



UEFA  
**EURO2016**  
FRANCE

*Le Rendez-Vous*

DOSSIER DE PRESSE

Vendredi 18 septembre 2015

J-266

@EURO2016

#LeRendezVous

## Table des matières

### Le Championnat d'Europe de Football de l'UEFA

Histoire de la compétition

Champions d'Europe

### L'UEFA EURO 2016

Identité de l'événement

Inspiration, logo, identité visuelle, slogan, logo ville-hôte, Trophée Henri Delaunay, Mascotte

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

Fan Zones

Programme commercial de l'UEFA EURO 2016

Partenaires globaux, partenaires nationaux

Programme de vente des droits TV

Kuoni : agence officielle pour l'hébergement

Programme d'hospitalité

Responsabilité sociale et environnementale

Le Comité "11 tricolore"

Les ambassadeurs des villes-hôtes

Camps de base et centres d'entraînement

Qualifiers - "la semaine du football"

Programme de Volontaires

Communication digitale

Récapitulatif chiffres clés



# 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<sup>e</sup> 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<sup>e</sup> 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															
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 retenu a été celui créé 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'emblématique 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



## 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 à 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 sa qualité de « 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.

		MATCH SCHEDULE / CALENDRIER DES MATCHES									
		BORDEAUX Stade de Bordeaux 42,000	LENS Stade Bollaert-Delelis 38,000	LILLE METROPOLE Stade Pierre Mauroy 59,000	LYON Stade de Lyon 58,000	MARSEILLE Stade Vélodrome 67,000	NICE Stade de Nice 36,000	PARIS Parc des Princes 48,000	SAINT-DENIS Stade de France 80,000	SAINT-ETIENNE Stade Geoffroy Guichard 42,000	TOULOUSE Stadium de Toulouse 33,000
Group matches / Matches de groupe	10.06								1 FRA-A2 21:00		
	Matchday 1 1 <sup>ère</sup> journée de matches	11.06	3 B3-B4 18:00	2 A3-A4 15:00		4 B1-B2 21:00					
		12.06			7 C1-C2 21:00		6 C3-C4 18:00	5 D3-D4 15:00			
		13.06				10 E1-E2 21:00			9 E3-E4 18:00		8 D1-D2 15:00
	Matchday 2 2 <sup>ème</sup> journée de matches	14.06	11 F3-F4 18:00							12 F1-F2 21:00	
		15.06		13 B2-B4 15:00		15 FRA-A3 21:00		14 A2-A4 18:00			
		16.06		16 B1-B3 15:00		17 C2-C4 18:00			18 C1-C3 21:00		
		17.06					21 D1-D3 21:00			20 D2-D4 18:00	19 E2-E4 15:00
		18.06	22 E1-E3 15:00				23 F2-F4 18:00		24 F1-F3 21:00		
		19.06			26 A4-FRA 21:00	25 A2-A3 21:00					
	Matchday 3 3 <sup>ème</sup> journée de matches	20.06								28 B4-B1 21:00	27 B2-B3 21:00
		21.06	32 D4-D1 21:00	31 D2-D3 21:00			29 C2-C3 18:00		30 C4-C1 18:00		
22.06				35 E2-E3 21:00	34 F4-F1 18:00		36 E4-E1 21:00		33 F2-F3 18:00		
23.06 Rest days /Repos											
24.06 Rest days /Repos											
Round of 16 Huitièmes de finale	25.06		39 WD-3B/E/F 21:00					38 WB-3A/C/D 18:00		37 RA-RC 15:00	
	26.06			41 WC-3A/B/F 18:00	40 WA-3C/D/E 15:00					42 WF-RE 21:00	
	27.06						44 RB-RF 21:00		43 WE-RD 18:00		
28.06 Rest days /Repos											
29.06 Rest days /Repos											
Quarter-finals Quarts de finale	30.06					45 W37 v W39 21:00					
	01.07			46 W38 v W42 21:00							
	02.07	47 W41 v W43 21:00							48 W40 v W44 21:00		
03.07 Rest days /Repos											
04.07 Rest days /Repos											
Semi-finals Demi-finales	05.07	Rest days /Repos									
	06.07			49 W45 v W46 21:00							
07.07				50 W47 v W48 21:00							
08.07 Rest days /Repos											
09.07 Rest days /Repos											
Final / Finale	10.07								51 W49 v W50 21:00		

