

■ Olympijské hry

Adam Auster
autori@hn.cz



Itálie připravuje hry za miliardy eur. Kdo na nich vydělá nejvíce?

Náklady více než dvě miliardy eur na dvoutýdenní projekt, 11 hlavních sponzorů s tržní kapitalizací přes 2,5 bilionu dolarů a růst cen v rekreačních resortech už nyní o 15 procent. I takový může být pohled na Zimní olympijské hry 2026 v italských městech Milano a Cortina. Nepůjde jen o svátek světového sportu. Bude to příležitost pro globální byznys i pro turistických ruch nebo stavebnictví v severní Itálii.

Zajímavé je, že ačkoli se v olympiádě obvykle točí velké peníze, existuje poměrně značná disproporce mezi letními a zimními hrami. Už v počtu účastníků. Zatímco posledních letních her v Paříži se zúčastnilo 10 714 sportovců ze 204 zemí, na zimní hry do Pekingu v roce 2022 zavítalo jen 2871 sportovců z 91 zemí. Dalo by se tedy říci, že zásah zimní olympiády je zhruba poloviční co do počtu zemí a třetinový co do počtu účastníků, než tomu je u olympiády letní. A podobné poměry platí i ve financích.

Náklady na uspořádání olympiády v Paříži byly odhadnuty ve výši kolem šesti miliard eur, z čehož přibližně polovina připadla na samotné „provozní“ výdaje, druhá polovina na vybudování, respektive obudování potřebné infrastruktury. Náklady na olympiádu v Miláně a Cortině mají být zhruba třetinové. Organizátoři hovoří o rozpočtu v objemu 1,7 miliardy eur. Dalších zhruba 400 milionů eur má být ko-

~
Podle MOV se italský hrubý domácí produkt díky olympiádě zvýší asi o 3,2 miliardy dolarů. V regionu má vzniknout 22 tisíc pracovních míst.

nečný účet za vybudování nové bobové a sáňkařské dráhy v Cortině a nové hokejové haly v Miláně. Celkem nějakých 2,1 miliardy eur.

Organizátoři na uspořádání zimních her získají dotaci kolem jedné miliardy eur od Mezinárodního olympijského výboru, italská vláda pak další miliardou přispívá na dobudování infrastruktury. Výhodou pořadatelství dvou uvedených měst je skutečnost, že naprostá většina potřebné infrastruktury již stojí. Ať už se jedná o samotná sportoviště, nebo ubytovací i dopravní kapacity. V tomto ohledu se tedy italská zimní olympiáda může řadit k těm úspěšnějším.

Jak už ale bylo řečeno, olympiáda je především byznys, byť její zimní verze o něco méně zajímavý než klání letní, a to hlavně kvůli počtu diváků u televizních obrazovek. Mezinárodní olympijský výbor funguje na neziskovém principu, kdy veškeré vygenerované příjmy jsou rozdělovány mezi olympijské výbory členských zemí, mezi mezinárodní sportovní federace, jež se podílejí na organizaci her, a mezi organizátory her. Z výročních zpráv MOV je patrné, že ve vývoji příjmů existují značné výkyvy. Pokud se zrovna žádná olympiáda nekoná, MOV vykazuje příjmy do jedné miliardy dolarů (například v roce 2023). V roce letní olympiády pak příjmy MOV dosahují více než čtyř miliard dolarů (v roce 2024 to bylo 4,4 miliardy, v roce 2021 4,2 miliardy),

zimní olympiáda v Pekingu v roce 2022 pak MOV přinesla asi 2,4 miliardy dolarů. Drtivá většina příjmů generovaných v olympijských letech pochází z televizních práv a marketingových smluv.

Tím se dostáváme k druhé straně olympijského byznysu, který se tentokrát týká partnerů a sponzorů olympijských her. Rozdíl v diváckém zájmu o zimní a letní hry je patrný i v oblasti marketingového partnerství. Zatímco letní hry v Paříži měly 14 top sponzorů, zimní hry v Miláně a Cortině čítá jen 11 jmen. S italskými pořadatelskými městy tedy příští rok v únoru budou na prvním místě spojovány následující firmy nebo značky: Airbnb, Alibaba, Allianz, Coca-Cola, Corona Cero (respektive Anheuser-Busch InBev), Deloitte, Omega, Procter & Gamble, Samsung, TCL a Visa.

Vedle nich figurují ještě další sponzoři, jejichž význam je spíše lokálního charakteru, a tak mezi nimi najdeme řadu italských firem nebo značek. Jde například o energetickou společnost ENEL, výrobce pneumatik Pirelli, výrobce sportovních potřeb Salomon, aerolinie ITA Airways a podobně.

