

Az aranycsináló
RONALDO

Szerző: Papp-Váry Árpád

FOCIBAN IGEN, DE BRANDINGBEN MÉG NEM JOBB, MINT BECKHAM

A FUTBALLTÖRTÉNELEM LEGDRÁGÁBB JÁTEKOSA: A REAL MADRID 94 MILLIÓ EURÓÉRT IGAZOLTA LE A MANCHESTER UNITEDTÓL – A VÁLSÁG KÖZEPÉN! MINDENT TUD A PÁLYÁN: NYERT MÁR ARANYCIPŐT, ARANYLABDÁT, A FIFA MEGVÁLASZTOTTA AZ ÉV JÁTEKOSÁNAK, MEGKAPTA A PUSKÁS-DÍJAT. MINDKÖZBEN A PÁLYÁN KÍVÜL AZ ÚJ BECKHAMKÉNT EMLEGETIK: NEM-RÉGIBEN ÉPP AZ ANGOL JÁTEKOST VÁLTOTTA AZ ARMANI KAMPÁNYÁBAN. DE VALÓBAN OLYAN JÓ A MARKETINGBEN, MINT BECKS? NÉZZÜNK EGY KICSIT A SZÁMOK MÖGÉ!

Soha ennyien még nem voltak előben kíváncsiak egy játékos bemutatkozó showjára: 2009 nyarán teltház, vagyis 80 ezer néző fogadta Ronaldót a Santiago Bernabeu stadionban. Pedig nem is játszott, csak bemutatkozott: integetett, mondott pár szót és dekázott néhányat. Pár héttel korábban a másik sztárigazolásra, Kakára „csupán” 30 ezren jöttek

ki. Márpedig a brazil aligha rosszabb játékos: ugyanúgy nyert már Aranylabdát, mint Cristiano Ronaldo.

A játék azonban önmagában ma már nem elég: a sztárfutballisták leigazolása sokkal összetettebb befektetési kérdés lett. A legnagyobb kluboknak olyan játékosok kellenek, akikből több pénzt lehet csinálni: akiknek mezéből több fog, akik miatt több szurkoló követi a meccseket a helyszíneken és a tévében, akik iránt érdeklődik a sajtó, akik miatt több lesz a szponzori lehetőség, ráadásul mindezt lehetőleg globális szinten. Ronaldo kétségtelenül ilyen: nem véletlen, hogy az új Beckhamként emlegetik. A két játékos közt ugyanis sokféle párhuzam felfedezhető, mind a pályán, mind azon kívül.

Galaktikus számok

Ronaldo 2003-ban épp Beckham helyére érkezett a Manchester Unitedbe, annak 7-es mezét megörökölve. 12 millió fontot fizettek érte, ami az akkor 18 éves játékosért meglehetősen nagy összegnek számított. Különösen, hogy ugyanekkor a Real Madrid a tíz évvel idősebb, akkor már világsztár Beckhamért ennek csak dupláját adta, 25 millió fontot.

De a merész összeg nem volt pénzkidobás: hat évvel később, 2009-ben a Manchester 80 millió fontot kapott a portugál játékosért. És épp az a csapat vette meg – és ugyanúgy a Unitedtől –, ame-



lyik korábban Beckhamet is: a Real Madrid. Ráadásul ugyanúgy Florentino Perez klubel-

nöksége alatt, aki mindkét elnöki időszakban galaktikus csapatot hozott létre.

A futballgazdaság fejlődését jól mutatja a két korszak közti különbség. Az első időszakban évente jött egy sztár: 2000-ben Figo, 2001-ben

Zidane, 2002-ben Ronaldo és 2003-ban Beckham. (Gondolnánk, hogy közülük épp Beckhamért kellett a legkevesebbet fizetniük?) 2009-ben viszont egyszerre érkezett Cristiano Ronaldo, Kaká, Benzema és Xabi Alonso, akik mindegyike önmagában is óriási név.

A sportgazdaság fejlődését más számokkal is alá lehet támasztani. A millennium környékére tehető, hogy a televíziós hálózatoknak, majd az internetnek köszönhetően a foci globálisan is „robbant”. Míg az ezredfordulón, Beckham fénykorában körülbelül 71 millióra becsülték a Manchester United rajongótáborát világszerte, addig Ronaldo távozásakor ezt már 333 millióra tették.



