



TM

UEFA
EURO2016
FRANCE

Le Rendez-Vous

DOSSIER DE PRESSE

Jeudi 11 décembre 2014

J-547

@EURO2016

#LeRendezVous



UEFA
EURO2016
FRANCE

Table des matières

Le Championnat d'Europe de Football de l'UEFA

Histoire de la compétition

Champions d'Europe

L'UEFA EURO 2016

L'identité de l'événement

Le logo, l'identité visuelle, le slogan, le logo ville hôte, le Trophée Henri Delaunay, la Mascotte officielle

Le calendrier des matches de l'UEFA EURO 2016

UEFA EURO 2016 : faits et chiffres

Comité de pilotage de l'UEFA EURO 2016

Structure et organisation d'EURO 2016 SAS

Répartition des missions, organigramme simplifié, ressources humaines

Villes hôtes

Point à date sur les stades

Programme de sponsoring de l'UEFA EURO 2016

Les sponsors globaux, les sponsors nationaux

Programme de vente des droits TV

Kuoni: agence officielle pour l'hébergement

Le programme d'hospitalité

Camps de base et centres d'entraînement

Qualifiers - "la semaine du football"

Le programme de volontaires de l'UEFA EURO 2016

Actions de communication et événements

Présentation du Trophée au salon mondial de l'auto

La communication digitale

Le compte à rebours



Le Championnat d'Europe de football de l'UEFA

Histoire de la compétition

Henri Delaunay, secrétaire général de la Fédération Française de Football et ancien membre du Board de la FIFA, devint le tout premier secrétaire général de l'UEFA lors de sa création, en 1954. A l'époque, il fut parmi les premiers à lancer l'idée d'une compétition pour équipes nationales, qui vit le jour en 1958 avec la Coupe d'Europe des nations. Disparu l'année suivante, il ne put pas assister à la première phase finale européenne, organisée en 1960, en France. Le trophée de l'EURO porte son nom.

La première Coupe d'Europe des Nations se déroula entre 1958 et 1960. Dix-sept associations prirent part à la phase de qualification, qui se disputa selon un système à élimination directe, avec des matches aller et retour. La phase finale se joua en France, à Paris et à Marseille et vit s'affronter quatre équipes.

Pour la deuxième édition, de 1962 à 1964, le nombre d'associations participantes passa de 17 à 29, mais la formule resta identique.

Avec cette formule de compétition, la moitié des équipes inscrites disputaient seulement deux matches avant d'être éliminées. Le système à élimination directe fut donc abandonné au profit d'un système de championnat pour l'édition 1966-68, et la Coupe d'Europe des Nations fut rebaptisée Championnat d'Europe de Football de l'UEFA en 1968. Ce changement de formule aboutit au chiffre record de 31 équipes inscrites. Huit groupes furent formés pour la phase de qualification, le système à élimination directe s'appliquant à partir du deuxième tour. Cette formule fut conservée pour les deux éditions suivantes.

De nouveaux changements furent apportés pour la sixième édition, de 1978 à 1980. Le nombre d'équipes finalistes fut doublé (2 groupes de 4 équipes), et l'Italie fut choisie pour organiser cette phase finale, ce qui qualifia son équipe nationale d'office.

Pour l'édition 1994-96, le nombre de participants à la phase finale passa à 16, et la règle du but en or fut introduite. La première équipe à bénéficier de cette nouvelle règle fut l'Allemagne, lorsque Bierhoff marqua à la 116^e minute de la finale contre la République tchèque. Le but en or fut cependant abandonné après deux éditions.

L'UEFA EURO 2012 était la 14^e phase finale du Championnat d'Europe de Football de l'UEFA et la dernière édition avec 16 participants, avant l'extension de la phase finale à 24 équipes en 2016.

Nombres de participants à chaque phase finale

Année	1960	1964	1968	1972	1976	1980	1984	1988	1992	1996	2000	2004	2008	2012	2016
Phase de qualification	17	29	31	32	32	31	31	32	34	47	49	50	50	51	54
Phase finale	4	4	4	4	4	8	8	8	8	16	16	16	16	16	24

Champions d'Europe

A ce jour :

- 235 matches ont été disputés lors des phases finales.
- 579 buts ont été marqués lors des phases finales, soit une moyenne de 2,46 buts par match.
- Le meilleur buteur lors de la phase finale est Michel Platini, avec 9 réalisations (en 1984).
- L'Allemagne et l'Espagne sont les pays les plus titrés, avec trois victoires chacune, suivies par la France, qui en compte deux.

Année	Pays organisateur	Finale		Score
1960	France	URSS	Yougoslavie	2 – 1 (AP)
1964	Espagne	Espagne	URSS	2-1
1968	Italie	Italie	Yougoslavie	1 – 1 (AP) 2 – 0 (rejoué)
1972	Belgique	Allemagne de l'Ouest	URSS	3-0
1976	Yougoslavie	Tchécoslovaquie	Allemagne de l'Ouest	2 – 2 (AP) 5 – 3 (TAB)
1980	Italie	Allemagne de l'Ouest	Belgique	2-1
1984	France	France	Espagne	2-0
1988	Allemagne de l'Ouest	Pays-Bas	URSS	2-0
1992	Suède	Danemark	Allemagne	2-0
1996	Angleterre	Allemagne	République tchèque	2 – 1 (BO)
2000	Belgique/Pays-Bas	France	Italie	2 – 1 (BO)
2004	Portugal	Grèce	Portugal	1-0
2008	Autriche/Suisse	Espagne	Allemagne	1-0
2012	Pologne/Ukraine	Espagne	Italie	4-0

AP = après prolongation / TAB = tirs au but / BO = but en or

L'UEFA EURO 2016

L'identité de l'évènement

L'inspiration



«Célébrons l'art du football» est l'inspiration qui sous-tend la création du logo de l'UEFA EURO 2016. C'est un thème qui exprime à la fois la beauté du jeu et la créativité de la culture française.

Il illustre également toutes les qualités qui font du football un sport si unique et si populaire à travers le monde: l'incertitude du résultat, la beauté du geste, la passion des joueurs et l'intensité que suscite l'enjeu.

« Célébrons l'Art du Football » constituera le fil rouge de toutes les activités de promotion et de marketing, mais il n'est pas le slogan de l'évènement.

Le Logo

Au terme d'un processus de compétition entre plusieurs agences internationales, notamment françaises, le logo de l'UEFA EURO 2016 a été conçu par Brandia Central, une société de consulting en marques basée à Lisbonne, leader du marché portugais. C'est également elle qui avait élaboré le logo de l'UEFA EURO 2012.

