



**Hur man blir en
av svensk fotbolls
viktigaste spelare**



NATIONALSPORTEN

Sverige älskar fotboll

Inledning

Hur mycket kan man älska fotboll?

Mycket. Det finns en stor grupp svenska supportrar som följer våra landslag på alla matcher. Var i världen de än spelar. De byter ut semester, de sparar pengar och har full koll på hur de ska planera sina liv efter landslagens scheman.

En fantastisk kärlek till fotbollen.

Men det är klart, i ett land där fotbollen aktivt engagerar mer än 1 miljon människor om dagen, där har folket en speciell relation till fotboll som sträcker sig över alla åldrar och samhällsgrupper.



Att älska fotboll är också att se dess roll i samhället. Åk till en träningsplan nära dig en regnig torsdagskväll i oktober. Där hittar du den svenska fotbollens osynliga hjältar – de som tränar knattelagen, de som bär in plastkonerna i förrådet efter träningen, de som kokar korv på matchdagen.

Där hittar du också de unga flickor och pojkar som förenas i den gemenskap, glädje och laganda som fotbollen erbjuder. Det är deras kärlek till spelet som är fotbollens framtid.

Det är därför Svenska Fotbollförbundet är med från början, från det att de minsta tar sina första steg in i fotbollens värld, inspirerade av hjältar som Zlatan, Henke och Brolin. Vi följer dem genom fotbollsutbildningar på gymnasienivå, elitläger och Juniorallsvenskan. Det är så vi försäkrar oss om att de nya generationerna som växer upp också ska älska fotboll.

Att sedan se talanger gå vidare till Allsvenskan, Damallsvenskan och Superettan är en varm belöning för många. Går de sedan vidare till landslagen så sluts cirkeln. De som en gång såg upp till landslagsspelare blir nu nästa generations idoler och förebilder.

Nu kan ditt företag också bli en del av svensk fotboll. Som samarbetspartner är ni inte bara med och stöder fotbollen idag – ni hjälper även till att forma framtiden för nästa generation.

Vem vet vilka kommande storstjärnor som kommer att ha ditt företag att tacka för sin framgång?



Vår storlek är vår styrka

Fotbollen är med sitt stora engagemang i hela landet tveklöst Sveriges Nationalsport.

Men detta är inte bara ett ord som beskriver fotbollens plats i det svenska folkets hjärtan utan också ett kommunikativt koncept som ökar mervärdet för våra samarbetspartners. Vi vill att ni ska känna att ni stöder en respekterad aktör och en av motorerna i den svenska samhällsutvecklingen.

Men det ligger också ett stort ansvar i att vara Nationalsporten – det ställer krav på vårt uppträdande, det ställer krav på vårt engagemang i samhället i stort och det ställer krav på fortsatt positiv utveckling.

Det är i detta ni kommer att få en viktig roll – tillsammans ska vi leva upp till begreppet Nationalsporten och de värderingar som ingår i detta begrepp.



Nationalsporten i siffror

Fakta

Svensk fotboll Var tredje idrottsaktivitet i Sverige är fotboll!

Klubbar 3 359 fotbollsklubbar

Medlemmar Mer än 1 000 000 medlemmar i klubbarna

Spelare 286 000 licensierade spelare (varav 73 000 damer)

Tillväxt Under det senaste decenniet har antalet utövare på herrsidan ökat med 13% och på damsidan med 39%.

Ungdom Totalt finns det ca 240 000 ungdomsspelare.

2009 var 60 300 spelare i 12-14 års åldern registrerade varav 22 200 flickor.

Domare 4 100 seniordomare varav 200 damer.

Anläggningar 5 708 fotbollsplaner varav 3 924 grus- och 400 konstgräsplaner. Dessutom finns 150 "Kulan-anläggningar".

Publik Totalt såg 2,4 miljoner Allsvenskan, Damallsvenskan och Superettan, vilket är en ökning med drygt 117.500 personer jämfört med förra året.

Under U21-EM, sommaren 2009, sågs de 15 matcherna i snitt av 11 500 åskådare.

Korpen 8 700 lag med 104 000 spelare.

Online Vår webbportal svenskfotboll.se har fler än 90 miljoner sidvisningar/år, med i snitt 370 000 unika besökare/månad.

Marknad 47% av Sveriges befolkning är aktivt intresserade av fotboll – det blir över 4 miljoner konsumenter.

Siffrorna gäller för år 2009.

Vi syns

Vårt varumärke

Svensk fotboll är en helsvensk angelägenhet av stort allmänintresse.

Såväl landslagsfotbollen som Allsvenskan, Superettan och Damallsvenskan TV-sänds under hela säsongen. Vi syns i tidningar och på nätet. Svensk fotboll är ständigt närvarande.