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

W = Vainqueur, R = Deuxième, 3 = Troisième  
 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 HEC.  
 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<sup>er</sup> 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 : 15h, 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<sup>èmes</sup> 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<sup>ème</sup> de finale à Lyon si elle termine 1<sup>ère</sup> de son groupe, à Saint-Etienne si elle termine 2<sup>ème</sup>

## UEFA EURO 2016 : faits et chiffres

La phase finale du 15<sup>e</sup> 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 spectateurs** 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 spectateurs 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**.

Plus de **8,1 milliards de téléspectateurs** avaient suivi l'édition 2012.

### 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
<b>Président</b>	Jacques Lambert	Président d'EURO 2016 SAS
<b>Membres</b>	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 (FPF)
	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
<b>Observateur</b>	Martin Kallen	Directeur Activités opérationnelles d'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 responsable 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.

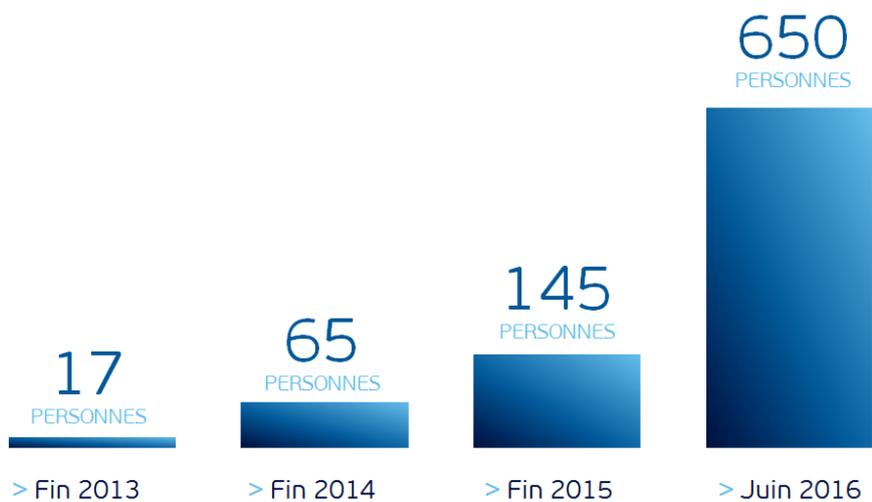
Les partenaires du domaine sportif	Les partenaires du secteur public
 <p style="text-align: center;"><b>UEFA EURO 2016 SAS</b></p>	 <p style="text-align: center;"><b>Etat</b> <b>Villes hôtes</b></p>
Missions	Missions
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direction générale de l'UEFA EURO 2016</li>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

## Organigramme simplifié d'EURO 2016 SAS



## Ressources humaines

Effectif fin août :



## 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.**

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



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

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

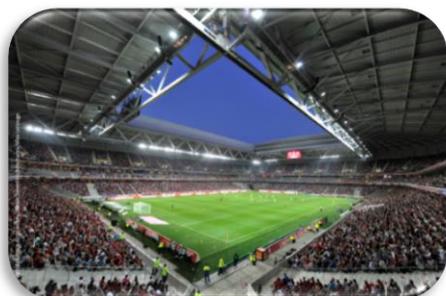


**Responsable du projet** Olympique Lyonnais  
**Type de projet** Nouveau stade  
**Capacité brute** 59 000 places

**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** Mis 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

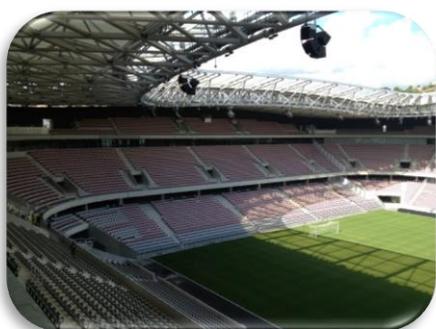
**Ville hôte** Bordeaux  
**Stade** Stade de Bordeaux  
**Etat actuel du projet** Travaux terminé  
 Inauguré le 18 mai 2015