● Szponzorok ● a spájzban

Abban nincs nagy vita, hogy melyikük nagyobb futballista. Ronaldo már kapott Aranylabdát és a FIFA Év játékosa szavazásán is első lett, míg Beckham csak a második helyre ért oda ugyanezen értékeléseken. Ráadásul a portugál aranycipős is, amit a legtöbb rúgott gólért adnak. Míg Becks a Manchester Unitedban 11 év alatt összesen 61 gólt szerzett, addig Ronaldo ugyanitt 6 év alatt 118-at. Végül, de nem utolsósorban még egy fontos személy is kijelentette, hogy „Cristiano Ronaldo a világ legjobb futballistája”: maga David Beckham.

Ronaldo viszont egy másik dolog miatt néz fel Beckhamre: ő a prototípus arra, hogyan kell sztármárkát építeni a futball világában. A portugál reklámszerződéseit intéző Gestifute nem is tagadja, hogy az angol játékos a minta. Így aztán Ronaldo

– Beckshez hasonlóan – évi 1 millió dollár alatt soha nem állt le szponzorokkal. Ennek ellenére olyan márkák vették igénybe, mint a Pepe Jeans divatcég, a Modelo supermarket, a Coca-Cola, vagy a Banco Esprito Santo.

A futballisták fontos kellékét, a cipőt tekintve Ronaldo a Nike-hoz kötődik: abban játszik, és e márka több millió euróval is szponzorálja. Ugyanakkor a Real Madrid mezsponzora az Adidas, ami nem feltétlenül szerencsés párosítás. Érdekesség, hogy Beckham, akinek cipőjét az Adidas biztosítja, 2003-ban többek között épp azért választotta a Realt és nem a Barcelonát, hogy ne legyen ütközés a mez és a futballcsuka közt.

Végül nézzünk még két szponzort, akiknek épp Beckhamre, majd Ronaldóra esett a választásuk. Az egyik a Castrol motorolaj, mely különösen a távol-keleti piacon használja futballistáit. Amikor

**AZ EMPORIO ARMANI 2009. VÉGÉN
CSERÉLTE LE AZ ANGOL JÁTEKOST
A PORTUGÁLRA, AKI UGYANÚGY,
EGY SZÁL ALSONÁDRAGBAN KEZDETT
POZOLNI A PLAKÁTOKON.**



a Castrol Asia Pacific előzetesen közvélemény-kutatást végzett Thaiföldön, Vietnamban és Kínában, a megkérdezettek 80%-a (!) vélte úgy, hogy Beckham szerepeltetése a cég reklámjaiban jelentősen növeli majd az eladásokat, mivel „a cég együttműködése a futballszttárral újabb érv a Castrol termékeinek megvásárlása mellett”. Ez pedig jó ómen lehetett Cristiano Ronaldo kiválasztására is. Egy másik márka, az Emporio Armani 2009 végén cserélte le az angol játékost a portugálra, aki ugyanúgy, egy szál alsónadrágban kezdett pózolni a plakátokon. Ennek fogadtatása meglehetősen vegyes volt, ám ugyanez volt a helyzet a bekhames Armani billboardok megjelenésekor is, így a döntés helyességét csak hosszú távon lehet majd megítélni.

● *Cristiano* ● *kritikus* ● *szemmel*

Nehéz megítélni azt is, hogy megérte-e a Real Madridnak 94 millió eurót fizetnie Ronaldóért, és évi 13 millió eurós fizetést adni neki (plusz a prémiumok). Jó megközelítés lehet erre annak vizsgálata, hogy mennyi mezt adtak el a játékos nevével. Nos, bemutatásának napján Ronaldo ebben is lepipálta Beckhamet. Ugyanakkor, ha a teljes évet nézzük, a Bloomberg adatai alapján kiderül, hogy 2003-ban, Becks leigazolásának évében 25%-kal több Real-mez fogyott, mint 2009-ben, Ronaldo csatlakozásakor! Pedig az angolra akkor „csak” 35 millió eu-



rót költöttek, míg 2009-ben Ronaldóra, Kakára, Benzemára, Xabi Alonsóra és a többi új játékosra összességében ennek kb. hétszeresét, 257 millió eurót. Elemzők ugyanakkor figyelmeztetnek, hogy ez valószínűleg a 2009-es gazdasági válságnak, valamint a közel 20%-os spanyol munkanélküliségnek köszönhető, nem pedig Beckham nagyobb sztárságának. Egyes kritikusok ugyanakkor azt is kijelentik, hogy Ronaldo addig nem lehet sztár, amíg nem változtat néhány tulajdonságán. A Manchester Unitedben többen is bírálták, mondván, hogy hiába lő sok gólt, rengeteget egyénieskedik feleslegesen, nem igazi csapatjátékos. Nem véletlen, hogy a Real Madridba való igazolásakor ő maga jelentette ki: „Nincs kétségem afelől, hogy egy kevésbé önző Cristiano Ronaldo érkezett Madridba. Négy évvel ezelőtt még az volt a célom a meccseken, hogy én lőjem a gólokat. Ám miután tapasztal-

tabb lettem, rájöttem, hogy a csapat érdekei fontosabbak. A Realnál egy jobb Cristianót láthatnak majd.”