Men syns man mycket måste man kontrollera hur. Om vi inte själva bestämmer hur vi ska uppfattas är risken stor att andra bestämmer det. Vi har därför strategier för hur vi, enskilt och i sammanhang med våra partners, ska kommunicera och vad vi ska förmedla.

När svensk fotboll visar upp sig ska det verkligen kännas i hjärterötterna. Sättet vi kommunicerar på är en del av vår personlighet och vår strävan är att visa värme, stolthet, jäklar anamma och gott humör.

Vi bygger vårt varumärke på ett antal starka värdeord: Engagemang. Kreativitet. Trovärdighet. Tradition. Gemenskap. Folklighet. Glädje. Stolthet. Delaktighet. Fair Play. Mod. Design. Showbusiness. Världsklass



Tillsammans lyfter vi svensk fotboll

Marknadsföring

Genom konsekvent marknadsföring och profilering arbetar vi för att behålla och förstärka det stora publika intresset kring vår verksamhet och våra evenemang.

"Det blå manéret" är centralt för svensk fotbolls profil.

Det går som en sammanhållande kraft genom annonser, matchgrafik, presskonferenser, flygplan – ja, kort sagt i alla sammanhang som svensk fotboll syns.

Vår tydliga profil har hjälpt oss skapa hög kännedom kring vårt varumärke – och vad det står för. Den har till och med givit oss nomineringar i prestigefyllda tävlingar där stark och konsekvent marknadsföring premieras.

Vårt huvudmål är att svenska folket ska förstå fotbollens viktiga roll i samhället och att fler ska engagera sig. Och samtidigt med detta öka förståelsen för att svensk fotbolls framgångar är ett resultat av "allas arbete".



A photograph of two men in football jerseys. The man on the left is wearing a white jersey with 'SVERIGE' and a yellow logo on the sleeve. The man on the right is wearing a white jersey with a yellow logo on the chest and 'ODDS' on the front. They are both looking down at a piece of paper held by the man on the left. The background is a bright, hazy outdoor setting.

Samarbete

Mervärdet svensk fotboll

Det handlar ju om det.

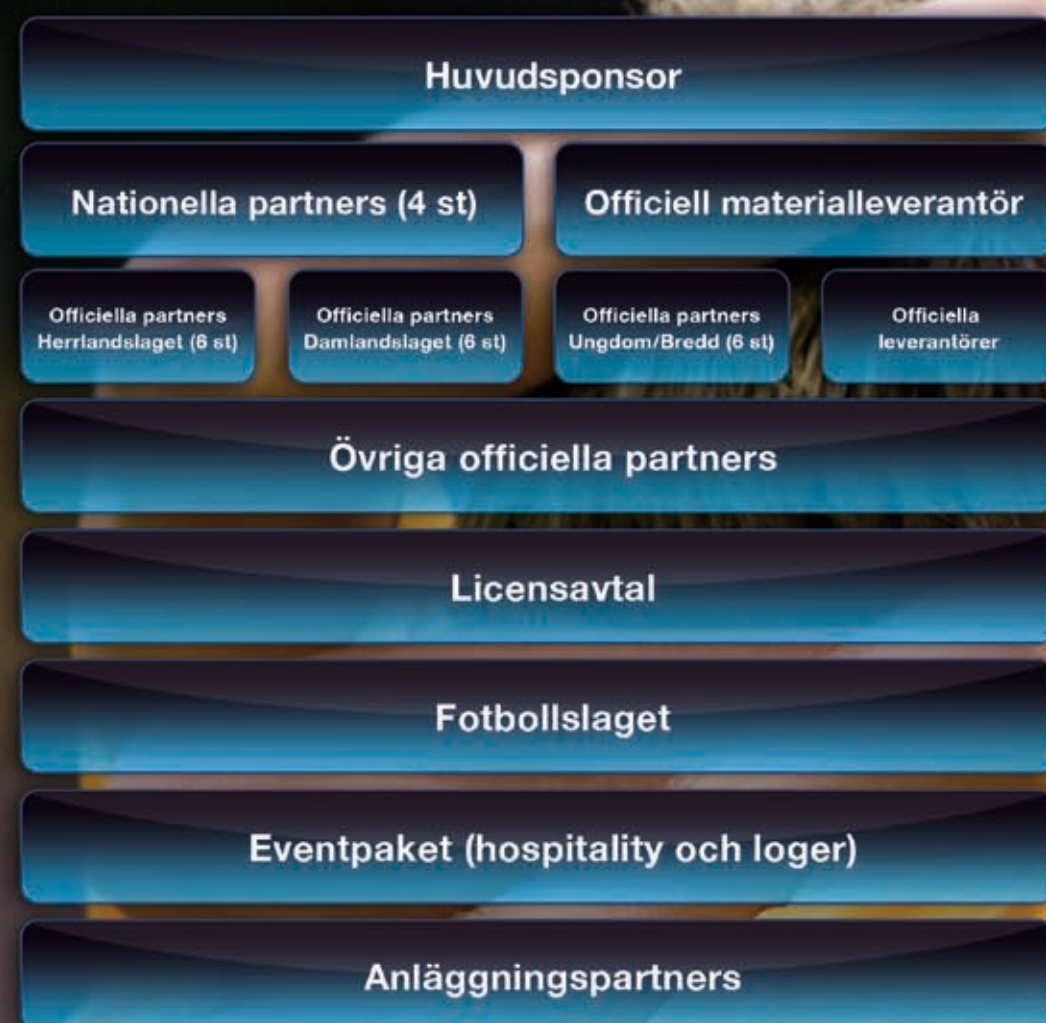
Att kunna lägga till någonting till det egna varumärket genom att vara förknippad med landets största idrottsorganisation.