Ale zpět k hlavním marketingovým partnerům zimní olympiády 2026. Drtivá většina představuje veřejně obchodované společnosti, s jejichž akciemi se obchoduje na akciových burzách. Pouze dvě společnosti (Deloitte a Omega) jsou soukromými obchodními společnostmi bez veřejně obchodovaných akcií. Dá se tedy předpokládat, že jedním z motivů pro sponzorování olympijských her je zvýšení hodnoty vlastní společnosti.

Zda však olympiáda v Miláně a Cortině bude mít na akcie uvedených firem vliv, případně jak velký, nelze určit. Rozhodně však jejich akcie stojí za sledování přinejmenším v příštích čtyřech až pěti měsících.

Zimní olympiáda je také velká obchodní příležitost pro lokální firmy a živnostníky. Především ubytovací kapacity během dvou olympijských týdnů praskají ve švech, a to nejen v samotných dějištích her, ale i v přilehlém okolí. Je tedy logické, že během konání olympiády se budou přizpůsobovat i ceny místních ubytovatelů, restaurátérů, ale i provozovatelů lyžařských středisek, byť běžný smrtník se Miláně a Cortině mezi 6. a 22. únorem spíše vyhne. Ceny ubytování se mohou tehdy vyšplhat až na 300 % běžné ceny a již v současnosti jsou například podle cestovní kanceláře Der Touristik až o 15 % vyšší než před rokem.

Samotný Mezinárodní olympijský výbor pak odhadl ekonomické přínosy, které boj o olympijské medaile na severu Itálie bude mít. Podle MOV se italský hrubý domácí produkt díky olympiádě zvýší asi o 3,2 miliardy dolarů. V důsledku konání her má vzniknout v regionu Lombardie kolem 22 tisíc pracovních míst.

Dlouhodobý pozitivní efekt však tento výkyv pro regionální, respektive italskou ekonomiku mít nebude. Oblast už je dávno zavedenou turistickou zónou a zimní olympijské hry už se tu konaly před dvaceti lety. Přínos pro globální partnery a sponzory však může být trvalejšího charakteru, pokud dané společnosti mají promyšlenou dlouhodobou strategii, pro niž svou vizibilitu spojenou s největším sportovním svátkem šikovně „zmonetizují“.

Autor je analytik společnosti Ozios

■ Evropa

Ferenc Németh,
Péter Krekó
autori@hn.cz



Brusel jako záminka: Jak aktivní podpora EU posiluje Orbána a Vučiče

Rivalita mezi Východem a Západem je dnes nejdílejší v celé EU a jejím sousedství. Nedávné volby v Rumunsku, Gruzii a Moldavsku ukazují, že Rusko a jeho zástupci nešetří prostředky, aby ovlivnili voliče a ovlivňovali orientaci zahraniční politiky. Ve většině případů jsou neúspěšní.

EU reagovala rozhodným způsobem. Podporovala prozápadní aktéry a čelila ruským dezinformacím. Výsledky jsou sice působivé. Je ale třeba brát je s velkou rezervou. Zatímco Rumunsko a Moldavsko zvolily proevropské lídry, Gruzie se ve svých snahách o vstup do EU dostala do slepé uličky.

Pro EU může řešení těchto výzev vyžadovat přístup „méně je více“. Konkrétně v případě Maďarska a Srbska může proaktivní přístup přinést opačný účinek. Otevřená podpora demokratických hnutí a politiků EU může vyvolat dojem, že jsou „loutkami Západu“ – což je přesně ten obraz, který se neliberální vůdci snaží vytvořit, když označují prozápadní oponenty za „zahraniční agenty“. Tyto potíže lze zmírnit tím, že se bude postupovat nenápadně, pracovat za zavřenými dveřmi.

Od roku 2010 postupně upevňují svou moc maďarský premiér Viktor Orbán a srbský prezident Aleksandar Vučić. Maďarsko, kdysi úspěšný postsocialistický stát, patří dnes k nejhudším členským zemím EU. Srbsko, s dědictvím ozbrojených konfliktů a nerovnoměrným demokratickým přechodem, se řadí mezi země západního Balkánu ucházející se o členství v EU s nejnižšími demokratickými výsledky. Obě země sdílejí ideologii balancování mezi dvěma stranami, proruské a protievropské postoje a neuchopitelnou rétoriku ochrany suverenity „za každou cenu“.

