



UEFA
EURO2016
FRANCE

Le Rendez-Vous

DOSSIER DE PRESSE

Mercredi 2 mars 2016

J-100

@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

I. Identité de l'événement.....	p.4
Inspiration, logo, identité visuelle, slogan, logo ville-hôte, Trophée Henri Delaunay, Mascotte	
II. Calendrier des matches	p.7
III. Faits et chiffres.....	p.9
IV. Comité de pilotage de l'UEFA EURO 2016	p.10
V. Structure et organisation d'EURO 2016 SAS.....	p.11
Répartition des missions, organigramme simplifié, ressources humaines	
VI. Villes-hôtes.....	p.14
Les ambassadeurs des villes-hôtes, les Fan Zones	
VII. Point à date sur les stades.....	p.16
IX. Camps de base	p.20
X. Kuoni : agence officielle pour l'hébergement.....	p.22
XI. Programme des volontaires.....	p.23
XII. Programme d'hospitalité.....	p.24
XIII. Programme commercial.....	p. 25
Partenaires globaux, partenaires nationaux	
XIV. Programme de vente des droits TV.....	p.32
XV. Programmes institutionnels.....	p.33
XVI. Stratégie de développement durable.....	p.34
Responsabilité sociale, responsabilité environnementale	
XVII. Stratégie digitale.....	p.37
Récapitulatif chiffres clés et compte à rebours.....	p.38



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.

Nombre 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

I. 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



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 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>).



II. Calendrier des matches

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 EURO 2016 FRANCE

MATCH SCHEDULE
CALENDRIER DES MATCHES

GROUP / GROUPE A

FRA FRANCE
ROU ROMANIA
ALB ALBANIA
SUI SWITZERLAND

GROUP / GROUPE B

ENG ENGLAND
RUS RUSSIA
WAL WALES
SVK SLOVAKIA

GROUP / GROUPE C

GER GERMANY
UKR UKRAINE
POL POLAND
NIR N. IRELAND

GROUP / GROUPE D

ESP SPAIN
CZE CZECH REPUBLIC
TUR TURKEY
CRO CROATIA

GROUP / GROUPE E

BEL BELGIUM
ITA ITALY
IRL REP. OF IRELAND
SWE SWEDEN













GROUP / GROUPE F

POR PORTUGAL
ISL ICELAND
AUT AUSTRIA
HUN HUNGARY

Group	Match day 1	Match day 2	Match day 3	Round of 16	Quarter-finals	Semi-finals	Final
BORDEAUX Stade de Bordeaux 42,000	WAL SVK 15.00	BEL IRL 15.00	CRO ESP 21.00	W40 3B/E/F 21.00	W41 W43 21.00	W45 W46 21.00	W49 W50 21.00
	AUT HUN 18.00	ENG WAL 15.00	ESP TUR 21.00	W38 3A/H/F 18.00	W42 W44 21.00	W47 W48 21.00	
LENS AGGLO Stade Armand-Cotté 35,000	GER UKR 21.00	RUS SVK 15.00	CZE TUR 21.00	W39 3C/D/E 15.00	W37 W39 21.00		
	ALB SUI 15.00	ITA IRL 21.00	ITA IRL 21.00	W4 W4 18.00	W36 W38 21.00		
LILLE MÉTROPOLÉ Stade Pierre-Mauroy 59,000	ENG RUS 21.00	UKR NIR 18.00	UKR NIR 18.00	W3 W3 18.00	W35 W37 21.00		
	GER UKR 21.00	FRA ALB 21.00	FRA ALB 21.00	W2 W2 18.00	W34 W36 21.00		
LYON Stade de Lyon 59,000	ITA BEL 21.00	ISL HUN 18.00	ISL HUN 18.00	W1 W1 18.00	W33 W35 21.00		
	ITA BEL 21.00	ESP TUR 21.00	ESP TUR 21.00	W2 W2 18.00	W32 W34 21.00		
MARSEILLE Stade Vélodrome 67,000	ENG RUS 21.00	POR POL 18.00	POR POL 18.00	W1 W1 18.00	W31 W33 21.00		
	ENG RUS 21.00	GER POL 18.00	GER POL 18.00	W1 W1 18.00	W30 W32 21.00		
NICE Stade de Nice 35,000	POR POL 18.00	GER POL 18.00	GER POL 18.00	W1 W1 18.00	W29 W31 21.00		
	TUR SWE 15.00	ITA IRL 21.00	ITA IRL 21.00	W1 W1 18.00	W28 W30 21.00		
PARIS Parc des Princes 48,000	IRL SWE 18.00	ISL IRL 21.00	ISL IRL 21.00	W1 W1 18.00	W27 W29 21.00		
	IRL SWE 18.00	GER POL 18.00	GER POL 18.00	W1 W1 18.00	W26 W28 21.00		
SAINT-DENIS Stade de France 80,000	IRL SWE 18.00	GER POL 18.00	GER POL 18.00	W1 W1 18.00	W25 W27 21.00		
	IRL SWE 18.00	ITA IRL 21.00	ITA IRL 21.00	W1 W1 18.00	W24 W26 21.00		
SAINT-ÉTIENNE Stade Geoffroy-Guichard 42,000	IRL SWE 18.00	GER POL 18.00	GER POL 18.00	W1 W1 18.00	W23 W25 21.00		
	IRL SWE 18.00	CZE CRO 18.00	CZE CRO 18.00	W1 W1 18.00	W22 W24 21.00		
TOULOUSE Stade de Toulouse 33,000	ESP CZE 15.00	ITA SWE 15.00	ITA SWE 15.00	W1 W1 18.00	W21 W23 21.00		
	ESP CZE 15.00	GER POL 18.00	GER POL 18.00	W1 W1 18.00	W20 W22 21.00		