**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** Inauguré 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



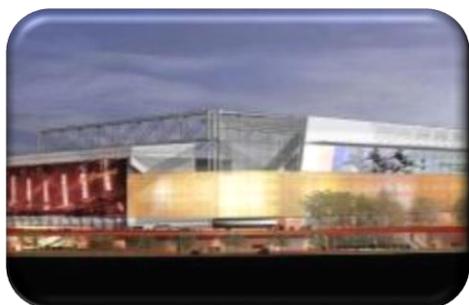
**Responsables du projet** Ville de Paris et PSG  
**Type de projet** Rénovation majeure  
**Capacité brute** 48 000 places  
**Financement** Privé  
**Constructeur** Vinci  
**Architectes** ATSP  
**Exploitant** SESE  
**Coût du projet** EUR 75 millions

**Ville hôte** Saint-Étienne  
**Stade** Stade Geoffroy Guichard  
**Etat actuel du projet** Travaux terminés  
 Mis en service en janvier 2015



**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** 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**  
**Architectes** Cardete & Huet – Atelier Ferret 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  
**Exploitant** Ville de Toulouse  
**Coût du projet** EUR 35 millions

## Les Fan Zones

**La Fan Zone** est un projet porté et mis en œuvre par chaque ville-hôte.

Chaque Fan Zone disposera d'un écran géant permettant la retransmission des matches de l'UEFA EURO 2016, pendant toute la durée de la compétition. Il s'agit des zones officielles de supporters, présentes dans les 10 villes accueillant la compétition.



Les responsabilités sont réparties comme suit :

VILLES-HÔTES	UEFA EURO 2016
Planification, réalisation et exploitation	Licence pour la retransmission des matches
Mise à disposition et préparation du site	Fourniture de l'écran géant principal
Infrastructures	Création du design de l'habillage de la Fan Zone
Gestion de la sécurité	Accompagnement des villes hôtes
Programme de divertissement	Cadre commercial

## 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, quatre contrats ont été conclus avec : FDJ – La Française des Jeux / PROMAN / Crédit Agricole / SNCF.

### 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 balles, 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 balles 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, qui comprend 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 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 ».

### PROMAN



PROMAN et l'UEFA ont officiellement annoncé leur partenariat le 11 mars 2015.

PROMAN est le deuxième Sponsor National de l'UEFA EURO 2016 à rejoindre le programme des partenaires officiels, dans la catégorie recrutement et travail temporaire.

Créée en 1990 à Manosque par Roland Gomez, PROMAN est la première entreprise familiale indépendante dans le secteur du travail temporaire et des ressources humaines. Elle figure parmi les 5 entreprises leaders du marché en France. Le Groupe PROMAN dispose à ce jour de 240 agences en France. Il est également présent en Suisse et en Grande Bretagne.

PROMAN affiche une croissance à deux chiffres depuis de nombreuses années, et double son chiffre d'affaires tous les trois ans pour approcher le milliard d'euros en 2014.