Oba režimy však čelí dosud nejtěžšímu domácímu problému: vzestupu silných a důvěryhodných oponentů. Kořeny nespokojenosti jsou také podobné: ekonomická stagnace, prudce rostoucí inflace a korupce. Katalyzátorem byly skandály: v Maďarsku vedla prezidentská milost v případě pedofilie k vytvoření nové strany vedené bývalým insiderem Péterem Magyarrem; v Srbsku vyvolalo tragické zhroutení střechy na nádraží v Novém Sadu masové protivládní protesty. Poprvé za téměř deset let čelí oba režimy problémům, které mohou znamenat jejich konec.

Mezinárodní hráči situaci pozorně sledují. Rusko samozřejmě dělá víc než jen to. Aktivně financuje politické strany a šíří dezinformace o oponentech Orbána a Vučiče prostřednictvím státních médií a srbské pravoslavné církve.

Je pozoruhodné, že instituce řízené Kremlem zveřejnily téměř identické analýzy politiky v Budapešti a Bělehradě, v nichž obvinily EU, že se snaží svrhnout stávající vlády a dosadit své vlastní „loutkové lídry“. Odsuzují nezávislá média, srbské demonstranty a maďarského Pétera Magyara jako pěšáky v komplotu, jehož cílem je vyvolat „majdanské“ „barevné revoluce“ v sousedních zemích Evropy. Tyto argumenty by měly za normálních okolností jen malý dopad. Ale v Maďarsku a Srbsku je provládní média šíří jako Písmo svaté.

EU musí zůstat ostražitá a aktivní proti ruskému vměšování, ale aktuální situace v Maďarsku a Srbsku budou pro tento postoj náročným testem. V Maďarsku, kde Orbán učinil z nevráživosti vůči Bruselu ústřední téma své kampaně, mu jakákoli viditelná podpora EU přímo hraje do karet. V Srbsku jde v protestech o boj proti korupci a autoritářství, tvrdé zásahy EU ovšem posilují Vučičovo tvrzení, že protestující jsou „zahraniční agenti“.

EU zatím jedná opatrně. S blížícími se maďarskými volbami a násilným postupem srbských úřadů proti protestujícím by však měla mít na paměti, že příliš horlivý aktivismus může přinést více škody než užítku.

Ferenc Németh je doktorand na Corvinus University v Budapešti
Péter Krekó je ředitelem Institutu politického kapitálu v Budapešti

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

REDAKCE: 233 071 111
REDAKCE@HN.CZ
PŘEDPLATNÉ: 217 777 888
ADRESA: PORT 7,
POD DRÁHOU 1637/2,
HOLEŠOVICE,
170 00 PRAHA 7

Vydává Economia, a.s.,
IČO 28191226

• **Šéfredaktor**
Hospodářských novin
Jaroslav Mašek

• **Zástupci šéfredaktora**
Milan Mikulka, Petr Honzejek,
Michaela Ryšavá

• **Manažer redakce**
Martin Denemark

• **Názory** Petr Honzejek

• **Analýtik HN** Martin Ehl

• **Domáci** Michaela Ryšavá

• **Zahraničí** Tomáš Procházka

• **Ekonomika** Milan Mikulka

• **Víkend** Tomáš Procházka

• **PročNe** Gabriela Marešová

• **Art Director** Jan Stejskal

• **Zlom** Zdeněk Fried

• **E-MAILY:**
jmeno.prijmeni@hn.cz

• **PŘEDPLATNÉ**
tel.: 217 777 888,
predplatne@economia.cz

• **INZERCE:**
inzerce@economia.cz

• **PŘÍJEM INZERCE**
tel.: 233 073 169

Hospodářské noviny používají
zpravodajství agentur
ČTK a Thomson Reuters.

Tiskne: Czech Print Center –
tiskárna Praha a Ostrava

Četnost vydání:

pondělí až pátek,
místo vydání Praha

Autorská práva vykonává
vydavatel. Jakékoli užití
části nebo celku, zejména
rozmnožování a šíření
jakýmkoli způsobem
(mechanickým nebo
elektronickým) i v jiném
než českém jazyce
bez písemného svolení
vydavatele je zakázáno

Jednotlivé složky HN jsou
samostatně neprodejné.

© 2025 Economia, a.s.

Ročník LXIX
Nevyžádané příspěvky
se nevracejí
MK ČR E 4689
Audit nákladů: ABC ČR.
Hospodářské noviny
ISSN 0862-9587 (Print)
Hospodářské noviny
ISSN 2787-950X (Online)
Internet www.hn.cz