

Date: 29.07.2008

Communiqué de presse n°76

Bilan final d'Euro 2008 SA

Zurich/Vienne – Un mois jour pour jour après la finale de l'UEFA EURO 2008™, un bilan du tournoi a été dressé à Zurich et à Vienne. «Nous nous étions lancé le défi d'organiser le meilleur EURO. Les résultats des études et des sondages montrent que nous avons atteint notre objectif», ont déclaré Friedrich Stickler, président de la Fédération autrichienne de football (ÖFB), Ralph M. Zloczower, président de l'Association suisse de football (ASF) et Martin Kallen, directeur des opérations d'Euro 2008 SA.

La preuve en chiffres:

- Le site web officiel du tournoi, www.euro2008.com, a enregistré pas moins de 62 millions de visiteurs, avec 1,3 milliard de pages consultées.
- Au moins 155 millions de téléspectateurs ont suivi chacun des 31 matches en direct.
- En Suisse, neuf personnes sur dix ont regardé au moins un match de l'EURO en direct, contre huit sur dix en Autriche.
- Par rapport à l'EURO 2004, l'audience a fait un bond de 29,9 % en Suisse et de 33,9 % en Autriche.
- Le match de groupe Autriche-Allemagne a été suivi par 2,1 millions de téléspectateurs, ce qui est le chiffre le plus élevé pour un match dans l'histoire de la chaîne autrichienne ORF.
- En Espagne, un nouveau record d'audience a été établi: la finale a enregistré 14,5 millions de téléspectateurs, contre 12,2 millions pour la finale de la Coupe du Monde. En Allemagne, chaque match de l'EURO a été suivi par au moins 15,8 millions de personnes. La meilleure audience (allemande) du tournoi a été enregistrée lors de la demi-finale Allemagne-Turquie, avec 29,6 millions de personnes, une égalité presque parfaite avec le meilleur chiffre pour la Coupe du Monde: 29,7 millions.
- Les panneaux publicitaires des sites d'accueil ont été présents pendant plus de sept heures lors des transmissions en direct, ce qui correspond à une valeur publicitaire d'environ EUR 90 millions.

Quant à Martin Kallen, directeur des opérations pour Euro 2008 SA, il a pu établir une comparaison directe avec l'EURO 2004, car il occupait déjà cette fonction au Portugal: «On peut dire que nous avons énormément progressé dans presque tous les domaines de l'organisation.»

Les principaux facteurs de succès:

Les recettes aussi ont fortement augmenté dans tous les secteurs, des droits TV aux billets d'entrée, en passant par le sponsoring. Les recettes totales de l'EURO 2008 sont de EUR 1,3 milliard (dont 800 millions pour les droits médias, 280 millions pour les droits commerciaux, 90 millions pour la billetterie et 130 millions pour le programme d'hospitalité pour les entreprises). En comparaison, les recettes de l'EURO 2004 étaient de EUR 852 millions (dont 560 millions pour les droits médias, 183 millions pour les droits commerciaux, 80 millions



Part of the UEFA EURO 2008™ Experience



pour la billetterie et 29 millions pour le programme d'hospitalité pour les entreprises). Ces revenus bénéficient à l'ensemble du football européen: ils servent notamment à financer les tours finaux juniors et féminins et sont pour partie reversés aux 53 associations membres de l'UEFA sous forme de paiements fixes et pour subventionner divers projets.

Dans le domaine du développement durable, de nouvelles références ont été établies en matière de transports publics grâce aux billets combinés. Les billets d'entrées étaient ainsi valables également pour les trajets aller et retour avec les transports publics. Cette mesure a coûté EUR 5 millions à Euro 2008 SA. En tout, durant le tour final, les CFF et ÖBB ont utilisé 8 700 trains spéciaux (AUT: 3 977, SUI: 4 700) et comptabilisé 4,4 millions de voyageurs supplémentaires (AUT: 2,4 millions, CH: 2 millions).

Dans le cadre de la campagne du respect, toute une série de projets sociaux ont été introduits lors du tournoi, comme l'initiative «Football pour tous», avec des matches disputés par des sportifs handicapés physiques ou mentaux, la description audio proposée aux personnes malvoyantes, et EUROSCHOOLS 2008, combinant des tournois du fair-play et des activités de dialogue interculturel, projet auquel ont participé plus de 10 000 enfants de 200 écoles de Suisse, d'Autriche et du Liechtenstein.

Pour des informations générales sur l'UEFA EURO 2008™

Euro 2008 SA, Bureau des médias

Tél. +41 (0)22 707 2001

E-mail: media@euro2008.com



Part of the UEFA EURO 2008™ Experience