automotive news
Kiadta a Smarter Média Kommunikációs Ügynökség (https://news.smartermedia.hu)

A Toyota az NFL új autóipari partnere

Tíz év szünet után ismét egységes autóipari főszponzora van az NFL-nek. A Toyotával kötött támogatói szerződés a koronája annak az együttműködésnek, amely különböző formákban immár több mint fél évszázada áll fenn az amerikai futball első számú sportszervezete és az autógyártó között.

2014 óta tátongó űrt töltött be idén októberben a Toyota Motor Company, amikor általános autóipari főtámogatói szerződést kötött az amerikai futball észak-amerikai profi ligájával, az NFL-lel (National Football League.) Az USA messze legnépszerűbb sportágának számító amerikai futball (a lakosság **háromnegyede** rendszeresen követi, a **fele** pedig egyenesen rajong érte) legmagasabb szintjén játszó harminckét csapatot tömörítő szervezet a világ legsikeresebb sportvállalkozása, akár az adott szezonra, mérkőzésre, illetve egy-egy csapatra jutó **bevételeket**, akár a mérkőzések átlagos **látogatottságát** tekintjük. Az NFL döntője, a Super Bowl az egyik legnézettebb klubsportmérkőzés a világon, a bajnokság az előző évadban 4,4 milliárd dolláros reklámbevételt generált.

Ha tehát kizárólag üzleti oldalról nézzük, az NFL autóipari főtámogatójának lenni a világ egyik legvonzóbb szponzorációs szerződése. A Toyota és az NFL együttműködése azonban túlmutat az anyagiakon. Egyrészt a sportág eseményeit rendszeres érdeklődéssel követő, mintegy 205 millió ember hatékonyan megszólítható közönséget jelent az autógyártó felelős társadalmi és környezetvédelmi üzenetei számára. Másrészt pedig a Toyota nem csak az amerikai futball legmagasabb szintjét fogja ugyanis támogatni, hanem a legalsókat is.

Az NFL számos közösségi programot működtet országszerte, amelyek fenntartásához szintén hozzájárul a Toyota. Ezen a ponton azonosak a két szervezet célkitűzései: ahogy az autógyártó a mobilitás szabadságát igyekszik mindenki számára biztosítani, az NFL a sporton keresztül egyrészt az egészséges életvitel eszményét és lehetőségét, másrészt a hátrányos helyzetben élők társadalmi felzárkóztatását, az egyenlő esélyek megteremtését célozza meg.

A Toyota számára nem ismeretlen terep az amerikai futball: már a nyolcvanas években névadó szponzorként szerepelt televíziós közvetítésekben, a 2006-ban útjára indított heti összefoglaló, az NBC csatornáján sugárzott *Sunday Night Football* műsor pedig a kezdetektől a mai napig az autógyártó támogatásával valósul meg. Emellett a Toyota több mint 1200 értékesítési pontot számláló kereskedői hálózatának tagjai regionálisan tizenegy professzionális csapatot – azaz az NFL mezőnyének több mint harmadát – támogat jelenleg is; ezen együttműködések előtt szintén új távlatokat nyit a most kötött főszponzori megállapodás.

Fotók: *Toyota, Sport Business Sponsorship*

Forrás: *https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/toyota-az-nfl-uj-autoipari-partnere*