

## **Hublot renonce à sa visibilité et offre sa publicité dans les stades de l'Euro 08**

La marque horlogère renonce à ses panneaux publicitaires pour les offrir à une Fondation qui lutte contre le racisme dans les stades. Elle offrira un espace de visibilité privilégié à la campagne « Unite Against Racism » tout au long de l'Euro08 dans les stades de Suisse et d'Autriche. Un geste de partage important pour Hublot qui a à cœur de promouvoir ces valeurs qui ont toujours été les siennes. Un geste d'autant plus important et inédit que l'ensemble des sponsors recherchent cette visibilité qui constitue bien souvent plus de 70% de la somme qu'ils ont investie. On estime ce montant entre SFr. 3'000'000.- et SFr. 5'000'000.- mais aucun chiffre précis n'est communiqué par l'horloger genevois.

Ce don est d'autant plus frappant et étonnant, qu'il émane du plus petit sponsor de l'Euro 08. En effet à côté des géants que sont UBS, Swisscom, etc., la maison Hublot avec ses SFr. 250'000'000.- de chiffre d'affaires apparaît bel et bien comme le nain. C'est une action inédite qu'Hublot entreprend dans le monde du sponsoring en général et dans le monde du football en particulier. Mais cette action fait partie de la politique générale de l'entreprise car elle est particulièrement active dans le soutien aux Fondations. A côté de sa propre Fondation intitulée MDM (Main Dans la Main) qui s'occupe d'enfants orphelins en Inde, la maison horlogère s'est aussi associée en 2007/08 avec l'Institut Ayrton Senna et la Fondation Smiling Children pour lesquels elle a sorti chaque fois une montre en série limitée dont une partie des profits sont reversés aux fondations en question.

Le patron d'Hublot, M. Jean-Claude Biver, est lui aussi très engagé dans l'aide aux enfants démunis. Et c'est donc une véritable vocation d'entraide que la marque genevoise s'est donnée. Jean-Claude Biver ne déclarait-il pas que pour lui et Hublot, le fait de partager dénote d'une nouvelle vision du luxe et que c'est au luxe de montrer l'exemple. Hublot espère par ce geste ouvrir une nouvelle dimension et une nouvelle voie au sponsoring. « Je rêve que nous puissions un jour tous ensemble offrir un match de football dont tous les panneaux publicitaires seraient offerts à une cause éducative » déclarait récemment Jean-Claude Biver à un journaliste. En ajoutant que le football était plus qu'un simple sport, mais que c'est aussi un grand vecteur de communication. Et qu'il importe d'utiliser cette puissance de communication pour véhiculer des valeurs éducatives telles que la lutte contre le racisme.

L'UEFA se réjouit de cet acte de solidarité et affirme qu'aucun sponsor n'a jamais renoncé à sa visibilité en l'offrant à une cause, qui plus est d'une actualité brûlante. Son directeur du Marketing, Philippe Margraff, se félicite de ce double partenariat avec Hublot, pour le sport d'une part et pour la lutte contre la discrimination raciale d'autre part.

Il ne sera pas mentionné non plus que ces panneaux sont offerts par Hublot, tout l'espace étant dédié à promouvoir le message de la campagne menée par l'association Football Against Racism in Europe (FARE), soutenue également par l'UEFA. Hublot entend manifester ainsi son engagement dans le combat contre le racisme, pour lui permettre de toucher le plus grand nombre. L'important pour l'horloger est d'encourager les valeurs de respect, de partage et de convivialité qu'il considère comme essentielles et primordiales dans le sport comme au quotidien. La seule visibilité que garde Hublot sur la pelouse est celle des panneaux des arbitres qui affichent les minutes d'arrêt de jeu.

Date: 12.03.2008

## Communiqué de presse – 68

### L'UEFA EURO 2008™ placé sous le signe du respect

Vienne – A l'occasion du workshop des 16 nations participant à l'UEFA EURO 2008™, le président de l'UEFA Michel Platini a présenté aujourd'hui à Vienne le programme sur le «Respect» pour le Championnat d'Europe de football. «Le respect peut être utilisé comme dénominateur commun pour différentes initiatives, a expliqué Michel Platini. C'est un terme clair et compréhensible dans de nombreuses langues.»

Dans le cadre du tour final 2008 du Championnat d'Europe de football, l'UEFA soutient cinq projets d'utilité publique liés à cette thématique, pour un total de CHF 3,45 millions (EUR 2,2 millions). Chacun de ces projets est destiné à un groupe cible spécifique: écoliers, supporters, personnes présentant des handicaps divers, etc. En outre, le concept de respect sera décliné pendant le tournoi au moyen d'initiatives comme «Respecte tes adversaires», «Respecte l'hymne de l'équipe adverse» et «Respecte l'arbitre». Et le logo sera imprimé sur les maillots des joueurs et sur les gourdes.

L'un de ces cinq projets est «Football pour tous», qui donnera la possibilité à des footballeurs handicapés de démontrer leurs capacités sportives devant un large public. «C'est pour nous un moyen de témoigner à ces sportifs le respect qu'ils méritent», précise Michel Platini. Ainsi, avant les quarts de finale, des groupes internationaux de sportifs handicapés disputeront un match dans différentes catégories: handicapés mentaux (Special Olympics), paraplégiques, paralytiques cérébraux et malvoyants.

Après le «Respect de la diversité» a été lancé le projet «Unite Against Racism» (Tous contre le racisme). Il s'agit d'une campagne de sensibilisation comprenant différentes activités organisées avant et pendant le tournoi, notamment lors des deux demi-finales. Ce projet bénéficiera d'une visibilité supplémentaire grâce à Hublot, supporter national dans les deux pays organisateurs. «C'est la première fois qu'un sponsor met à disposition une partie de son espace publicitaire, commente Michel Platini. Nous sommes très heureux qu'Hublot nous soutienne dans notre lutte contre le racisme.» Le logo «Unite Against Racism» sera présent non seulement sur les panneaux d'affichage dans le stade, mais aussi sur les brassards des capitaines et les dossards des ramasseurs de balle, des stewards et des remplaçants.

Les trois autres projets soutenus par l'UEFA sont les suivants:

- Le Comité international de la Croix-Rouge est le partenaire humanitaire officiel de l'UEFA EURO 2008™. L'UEFA lui verse une contribution dans le cadre de l'action «Des buts pour la Croix-Rouge», qui dépend du nombre de buts marqués pendant l'EURO (EUR 4000 par but). Des dons privés sont également possibles sur [www.scorefortheredcross.org](http://www.scorefortheredcross.org) (achat de buts virtuels).
- «EURO SCHOOLS 2008»: projet scolaire officiel de l'UEFA EURO 2008™ dans lequel des écoles d'Autriche, de Suisse et du Liechtenstein seront les ambassadrices des 53 associations membres de l'UEFA. Le projet s'inscrit dans le cadre de l'Année européenne du dialogue interculturel.
- «Ambassades de supporters»: des points d'accueil et de renseignement seront aménagés spécialement pour les supporters dans les huit sites d'accueil.

#### Pour de plus amples informations:

Euro 2008 SA, Bureau des médias: tél.: +41 (0) 22 707 2001; e-mail: [media@euro2008.com](mailto:media@euro2008.com)



Part of the UEFA EURO 2008™ Experience