

## BACKGROUNDER

### FAN CITY TOUR – MOBILNE STREFY KIBICIA

FAN CITY TOUR to ogólnopolski projekt związany z mistrzostwami UEFA EURO 2012<sup>TM</sup>, którego celem jest organizacja 100 jednodniowych Mobilnych Stref Kibica FAN CITY TOUR w polskich miejscowościach nie pełniących roli miast – gospodarzy UEFA EURO 2012<sup>TM</sup>. Projekt realizowany będzie w okresie od 8 czerwca do 2 lipca 2012 roku, w dniach, w których będą odbywały się rozgrywki UEFA EURO 2012<sup>TM</sup>. Przez 20 dni mieszkańcy polskich miast będą mieli okazję uczestniczyć w wyjątkowym, ogólnopolskim przedsięwzięciu, którego celem jest promowanie wspólnego kibicowania całych rodzin w tak wyjątkowym dla Polski okresie. Oficjalna inauguracja projektu FAN CITY TOUR nastąpi w pierwszych dniach czerwca w Warszawie, skąd Mobilne Strefy Kibica wyruszą w Polskę. Organizatorzy przewidują, że Mobilne Strefy Kibica odwiedzi łącznie około 500 000 ludzi.

### ŚWIĘTO LOKALNYCH SPOŁECZNOŚCI

FAN CITY TOUR wyróżnia się nie tylko ogólnopolskim zasięgiem i bardzo nowoczesną konwencją, ale także ofertą atrakcji skierowaną do całych rodzin. Ideą przyświecającą projektowi jest to, aby przyjazd Mobilnej Strefy Kibica stał się świętem lokalnej społeczności integrując mieszkańców wokół wspólnego przeżywania sportowych emocji i hucznej zabawy połączonych z oglądaniem transmisji meczów na żywo. Dzięki zabawie w gronie najbliższych i przyjaznej atmosferze projekt FAN CITY TOUR wspierać będzie promocję najwyższych standardów kibicowania.

### MOBILNA STREFA KIBICA - OPIS

#### Mobilna Strefa Kibica FAN CITY TOUR

Osią projektu FAN CITY TOUR są Mobilne Strefy Kibica. W dniach 8 czerwca – 2 lipca 2012 roku będą one podróżować po całej Polsce oferując niezapomniane atrakcje. Wszystkich mieszkańców miasta zaproszą na plenerową imprezę połączoną z oglądaniem na żywo licencjonowanych transmisji piłkarskich rozgrywek UEFA EURO 2012<sup>TM</sup>, za pośrednictwem dużych ekranów diodowych.



W celu stworzenia w całej Polsce wspólnej platformy kibicowania, przygotowano pięć identycznych Mobilnych Stref Kibica FAN CITY TOUR. Każda z nich jest ogrodzona i jednorazowo pomieści do 1 000 osób. W skład pojedynczej Strefy wchodzi następujące elementy:



### **CIEŻARÓWKA PROMOCYJNA** –

o wymiarach 9m x 2,4m x 3,8m, wyprodukowana specjalnie na potrzeby projektu. Każda z ciężarówek FAN CITY TOUR została wyposażona w wysokiej jakości, wysuwany do góry ekran diodowy. W każdym z zestawów znajduje się procesor z możliwością przyjmowania większości dostępnych rodzajów sygnałów (video, VGA, DVI, HDMI, komponent, SDI, HD SDI), a także nagłośnienie aktywne. Ciężarówkę FAN CITY TOUR wyposażono również w rozkładaną i zadaszoną scenę o powierzchni 4m x 2m, na której prowadzone będą animacje i konkursy. Wewnątrz ciężarówki mieści się reżyserka – czyli centrum dowodzenia imprezą, a także system kontroli siły wiatru pozwalający na odpowiednio wcześniejszą reakcję (opuszczenie ekranu) w sytuacji, kiedy siła wiatru mogłaby zakłócić bezpieczeństwo imprezy. Każda z pięciu ciężarówek posiada dominujące oznaczenia marki jednego ze Sponsorów projektu oraz logotypy wszystkich Partnerów i Patronów.

