

### SUR LA BASE DU RESPECT MUTUEL

Bon nombre de compagnies leaders sur le plan mondial sont fières de faire partie de la famille relativement restreinte et très élitaire des parrains de la FIFA. De son côté, la FIFA se félicite de sa politique de sponsoring et de l'engagement des firmes qui la soutiennent.

Ce respect mutuel repose sur une stratégie de marketing innovatrice que la FIFA applique depuis la fin des années 70 et ne cesse de développer au fil des manifestations sportives majeures des années 80 et 90.

FIFA Marketing & TV SA est responsable de la composition et de la coordination de ce groupe de grandes multinationales qui apportent leur soutien financier et logistique à la Coupe du Monde de la FIFA™ en premier lieu, mais aussi à d'autres manifestations et projets de la FIFA.

### MARKETING

La FIFA encourage les partenaires officielles dont le nom apparaît dans les arènes de la Coupe du Monde de la FIFA™ à être davantage qu'une marque sur un panneau publicitaire dans les stades de football les plus célèbres du monde, et salue toutes les propositions et initiatives à même de servir l'avenir du football. La volonté de la FIFA de limiter à des proportions raisonnables l'intervention de ses commanditaires dans la gestion du football afin de préserver l'intégrité du jeu a renforcé encore la qualité de ce parrainage. La réputation et les produits des partenaires reflètent le sérieux et le respect des valeurs du sport mondial numéro un.

Après la mise en faillite du groupe ISMM engagée en mai 2001, la FIFA a pris les rênes de FIFA Marketing & TV SA, en tant que nouvelle détentrice des droits marketing pour la Coupe du Monde de la FIFA 2002 et les autres compétitions.

La société FIFA Marketing & TV SA est contrôlée à 100% par la FIFA. Afin d'assurer les travaux dans le secteur marketing, la FIFA a recruté des employés de l'ancien département football d'ISL. Officiellement active depuis juin 2001, FIFA Marketing & TV SA profite d'une direction experte et connaît un grand succès.

### A BORD

Les partenaires officiels sélectionnés pour la Coupe du Monde de la FIFA, Allemagne 2006™ forment un groupe impressionnant de compagnies internationales dans lequel figurent de nombreuses marques de renommée mondiale. (Voir ci-dessous).

Les partenaires officiels se partagent le périmètre prestigieux réservé à la publicité lors des Coupes du Monde de la FIFA™, avec deux ou quatre panneaux par sponsor et par match. Cela équivaut à des milliers d'heures de couverture télévisée diffusée aux consommateurs de plus de 200 pays du monde entier.

### CARNET D'ADRESSES

#### FIFA Marketing & TV SA

Case postale 4250  
Grafenauweg 2  
CH-6304 Zug/Suisse

Phone (+41) 41 – 727 00 00  
Fax (+41) 41 – 727 00 11

## PARTENAIRES OFFICIELS DE LA COUPE DU MONDE DE LA FIFA, ALLEMAGNE 2006™

Official Partners of the 2006 FIFA World Cup Germany™



## PARTENAIRES OFFICIELS DE LA COUPE DU MONDE DE LA FIFA™

### PAPRENAIRES OFFICIELS DE LA COUPE DU MONDE DE LA FIFA 1982 – 2006 (2012)

FIFA World Cup™	2012	2006	2002	1998	1994	1990	1986	1982
adidas		X	X	X				
Avaya		X	X					
Anheuser-Busch		X	X	X		X	X	
Coca-Cola		X	X	X	X	X	X	X
Continental		X						
Deutsche Telekom		X						
Emirates		X						
Fujifilm		X	X	X	X	X	X	X
Fuji Xerox			X					
Gillette		X	X	X	X	X	X	X
Hyundai		X	X					
JVC			X	X	X	X	X	X
Korea Telekom/NTT			X					
MasterCard		X	X	X	X			
McDonald's		X	X	X	X			
Philips		X	X	X	X	X	X	
Toshiba		X	X					
Yahoo!		X	X					
Canon				X	X	X	X	X
Snickers*				X	X	X		
Opel**				X	X		X	
Energizer					X			
Alfa Romeo						X		
Vini d'Italia						X		
Bata							X	
Cinzano							X	
R.J. Reynolds***							X	X
Seiko							X	X
Iveco								X
Metaxa								X

\* 1990: Mars / m&m's

\*\* 1994: General Motors

\*\*\*1986: Camel / 1982: Winston