L'UEFA EURO 2016 est une formidable plateforme qui permettra à PROMAN d'animer son réseau d'agences, de multiplier les contacts directs, et d'accroître sa notoriété en France et en Europe. Elle permettra en outre à l'entreprise de proposer sa participation au recrutement des personnels liés à l'organisation du tournoi sur les 10 sites

Jacques Lambert, Président d'EURO 2016 SAS, déclare « Nous sommes très fiers d'accueillir PROMAN en tant que recruteur officiel de l'UEFA EURO 2016. PROMAN est un modèle de réussite, représentatif du tissu économique français. Le partenariat mis en place permettra à l'UEFA EURO 2016 et à PROMAN de travailler ensemble sur le recrutement de ressources nécessaires au bon déroulement de l'évènement. Le maillage des 240 agences du Groupe permettra également la mise en place d'animations sur l'ensemble du territoire. »

### Crédit Agricole



UEFA EURO 2016 et Crédit Agricole ont annoncé officiellement leur partenariat le 19 mars 2015. Le Crédit Agricole, 3ème partenaire national, est « Banque officielle de l'évènement ».

Premier réseau bancaire avec 7000 agences et 21 millions de clients, le Crédit Agricole est une banque coopérative engagée sur les territoires. Cet ancrage lui permet de participer à l'accompagnement du football partout en France, sport avec lequel elle partage les valeurs d'universalité, de proximité et d'utilité.

Les 39 Caisses régionales de Crédit Agricole seront mobilisées pour l'UEFA EURO 2016.

Pour Jacques Lambert, Président d'EURO 2016 SAS : « Le Crédit Agricole est un partenaire historique du sport et du football français. Sa collaboration à un évènement de l'ampleur de l'EURO est une évidence. Sur le territoire national, le Crédit Agricole est un groupe incontournable et son positionnement comme banque majeure du marché français en fait un partenaire à la hauteur du prestige de l'évènement. Nous sommes ravis de pouvoir compter sur le soutien du Crédit Agricole comme banque officielle de l'UEFA EURO 2016. »

### SNCF



Le partenariat entre l'UEFA EURO 2016 et la SNCF a été officialisé le 2 avril 2015. SNCF est le quatrième sponsor national à rejoindre la famille des partenaires officiels de l'évènement.

Cet engagement porte sur le transport de voyageurs et marchandises. SNCF sera aux côtés des supporters avant, pendant et après leur voyage dans les gares et sur l'ensemble du réseau, en tant que Transporteur national officiel de l'évènement.

SNCF est l'un des premiers groupes mondiaux de transport. Acteur des mobilités et du développement durable en Europe, géant du transport ferroviaire de voyageurs et de marchandises, le groupe utilisera son important réseau de transports et son savoir-faire logistique pour rendre plus simple et plus fluide le déplacement des supporters dans l'Hexagone.

Jacques Lambert, Président d'EURO 2016 SAS, a déclaré : « *C'est avec une grande joie que nous accueillons ce partenariat avec SNCF, qui, par son expérience dans le transport de passagers et ses multiples initiatives et engagements en faveur du sport, rejoint naturellement les valeurs d'excellence et d'unité qui sont celles de l'UEFA EURO 2016* »

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

Diffuseurs français :

	51 matches
	11 matches
	11 matches

## 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.

## Responsabilité sociale

Le programme de responsabilité sociale pour l'UEFA EURO 2016 est divisé en quatre domaines clés : la santé (campagne sans tabac), l'accessibilité (accueil des supporters en situation de handicap), la lutte contre la discrimination et les services aux supporters. Les activités de responsabilité sociale ont été développées dans le cadre de partenariats noués avec des organisations actives dans ce domaine (voir ci-dessous).

### **Santé : EURO 2016 sans tabac**

En collaboration avec la « Fédération mondiale du cœur » et le réseau « Healthy Stadia » (Stades sains), l'UEFA vise à créer un environnement sans tabac pour tous les détenteurs de billets, membres du personnel et prestataires de services dans l'ensemble des stades de l'UEFA EURO 2016. L'UEFA incite ses différents partenaires à adopter cette politique lors des événements d'avant-tournoi et dans les zones officielles des supporters.

