

Co má společného Anne Franková, hra Hádej kdo?, TikTok a rakovina prsu?

*Stručná historie nečekaného vzestupu hry GoPop do síně popkulturní slávy
Napsal David Capon, president FoxMind games*

Pokud jste v poslední době strávili nějaký čas na TikToku, mohli jste si všimnout tisíců videí, v nichž různí influenceři mačkají silikonové bublinky a chtějí, aby diváci hádali, ve které z nich čeká skryté překvapení. Hra v srdci tohoto trendu je *GoPop!* My ve FoxMind jsme hrdí, že jsme praví původci a jediní legální distributoři od spuštění této hry v roce 2013. Ale i my sami jen v úžasu přihlížíme fascinující historii *GoPop!*

Sága začala za druhé světové války v Holandsku u Thea Costera. Theo se za války ukrýval u holandské rodiny, stejně jako jeho slavnější spolužačka Anna Franková. Tuto hroznou zkušenost ve zdraví přežil a v roce 1955 se odstěhoval do Izraele. Potkal tam svou ženu Oru, a společně založili firmu Theora Design. Po následujících 60 let vyvinuli více než 150 her včetně hitů jako *Hádej kdo?* (*Guess who?*) a *Zingo*.

Měli spolu unikátní kreativní vztah. Ora často přicházela se ztřeštěnými, ba i skandálními nápady, které poté Theo přetavil v něco prodejného. Ani počátek *GoPop!* není výjimkou. Poté, co Ořina sestra v roce 1974 zemřela na rakovinu prsu, Ora se jedné noci probudila a řekla Theovi, že se jí zdálo o poli plném prsů. Díky tomu Theo vytvořil trojúhelníkový prototyp, na němž byly řady gumových bublin, který se nakonec dostal i ke mně na stůl.

Naše motto ve FoxMind je „chytřejší zábava“ („*Smarter fun*“). Odráží náš cíl vydávat zábavné a chytré hry, do nichž člověk rychle pronikne a může je snadno začít hrát, a právě do této kategorie skvěle zapadal i Costerův prototyp. Hráči střídavě mačkají bublinky v jedné řadě, a ten, na něhož vyjde poslední bublina, prohrál.

FoxMind původně vydal hru v roce 2013 pod jménem *Poslední myš prohrála* (*Last Mouse Lost*). V roce 2019 jsme jméno změnili na o něco univerzálnější *Poslední prohrál* (*Last One Lost*). Tentýž rok, díky distribuční dohodě s Buffalo Games, se hra ocitla na regálech Targetu (velkoobchodní řetězec) po celé Americe pod značkou *Pop It!* Hra byla okamžitým hitem a jen v roce 2020 prodala více než půl milionu kusů. Ale možná nejužasnější je překročení 500 milionů zhlédnutí na TikToku, k němuž došlo minulý podzim.

Tato pozornost samozřejmě spustila i vlnu kopií a náhražek. A nejen že jsou tyto ilegální obchodní praktiky pobuřující, navíc mě mrzí, že tyto padělky připravují zákazníky o fascinující příběh historie naší hry, a rodina Costerových se nedočká svých odměn a zadostiučinění.

Krom toho, že se snažíme právními prostředky bojovat proti těmto falzifikátorům a jednáme s dovozci a řetězci, kteří poškozují naše autorská práva, snažíme se hru i rozvíjet směrem, který ji definoval od začátku: herní nápaditost a fascinující příběh původu. Přidáváme k této značce nové inovativní produkty a soustředíme marketing pod jejím novým globálním názvem *GoPop!*

Stejně tak je pro nás důležité podělit se o tento příběh nečekané inspirace a úspěchu – všechno díky osvětlenému nápadu dvou neobyčejných vynálezců: muže, jenž přežil holokaust, a ženy, již rakovina prsu připravila o sestru. Uprostřed popkulturního života roku 2021 považujeme tento příběh za nadčasový.

