

Historia: Pakiet dwumeczowej reklamy na koszulkach

Sobota, 21 września 2013 r. godz. 18:21, źródło: Legionisci.com

Wiadomo już, że od nowego roku piłkarze Legii występować będą w koszulkach z logo nowej firmy. Umowa z ActiveJetem, która obowiązywała przez dwa lata, wygasa wraz z końcem grudnia. Firma płaciła klubowi za reklamę na koszulkach 4 miliony złotych rocznie. Wiadomo, że nowy sponsor będzie obecny na koszulkach przynajmniej rok.

Tymczasem przed dziesięcioma laty, Legia mając problemy ze znalezieniem chętnych na dłuższe reklamowanie się na strojach meczowych, przygotowała pakiet dwumeczowy.

"Cały czas poszukujemy sponsora długofalowego, który wykupiłby miejsce na koszulce na kilka lat. Na razie jednak szukamy innego rozwiązania, stąd pojawił się pomysł dwu-trzymeczowych pakietów" - mówił w 2003 roku ówczesny prezes klubu, Edward Trylnik. Z krótkoterminowej oferty skorzystał wówczas LOT. Na mecz z Wisłą Kraków, we wrześniu 2003 roku, a także na meczu wyjazdowym w Zabrzu, piłkarze naszego klubu wybiegli z reklamą Lot Charters na przedzie koszulek. Wcześniej firma reklamowała się na rękawach.

"Na pewno nie interesuje nas sprzedawanie miejsca na jeden mecz. To byłoby w jakiś sposób deprecjonowanie marki, jaką stanowi warszawski klub" - mówił dyrektor operacyjny Legii, Grzegorz Kita. Zanim doszło do podpisania umowy z LOT-em, Legia negocjowała w kwestii reklamy na koszulkach meczowych z Ideą Centertel, Zepter International, Warką oraz Samsungiem.

Teraz do takiej sytuacji raczej nie dojdzie. Legia wycenia główne miejsce na koszulce na co najmniej dwa razy tyle co płacił ActiveJet.