### **Accessibilité : respect de l'accès pour tous**

En partenariat avec le « Centre pour l'accès au football en Europe » (CAFE), l'UEFA vise à rendre les stades de l'UEFA EURO 2016 entièrement accessibles, et ainsi à en faire des lieux d'intégration. Conformément au Guide de bonnes pratiques de l'UEFA et du CAFE en matière d'accessibilité des stades et d'expérience lors des matches (disponible sur le site internet de l'UEFA), l'objectif est d'accueillir des personnes de besoins différents en matière d'accessibilité et de leur permettre de vivre l'expérience d'un match dans un contexte d'intégration.

### **Lutte contre la discrimination : respect de la diversité**

En lien avec le réseau FARE (Football Against Racism in Europe), l'UEFA vise à appliquer une politique de tolérance zéro envers toute forme de racisme et de discrimination. L'ensemble des matches de l'UEFA EURO 2016, ainsi qu'un certain nombre de matches de qualifications, seront supervisés par des observateurs de FARE. Les rapports d'incident seront transmis à l'Instance de contrôle, d'éthique et de discipline de l'UEFA et pourront donner lieu à des sanctions. Le large éventail de mesures de l'UEFA en matière de respect de la diversité comprend aussi des programmes éducatifs et des campagnes telles que « Non au racisme ».

### **Service aux supporters : respect de la culture des supporters**

En collaboration avec « Football Supporters Europe » (FSE), l'UEFA vise à accueillir, conseiller et soutenir du mieux possible les supporters de football venus assister à l'UEFA EURO 2016. Le programme d'ambassades de supporters mené par FSE fait partie intégrante du tournoi.

## Responsabilité environnementale

Organiser un événement de l'ampleur de l'UEFA EURO 2016 représente un enjeu environnemental de taille. La question du développement durable est clé. L'UEFA met tout en œuvre pour contribuer à la durabilité de l'événement en réduisant progressivement son empreinte environnementale, en agissant de manière socialement responsable et en mesurant l'impact économique du tournoi, afin d'évaluer l'héritage tangible pour le pays organisateur, la France.

Chaque partie prenante du tournoi (l'UEFA, EURO 2016 SAS, l'État français, les villes hôtes, les partenaires commerciaux, les supporters et les visiteurs) a son rôle à jouer et contribue à réduire l'empreinte environnementale de l'UEFA EURO 2016.

Un enjeu important du programme de développement durable de l'UEFA EURO 2016 sont les jeunes supporters de football. Les nouvelles technologies permettront de développer des plates-formes collaboratives et d'accélérer la dématérialisation. Les nouvelles formes de mobilité seront privilégiées. Les outils de communication intégreront les médias sociaux. Enfin, Super Victor, la Mascotte Officielle du tournoi, portera également des messages de développement durable en direction des plus jeunes.

### Evaluation

Le « reporting » est une pièce maîtresse de toute stratégie de développement durable, et l'UEFA s'appuiera sur les standards du GRI (Global Reporting Initiative) pour le rapport sur les activités de responsabilité sociale lors de l'UEFA EURO 2016. L'empreinte environnementale du tournoi sera également évaluée. Les indicateurs clés de performance (« key performance indicators », KPI) de la stratégie seront communiqués aux instances décisionnaires.

### Transports publics et mobilité

Les transports contribuent largement à l'empreinte carbone d'un événement et constituent par conséquent un élément important de la stratégie de développement durable de l'UEFA EURO 2016. En promouvant l'utilisation des transports publics, l'UEFA désire laisser un héritage durable du tournoi dans le pays organisateur et dans les villes hôtes.

Les supporters se verront proposer différents services de transport pour se rendre dans les stades et les zones des supporters durant le tournoi. L'UEFA travaille en étroite collaboration avec diverses parties prenantes et avec ses partenaires en matière de transports aux niveaux national, régional et local afin de privilégier les systèmes de transports publics efficace qui intègre les aspects de l'éco-mobilité et tienne compte de la qualité de l'air, de l'énergie et de l'impact environnemental.

### Gestion des déchets

Des services de gestion des déchets seront proposés sur les différents sites dans deux domaines : le nettoyage et l'élimination des déchets.