Le logo de l'UEFA EURO 2016 marie différentes formes d'expression artistique avec des éléments inspirés du monde du football. Ce symbole réunit plusieurs sources d'inspiration, articulées autour du motif central qui rend hommage à l'émblématique coupe Henri Delaunay.



L'identité visuelle

L'identité visuelle de la marque, qui accompagne le logo de l'UEFA EURO 2016, repose sur un concept unique: une interprétation artistique du football. Le point de convergence est un terrain de football équipé de buts s'inspirant d'un arc de triomphe. Tout autour du terrain, c'est la fête, illustrée par une foule agitant des drapeaux.



Le Slogan : « Le Rendez-Vous »

L'UEFA EURO 2016, sera Le Rendez-Vous incontournable pour tous les passionnés, désireux d'assister au meilleur du football européen et de prendre part à la fête populaire.

Les fans de football se donneront donc Rendez-Vous, en France, pour célébrer et partager des moments forts en émotions. Ce Rendez-Vous est aussi une invitation lancée par la France aux visiteurs d'Europe et du monde entier, pour qu'ils viennent découvrir ses richesses culturelles.



Le logo ville-hôte



Marque du tournoi

Symbole

Nom de la ville hôte

Désignation de la ville hôte



Le Trophée Henri Delaunay

Le trophée porte le nom d'Henri Delaunay, qui fut secrétaire général de la Fédération française de football, membre du conseil d'administration de la FIFA et devint le tout premier secrétaire général de l'UEFA, lors de sa création, en 1954. Disparu l'année suivante, il ne vit jamais la concrétisation de son projet de compétition pour les équipes nationales, qui devint réalité en 1958, avec la création de la Coupe d'Europe des nations.

Une réplique géante (12m de haut) du trophée Henri Delaunay a été présentée au pied de la Tour Eiffel les 23 et 24 juin 2013.



La Mascotte

La Mascotte Officielle de l'UEFA EURO 2016, Super Victor, a été présentée au grand public à l'occasion d'un match amical de l'Equipe de France, le 18 novembre 2014 au Stade Vélodrome.

Il s'agit d'un petit garçon ayant des super pouvoirs grâce à sa cape et ses chaussures magiques lui permettant de voler, d'être un petit génie du football et de créer un peu de magie autour de lui. Son nom, international, symbolise d'une part la victoire, et d'autre part les super héros.

Super Victor apporte une dimension festive, et porte les messages des valeurs de l'événement : la fierté, le partage, le respect.

Super Victor parcourt la France entière et va à la rencontre du grand public, notamment des enfants, lors des « #MascotteDay », organisés jusqu'à la compétition. Il se rend également sur des événements sportifs et non sportifs, organisés dans toute la France.

Super Victor a un compte Twitter @SuperVictor (<https://twitter.com/supervictor>), et une page Facebook (<https://www.facebook.com/supervictor16>).



Le calendrier des matches de l'UEFA EURO 2016

Un calendrier qui offre à toutes les équipes des conditions équitables de compétition, qui garantit au public de toutes les villes hôtes un programme sportif diversifié et attractif.

UEFA
EURO2016
FRANCE

MATCH SCHEDULE CALENDRIER DES MATCHES

Group matches / Matches de groupe

	Match day 1 1ère journée de matches			Match day 2 2ème journée de matches			Match day 3 3ème journée de matches			Round of 16 Huitièmes de finale			Quarter-finals Quarts de finale			Semi-finals Demi-finales			Final													
	10.06	11.06	12.06	13.06	14.06	15.06	16.06	17.06	18.06	19.06	20.06	21.06	22.06	23.06	24.06	25.06	26.06	27.06	28.06	29.06	30.06	01.07	02.07	03.07	04.07	05.07	06.07	07.07	08.07	09.07	10.07	
BORDEAUX Stade de Bordeaux 42,000																																
LENS AGGLO Stade Bouliant-Delteil 35,000																																
LILLE MÉTROPOLE Stade Pierre Mauroy 50,100																																
LYON Stade de Lyon 58,000																																
MARSEILLE Stade Vélodrome 67,000																																
NICE Stade de Nice 35,000																																
PARIS Parc des Princes 46,000																																
SAINT-DENIS Stade de France 80,000																																
SAINT-ÉTIENNE Stade Geoffroy Guichard 41,500																																
TOULOUSE Stade de Toulouse 33,000																																

Group / Groupe

A B C D E F

W = Winner, R = Runner-up, 3 = Third-placed

W = Vainqueur, R = Deuxième, 3 = Troisième

The UEFA EURO 2016 final tournament takes place from Friday 10 June to Sunday 10 July 2016. Kick-off times are CET. UEFA will publish the final match schedule after the draw of 12 December 2015.

La phase finale de l'UEFA EURO 2016 se déroulera du vendredi 10 juin au dimanche 10 juillet 2016. Les heures de coup d'envoi sont indiquées en CET. L'UEFA publiera la version finale du calendrier après le tirage au sort du 12 décembre 2015.

Des conditions équitables de compétition pour toutes les équipes

- Toutes les équipes, y compris les 6 équipes têtes de série, jouent leurs 3 matches de groupe dans des stades différents.
- Dans chaque groupe, les troisièmes matches du 1^{er} tour se jouent le même jour, à la même heure.
- Le vainqueur et le deuxième d'un groupe pourront uniquement jouer l'un contre l'autre s'ils atteignent la finale.
- Trois horaires de coup d'envoi : 15 h, 18h, 21h.
- Temps de repos des pelouses entre deux matches : au moins 2 jours.

Un spectacle sportif diversifié et attractif dans toutes les villes hôtes

- Une répartition équilibrée de la compétition sur l'ensemble du territoire, en fonction de la géographie et de la capacité d'accueil des stades :
 - 4 matches au moins par ville
 - 4 matches à Lens, Nice, Saint-Etienne et Toulouse
 - 5 matches à Bordeaux et à Paris - Parc des Princes
 - 6 matches à Lille, Lyon et Marseille
 - 7 matches à Saint-Denis – Stade de France
- La rotation systématique des équipes garantit à toutes les villes de voir jouer :
 - 6 équipes différentes pendant les matches de groupe
 - au moins 2 têtes de série différentes pendant les matches de groupe et les 1/8^{èmes} de finale
- Pas de match le même jour au Stade de France et au Parc des Princes, à Lille et à Lens, à Lyon et à Saint-Etienne, à Marseille et à Nice, à Bordeaux et à Toulouse.