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.

La phase finale de l'UEFA EURO 2016 se déroulera du vendredi 10 juin au dimanche 10 juillet 2016.
Les heures de coup d'étoilet sont indiquées en HEC.

EURO2016.com
#EURO2016

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 : 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^{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}

III. 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 spectateurs** dans les stades, dont 1,5 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

IV. 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	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
Observateur	Martin Kallen	Directeur Activités opérationnelles d'UEFA Events SA et Directeur général d'EURO 2016 SAS

V. 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;">UEFA EURO 2016 SAS</p>	 <p style="text-align: center;">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



JACQUES LAMBERT
Président de EURO 2016 SAS



MARTIN KALLEN
Directeur Général



MAX BOUCHET-VIRETTE
Direction
Administrative et
Financière



ZIAD KHOURY
Direction de la
Sécurité / Sûreté



GUILLEMETTE ROLLAND
Direction de la
Communication et
de la Promotion



LUKAS ACHERMANN
Direction des
Services de
l'Événement



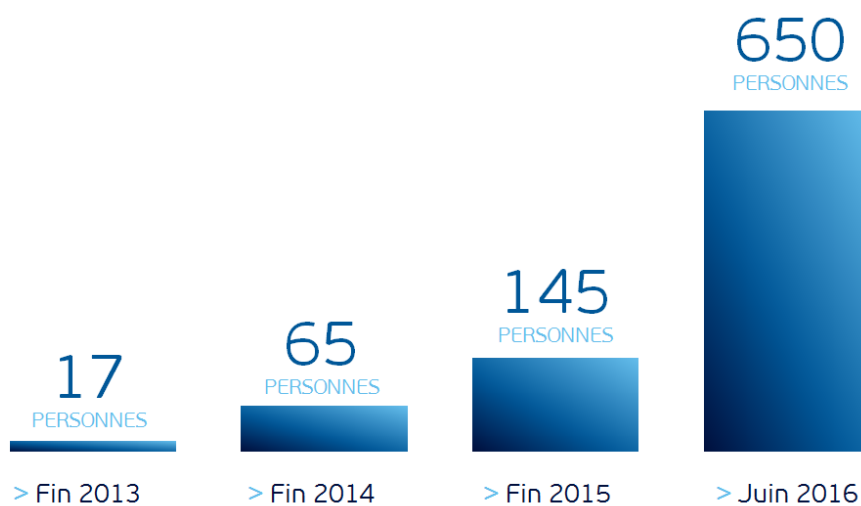
PHILIPPE MARGRAFF
Direction
Commerciale



ANDREAS SCHÄR
Direction des
Opérations dans
les Sites de
la Compétition

Ressources humaines

Effectifs au 2 mars 2016 : 226



VI. 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.



Les ambassadeurs des villes-hôtes

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 : Emmanuelle Grizot, danseuse étoile et chorégraphe de l'Opéra National de Bordeaux et Alain Giresse, vainqueur de l'UEFA EURO 1984.