L'élimination des déchets couvre le ramassage de tous les déchets collectés ainsi que, en fonction du fournisseur de services, du site et des installations publiques, le tri des déchets entre le verre, le papier/le carton, le compost, le PET/l'alu, etc.

### Energie et eau

De nombreux stades français ont d'ores et déjà recours à des énergies renouvelables, comme l'énergie solaire, éolienne ou géothermique. Dans la plupart d'entre eux, les eaux de pluies sont collectées et réutilisées pour l'arrosage du terrain, par exemple.

En outre, la stratégie de l'UEFA est de réduire la consommation en énergie en identifiant et en rassemblant les besoins des parties prenantes, et en concevant un système au plus près des réalités, afin d'optimiser notamment l'utilisation de l'énergie et de l'eau.



### **Approvisionnement en produits et services**

Une clause consacrée au développement durable fait partie intégrante de tous les appels d'offres pour des prestations opérationnelles, les procédures d'achat et les contrats relatifs à l'UEFA EURO 2016. Ainsi, les fournisseurs et les chefs de projet sont encouragés à tenir compte du développement durable, ce qui facilite une stratégie ascendante.

Cette clause contient l'obligation de respecter le Pacte Mondial des Nations Unies (auquel EURO 2016 SAS a adhéré). Ce texte prévoit des principes universellement reconnus relatifs aux droits de l'homme, au droit du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption. Il demande également des informations sur les initiatives en matière de durabilité mises en place par le fournisseur comme la mise à disposition de données après l'événement sur les services ou les produits fournis, la rédaction d'un rapport GRI sur le développement durable environnemental, des détails sur les priorités du projet durable, des propositions de solutions novatrices.

Les appels d'offres, les procédures d'achat et les contrats spécifiques contiennent ainsi des critères stricts en matière de développement durable.

## Le comité « 11 tricolore »

Le Président de la République a annoncé le 30 mai 2015 la nomination d'un comité « 11 tricolore » à l'occasion d'une conférence de presse au Stade de France.

Ce comité réunit des personnalités qualifiées et sera chargé d'impulser et de soutenir des actions autour de thématiques variées en lien avec l'EURO 2016 : culture, jeunesse, numérique, handicap, développement durable, emploi, économie et tourisme.

Le comité « 11 tricolore » est composé des personnalités suivantes :

- Gérard MESTRALLET, président de la Fondation Agir contre l'Exclusion - emploi et réinsertion
- Pierre BLAYAU, ancien président du Stade Rennais et du Paris Saint-Germain, Président de la CCR – Tourisme et secteur de l'entreprise
- Isabelle GIORDANO, Directrice générale d'Unifrance film – culture
- Michel CYMES, médecin, animateur TV et radio – santé
- Frédéric MAZZELA, créateur de BlaBlaCar – nouvelles technologies
- Christine KELLY, journaliste et instigatrice des 24h du sport au féminin - sport au féminin et parité
- Pauline GAMERRE, directrice générale du Red Star - citoyenneté et diversité
- Nadia BELLAOUI, présidente du Mouvement associatif – jeunesse
- Tony ESTANGUET, triple champion du monde et triple champion olympique de canoë, membre du CIO – environnement
- Didier FUSILLER, patron du manège Maubeuge et directeur de la maison des arts et de la culture André Malraux à Créteil - fête autour de l'EURO partout en France
- Emmanuelle ASSMANN, présidente du mouvement paralympique - handicap et accessibilité.

## Les ambassadeurs des villes-hôtes de l'UEFA EURO 2016

Les ambassadeurs des villes-hôtes sont des personnalités emblématiques de la ville : une personnalité issue du milieu du football, et une personnalité issue des milieux culturel, artistique, sportif (hors football).

Pendant la période qui précède l'UEFA EURO 2016, ces ambassadeurs, personnalités reconnues et appréciées du grand public, joueront un rôle important dans l'ancrage local du tournoi. A travers les valeurs positives qu'ils incarnent, ils constituent un relais d'information privilégié sur les préparatifs, aussi bien dans leur région que pour le tournoi en lui-même.