Les matches des phases finales de la compétition

- Le match d'ouverture et la finale au Stade de France.
- Les demi-finales à Marseille et à Lyon.
- Les quarts de finale à Lille, Bordeaux, Marseille et au Stade de France.

L'Equipe de France

L'Equipe de France jouera :

- ses 3 matches de groupe au Stade de France (match d'ouverture), à Marseille et à Lille
- son 1/8^{ème} de finale à Lyon si elle termine 1^{ère} de son groupe, à Saint-Etienne si elle termine 2^{ème}

UEFA EURO 2016 : faits et chiffres

La phase finale du 15^e Championnat d'Europe de football de l'UEFA, l'UEFA EURO 2016, se tiendra en France du 10 juin au 10 juillet 2016.

Ce sera la **troisième fois** que ce tournoi se jouera en France (1960, 1984 et 2016).

53 équipes participeront à la phase de qualification.

Il s'agira de la première phase finale comportant **24 équipes** participantes, au lieu de 16 lors des 5 éditions précédentes.

Il y aura donc **51 matches**, soit 20 matches supplémentaires par rapport à 2012.

On attend **2,5 millions de supporters** dans les stades, dont 1 million de visiteurs étrangers ; le montant estimé de leurs dépenses sur la période est de 1 milliard d'Euros.

A titre de comparaison, il y avait 1,4 million de supporters en 2012.

Les matches seront diffusés en direct dans plus de **230 territoires à travers le monde**.

Chaque match sera suivi en direct par environ **150 millions de téléspectateurs**.

Répartition des recettes estimées de l'UEFA EURO 2016

- Droits télévisés : **1 milliard €**
- Sponsors : **400 millions €**
- Billetterie et hospitalité : **500 millions €**

Vision

- Le plus grand événement européen en 2016
- Le meilleur du football européen
- Une fête du football populaire, chaleureuse et pacifique
- Une exigence d'excellence dans l'organisation de l'événement
- Une opportunité exceptionnelle de promotion du pays organisateur
- Un héritage tangible pour le pays organisateur et pour le football européen

Le Comité de pilotage de l'UEFA EURO 2016

Le Comité de pilotage de l'UEFA EURO 2016 réunit les quatre grands partenaires de l'organisation: l'UEFA, la Fédération Française de Football, le gouvernement français et les villes hôtes. C'est un forum de discussion et d'échange régulier d'informations sur l'avancement des principaux projets organisationnels.

Le Comité de pilotage a été créé le 21 avril 2011 et se réunit deux à trois fois par an.

Composition du Comité de pilotage de l'UEFA EURO 2016

	Michel Platini	Président de l'UEFA
Président	Jacques Lambert	Président d'EURO 2016 SAS
Membres	Gianni Infantino	Secrétaire général de l'UEFA
	Borislav Mihaylov	Membre du Comité exécutif de l'UEFA et président de l'Union bulgare de football (BFS)
	Peter Gilliéron	Membre du Comité exécutif de l'UEFA et président de l'Association suisse de football (ASF)
	Fernando Gomes	Conseiller spécial du Comité exécutif de l'UEFA et président de la fédération portugaise de football
	Noël Le Graët	Président de la Fédération Française de Football (FFF)
	Patrick Kanner	Ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports
	Alain Juppé	Maire de Bordeaux, Président de la Communauté urbaine de Bordeaux, Président du Club des sites
Observateur	Martin Kallen	Directeur Activités opérationnelles à UEFA Events SA et Directeur général d'EURO 2016 SAS

Structure et organisation d'EURO 2016 SAS

L'UEFA, titulaire des droits de la compétition, et la Fédération Française de Football (FFF) ont créé une entreprise, EURO 2016 SAS, à laquelle elles ont délégué la responsabilité, sous une direction unique, de la conduite des opérations relatives à l'organisation du tournoi.

EURO 2016 SAS est une société de droit français, constituée sous la forme juridique d'une société par actions simplifiée, détenue à 95 % par l'UEFA et à 5 % par la FFF.

Son siège social est à Paris.

Ses dépenses seront intégralement financées par l'UEFA.

La présidence de la société est assurée par Jacques Lambert.



Répartition des missions

L'**UEFA** assume directement deux compétences organisationnelles :

- l'organisation sportive du tournoi (calendrier, questions disciplinaires, arbitrage, contrôles antidopage, etc.);
- la commercialisation et la gestion des droits commerciaux liés à l'événement (droits audiovisuels, marketing, licensing, hospitalité, billetterie).

La **FFF** est en charge de la sécurité privée dans les stades et du programme des volontaires.

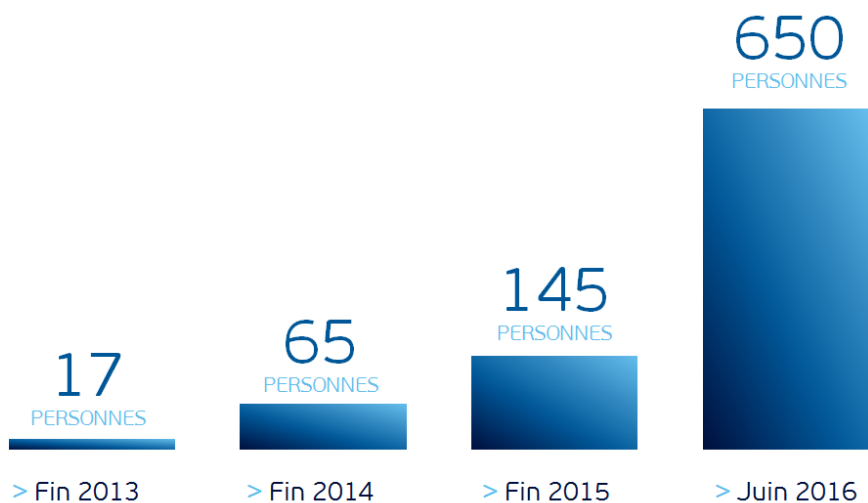
EURO 2016 SAS assume toutes les autres responsabilités opérationnelles, promotion de l'événement comprise, au nom et pour le compte de l'UEFA et de la FFF.