**Wygodzona Mobilna Stefa Kibica** – strefa wspólnej zabawy oraz kibicowania mogąca pomieścić jednorazowo do 1 000 osób przylegająca do ciężarówki FAN CITY TOUR. Strefa składa się z dwóch identycznych obszarów. Pierwszy z nich stanowi **Obszar Oglądania Meczów**, czyli teren o wymiarach do 500 m<sup>2</sup> bezpośrednio sąsiadujący z ciężarówką FAN CITY TOUR. Obszar ten przeznaczony jest dla osób chcących śledzić na ekranie diodowym piłkarskie zmagania drużyn rywalizujących w UEFA EURO 2012<sup>TM</sup>, a także chętnych do udziału w rozmaitych zabawach plenerowych przygotowanych przez animatorów FAN CITY TOUR i lokalne władze. Za Obszarem Oglądania Meczów znajduje się **Stefa Gastronomiczna**, czyli obszar przeznaczony dla osób, chcących poznać przysmaki kibica. Po obu stronach teren ten graniczy ze **Stefą Sponsorów projektu**. W jego skład wchodzi **namioty promocyjne**, w których Sponsorzy będą prowadzili własne animacje i konkursy.

Założeniem projektu jest, że w danej miejscowości, która zgłosiła akces do projektu, Mobilna Stefa Kibica FAN CITY TOUR będzie gościć przez jeden, ustalony wcześniej dzień. Zostanie zlokalizowana w atrakcyjnym punkcie umożliwiając mieszkańcom wygodny dostęp do wszystkich oferowanych punktów programu. Po zakończeniu swojego funkcjonowania Stefa pojedzie do kolejnego miasta. Czas rozstawiania Strefy wynosi 6 godzin, a składania – 3 godziny.



### MOBILNA STREFA KIBICA - ATRAKCJE

Jednodniowa Mobilna Strefa Kibica będzie dostępna dla wszystkich odwiedzających w godzinach między 15.00 – 23.00. Wejście do Strefy będzie bezpłatne. Przygotowano bogaty program atrakcji dla każdego gościa Strefy, niezależnie od wieku i upodobań. Na osoby chcące aktywnie spędzić dzień czekają m. in. piłkarskie kalambury, konkursy: na komentatora sportowego, na wiedzę o piłce nożnej, o Polskiej Reprezentacji Narodowej, o motoryzacji, a także rywalizacja o najsilniejsze i najcelniejsze kopnięcie piłki na boisku pneumatycznym czy szkolenie z „makijażu kibica”. Na najbardziej romantycznych gości Mobilnych Stref Kibica FAN CITY TOUR czeka jedyna i niepowtarzalna okazja wzięcia Ślubu Kibica, czyli zawarcia legalnego związku małżeńskiego w stworzonej wspólnie z lokalnym urzędem stanu cywilnego strefie ślubów. Czekając na wieczorną transmisję na żywo z piłkarskich rozgrywek na dużym diodowym ekranie umieszczonym na ciężarówce, będzie można śledzić relacje ze studia TVP.

### MOBILNA STREFA KIBICA - OBSŁUGA

Realizacją 100 jednodniowych Mobilnych Stref Kibica w okresie rozgrywek UEFA EURO 2012™ zajmie się ponad 250 osobowa ekipa składająca się z doświadczonych producentów, techników, animatorów i promotorów. Do obsługi każdej z ciężarówek FAN CITY TOUR zostaną wykorzystane samochody osobowe, ciężarowe, dostawcze, busy i campery – po 8 na każdą ze stref, łącznie 40 samochodów towarzyszących 5 ciężarówkom promocyjnym. Producenci przewidują, że każdy z samochodów przejedzie 3 000 km, co na wszystkie trasy Mobilnych Stref Kibica daje łącznie 120 000 km.