Lens Agglo : Eric Sikora, ancien joueur du RC Lens.

Lille Métropole : Mat Bastard, chanteur du groupe « Skip The Use » et Vahid Halilhodzic, ancien entraîneur du LOSC.

Lyon : Wendie Renard, joueuse de l'équipe de France et capitaine de l'Olympique Lyonnais et Thierry Fremaux, directeur de l'institut Lumière de Lyon et Délégué général du Festival de Cannes.

Marseille : Basile Boli, ancien joueur de l'Olympique de Marseille et Florent Manaudou, champion Olympique de natation en 2012.

Nice : Daniel Bravo, vainqueur de l'UEFA EURO 1984.

Saint-Etienne : Jérémie Janot, ancien gardien de but de l'AS Saint-Etienne et Louis Laforge, journaliste à France Télévisions.

Saint-Denis : Grand Corps Malade, auteur interprète et Steve Marlet, entraîneur du Red Star.

Toulouse : Fabien Barthez, champion du Monde 1998, et vainqueur de l'UEFA EURO 2000.

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

VII. 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



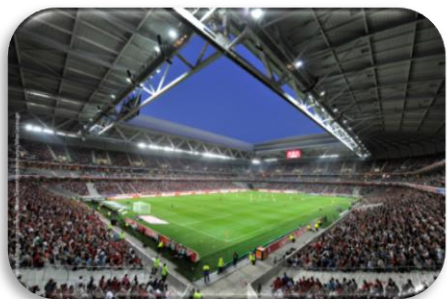
Responsable du projet	Consortium Stade de France
Type de projet	Rénovation mineure
Capacité brute	80 000 places
Financement	-
Constructeur	-
Architectes	SCAU
Exploitant	Consortium Stade de France
	-

Ville hôte Lyon
Stade Stade de Lyon
Etat actuel du projet Inauguré le 9 janvier 2016



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



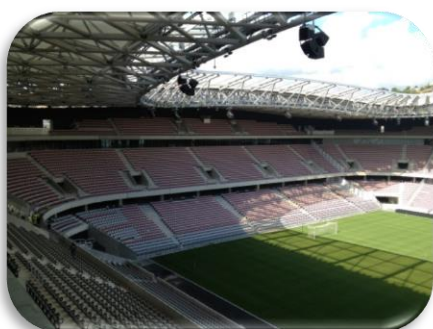
Responsable du projet Lille Métropole Communauté Urbaine
Type de projet Nouveau stade
Capacité brute 50 000 places
Financement Partenariat public-privé
Constructeur Eiffage
Architectes Valode & Pistre - Atelier Ferret Architectures
Exploitant Elisa
Coût du projet EUR 324 millions

Ville hôte Bordeaux
Stade Stade de Bordeaux
Etat actuel du projet 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 Travaux en cours



Responsables du projet Ville de Paris et PSG
Type de projet Rénovation majeure
Capacité brute 48 000 places

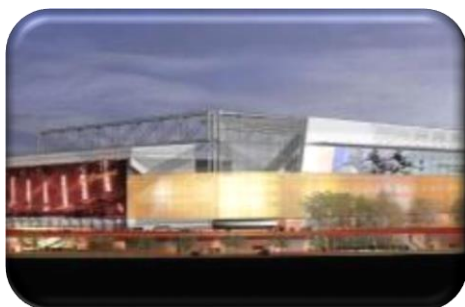
Financement Privé
Constructeur Vinci
Architectes ATSP
Exploitant SESE
Coût du projet EUR 75 millions

Ville hôte Saint-Étienne
Stade Stade Geoffroy Guichard
Etat actuel du projet 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 Travaux terminés



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 Inauguré le 16 janvier 2016