Les partenaires du domaine sportif	Les partenaires du secteur public
 <p>UEFA EURO 2016 SAS</p>	 <p>Etat Villes hôtes</p>
Missions	Missions
<ul style="list-style-type: none">• Direction générale de l'UEFA EURO 2016• Organisation du tournoi et des événements qui s'y rapportent (p. ex. tirages au sort)• Gestion de la sécurité privée• Commercialisation/gestion des droits (marketing, TV, billetterie, hospitalité)• Promotion de l'événement• Gestion des publics cibles• Organisation technique et logistique• Programme des volontaires	<ul style="list-style-type: none">• Mise à disposition des stades et des autres infrastructures• Gestion de la sécurité publique• Promotion du pays organisateur et des villes hôtes• Accueil des visiteurs et des supporters• Transports et services publics• Adaptation éventuelle du cadre législatif• Soutien général à l'organisation

Organigramme simplifié d'EURO 2016 SAS



Ressources humaines



Villes hôtes

Les dix villes retenues pour accueillir des matches de la phase finale du Championnat d'Europe de football de l'UEFA sont :

**Bordeaux - Lens Agglo - Lille Métropole – Lyon – Marseille –
Nice – Paris - Saint-Denis - Saint-Étienne - Toulouse**

Les villes hôtes sont réunies au sein d'un **Club des Sites** (association des villes hôtes), présidé par M. Alain Juppé, Maire de Bordeaux.



Point à date sur les stades

La perspective de l'organisation de l'UEFA EURO 2016 a permis le lancement d'un projet ambitieux de construction et de rénovation de stades.

Au total, dix stades accueilleront des matches de l'UEFA EURO 2016. A l'exception du Stade de France, qui subira quelques aménagements mineurs, **quatre stades neufs** auront été construits à Lille et Nice (déjà terminés), Lyon et Bordeaux, tandis que les stades de Marseille, Paris, Saint-Etienne, Lens et Toulouse font ou ont fait l'objet de rénovations majeures.

L'ensemble du projet de construction et de rénovation des stades de l'UEFA EURO 2016 est le seul investissement nécessaire dans les infrastructures pour l'accueil du tournoi. Il représente un montant de près de 1,6 milliard €, qui a pu être réuni grâce à l'implication forte et proactive des collectivités propriétaires de ces équipements sportifs et à des modes de financement novateurs.

Il est à noter que seulement trois stades de plus de 30 000 places ont été construits en France depuis 1945: le Parc des Princes, à Paris (1972), La Beaujoire, à Nantes (1984) et le Stade de France, à Saint-Denis (1998).

L'UEFA EURO 2016 est le levier d'un vaste chantier de modernisation qui va permettre à la France de se doter d'une nouvelle génération d'infrastructures sportives.

Ville hôte	Saint-Denis
Stade	Stade de France
Etat actuel du projet	Stade existant
	Mise en service en janvier 1998



Responsable du projet	Consortium Stade de France
Type de projet	Rénovation mineure
Capacité brute	80 000 places
Financement	-
Constructeur	-
Architectes	SCAU
Exploitant	Consortium Stade de France
Coût du projet	-

Ville hôte Lyon
Stade Stade de Lyon
Etat actuel du projet Travaux en cours
Mise en service prévue en décembre 2015

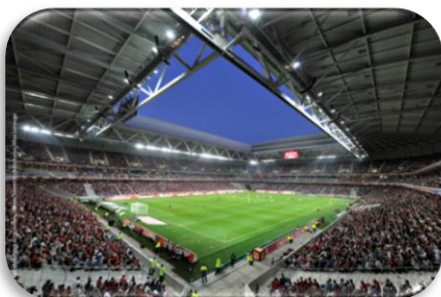


Responsable du projet Olympique Lyonnais
Type de projet Nouveau stade
Capacité brute 58 000 places

Financement Privé
Constructeur Vinci
Architectes Populous
Exploitant Olympique Lyonnais

Coût du projet EUR 405 millions

Ville hôte Lille Métropole
Stade Stade Pierre Mauroy
Etat actuel du projet Travaux terminés
Mise en service en août 2012



Responsable du projet Lille Métropole Communauté Urbaine
Type de projet Nouveau stade
Capacité brute 50 000 places

Financement Partenariat public-privé
Constructeur Eiffage
Architectes Valode & Pistre - Atelier Ferret Architectures
Exploitant Elisa

Coût du projet EUR 324 millions

Ville hôte Bordeaux
Stade Stade de Bordeaux
Etat actuel du projet Travaux en cours
Inauguration prévue en mai 2015

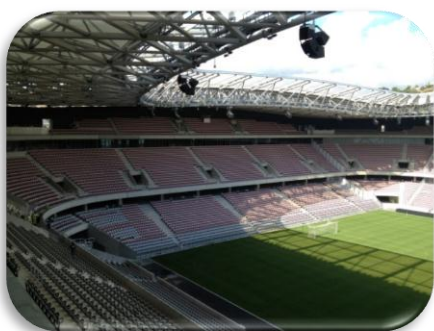


Responsable du projet Ville de Bordeaux
Type de projet Nouveau stade
Capacité brute 42 000 places

Financement Partenariat public-privé
Constructeur Vinci – Fayat
Architectes Herzog & De Meuron - Groupe 6
Exploitant Stade Bordeaux Atlantique
Coût du projet EUR 184 millions

Ville hôte Nice
Stade Stade de Nice

Etat actuel du projet Inauguré le 22 septembre 2013



Responsable du projet Ville de Nice
Type de projet Nouveau stade
Capacité brute 36 000 places
Financement Partenariat public-privé
Constructeur Vinci
Architectes Wilmotte & Associés SA
Exploitant Nice Eco Stadium
Coût du projet EUR 204 millions

Ville hôte Marseille
Stade Stade Vélodrome
Etat actuel du projet Inauguration le 16 octobre 2014



Responsable du projet Ville de Marseille
Type de projet Rénovation majeure
Capacité brute 67 000 places
Financement Partenariat public-privé
Constructeur Bouygues
Architectes SCAU
Exploitant Aréma
Coût du projet EUR 267 millions

Ville hôte Paris
Stade Parc des Princes
Etat actuel du projet Début des travaux mars 2014
Fin des travaux prévue en août 2015



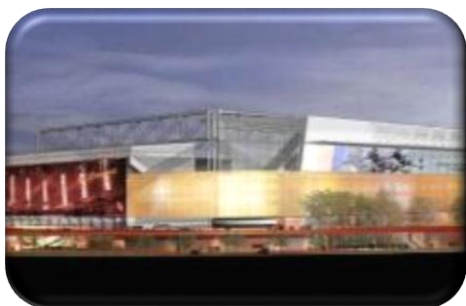
Responsables du projet Ville de Paris et PSG
Type de projet Rénovation majeure
Capacité brute 48 000 places
Financement Privé
Constructeur Vinci
Architectes ATSP
Exploitant SESE
Coût du projet EUR 75 millions