### WSPÓLNE KIBICOWANIE A LICENCJA UEFA NA POKAZY PUBLICZNE

Głównym założeniem FAN CITY TOUR jest wspólne kibicowanie podczas transmisji na żywo rozgrywek UEFA EURO 2012™. Dzięki zaangażowaniu Oficjalnych Sponsorów UEFA EURO 2012™ Mobilne Strefy Kibica FAN CITY TOUR spełniają wszelkie wymogi formalne dotyczące organizacji publicznych pokazów transmisji meczów UEFA EURO 2012™.

Zgodnie z wymogami podstawionymi przez UEFA, każdy organizator wydarzenia, polegającego na transmisji na żywo rozgrywek UEFA EURO 2012™, zobowiązany jest do uiszczenia opłaty licencyjnej, jeśli spełnia następujące kryteria<sup>1</sup>:

- 1) liczba uczestników wydarzenia przekracza 150 osób,
- 2) wykorzystywany do publicznych pokazów ekran ma przekątną powyżej 3 metrów,
- 3) w wydarzenie zaangażowani są sponsorzy i/lub pobierana jest opłata za wstęp.

<sup>1</sup> Na podstawie dokumentu: *UEFA EURO 2012™ Publiczna Transmisja Rozgrywek - Warunki licencji*

Udzielenie przez UEFA zgody na licencjonowany pokaz publiczny oznacza również konieczność wykorzystania sygnału telewizyjnego transmitowanego przez Oficjalnego Nadawcę UEFA EURO 2012™, czyli Telewizję Polską S.A.

W pokaz publiczny mogą być zaangażowani Sponsorzy, pod warunkiem jednak, że nie będą oni konkurencją dla Oficjalnych Sponsorów i Partnerów UEFA EURO 2012™, a także oferta sponsorska w pierwszej kolejności musi zostać przedstawiona Oficjalnym Sponsorom UEFA EURO 2012™. Oznacza to między innymi, że podczas pokazu publicznego nie może być eksponowany lub oferowany w sprzedaży żaden produkt konkurencyjny w stosunku do produktów oferowanych przez Oficjalnych Sponsorów i Partnerów UEFA EURO 2012™.

Licencja UEFA udzielana jest pakietowo, czyli na wszystkie dni i mecze rozgrywane się w ramach Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012™.

#### KORZYŚCI DLA MIAST Z UDZIAŁU W PROJEKCIE

Przyłączając się do projektu FAN CITY TOUR, każda miejscowość staje się uczestnikiem profesjonalnie zorganizowanego projektu o ogólnopolskim zasięgu. Poza zapewnieniem mieszkańcom niepowtarzalnych sportowych wrażeń i licznych atrakcji, udział w FAN CITY TOUR oznacza także szereg korzyści promocyjnych oraz biznesowych dla samej miejscowości – przed, w trakcie oraz po imprezie. Miasto uczestniczące w projekcie może wykorzystać kontekst FAN CITY TOUR do działań wizerunkowych adresowanych zarówno do społeczności lokalnej, jak i ogólnopolskiej opinii publicznej. Idea FAN CITY TOUR może być punktem wyjścia do komunikowania ważnych dla miasta przedsięwzięć – prezentacji idei lokalnych projektów sportowych, kulturalnych, edukacyjnych oraz społecznych. Dla miasta oznacza to także włączenie się we wspólne kreowanie najwyższych standardów kibicowania i budowania wspólnoty lokalnej - w oparciu o wzajemny szacunek i wsparcie.

Szczególne korzyści wizerunkowe zapewnia władzom miasta Mobilna Strefa Kibica. Oznacza to prowadzenie działań promocyjnych w trakcie imprezy FAN CITY TOUR. Miasto zyskuje możliwość oznaczenia Strefy swoim logotypem oraz umieszczenia rozmaitych materiałów promocyjnych, jak: bandery, flagi, ulotki. Dzięki specjalnie wydzielonej sekcji dla miasta w Strefie Sponsorów istnieje możliwość kreowania wizerunku miejscowości w oparciu o lokalny biznes czy osoby publiczne kojarzone z regionem.