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

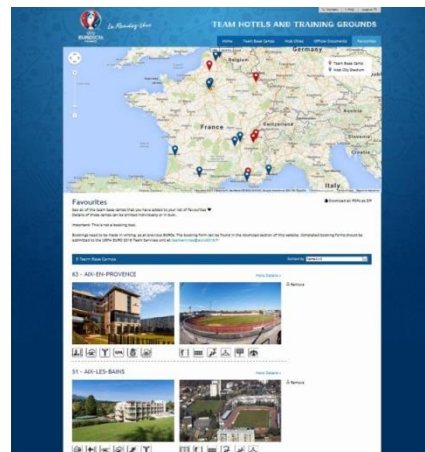
VIII. Camps de base

Le catalogue des 68 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 était proposé sous la forme d'un site internet. Les Fédérations disposaient 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 avait 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 sont 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

La liste définitive du choix des camps de base a été présentée officiellement par l'UEFA le 2 mars 2016.



UEFA
EURO2016
FRANCE



 Perros-Guirec

 Evian-Les-Bains

 Chantilly

 Mallemort


 Bordeaux

 Coeur Côte Fleurie/Deauville

 Saint-Martin-de-Ré

 Clairefontaine

 Tours

 Orry-la-ville


 Croissy-Sur-Seine

 Vichy

 Saint Nazaire

 Montpellier/Juvignac

 Saint-Cyr-sur-Mer

 Aix-en-Provence

 Tournettes

 Saint-Georges-de-Reneins

 Annecy-le-Vieux

 Montpellier/Grammont

 Dinard

 La Baule

 Linas-Marcoussis

 Versailles



IX. 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.

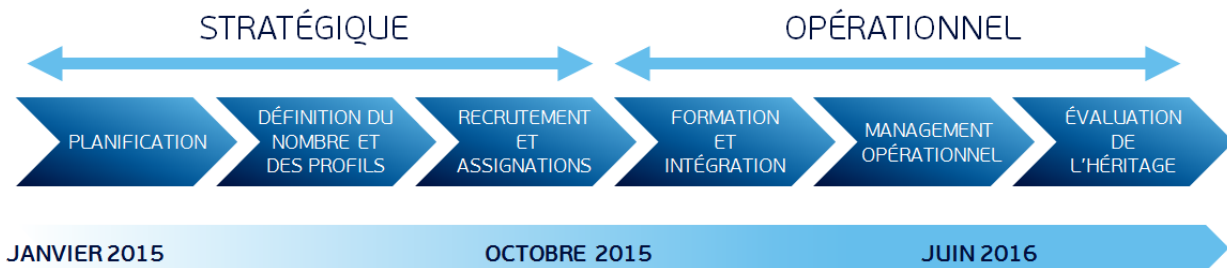
Son siège est à Zurich, mais il a également des bureaux en France, à Paris (bureau principal), Lyon et Nice.

X. Programme des Volontaires



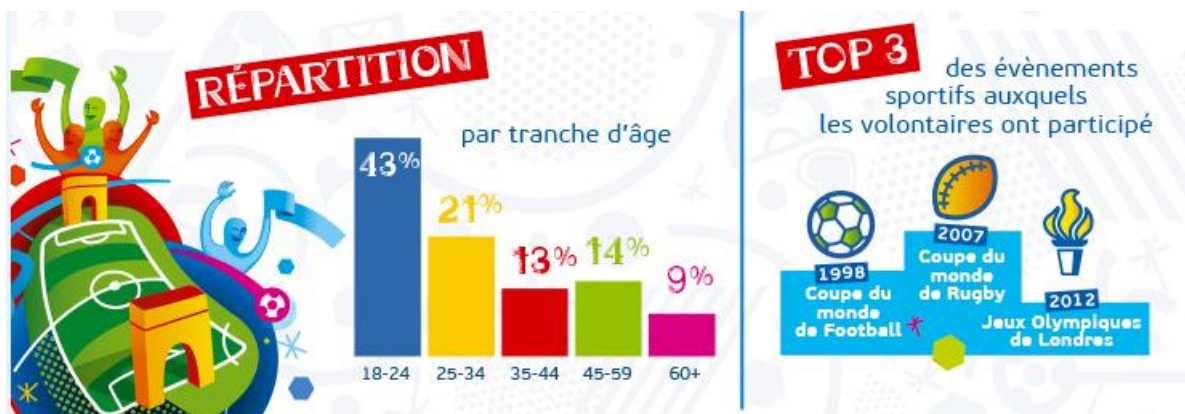
Ce programme est porté par la Fédération Française de Football.

