агентством по управлению правами «Мармелад Медиа». Наш совместный проект называется «Смешарики и „Зенит“: теперь вместе». Такое содружество поможет нам привлечь детскую и подростковую аудитории, ведь TNS Gallup оценивает узнаваемость смешариков у детей от 4 до 14 лет на уровне 98%. Теперь мультигерои начнут играть в футбол в форме «Зенита», появятся линейка продуктов в объединенном стиле, детская канцелярия, одежда, сладости и многое другое. Похожие цели преследует и приуроченный к 25-летию сериала

«Симпсоны» проект с компанией Twentieth Century Fox. В его рамках выпускается специальная коллекция сувениров с участием главных героев мультфильма и символикой сине-бело-голубых. В последний день сентябрьского трансферного окна «Зенит» также на полном серьезе объявил об очередной сделке: сине-бело-голубые достигли договоренности о переходе в команду Барта Симпсона. Таким образом, «Зенит» стал частью глобальной акции самого длинного (идет аж с 1989 года) и заслуженного (28 «Эмми», номинации на «Оскар» и титул «Лучшее шоу XX века» по версии журнала Time) мультсериала в истории американского телевидения: в ней также принимают участие испанская «Барселона», английский «Челси», итальянский «Ювентус», бразильский «Коринтианс» и аргентинский «Бока Хуниорс».

ФЛАГМАНСКИЙ МАГАЗИН «ЗЕНИТ-АРЕНА» НА НЕВСКОМ ПРОСПЕКТЕ ПОТРЯСАЕТ ФИРМЕННЫМ УБРАНСТВОМ И БЕСЧИСЛЕННЫМ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ

— При всем этом у нас остается огромное количество лицензионных категорий, в которых мы хотели бы видеть товары под нашей торговой маркой, — заявляет коммерческий директор «Зенита». — Речь о канцелярских товарах, напитках, снеках, сухих завтраках, обуви, товарах для дома, товарах для красоты и здоровья...

О РОЛИ РОЯЛТИ — «Зенит» не раскрывает стоимость лицензии на свою торговую марку, — продолжает господин Манкин. — Можем сказать лишь, что следим за тенденциями лицензионного рынка в Рос-



Зенит



Зенит



Зенит



Зенит



- Самый ценный спортивный бренд РФ (The BrandFinance®Sporting Brands, 2012)
- Самый популярный футбольный клуб Восточной Европы (The BrandFinance®Football 50, 2012)
- Обладатель всех высших наград СССР и России, а также Кубка и Суперкубка УЕФА

Приобретая лицензию ФК «Зенит» для производства вашей продукции, вы получаете лояльность многомиллионной армии болельщиков и приобщаетесь к одному из символов Санкт-Петербурга.



Зенит



Зенит



Зенит



Зенит

ФК «Зенит»
 Пр. Добролюбова,
 д. 16, лит. А, корп. 2
 licensing@fc-zenit.ru
 тел./факс: (812) 244 88 88

реклама