

Slavia pojišťovna už není Škodovka. Stala se Mercedesem

Praha/Pardubice, 17. října 2024

Letošní Velká pardubická se Slavia pojišťovnou byla jiná. Přitáhla obrovskou pozornost běžných návštěvníků na závoděšti i VIP hostů na tribuně Slavia pojišťovny. Prosázelo se v ní o 32 procent víc peněz než vloni, když jenom Tipsportem proteklo 15,5 milionu korun. A především – měla dva vítěze. V cíli byli shodně Sexy Lord s žokejem Jaroslavem Myškou i Godfrey s žokejem Janem Faltejskem. O letošním dostihovém svátku v Pardubicích jsme hovořili s ředitelem marketingu Slavia pojišťovny Ondřejem Svobodou.

V čem byla letošní Velká pardubická ještě jiná?

Mám ohromnou radost, že obliba Velké pardubické se Slavia pojišťovnou neustále roste. Naším dlouhodobým cílem je Velké pardubické vrátit původní lesk a společenský rozměr, a musím říci, že reakce našich obchodních partnerů a kolegů jednoznačně potvrzují, že se nám to daří. Zaznívaly takové příklady, jako že Slavia pojišťovna už není Škodovkou, ale stala se Mercedesem.

Co zaujalo návštěvníky letošního ročníku Velké pardubické mimo dění na závoděšti?

Naši hosté měli většinou zázemí v pavilonu D, kde máme k dispozici velkou partnerskou zónu. Návštěvníci areálu se mohli posadit a vyfotit třeba na zbrusu nové lavičce, vyřezané ze dřeva a obsahující symboliku koňských dostihů. Hodně navštěvovaným místem byla i fotostěna s vystaveným vítězným pohárem. Fotky si v něm pořizovali jak běžní návštěvníci, tak i známé osobnosti. Stejně tak atmosféru doplňovali promotéři v dobových kostýmech, kteří se v areálu pohybovali a byli oprávněně středem zájmu. Jinak mě velmi těší, že rok od roku roste elegance a množství návštěvníků, což podtrhuje atmosféru celé akce. Ženy zářily v nádherných kloboukách a fascinátorech, což jsou typické módní dostihové doplňky, které se umísťují do vlasů. Elegance akce roste exponenciálním tempem. A nejde jen o prémiové modely, ale také o nápaditost a vkusnost návštěvníků, která je perfektní.

Kde jste letos tak rychle sehnali identický druhý pohár pro vítěze?

Standardně máme každý rok v Pardubicích pro vítěze tři poháry. Dostávají je totiž žokej, trenér i majitel koně. K tomu existuje jeden reprezentační a jeden archivní pohár. Celkem se tedy vyrábí pět pohárů. Tři dostal tradičně ještě před závodem ceremoniář, čtvrtý byl vystaven u fotostěny a pátý ve studiu České televize na dostihovém závoděšti. Když obsadili první místo dva vítězové, bylo rozhodnuto, že poháry na místě obdrží žokejové a majitelé a trenéři své poháry dostanou dodatečně. Museli jsme tak operativně dopravit k ceremoniáři ještě jeden pohár.

Volba padla na ten z České televize. Při dekorování vítězů proto lidé v Pardubicích i na televizní obrazovce viděli čtyři úplně stejné poháry s motivy Muchovy podobizny Josephine Crane Bradley a rokem 2024.

Nic podobného se předtím během uplynulých 150 ročníků tohoto závodu nestalo. Bylo to hodně hektické?

Ohromně hektické! Když mně volal generální ředitel Slavia Karel Waisser, abychom rychle přinesli ke stupňům vítězů druhý pohár, neměli jsme jej jako v minulých letech přímo v naší lóži a museli jsme pro něj skočit do televizního studia. V jednu chvíli byly do této operace, trvající jenom pár minut, zapojeny asi dvě desítky lidí. Vše ale klaplo, naši i televizní produkční byli velmi rychlí a zanedlouho už jsme měli oba poháry v cílové rovině u stupňů vítězů připravené.

Pro další informace kontaktujte:

Václav Bálek, tel.: 605 203 447, vaclav.balek@slavia-pojistovna.cz

O společnosti Slavia pojišťovna a.s.

Slavia pojišťovna, člen skupiny SPGROUP a.s. a expert na neživotní pojištění, staví na dlouholetých zkušenostech z pojišťovnictví, které sahají až do dob rakousko-uherské monarchie, do roku 1868. Je jedinou ryze českou pojišťovnou s tradicí na našem trhu již více než 150 let. Dnes patří mezi Top10 neživotních pojišťoven v České republice a mezi lídry v oblasti pojištění cizinců. Dlouhodobě se zaměřuje na zodpovědné řidiče, kterým v rámci autopojištění dokáže nabídnout zajímavé podmínky. Své služby poskytuje fyzickým osobám, živnostníkům, malým a středně velkým firmám, velkým korporacím či obcím a městům. Služby poskytuje i personálním agenturám a cestovním kancelářím. Prostřednictvím 18 poboček a více než stovky kontaktní míst obsluhuje více než 250 000 aktivních klientů. Ti mohou pojištění sjednávat, hlásit pojistné události či poskytovat fotodokumentaci k těmto pojistným událostem i plně online, přes webové stránky či on-line aplikace Slavia pojišťovny.