Les Ambassadeurs des villes hôtes nommés à ce jour sont :

### **Bordeaux :**

- Alain GRESSE, vainqueur de l'UEFA EURO 1984
- Emmanuelle GRIZOT, danseuse étoile et chorégraphe de l'Opéra National de Bordeaux

### **Lille Métropole :**

- Vahid HALILHODZIC, ancien entraîneur du LOSC
- Mat BASTARD, chanteur du groupe « Skip The Use »

### **Marseille :**

- Basile BOLI, ancien joueur de l'Olympique de Marseille
- Florent MANAUDOU, champion Olympique de natation en 2012

### **Saint-Etienne :**

- Jérémie JANOT, ancien gardien de but de l'AS Saint-Etienne
- Louis LAFORGE, journaliste à France Télévisions

### **Saint-Denis :**

- Steve MARLET, entraîneur du Red Star
- Grand Corps Malade, auteur interprète

### **Lens Agglo :**

- Eric SIKORA, ancien joueur du RC Lens

### **Lyon :**

- Wendie RENARD, joueuse de l'équipe de France et capitaine de l'Olympique Lyonnais
- Thierry FREMAUX, directeur de l'institut Lumière de Lyon et Délégué général du Festival de Cannes

### **Nice :**

- Daniel BRAVO, vainqueur de l'UEFA EURO 1984

### **Toulouse :**

- Fabien BARTHEZ, champion du Monde 1998, et vainqueur de l'UEFA EURO 2000

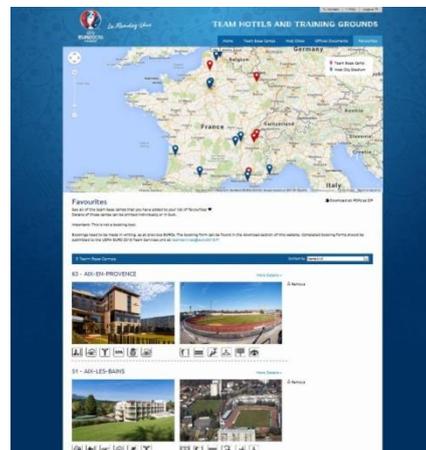
## 68 camps de base

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 68 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 jouit 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](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](http://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/Draws/02/06/15/09/2061509_DOWNLOAD.pdf)

## Le programme des Volontaires

Ce programme est porté par la Fédération Française de Football. En mars 2014, l'association des « Volontaires 2016 » a été créée par la Fédération Française de Football et la Ligue de Football Professionnel. Le programme a été officiellement lancé par la Fédération Française de Football **le 30 mai 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 6 millions de Fans, à ce jour dont 160 000 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 plus de 111 000 Followers.

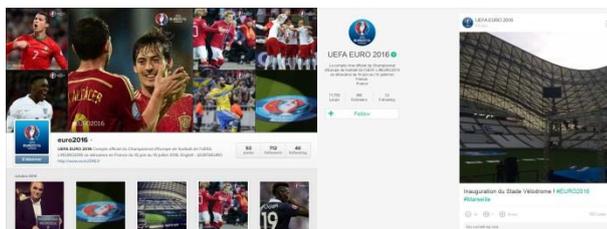
Les Followers peuvent poser des questions et obtenir des informations autour de l'UEFA EURO 2016 en temps réel.

### Site internet

Le site Internet ([http://bit.ly/EURO\\_2016](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.