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



Qui sont les 6 500 Volontaires ?

- 93 % des volontaires habitent en France
- 96 pays sont représentés
- 60% d'hommes et 40% de femmes
- 2 340 personnes pratiquent le football
- 986 sont licenciés de la Fédération Française de Football
- 52 % ont déjà été volontaires lors d'un évènement sportif.



Pour de plus amples informations, vous pouvez consulter le site internet de l'association :

<http://www.volontaires.euro2016.fr/fr>

XI. Programme d'hospitalité

Une offre simple et accessible pour répondre à tous les objectifs

Le programme hospitalité de l'EURO 2016 est accessible à toutes les entreprises et conçu pour répondre à tous les enjeux business. Il se décline en deux offres simples et adaptables : PLATINUM (loge) et GOLD (salon).

- L'expérience PLATINIUM : un espace privatif pour convier vos partenaires d'affaire en toute discrétion
- L'expérience GOLD : un espace convivial pour partager des moments d'émotions avec vos invités.



2 NIVEAUX DE PRODUITS

GOLD & PLATINUM

À PARTIR DE 780 € HT / personne / match

EURO 2016 : le plus grand centre d'affaire 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 et territoires.

L'UEFA EURO 2016 TM a choisi trois partenaires de prestige pour déployer le plus grand programme d'hospitalité jamais réalisé en France : Joël ROBUCHON, chef le plus étoilé au monde et Directeur culinaire du tournoi, HÉDIARD, symbole de la haute gastronomie à la française et traiteur officiel et DO&CO, référence internationale de l'événementiel haut-de-gamme, en charge des opérations.

Outil de conquête et de développement à destination des entreprises, le programme hospitalité de l'EURO 2016 offrira une prestation haut-de-gamme, inédite et inégalée.

Pour en savoir plus : +33 (0)9 65 67 31 00 / hospitality@euro2016.fr

XII. Programme commercial

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).

adidas – Carlsberg – Coca-Cola – Continental – Hisense – Hyundai/Kia – McDonalds – Orange – Socar – Turkish Airlines.

Six partenaires nationaux disposent de droits de sponsoring pour l'UEFA EURO 2016, limités au territoire du pays organisateur. Crédit Agricole – FDJ–La Française des Jeux – Abritel/ Homeway – La Poste – PROMAN – 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.

Hisense



En janvier 2016, l'UEFA et le groupe Hisense ont annoncé la signature de leur contrat de sponsoring. C'est le premier conclu avec une société chinoise en 56 ans d'existence du Championnat d'Europe de football.

S'exprimant au sujet de cet accord, Guy-Laurent Epstein, directeur Marketing d'UEFA Events SA, a déclaré : « Nous sommes particulièrement ravis d'accueillir Hisense, une marque chinoise connaissant une des croissances les plus rapides en Europe et en Amérique, au sein de la famille des partenaires de l'UEFA EURO 2016. Grâce à son attrait mondial et à la valeur de sa marque, l'UEFA EURO 2016 offrira à Hisense une plateforme inégalée qui lui permettra de poursuivre sa croissance internationale. Nous nous réjouissons de travailler en étroite collaboration avec Hisense et d'établir un partenariat mutuellement avantageux, qui permettra de promouvoir auprès de millions de supporters chinois ce qui se fait de mieux au niveau du football européen. »

M. Cheng Kaixun, vice-président du groupe Hisense, a commenté cet accord en ces termes : « Je suis honoré que notre groupe puisse devenir un partenaire mondial de l'UEFA EURO 2016. Hisense est une des entreprises chinoises leaders en matière de soutien au sport au niveau international, et nous sommes heureux que le marketing sportif ait contribué de manière importante à notre réussite mondiale au cours des dernières années. Le partenariat avec l'UEFA renforcera la valeur de la marque Hisense, et nous nous réjouissons de partager le meilleur du football européen avec les supporters du monde entier. »

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.

Orange



C'est la seconde fois qu'Orange collabore avec l'UEFA pour organiser cet événement footballistique majeur en Europe. Dans le cadre de sa campagne globale d'activation, Orange développera des offres exclusives donnant l'opportunité aux fans du monde entier de se connecter à ce qui leur est essentiel.