Ville hôte Saint-Étienne
Stade Stade Geoffroy Guichard
Etat actuel du projet Travaux en cours
Fin des travaux prévue en décembre 2014



Responsable du projet Saint-Étienne Métropole
Type de projet Rénovation majeure
Capacité brute 42 000 places
Financement Public
Constructeur Léon Grosse
Architectes Chaix & Morel et Associés
Exploitant Saint-Etienne Métropole
Coût du projet EUR 75 millions

Ville hôte Lens Agglo
Stade Stade Bollaert-Delelis
Etat actuel du projet Préparation des travaux
Fin des travaux prévue en novembre 2015



Responsable du projet Région Nord Pas-de-Calais
Type de projet Rénovation majeure
Capacité brute 38 000 places
Financement Public
Constructeur Cardete & Huet – Atelier Ferret
Architectes Architectures
Exploitant RC Lens
Coût du projet EUR 70 millions

Ville hôte Toulouse
Stade Stadium de Toulouse
Etat actuel du projet Début des travaux à la fin mai 2013
Fin des travaux prévue novembre 2015



Responsable du projet Ville de Toulouse
Type de projet Rénovation majeure
Capacité brute 33 000 places
Financement Public
Constructeur SOCOTRAP
Architectes Cardete & Huet – Atelier Ferret
Architectures Architectures
Exploitant Ville de Toulouse
Coût du projet EUR 35 millions

Programme commercial de l'UEFA EURO 2016

Dix partenaires globaux bénéficiant de droits de sponsoring portant sur la plupart des compétitions pour équipes nationales de l'UEFA, notamment les matches de qualification européens ainsi que les phases finales du Championnat d'Europe des moins de 21 ans de l'UEFA, du Championnat d'Europe féminin de l'UEFA (2013 et 2017) et du Championnat d'Europe de Futsal de l'UEFA (2014 et 2016).

A ce jour, des contrats ont été conclus avec sept sponsors : adidas – Carlsberg – Coca-Cola – Continental – Hyundai/Kia – McDonalds – Socar

Six partenaires nationaux disposent de droits de sponsoring pour l'UEFA EURO 2016, limités au territoire du pays organisateur.

A ce jour, un contrat a été conclu avec FDJ – La Française des Jeux.

Les partenaires globaux

adidas



En septembre 2009, l'UEFA et adidas ont annoncé la poursuite de leur partenariat de longue date, une gamme complète de droits étant accordée à la marque pour l'UEFA EURO 2012 et l'UEFA EURO 2016, ainsi que pour toutes les autres compétitions pour équipes nationales durant la période allant de 2010 à 2017.

Cet accord fait d'adidas l'un des sponsors de premier plan de l'UEFA, alors que ses droits de licence comprennent des possibilités d'exposition avec ou sans marque, notamment le droit de créer et de vendre les ballons officiels des matches utilisés dans toutes les compétitions pour équipes nationales.

adidas s'est également vu offrir des droits en matière de ventes de détail, en relation avec le Championnat d'Europe de football de l'UEFA. De plus, outre ses propres capacités en la matière, la société travaillera à la création d'un programme mondial de vente au détail d'articles de sport.

Par ailleurs, adidas est en train de mettre en place un large programme d'approvisionnement en produits, en fournissant l'équipement du personnel, des officiels, des arbitres, des bénévoles et des ramasseurs de ballons, lors de toutes les compétitions pour équipes nationales pendant la période de validité de son contrat.

adidas apporte également un soutien supplémentaire en matière d'équipement lors de nombreuses formations pour le développements du football et lors de formations pour arbitres.

Au-delà de ce soutien de premier ordre lors des événements et des formations, la société activera ses droits concernant les ramasseurs de ballons en offrant aux enfants, vainqueurs d'un concours, la possibilité de participer au Championnat d'Europe de football de l'UEFA en occupant ce poste au bord du terrain.

Carlsberg



L'UEFA et Carlsberg sont partenaires de longue date pour les compétitions pour équipes nationales de l'UEFA. Un partenariat qui a débuté en 1988, lors du tour final du Championnat d'Europe de football de l'UEFA, en République fédérale d'Allemagne.

Carlsberg est le premier partenaire à adhérer à la nouvelle plateforme marketing de l'UEFA, qui comprend le Championnat d'Europe de football de l'UEFA et les matches de qualification européens.

Avec le renouvellement de son partenariat pour la huitième édition de la compétition, Carlsberg acquiert des droits liés aux matches de qualification européens de 2014 à 2017. Carlsberg affirme ainsi son engagement en faveur du football et sa présence lors de toutes les phases du tournoi.

The Coca-Cola Company



The Coca-Cola Company est un sponsor clé des compétitions pour équipes nationales de l'UEFA depuis 1988. Le portefeuille de produits de la société varie en fonction des marchés, mais ses produits de base (Coca-Cola, Coca-Cola light, Sprite et Fanta), qui sont quatre des cinq boissons non alcoolisées les plus vendues au monde, représentent l'une des principales sources de recettes de la société. Outre ces produits phares, Coca-Cola distribue d'autres articles via des sociétés d'embouteillage, notamment des jus (Minute Maid en France), des boissons pour le sport (Powerade), des boissons énergétiques (Burn) et des eaux minérales (Chaudfontaine).

La responsabilité sociale est l'un des thèmes stratégiques de l'entreprise. La question de la durabilité, comme compris la gestion de l'eau et le recyclage, y occupe une place importante. Les événements sportifs, constituent, dans ce domaine, une plateforme pertinente de communication. Coca-Cola accorde également une attention toute particulière aux programmes de football de base et oriente son approche sur « un style de vie actif et sain ».

Les droits spécifiques à l'UEFA EURO 2016 comprennent l'exclusivité dans sa catégorie de produits, à savoir toutes les boissons non alcoolisées, y compris le thé et le café. Ils recouvrent également des programmes promotionnels, par exemple pour les porteurs de drapeau ou la tournée VIP « Ultimate Access ».

Coca-Cola fournit aussi des boissons aux équipes, aux VIP, aux médias, au personnel de l'UEFA EURO 2016, aux participants du programme junior, aux arbitres, aux bénévoles et aux spectateurs dans toutes les zones et sur tous les sites du tournoi.