## Récapitulatif chiffres clés

### ASPECT SPORTIF

**15<sup>ème</sup>** édition du Championnat d'Europe de Football

**3<sup>ème</sup>** édition organisée en France après 1960 et 1984

**1<sup>ère</sup>** édition comprenant 24 équipes – la France est directement qualifiée en tant que pays organisateur

**31** jours de compétition – du 10 juin au 10 juillet 2016

**51** matches organisés dans 10 villes hôtes

### VOLET TOURISME ET ECONOMIE

Les **7** plus grosses agglomérations françaises sont hôtes de la compétition

**1/3** de la population française est directement concernée par l'évènement

Chaque équipe jouera ses **3** matches de poule dans **1** ville différente

Une affluence de **2,5** millions de spectateurs

**1** million de visiteurs étrangers – en provenance de **125** pays de tous les continents en 2012

**7** millions de visiteurs attendus dans les Fan Zones

### EXPOSITION INTERNATIONALE POUR LA FRANCE

En 2012 :

- **8,1** milliards de téléspectateurs en cumulé
- **150** millions de téléspectateurs par match
- **120** diffuseurs sur **200** territoires

## 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<sup>ème</sup> 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>27 Janvier 2015</i>	<i>J-500</i>
<i>12 mars 2015</i>	<i>7<sup>ème</sup> Comité de pilotage de l'UEFA EURO 2016 à Lyon</i>
<i>7 mai 2015</i>	<i>J-400</i>
<i>12 mai 2015</i>	<i>Conférence de presse de <b>présentation de l'offre billetterie</b></i>
<i>18 mai 2015</i>	<i>Inauguration officielle du <b>stade de Bordeaux</b></i>
<i>30 mai 2015</i>	<i>Lancement du <b>Programme des Volontaires</b> par la Fédération Française de Football</i>
<i>10 Juin 2015</i>	<i>Ouverture de la période de <b>réservation de la billetterie</b></i>
	<i><b>J-365</b> – conférence de presse de Michel PLATINI et Jacques LAMBERT à Paris</i>
<i>Juin 2015</i>	<i><b>J-365</b> dans les villes-hôtes</i>
<i>9 juillet 2015</i>	<i>Présentation de la stratégie de <b>développement durable</b> de l'UEFA EURO 2016</i>
<i>10 juillet 2015</i>	<i><b>Clôture</b> de la période de réservation de la billetterie</i>
<i>Août 2015</i>	<i>Inauguration officielle du <b>Parc des Princes</b> à Paris</i>
<i>15 août 2015</i>	<i><b>J-300</b></i>
<i>Octobre 2015</i>	<i>Inauguration officielle du <b>stade Geoffroy Guichard</b> à Saint-Etienne</i>
<i>Novembre 2015</i>	<i>Inauguration officielle du <b>stade Bollaert-Delelis</b> à Lens</i>
<i>23 novembre 2015</i>	<i><b>J-200</b></i>
<i>12 décembre 2015</i>	<i>Tirage au sort de la <b>phase finale</b> à Paris</i>
<i>Début 2016</i>	<i>Inauguration officielle du <b>stade de Lyon</b></i>
	<i>Inauguration officielle du <b>Stadium de Toulouse</b></i>
<i>Mars 2016</i>	<i>Workshop des finalistes</i>
<i>2 mars 2016</i>	<i><b>J-100</b></i>
<i>10 juin 2016</i>	<i><b>Match d'ouverture</b> de l'UEFA EURO 2016</i>
<i>10 juillet 2016</i>	<i><b>Finale</b> de l'UEFA EURO 2016</i>

Ce dossier est accessible sur le site internet de l'UEFA [www.uefa.com](http://www.uefa.com), ou sur la plateforme <http://ftp.uefa.com> (User : MediaAndComs – Password : UEfa2015)

Pour tout complément d'information, veuillez contacter :

Guillemette ROLLAND

Directrice de la communication et de la promotion

EURO 2016 SAS

+33 825 06 2016

@: [media@euro2016.fr](mailto:media@euro2016.fr)

Lola BOURGET

Coordinatrice de la communication et de la promotion

+33 9 65 67 30 62

@: [media@euro2016.fr](mailto:media@euro2016.fr)

UEFA Media Services

+41 848 04 27 27

@: [media@uefa.ch](mailto: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

*Imprimé sur papier labellisé FSC.*



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