Miejskie działania promocyjne mogą zostać dodatkowo wsparte promocją poprzez patronów medialnych Projektu. Warto dodać, że Projekt FAN CITY TOUR jest jednym z nielicznych przedsięwzięć w ramach Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej objętych patronatem Telewizji Polskiej S.A., czyli Oficjalnego Nadawcy UEFA EURO 2012™. Na potrzeby projektu FAN CITY TOUR Telewizja Polska przygotowała atrakcyjny pakiet promocji miast.

## SPECJALNE PRZESŁANIE



www.nigdywiecej.org

Dzięki partnerstwu ze Stowarzyszeniem Nigdy Więcej projekt FAN CITY TOUR będzie wspierać promocję idei kulturalnego kibicowania i szacunku dla różnorodności. Strefy Różnorodności to element Programu Odpowiedzialności Społecznej UEFA EURO 2012™ 'RESPECT Diversity', realizowanego przez Stowarzyszenie 'NIGDY WIĘCEJ' i sieć Football Against Racism in Europe (FARE), oficjalnego partnera UEFA w dziedzinie przeciwdziałania dyskryminacji pod hasłem "Wykopmy rasizm ze stadionów". Celem programu jest promowanie pozytywnego przesłania wielokulturowości i różnorodności, sprzeciw wobec rasizmu i dyskryminacji. Plakaty i naklejki z symbolami Strefy Różnorodności RESPECT Diversity pojawią się w całej Polsce, a także na Ukrainie. Będą oznaczały miejsca, które deklarują się jako otwarte, łatwo dostępne i przyjazne ludziom bez względu na ich pochodzenie etniczne, narodowość, płeć, itd. Widoczne oznaczenia Strefy Różnorodności mają podkreślać dobrą atmosferę wielokulturowego święta, jakim jest EURO 2012™ oraz przyczynić się do wzrostu świadomości społecznego wymiaru Mistrzostw Europy.

## PARTNERZY PROJEKTU FAN CITY TOUR

Partnerami projektu FAN CITY TOUR są wybrani Oficjalni Sponsorzy UEFA EURO 2012™ zainteresowani organizacją publicznego oglądania transmisji meczów w wybranych miastach Polski, a także organizacją różnego rodzaju akcji promocyjnych i aktywacji na bazie udzielonych im przez UEFA praw sponsorskich w obrębie w/w akcji.



Oficjalny Sponsor  
UEFA EURO 2012™

**CARLSBERG** - jeden z największych producentów piwa w Europie i na świecie. Marka Carlsberg jest Jedynym Oficjalnym Piwem Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012™. W tej roli wspiera Mistrzostwa już siódmy raz. Przygoda Carlsberga z EURO zaczęła się w 1988 roku. Na odbywających się w RFN Mistrzostwach Holandia zdobyła po finałowym meczu z reprezentacją Związku Radzieckiego jedyne jak do tej pory mistrzostwo Europy. Królem strzelców został Holender Marco Van Basten, który strzelił w trakcie tamtych mistrzostw 5 goli.



Official Partner

**KIA MOTORS** - W Polsce Kia Motors rozpoczęła działalność w 1995 roku, a w tej chwili jest jedną z nielicznych marek, które niezmiennie od kilku już lat znacząco zwiększają swoją sprzedaż. Strategiczne porozumienie z UEFA w zakresie przedłużenia sponsoringu europejskich mistrzostw w piłce nożnej UEFA na lata 2012 i 2016 zostało zawarte w seuleskiej siedzibie Kia Motors. Ze strony koreańskiej umowę podpisał Hyoung-Keun Lee, prezes Kia Motors Corporation a ze strony UEFA – prezydent tej organizacji, Michel Platini. „Przedłużenie umowy o sponsoringu z Hyundai-Kia Automotive Group, jedną z najbardziej obiecujących firm światowych napawa nas prawdziwym zadowoleniem. Będziemy gorąco kibicować Kia w jej działaniach na rzecz popularyzacji marki poprzez sponsoring rozgrywek futbolowych.” – stwierdził Michel Platini. Wszystkich kibiców i fanów piłki nożnej zapraszamy



do śledzenia fanpage Kocham Football (ponad 255 000 fanów) <http://www.facebook.com/KochamFootball> gdzie stale prowadzone są konkursy i uruchamiane aplikacje, w których można wygrać bilety na mecze UEFA EURO 2012™.