Continental



Continental a prolongé son engagement avec le Championnat d'Europe de football de l'UEFA en 2011, en devenant partenaire officiel pour les pneus jusqu'en 2017.

En s'investissant dans divers domaines du football international, Continental a notamment pour objectif d'accroître la reconnaissance de sa marque et de renforcer son message en matière de sécurité et de capacité de freinage. Depuis 2003, la marque de pneus a ainsi enregistré une croissance constante de la visibilité de sa marque sur ses principaux marchés européens.

Dans le cadre de son association durable avec l'UEFA, la société activera son programme « Warm-Up », qui offre la possibilité aux vainqueurs d'un concours de participer à une expérience unique durant une journée de matches de la phase finale. La société présentera également la section « Centre d'avant-match » sur UEFA.com.

Hyundai/Kia



Partenaire de l'UEFA depuis l'UEFA EURO 2000, Hyundai/Kia fait désormais partie intégrante du programme commercial et a renforcé son association avec le football international dans de nombreux domaines.

En tant que partenaire automobile officiel de l'UEFA EURO 2016, Hyundai/Kia fournira les véhicules officiels pour le transport des officiels, des équipes, des arbitres, des organisateurs et des invités, à destination et en provenance notamment des stades, des camps de base et des villes hôtes.

Outre ce soutien logistique essentiel, le constructeur automobile coréen activera également ses droits internationaux sur une large variété de plateformes. Kia donnera aux enfants la possibilité de participer au programme pour le porteur du ballon officiel des matches. Kia offrira également à des équipes de football à cinq du monde entier la possibilité de prendre part à la compétition « Champ Into The Arena ».

De son côté, Hyundai invitera le public à participer à des promotions en ligne telles que « Be There With Hyundai » ou le Pronostiqueur. Ce ne sont là que de quelques exemples des activités de Hyundai/Kia pour permettre aux supporters de vivre le tournoi au plus près.

McDonald's



McDonald's est un partenaire clé des compétitions pour équipes nationales de l'UEFA depuis 1992. L'UEFA EURO représente la principale plateforme mondiale de sponsoring de la société, aux côtés de la Coupe du Monde de la FIFA et des Jeux Olympiques. McDonald's est leader du marché mondial en matière de restauration de détail, avec plus de 33 000 restaurants, servant près de 68 millions de clients, dans 119 pays, chaque jour. Plus de 80 % des restaurants de la chaîne dans le monde sont gérés par un propriétaire local indépendant.

La société contribue à la promotion de l'UEFA EURO au moyen de ses canaux de distribution et des services proposés principalement aux représentants des médias et aux supporters. En France, la chaîne encourage les enfants à adopter un style de vie sain au moyen de l'événement « McDO Kids Sports », qui se tient dans plus de 100 villes du pays sur une période de quatre mois. Pour l'UEFA EURO 2016, ses activités seront axées sur des initiatives telles que le programme officiel d'accompagnateurs de joueurs, qui donne à plus de 1000 enfants la chance unique d'entrer sur le terrain main dans la main avec leur héros, et la « McDonald's EURO Cup », qui offre à ses employés la possibilité de jouer dans un des stades du tournoi.

The State Oil Company of the Azerbaijan Republic (SOCAR)



En mai 2013, l'UEFA a annoncé la signature d'un accord de sponsoring avec SOCAR, qui devenait ainsi sponsor officiel des compétitions pour équipes nationales de l'UEFA, y compris le Championnat d'Europe de football de l'UEFA. Il s'agit du deuxième accord de sponsoring international de SOCAR dans le monde du football, après la Coupe du Monde Féminine U-17 de la FIFA 2012, organisée par l'Azerbaïdjan.

SOCAR apporte d'ores et déjà un soutien actif et engagé au football dans son pays, en qualité de sponsor principal officiel de la Fédération de football d'Azerbaïdjan. Le sponsoring des compétitions pour équipes nationales offre à la société une plateforme unique pour accroître sa visibilité internationale, et reflète son désir d'établir et de construire une marque de premier plan dans le secteur de l'énergie. SOCAR participe déjà à de nombreuses activités sportives, culturelles et sociales en Azerbaïdjan et dans d'autres pays où le groupe est présent, dont la Suisse.

La société dispose notamment de bureaux en Géorgie, en Turquie, en Roumanie, en Autriche, en Suisse, au Kazakhstan, en Grande-Bretagne, en Iran, en Allemagne et en Ukraine, et de sociétés d'import-export en Suisse, à Singapour, au Vietnam et au Nigeria.

Les partenaires nationaux

FDJ – Française des Jeux



Le 2 octobre 2014, l'UEFA et FDJ ont annoncé leur partenariat. FDJ est le premier partenaire à rejoindre la famille des Sponsors Nationaux de l'UEFA EURO 2016. Le partenariat porte sur la marque FDJ et sur son activité de loterie.

FDJ est un grand partenaire et contributeur du sport français, engagé à la fois dans le sport amateur et professionnel, le mécénat de sportifs de haut niveau et les très grands événements sportifs organisés en France. C'est tout naturellement donc que FDJ s'est associé à l'UEFA EURO 2016, le plus grand événement organisé dans l'Hexagone depuis 1998.

FDJ est une grande institution française avec un maillage unique de points de vente (33.000 points de vente dans 12.000 communes). La puissance de ce réseau permettra de faire rayonner l'événement auprès de ses 27 millions de clients, avec un programme de promotion débutant dès l'année 2015.

Guy-Laurent Epstein, directeur marketing d'UEFA Events SA, a déclaré :

« Nous sommes très heureux d'accueillir FDJ en tant que premier partenaire du programme de Sponsor National de l'UEFA EURO 2016. Avec ses 33.000 points de vente en France, FDJ est un partenaire idéal pour la promotion de l'événement sur l'ensemble du territoire, au plus près de tous les fans. FDJ est également un acteur engagé depuis de longues années dans le sport français et vient logiquement s'associer au plus grand événement à venir sur le territoire français, avec une vraie volonté de partager les émotions du football ».

Programme de vente des droits TV

La commercialisation au niveau mondial des droits médias pour l'UEFA EURO 2016 est centralisée par l'UEFA. Ce processus de commercialisation, réalisé selon une approche marché par marché, est géré par CAA Eleven SARL, l'agence de marketing exclusive de l'UEFA pour l'exploitation des droits médias et des droits commerciaux de ses compétitions pour équipes nationales.