Mások szerint Beckham attól lett igazi sztár, illetve márka, hogy párja a világhírű énekesnő, a korábbi Spice Girl, Victoria Adams. Ezzel szemben Ronaldo eddigi leghíresebb kalandja Paris Hilton, akinek megítélése nem igazán mondható pozitívnak. A portugál valósággal falja a nőket. A Youtube.com oldalon például a következő címmel található róla videó: „Cristiano Ronaldo and all girlfriends”, azaz „Cristiano Ronaldo és összes barátnője”. De számoltak már be hírek olyan esetről is, amikor Manchester külső kerületében lévő villájában öt prostituált társaságában ünnepelte meg a United győzelmét.

Mindez pedig a Ronaldo-márka szempontjából igen lényeges lehet: hiszen Beckham éppen attól lett igazi sztár, hogy minden társadalmi csoport számára elfogadható, a Rebecca Loos-esetet leszámítva példás családi életet él és imádja gyermekeit.

Túlságosan hasonló?

Elképzelhető azonban, hogy épp az a baj, hogy Ronaldo sok mindenben túlságosan hasonlít Beckhamre, egyesek szerint „majmolja” őt.

Kezdjük azzal, hogy az angolhoz hasonlóan rengeteget foglalkozik a hajával: állítólag a bajnoki serleg átadásakor a tévékamerák azért nem tudtak percekig semmit mutatni, mert a United többi tagja ugyan készen állt a kivonulásra, de Ronaldo még a haját állította. Felfedezője, Bölöni László már 2002-ben figyelmeztette a Sporting

Lisbonban: „a világ legjobbja leszel, de negyedennyi zselé!” – nos, a világ legjobbja lett, pedig a zselé maradt.

Beckham autómániája is jellemző Ronaldóra. Sőt, 2008-ban két, pontosan ugyanolyan gépkocsit is rendelt, mint amilyen az angol játékosnak van: az egyik egy ezüst Bentley Continental, míg a másik egy Porsche 911 Turbo Cabrio.

A *The Sun* bulvárlap ezen kívül egy olyan hasonlóságra is felfigyelt, hogy Ronaldo is a 7-es szám büvöletében él, például a szupermarketben mindketten a 7-es számú kasszát választják. Becks karján egy római hetes látható (VII), míg a portugál játékos a CR7 feliratot tetováltatta magára, ami erősen hasonlít a Beckham-féle DBo7-re.

A túl sok hasonlóság nem biztos, hogy használ, hiszen a márkázás lényege a megkülönböztetés. Ronaldónak tehát bátrabban kellene megmutatnia, hogy miben más. Így nemcsak játékban, de brandingben is leghagyhatja Beckhamet.

A 15 LEGNAGYOBB ÉRTÉKŰ ÁTIGAZOLÁS EURÓPÁBAN (MILLIÓ EURÓBAN)

1.	C. Ronaldo (portugál)	MU – Real	93,8	2009
2.	Zidane (francia)	Juventus – Real	76,0	2001
3.	Kaká (brazil)	Milan – Real	67,2	2009
4.	Figo (portugál)	Barcelona – Real	58,5	2000
5.	Crespo (argentín)	Parma – Lazio	53,6	2000
6.	Buffon (olasz)	Parma – Juventus	49,2	2001
7.	Robinho (brazil)	Real – Man. City	49,0	2008
8.	Vieri (olasz)	Lazio – Inter	48,3	1999
9.	Sevcsenko (ukrán)	Milan – Chelsea	46,5	2006
10.	Berbatov (bolgár)	Tottenham – MU	46,4	2008
11.	Nedved (cseh)	Lazio – Juventus	46,2	2001
12.	Ferdinand (angol)	Leeds – MU	43,9	2002
13.	Mendieta (spanyol)	Valencia – Lazio	43,8	2001
14.	Ronaldo (brazil)	Inter – Real	43,0	2002
15.	Verón (argentín)	Lazio – MU	42,4	2001