En tant que Fournisseur officiel de services de télécommunications et Partenaire global des matchs de l'UEFA EURO 2016, Orange fournira l'ensemble des services de communications fixes et wifi. Ces services incluront la transmission aux diffuseurs et aux supporters du monde entier des signaux des matchs depuis les 10 stades de la compétition. Orange permettra aussi de connecter l'ensemble des membres de l'organisation, des officiels, journalistes, arbitres et bénévoles via 25 000 points d'accès et services mobiles pendant toute la durée du tournoi.

Plus de 800 ingénieurs et experts d'Orange travailleront à l'organisation de l'EURO 2016.

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.



Turkish Airlines

Le 10 décembre 2015, Turkish Airlines a rejoint officiellement le programme commercial de l'UEFA EURO 2016 en tant que sponsor mondial disposant de droits exclusifs mondiaux, et en tant que compagnie aérienne officielle du tournoi.

Dans le cadre de sa campagne, Turkish Airlines développera des offres exclusives telles que des tarifs aériens spéciaux pour les supporters qui se déplaceront en France, et des prix charters pour les équipes participantes à destination et en provenance du tournoi. Turkish Airlines dessert en effet 22 des 24 pays participants et propose six destinations en France. À ce titre, elle constitue un partenaire idéal pour garantir que les supporters et les joueurs arrivent frais et dispos au tournoi.

Les partenaires nationaux

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. »

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'évènement 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'évènement 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 ».

Abritel-HomeAway



L'UEFA et HomeAway, leader de la location de vacances sur Internet, ont annoncé en janvier 2016 le partenariat avec Abritel-HomeAway qui devient le fournisseur officiel d'hébergements pour les supporters.

Abritel-HomeAway est le tout premier fournisseur de locations de vacances à sponsoriser le Championnat d'Europe de Football. Ensemble, ils permettront d'héberger en France les millions de supporters qui assisteront cette année au plus important événement footballistique d'Europe et l'un des tout premiers événements sportifs au monde.

Pour soutenir l'UEFA EURO 2016, Abritel.fr, le portail français du groupe HomeAway, développe son inventaire d'annonces de maisons et d'appartements à louer dans les 10 villes françaises qui accueilleront les matchs. Les supporters auront ainsi la possibilité de séjourner dans des logements entiers pendant tout le Championnat. Les locations proposées sur tous les sites du réseau HomeAway représentent une alternative aux hôtels, en termes d'espace et de flexibilité à prix abordable pour que les groupes d'amis, de supporters ou les familles puissent vivre l'événement tous ensemble.

Pour faciliter la recherche et la réservation de l'hébergement idéal, Abritel-HomeAway a développé un micro site dédié, www.abritel.fr/EURO2016, avec toutes les locations de vacances disponibles dans les villes d'accueil du Championnat et a lancé une campagne visant à encourager les propriétaires à mettre en location leur logement en France sur Abritel.fr pour répondre à la forte augmentation de la demande d'hébergement qui est attendue pour toute la durée de l'événement.

La Poste



Le 20 novembre 2015, l'UEFA a annoncé la signature d'un partenariat officiel avec le Groupe La Poste, qui devient ainsi l'Opérateur Officiel Courrier-Colis-Express de l'UEFA EURO 2016.

La Poste, en tant qu'Opérateur Officiel Courrier-Colis-Express de l'événement, assurera en exclusivité mondiale l'envoi et la distribution des 2,5 millions de billets au mois de mai 2016 grâce à ses facteurs en France, son réseau de transport rapide DPDgroup en Europe, et son réseau express Chronopost dans le reste du monde. De plus, la Poste garantit à l'UEFA, ainsi qu'aux 2 500 000 acheteurs de billets, la neutralité carbone intégrale pour le transport et la livraison des billets, compte tenu des engagements pris en mars 2012, de compenser l'intégralité des émissions de CO2 de ses offres Courrier, Colis, Express et Numériques.

Pour cette phase finale du championnat d'Europe de football, La Poste émettra un 1er carnet de timbres collectors, dès le 12 décembre 2015, qui mettra en valeur les 10 villes Hôtes officielles. Plusieurs autres séries collectors seront développées d'ici le début de la compétition.