Les informations concernant les accords signés, ainsi que les dates des différents appels d'offres sont mises à jour régulièrement et se trouvent ici :

http://www.uefa.org/MultimediaFiles/Download/Publications/uefaorg/Marketing/01/91/36/66/1913666_DOWNLOAD.pdf

Diffuseurs français :



Kuoni: agence officielle pour l'hébergement

Le groupe Kuoni a été désigné comme agence d'hébergement officielle pour l'UEFA EURO 2016 en septembre 2012.

Kuoni proposera des services d'hébergement aux équipes participantes, aux officiels des matches, aux partenaires commerciaux, aux représentants des médias, aux partenaires de diffusion, aux fournisseurs et au personnel impliqué dans l'organisation de l'UEFA EURO 2016.

Kuoni devrait fournir des chambres pour plus de 250 000 nuitées pendant le tournoi.

C'est la deuxième fois que Kuoni est l'agence d'hébergement officielle, après l'édition de 2008, où le groupe avait géré 60 000 nuitées.

Le groupe Kuoni (1906) fait partie des leaders mondiaux du secteur du voyage.

Il opère dans plus de 60 pays (Europe, Asie, Afrique, Australie et Amérique du Nord) et compte 12 000 employés dans le monde.

Son siège est à Zurich, mais il a également des bureaux en France, à Paris (bureau principal), Lyon et Nice.

Le programme d'hospitalité

Une offre flexible et sur-mesure pour répondre à tous les besoins

Le programme d'hospitalité de l'EURO 2016 se décline en plusieurs « pass », offrant liberté et flexibilité pour que chacun puisse composer son programme sur-mesure, en fonction des objectifs et des disponibilités de chacun. Les entreprises qui souhaitent accéder à l'hospitalité de l'UEFA EURO 2016 trouveront une offre adaptée à leurs objectifs et besoins. L'EURO 2016 propose deux niveaux de prestations parmi les offres proposées, déclinées en deux niveaux pour une facilité d'appréhension : les pass Gold (comprenant les Pass 'à la carte', 'Ultimate' et 'Stadium') et les pass Platinum.

2 NIVEAUX DE PRODUITS
GOLD & **PLATINUM**
100 000 PACKAGES
À PARTIR DE **900** EUROS

EURO 2016 : le plus grand business club d'Europe

L'UEFA supervise la livraison des hospitalités, selon ses propres standards d'excellence, dans tous les stades dont elle prend le contrôle pour la durée du tournoi. Les ventes ont débuté en juin 2014.

L'édition 2012 avait réuni plus de 1 200 entreprises, en provenance de 60 pays.

L'UEFA EURO 2016 a choisi trois partenaires de prestige pour déployer le plus grand programme d'hospitalité jamais réalisé en France : DO&CO, Hédiard, Joël Robuchon. Outil de conquête et de développement à destination des entreprises, le Club Henri Delaunay bénéficiera ainsi d'une qualité de service inégalé.

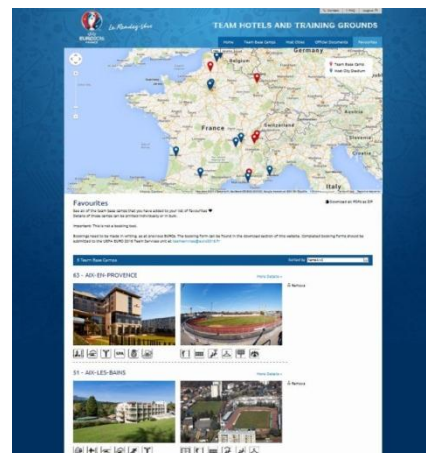
66 camps de base

Le catalogue des camps de base de l'UEFA EURO 2016, à destination des 54 fédérations nationales membres de l'UEFA, a été lancé le 1er septembre 2014.

Pour la première fois dans une compétition sportive internationale, le catalogue des camps de base est proposé sous la forme d'un site internet. Les Fédérations disposent donc d'un outil interactif et performant leur permettant de trouver les équipements les plus adaptés à leurs besoins.

<http://teambasecampseuro2016.uefa.ch>

Ce très large catalogue a pour objectif d'offrir aux Fédérations nationales le plus grand choix de sites, et de **couvrir l'intégralité du territoire français**. Les régions et villes qui n'accueilleront pas de matches lors de la compétition seront donc également impliquées.



Processus

- Identification de camps de base pour les équipes nationales de l'UEFA dans toute la France
 - o Un camp de base est fait d'un hôtel de standard supérieur et d'un centre d'entraînement, situé à un maximum de 20 min de l'hôtel
 - o Contractualisation des hôtels les plus appropriés aux équipes nationales par Kuoni, l'agence officielle d'hébergement ainsi que des centres d'entraînement par EURO 2016 SAS
 - o Un aéroport approprié devra être disponible pour chaque équipe à proximité de l'hôtel pour se déplacer la veille de match
- Identification des hôtels et centres d'entraînement transferts dans chaque ville hôte
- Identification du camp de base des arbitres, hôtel et centre d'entraînement

Objectifs

- Fournir les meilleures options d'hébergement et d'entraînement en France pour les équipes participantes à l'EURO UEFA 2016™, avec un catalogue de 66 camps de base
- Guider les Associations Nationales de l'UEFA vers les options les plus convenables, considérant leurs préférences géographiques, standard général, sécurité et exclusivité notamment.
- Etre le premier contact des fédérations en France, produire les itinéraires de visite, accompagner les représentants des Fédérations en repérage en France et fournir toutes informations nécessaires.
- Fournir des conditions de réservations d'hébergement et un processus de sélection correct et juste pour les 54 associations membre de l'UEFA

Les Fédérations nationales qualifiées pour la compétition auront jusqu'au 31 janvier 2016 pour confirmer leur choix auprès de l'UEFA.

Qualifiers

« La Semaine du football »

Les supporters ont la chance de voir plus de matches grâce au nouveau concept « la Semaine du football ». Cette nouvelle formule répartit les matches de qualification sur six jours (du jeudi au mardi). Le calendrier ainsi modifié contribue à redynamiser le football des équipes nationales.

Ainsi, chaque jour de « la Semaine du football », huit à dix matches sont proposés. Les diffuseurs disposent de davantage de matches et de créneaux de diffusion, les associations nationales bénéficient d'un calendrier cohérent et de recettes stables, le football des équipes nationales jouie d'une meilleure exposition et les supporters ont la possibilité de suivre les équipes nationales non seulement en semaine, mais également le week-end.