**SHARP** jako wielki fan sportu, a także wynalazca wie, jak ogromne emocje wzbudza piłka nożna. Jako czołowy producent telewizorów LCD, jesteśmy dumni, że poprzez nasze produkty pozwalamy milionom ludzi czerpać radość z oglądania sportu. Właśnie dlatego Sharp został jednym ze sponsorów UEFA EURO 2012™, które odbędą się w Polsce i na Ukrainie. Mistrzostwa te będą wielkim świętem dla 350 milionów fanów piłki nożnej. Angażując się w to wielkie wydarzenie, chcieliśmy także uczcić 100-lecie naszej firmy. Przypada ono dokładnie w 2012 roku. Jako część naszego wsparcia dla tego pełnego emocji wydarzenia, organizujemy największe w Europie badanie kibiców piłki nożnej – Sharp FanLabs. Koncentrujemy się na pomiarach, analizach i porównaniu emocji, jakie rządzą kibicami z całej Europy – zarówno w okresie poprzedzającym Mistrzostwa jak i podczas całego turnieju. Szczegóły na [www.sharpfanlabs.com](http://www.sharpfanlabs.com)

Partnerami publicznego oglądania meczów FAN CITY TOUR są również sieci sklepów Biedronka i RTV EURO AGD.



**BIEDRONKA** to największa sieć sklepów detalicznych w Polsce posiadająca 1900 sklepów w ponad 750 lokalizacjach. Pracując z ponad pięciuset polskimi producentami Biedronka oferuje starannie wyselekcjonowane produkty najwyższej jakości, codziennie w niskich cenach. Firma zatrudnia ok. 37 000 pracowników. Od 1995 r. JMD zainwestował w Polsce ponad 5 mld zł. Marka Biedronka jest jedną z najpopularniejszych i najcenniejszych polskich marek – została trzykrotnie nagrodzona prestiżowym tytułem Superbrands. W 2010 Biedronka została oficjalnym sponsorem Reprezentacji Narodowej w piłce nożnej.



**RTV EURO AGD** to wyspecjalizowana, ogólnopolska sieć sklepów detalicznych oraz największy w Polsce sklep internetowy [www.euro.com.pl](http://www.euro.com.pl). Dzięki tak rozbudowanej strukturze możemy zaoferować kibicom i miłośnikom piłki nożnej oraz naszym potencjalnym klientom dostęp do najnowocześniejszych rozwiązań technicznych, dzięki którym będą mogli obejrzeć transmisję meczów w najlepszej, jakości obrazu i dźwięku. Ponadto, RTV EURO AGD, jako lider rynku RTV oferuje szeroki asortyment innego sprzętu audio-wideo, komputerowego, sprzętu telekomunikacyjnego oraz fotograficznego umożliwiającego odbieranie, przetwarzanie i gromadzenie danych oraz tak ważną w czasie Mistrzostw zabawę. Obecnie RTV EURO AGD to sieć 173 sklepów w 89 miastach. Produkty dostępne w RTV EURO AGD można także zamawiać przez telefon lub Internet.

## PATRONI MEDIALNI FAN CITY TOUR



**Telewizja Polska S.A.** jest Oficjalnym Partnerem Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012™ jako Oficjalny Nadawca. Projekt FAN CITY TOUR jest jednym z nielicznych projektów związanych z UEFA EURO 2012™, które TVP S.A. objęła nie tylko swoim patronatem, ale także gdzie jest Partnerem posiadając własną ciężarówkę promocyjną. Na potrzeby Projektu FAN CITY TOUR TVP S.A. przygotowała specjalną ofertę dla Partnerów i miast chcących promować się w kontekście UEFA EURO 2012™.