Des espaces dédiés aux produits liés à l'EURO 2016 seront mis en place, notamment dans les principaux bureaux de poste.

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. »

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* »

XIII. 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 :

 : 51 matches

 : 22 matches

 : 11 matches

XIV. Programmes institutionnels

Atout France

Atout France, agence de développement touristique de la France, et l'UEFA EURO 2016 ont choisi de s'allier pour soutenir la promotion de la destination France à travers le monde, en s'appuyant sur l'envergure exceptionnelle de la compétition.



Jacques Lambert, président d'EURO 2016 SAS et Christian Mantei, directeur général de Atout France ont signé, le vendredi 17 juillet 2015, une convention de partenariat institutionnel, sous le patronage de Laurent Fabius, ministre des Affaires étrangères et du Développement international.

Il s'agit d'un partenariat hautement stratégique entre Atout France, dont l'objectif est de faire rayonner la France à l'international, et l'UEFA EURO 2016, événement sportif international majeur. Ce partenariat vise à optimiser les retombées économiques de l'évènement, en encourageant les séjours longs, combinant rencontres de football de très haut niveau et découverte des territoires.

La convention prévoit différentes actions, et notamment :

- des opérations de relations publiques organisées conjointement en lien avec le réseau des Ambassades de France à l'international ;
- une sensibilisation des professionnels du tourisme vis-à-vis de l'UEFA EURO 2016 et de son retentissement international ;
- une communication grand public conjointe, en particulier sur les réseaux sociaux et autres outils digitaux avec pour appui la création d'une double marque UEFA EURO 2016 / marque France.

CCI de France (Chambres de commerce et d'industrie)

Selon les estimations, la France accueillera environ 1,5 million de visiteurs étrangers sur toute la durée de la compétition. Les décideurs économiques seront également au rendez-vous. Lors de l'UEFA EURO 2012, 1200 entreprises venues de plus 60 pays différents avaient assisté au tournoi dans les loges et les salons des stades d'Ukraine et de Pologne.



Selon le Centre de Droit et d'Economie du Sport (CDES), le poids économique total de l'UEFA EURO 2016 représente 2,8 milliards d'euros. Ce montant, déjà significatif, sera bien plus élevé si les entreprises françaises saisissent pleinement les opportunités d'affaires générées par l'évènement (appels d'offre, programmes de sponsoring et de licensing, offre d'hospitalité) et profitent de cette vitrine exceptionnelle qu'il constitue.

C'est dans cette perspective qu'EURO 2016 SAS et les CCI DE FRANCE ont choisi de s'allier. Leur collaboration s'articule autour de trois axes majeurs :

- 1- promotion de l'UEFA EURO 2016 en France et à l'international et sensibilisation des entreprises françaises aux opportunités d'affaires liés à l'évènement ;
- 2- mobilisation des hôteliers, restaurateurs et autres professionnels de la chaîne du tourisme sur la qualité de l'accueil des visiteurs ;
- 3- valorisation du tissu économique français auprès des entreprises et investisseurs étrangers, en amont et pendant le tournoi.

L'accord signé le 27 octobre 2015 entre EURO 2016 SAS et CCI FRANCE a vocation à établir un cadre général de coopération. Il fera l'objet de déclinaisons locales dans les Villes Hôtes du tournoi. Il servira également de base d'échanges avec toutes les CCI territoriales ou régionales qui le souhaiteraient.

XVI. Stratégie de développement durable

Jacques LAMBERT a présenté le 9 juillet 2015, lors d'une conférence de presse à Paris, la stratégie de développement durable pour l'UEFA EURO 2016, en présence d'Emmanuelle ASSMANN, médaillée de bronze aux Jeux Paralympiques 2004, présidente du Comité Paralympique et Sportif Français, membre de l'association Ambition Olympique et Paralympique 2024, et de Tony ESTANGUET, triple champion Olympique, membre du CIO, membre de l'association Ambition Olympique et Paralympique 2024.

1. 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.

2. 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.

