



INTERNATIONAL
FOOTBALL
ARENA

Football's Global Players

Communiqué de presse de l'IFA, Zurich, le 24 septembre 2010

IFA 2010: The Future Of Football

L'International Football Arena Ltd (IFA) est une organisation internationale sise à Zurich, en Suisse. Son intention est de connecter à l'échelle mondiale tous les pros du football qui évoluent au plus haut niveau. Elle vise ainsi à promouvoir des contacts et des échanges d'informations qui ont pour objectif un progrès social et économique durable. Dans ce contexte, l'IFA poursuit trois buts: elle se veut être la plate-forme des décideurs et le fer de lance de sujets d'actualité sur le plan international; elle entend incarner la tribune pour la présentation de stratégies de commercialisation globales et régionales; elle veut enfin servir de forum pour les opinions et l'échange d'expériences les plus diverses dans l'optique d'encourager et d'améliorer l'aspect social du football.

A l'occasion de la 12^e « International Football Arena » les 25 et 26 octobre 2010 se rencontreront à nouveau à Zurich l'élite de la scène footballistique internationale. Au Dolder Grand Hotel sera débattu l'avenir du football autour de quatre thèmes majeurs:

- **Présentation des candidats pour les Coupes du monde de la FIFA en 2018 et 2022**
- **Discussion du rôle et de l'importance des stades de football au 21^e siècle**
- **Analyse critique de l'avenir du sponsoring global du football**
- **Statut des agents de joueurs: devront-ils bientôt travailler sans licence?**

Pour satisfaire l'intérêt des participants venus du monde entier, garantir également l'approfondissement des thématiques importantes et donner assez de place au réseautage, la conférence durera pour la première fois deux jours. « Année après année, nous réussissons à faire venir à l'IFA les faiseurs d'opinion de la scène mondiale du football. Ainsi, nous ne posons pas seulement les bases de discussions et de recherches de solutions, mais offrons aussi lors de cette édition une tribune aux comités de candidatures des pays qui se présentent pour organiser les prochaines Coupes du monde de football en 2018 et 2022 », a déclaré Marcel Schmid, CEO de l'IFA, en précisant « que le dialogue avec les médias devra naturellement être encouragé en amont des choix finaux de la FIFA ».



Clariden  Leu



SONY

International Football Arena Ltd. | Lavaterstrasse 81 | 8027 Zurich | Switzerland

Phone +41 (0)44 283 90 10 | Fax +41 (0)44 283 90 11 | www.internationalfootball.com



Qui décrochera l'attribution des Coupes du monde 2018 et 2022 ?

Le comité exécutif de la FIFA décidera début décembre quels seront les pays hôtes des championnats du monde de football en 2018 et 2022. La conférence organisée par l'IFA donnera à chaque candidat la possibilité de se présenter quelques semaines avant la décision finale de la fédération (la liste des comités de candidatures qui assisteront à la conférence n'est pour l'instant pas encore définitive).

Les discussions sur le futur du football se présentent sous de multiples aspects. Marcel Schmid a par exemple réussi à réunir des bureaux d'architectes de renommée internationale dans le cadre du sujet portant sur l'avenir des stades de foot. Au cours du 21^e siècle, les arènes de football seront construites pour différents groupes de consommateurs. Avec les changements des besoins des hommes se transforment également les stades qui deviennent de véritables « cathédrales » modernes. Celles-ci laissent ainsi derrière elles un point de repère notable au sein d'une ville et d'une société.

Sur le thème « Visions des stades » prendront la parole:

- Hubert Nienhoff de Gerkan, Marg & Partner Architects (Coupes du monde de foot 2006, 2010 et 2014 avec de nouvelles constructions et rénovations),
- Angus Campbell de chez Forster + Partners (Projet de stade de Camp Nou à Barcelona, Espagne),
- John Barrow de chez Populous (Construction du Soccer City Stadium à Johannesburg, Afrique du Sud), et
- John Dixon de la Manhattan Construction Company (Dallas Cowboys Stadium à Arlington/Etats-Unis).

Biver, Nally et Wells comme pontes du sponsoring

Les intervenants suivants se pencheront sur l'avenir du sponsoring:

Le touche-à-tout Jean-Claude Biver, lauréat du Prix Gaïa 2010 pour son esprit d'entreprise, fait partie de ceux qui ont marqué de manière déterminante l'industrie horlogère suisse. Il a été l'un des premiers entrepreneurs à s'investir dans le football avec une marque de luxe. Depuis 2003, Jean-Claude Biver est le patron de Hublot, une manufacture à laquelle il a réussi à donner une nouvelle vie, notamment en lui offrant une grande visibilité en y associant des ambassadeurs de prestige. Hublot s'est par exemple fortement engagé pour la Coupe du monde de football en Afrique du Sud, a recruté le très extraverti Maradona et soutenu l'équipe nationale du Mexique ainsi que le club anglais Manchester United.

Patrick Nally peut pour sa part être décrit comme « père fondateur » du marketing sportif. Ce Britannique d'origine a fondé la General Association of International Sports Federations, a été conseiller pour de nombreux organisateurs sportifs internationaux et a amené dans le giron de la Coupe du monde en 1978 Coca-Cola en tant que sponsor.



Ben Wells, chef marketing du FC-Chelsea sera également présent sur l'estrade à Zurich. Voici quelques jours, le Britannique participait à la première conférence de l'IFA en Inde. Il a été enthousiasmé par l'ouverture au dialogue des entreprises, des associations de football et des médias du pays hôte. Ben Wells a aussi allumé une petite bombe quand il a encouragé les décideurs footballistiques indiens à présenter la candidature de leur nation à la Coupe du monde de la FIFA en 2030!

Effervescence du côté des agents de joueurs: travailleront-ils bientôt sans licence?

La FIFA n'a jamais vraiment aimé aborder le thème des agents de joueurs. C'est pourquoi la fédération a maintenant décidé de nouvellement régler leur activité, une volonté qui provoque passablement d'inquiétudes parmi les agents licenciés et cause quelques remous, notamment au niveau politique. Jusqu'ici officiellement, seuls des avocats, membres de la famille ou des agents de joueurs au bénéfice d'une licence établie par leur association nationale de football (avec examen) étaient en mesure de défendre les intérêts commerciaux d'un joueur professionnel. La réglementation de cette position d'intermédiaire en affaires se révèle être des plus difficiles. Des solutions sont cherchées et beaucoup de questions restent encore ouvertes. Ce thème très actuel sera débattu le 25 octobre durant la conférence de l'IFA par Giovanni Branchini (Vice-président de l'European Football Agents Associations), Marco Villiger (Directeur du département juridique de la FIFA) et Bernhard Heusler (Vice-président du FC Bâle).

Vous trouverez le programme complet sous: www.internationalfootball.com

La manifestation des 25 et 26 octobre 2010 sera conduite en anglais.

Nous restons à votre entière disposition pour toute question éventuelle:

Contact: Janine Geigele, jg@internationalfootball.com

Mobile: +41 79 341 03 32