**Radio RMF FM** to numer 1 w Polsce! Największa i najpopularniejsza stacja muzyczno-informacyjna. Gra najlepszą muzykę i podaje najświeższe fakty gromadząc przy odbiorcach 9,5 mln słuchaczy. RMF FM jest liderem opinii wśród stacji radiowych w 2011 roku wg Instytutu Monitoringu Mediów. RMF FM to także spektakularne akcje promocyjne, które zapewniają stacji znajomość marki na poziomie 98%. Radio RMF FM jest oficjalnym patronem radiowym projektu FAN CITY TOUR. Na miejscu Mobilnych Stref Kibica radio zorganizuje szereg zabaw i konkursów dla uczestników, a na antenie radia będą miały miejsce relacje z imprez.



**FAKT** - dziennik wydawany od 2003 roku przez firmę Ringier Axel Springer. Lider rynku polskiej prasy codziennej.



**Przełęcz Sportowy** - najstarszy polski dziennik sportowy, założony w maju 1921 roku.

## PATRONI PROJEKTU FAN CITY TOUR



**Polska Organizacja Turystyczna** – Polska Organizacja Turystyczna - agencja rządowa, której celem jest promowanie Polski, jako kraju atrakcyjnego dla turystów. Prowadzi działania promocyjne w kraju i za granicą. Ma na swoim koncie między innymi: największą multimedialną zagraniczną kampanię „Feel Invited”; rejs promujący Polskę w Europie, żaglowca Fryderyk Chopin. POT do promocji polskiej turystyki i wzmacniania marki turystycznej Polski wykorzystuje duże wydarzenia medialne a UEFA Euro 2012™, to wyjątkowa szansa na

pokazanie Polski, jako kraju nowoczesnego, gościnnego i zgodnie z hasłem, którego do promocji używa POT, poruszającego wyobraźnię. Polska „Move Your Imagination”.



**Związek Miast Polskich** – instytucja zrzeszająca miasta w Polsce. Prowadzi szereg działań na rzecz rozwoju polskich samorządów, takich jak wsparcie w działaniach legislacyjnych. Związek jest również platformą wymiany wiedzy i doświadczenia o funkcjonowaniu samorządów. Organizuje kongresy, konferencje oraz szkolenia. Związek Miast Polskich patronuje projektowi FAN CITY TOUR jako inicjatywie sprzyjającej rozwojowi i promocji polskich miast oraz miejscowości.



Związek Powiatów Polskich realizuje swe zadania poprzez reprezentowanie powiatów na forum ogólnopolskim i międzynarodowym, inicjowanie i opiniowanie projektów aktów prawnych, dotyczących samorządów terytorialnych, propagowanie wymiany doświadczeń w zakresie wykonywanych zadań własnych i zadań z zakresu administracji rządowej, inspirowanie i podejmowanie wspólnych inicjatyw mających wpływ na rozwój społeczności powiatowych i służących społeczno-gospodarczemu rozwojowi powiatów, nawiązywanie kontaktów zagranicznych oraz wymianę naukową i kulturalną.

#### POMYSŁODWCA I PRODUCENT PROJEKTU FAN CITY TOUR

**PROWOKATOR** Agencja Prowokator jest doświadczonym producentem różnego typu eventów – od 20 lat nieprzerwanie realizuje niekonwencjonalne wydarzenia z obszaru b2b, wsparcia sprzedaży, imprezy integracyjne, a także projekty z wykorzystaniem ciężarówek promocyjnych oferując swoje autorskie rozwiązania. Agencja ma na swoim koncie ponad 2 000 zrealizowanych projektów i jest dwukrotnym laureatem Nagrody Diamenty Forbesa.

#### BIURO PRASOWE PROJEKTU FAN CITY TOUR

**Wszelkich dodatkowych informacji udziela:**

Biuro Prasowe FAN CITY TOUR [biuroprasowe@fancitytour.pl](mailto:biuroprasowe@fancitytour.pl) +48 662 02 02 70