Dans cette optique, **différentes initiatives** seront lancées par l'UEFA EURO 2016 :

- compensation carbone des déplacements en avion des officiels et collaborateurs, avec pour objectif de financer une ferme éolienne en Nouvelle-Calédonie ;
- lancement d'un éco-calculateur UEFA EURO 2016 pour inciter les spectateurs à choisir le moyen de transport le plus responsable et, par la même occasion, à co-contribuer au projet de compensation carbone ;
- lancement du « Trophée du Respect de l'Environnement », impliquant les stades, les villes-hôtes et les équipes d'EURO 2016 SAS, pour promouvoir les bonnes pratiques en matière de développement durable ;
- diffusion d'un guide des gestes responsables, destiné aux employés de l'UEFA, d'EURO 2016 SAS et au grand public
- dans le cadre du programme des Volontaires pour l'UEFA EURO 2016 lancé par la Fédération Française de Football, appel à 250 Volontaires développement durable répartis en trois équipes : « Respect de l'accessibilité », « Respect de votre santé », « Respect de l'environnement ».

Afin de valider sa démarche de développement durable, l'UEFA EURO 2016 a pour objectif d'obtenir la certification **ISO20121**, système de management responsable appliqué à l'organisation d'événements.

Le rapport de l'UEFA EURO 2016 sur la responsabilité sociale et le développement durable à un an de l'événement, et le guide des gestes responsables sont disponibles sur le site internet euro2016.fr :

<http://fr.uefa.com/uefaeuro/finals/organisation/sustainability/index.html>.

XVII. Stratégie 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 7 millions de Fans à ce jour.



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 148 000 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.

Récapitulatif chiffres clés

ASPECT SPORTIF

15^{ème} édition du Championnat d'Europe de Football

3^{ème} édition organisée en France après 1960 et 1984

1^{ère} 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

1,5 million de visiteurs étrangers attendus

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

Septembre 2013	Lancement des logos des villes hôtes
14 septembre 2013	J-1000
22 Septembre 2013	Inauguration du stade de Nice
23 février 2014	Tirage au sort de la phase de qualification à Nice
Septembre 2014	Lancement de la phase de qualification
16 octobre 2014	Inauguration du stade Vélodrome à Marseille
23 octobre 2014	6 ^{ème} Comité de Pilotage de l'UEFA EURO 2016
18 novembre 2014	Lancement de la mascotte lors de France / Suède
27 Janvier 2015	J-500
12 mars 2015	7 ^{ème} Comité de pilotage de l'UEFA EURO 2016 à Lyon
7 mai 2015	J-400
12 mai 2015	Conférence de presse de présentation de l'offre billetterie
18 mai 2015	Inauguration officielle du stade de Bordeaux
30 mai 2015	Lancement du Programme des Volontaires par la Fédération Française de Football
10 Juin 2015	Ouverture de la période de réservation de la billetterie J-365 – conférence de presse de Michel PLATINI et Jacques LAMBERT à Paris J-365 dans les villes-hôtes
Juin 2015	Présentation de la stratégie de développement durable de l'UEFA EURO 2016
9 juillet 2015	Clôture de la période de réservation de la billetterie
10 juillet 2015	J-300
15 août 2015	Inauguration grand public du stade Geoffroy Guichard à Saint-Etienne
Octobre 2015	Inauguration officielle du stade Bollaert-Delelis à Lens
Novembre 2015	Présentation du ballon officiel de la compétition
12 novembre 2015	J-200
23 novembre 2015	Tirage au sort de la phase finale à Paris
12 décembre 2015	Inauguration officielle du Stadium de Toulouse
Janvier 2016	Inauguration officielle du stade de Lyon
Janvier 2016	
2 mars 2016	Conférence de presse à l'occasion du J-100
2 et 3 mars 2016	Séminaire des finalistes
1 ^{er} avril- 9 juin 2016	Tournée du trophée
10 juin 2016	Match d'ouverture de l'UEFA EURO 2016
10 juillet 2016	Finale de l'UEFA EURO 2016

Ce dossier est accessible sur le site internet de l'UEFA www.uefa.com, ou sur la plateforme <http://ftp.uefa.com>
(User : MediaAndComs – Password : UEfa2016)

Pour tout complément d'information, veuillez contacter :

UEFA Media Services

+41 848 04 27 27

@: media@uefa.ch

Service de presse EURO 2016 SAS

+33 825 06 2016

@: media@euro2016.fr

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