Le calendrier des matches de la phase de qualification pour l'UEFA EURO 2016

Le calendrier des matches de la phase de qualification de l'EURO 2016 est disponible à l'adresse suivante :

http://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/Draws/02/06/14/61/2061461_DOWNLOAD.pdf

Le calendrier des matches amicaux de l'Equipe de France est disponible à l'adresse suivante :

http://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/Draws/02/06/15/09/2061509_DOWNLOAD.pdf

Le programme des volontaires de l'UEFA EURO 2016

En mars 2014, l'association des « Volontaires 2016 » a été créée par la Fédération Française de Football et la Ligue de Football Professionnel. Un chef de projet a été recruté en juin.

Le programme sera lancé par la Fédération Française de Football à la fin du printemps 2015.



La communication digitale : « plus que du foot »

La volonté est de créer un véritable lien entre l'événement et les différentes communautés.

La ligne éditoriale de l'UEFA EURO 2016 mêlera actualités autour de l'événement (calendrier des matches, mise en avant des stades, mascotte...) et présentations des spécificités territoriales (promotion des territoires et des activités locales).

L'objectif étant de rassembler les passionnés de foot mais aussi tous les français fiers d'accueillir un tel événement. Pour ce faire, l'UEFA EURO 2016 s'appuiera sur un écosystème digital complet et connecté à celui de l'ensemble des parties prenantes (villes hôtes, institutions et sponsors). Dans un premier temps, les actions se concentreront sur Facebook, Twitter et le site Internet de l'EURO 2016.

Facebook

Sur Facebook (<https://www.facebook.com/EURO2016>) : la page réunit plus de 5,4 millions de Fans, à ce jour dont 128 000 Fans français.

Au-delà de l'évolution recherchée du nombre de Fans français, l'UEFA EURO 2016 attachera également beaucoup d'importance au niveau des interactions avec la communauté.



Twitter

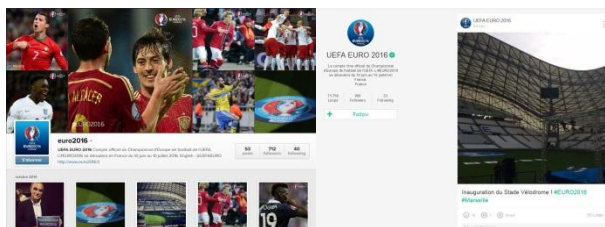
Le compte Twitter (<https://twitter.com/EURO2016>) compte aujourd'hui près de 45 000 Followers.

Les Followers peuvent poser des questions et obtenir des informations autour de l'UEFA EURO 2016 en temps réel.

Site internet

Le site Internet (http://bit.ly/EURO_2016) : hébergé au sein du site UEFA.com, il permet de retrouver toutes les informations clés de l'événement.

En un seul clic, vous pouvez accéder aux actualités de l'événement, à des interviews vidéos, des photos et des contenus sur les précédentes éditions.



Autres réseaux sociaux

Depuis le mois de septembre 2014, l'UEFA EURO 2016 a investi de nouveaux réseaux sociaux tels que : [Instagram](#) et [Vine](#) pour encourager la créativité de la communauté.

Le compte à rebours

<i>Septembre 2013</i>	<i>Lancement des logos des villes hôtes</i>
<i>14 septembre 2013</i>	<i>J-1000</i>
<i>22 Septembre 2013</i>	<i>Inauguration du stade de Nice</i>
<i>23 février 2014</i>	<i>Tirage au sort de la phase de qualification à Nice</i>
<i>Septembre 2014</i>	<i>Lancement de la phase de qualification</i>
<i>16 octobre 2014</i>	<i>Inauguration du stade Vélodrome à Marseille</i>
<i>23 octobre 2014</i>	<i>6^{ème} Comité de Pilotage de l'UEFA EURO 2016</i>
<i>18 novembre 2014</i>	<i>Lancement de la mascotte lors de France / Suède</i>
<i>Janvier 2015</i>	<i>Inauguration du stade Geoffroy Guichard à Saint-Etienne</i>
<i>27 Janvier 2015</i>	<i>J-500</i>
<i>8 mai 2015</i>	<i>J-400</i>
<i>23 mai 2015</i>	<i>Inauguration du stade de Bordeaux</i>
<i>Juin 2015</i>	<i>Lancement du Programme des Volontaires</i>
<i>Juin 2015</i>	<i>Ouverture de la billetterie grand public</i>
<i>10 Juin 2015</i>	<i>J-365</i>
<i>Août 2015</i>	<i>Inauguration du Parc des Princes à Paris</i>
<i>18 août 2015</i>	<i>J-300</i>
<i>Novembre 2015</i>	<i>Inauguration du stade Bollaert-Delelis à Lens</i>
<i>Novembre 2015</i>	<i>Inauguration du Stadium de Toulouse</i>
<i>24 novembre 2015</i>	<i>J-200</i>
<i>12 décembre 2015</i>	<i>Tirage au sort de la phase finale à Paris</i>
<i>Début 2016</i>	<i>Inauguration du stade de Lyon</i>
<i>Mars 2016</i>	<i>Workshop des finalistes</i>
<i>3 mars 2016</i>	<i>J-100</i>
<i>10 juin 2016</i>	<i>Match d'ouverture de l'UEFA EURO 2016</i>
<i>10 juillet 2016</i>	<i>Finale de l'UEFA EURO 2016</i>

Ce dossier est accessible sur :

<http://ftp.uefa.com>

User: MediaAndComs

Password: UEfa2014

Pour tout complément d'information, veuillez contacter :

Guillemette ROLLAND

Directrice de la communication et de la promotion

EURO 2016 S.A.S.

+33 825 06 2016

@: guillemette.rolland@euro2016.fr

Lola BOURGET

Coordinatrice de la communication et de la promotion

+33 9 65 67 30 62

@: lola.bourget@euro2016.fr

UEFA Media Services

Mobile: +41 848 04 27 27

@: media@uefa.ch

Rejoignez-nous :

Facebook : <https://www.facebook.com/EURO2016>

Twitter : <https://twitter.com/EURO2016>

Vine : <https://vine.co/euro2016>

Instagram : <http://instagram.com/euro2016>

#EURO2016 #LeRendezVous



UEFA
ROUTE DE GENÈVE 46
CH-1260 NYON 2
SWITZERLAND
T: +41 848 00 27 27
F: +41 848 01 27 27

EURO 2016 SAS
112, AVENUE KLÉBER
CS 81671
75773 PARIS CEDEX 16
FRANCE
T: +33 (0)825 06 2016
EURO2016.FR