Visst, alla älskar fotboll – men ett samarbete måste självklart vara mer handfast och konkret än så. Som partner till SvFF får ni unika rättigheter att använda svensk fotboll i er marknadsföring och kommunikation. Ni blir också en del av ett nätverk där ni hittar flera av Sveriges mest profilstarka företag.

Vi tror inte vi behöver peka på vilka extra möjligheter detta ger för att skapa nya relationer och affärsmöjligheter. Beroende på vilket samarbetsavtal ni väljer får ni olika förmåner och möjligheter. Oavsett nivå är ambitionen alltid att jobba fram en helhetslösning som passar den egna organisationens behov bäst.

Alla ska känna att man är på rätt plats och får ut mesta möjliga av samarbetet med svensk fotboll.

Våra samarbetsnivåer



Ett vinnande upplägg

Beroende på vilket samarbetsavtal ni väljer får ni unika rättigheter att använda svensk fotboll i er marknadsföring. Varje företag är unikt. Vi skräddarsyr därför alla avtal. Grunderna kan sammanfattas i fem rubriker – exponering, rättigheter och associationer, upplevelser, affärsmöjligheter och event.

Exponering Våra samarbetspartners ska självklart synas. Ni kommer därför att få möjlighet att exponera ert företag och ert budskap. Det kan exempelvis vara i LED-systemet i samband med matcher, på storbildsskärmar och ljusstavlor, men också genom annonser i matchprogram eller banners på vår hemsida.

Rättigheter och associationer Våra samarbetspartners får en rad marknadsföringsrättigheter beroende på vilken nivå man går in på. Det kan röra sig om att få använda SvFF:s logotyp eller att få använda enskilda spelare i företagets egen marknadsföring.

Upplevelser Som samarbetspartner till SvFF kommer ni att kunna få ta del av upplevelser som inte kan köpas för pengar. Vad sägs om att kunna få ta med er kunder och personal till stängda landslagsträningar? Eller att låta ert företag få disponera Råsunda Stadion för en egen fotbollsmatch?

Affärsmöjligheter Ni har möjlighet att kommunicera via våra drygt 3 300 klubbar och dess medlemmar eller göra direktutskick till de tusentals personer som är med i SvFF:s supporterklubb och låta dem ta del av ert företags budskap och erbjudande. Ni har även möjlighet att knyta affärs-kontakter med övriga samarbetspartners.

Event Ni kommer att få möjlighet att arrangera unika aktiviteter i samband med landskamper och SvFF:s övriga fotbollsevenemang. Under samarbetsperioden anordnas dessutom ett antal nätverksbyggande sammankomster i SvFF:s regi för att stimulera och underlätta skapandet av nya affärskontakter.

Ni hamnar i fint sällskap

Att tillhöra en gemenskap som tar ansvar för utvecklingen av Sveriges nationalsport skapar en speciell känsla av att vara med om något viktigt.

Många av våra samarbetspartners väljer fotbollen som en del i sin strategiska profilering av det egna varumärket – både på nationell och internationell nivå. Andra ser samarbetet som en del av en större marknadsmix.

Vi berättar gärna om vilka andra företag som finns på de olika nivåerna i vår partnerstruktur. Det kan ge tankar om nya samarbeten och affärsmöjligheter.

Lägger vi allt allvar åt sidan en stund vill vi gärna berätta att vi trivs bra ihop också och har många trevliga minnen att blicka tillbaka på. Inte minst gäller det alla gemensamma fotbolls-upplevelser som vi delat genom åren.

Se det som en bonus, men är ni själv intresserade eller engagerade i fotboll – då är detta ett sällskap som ni kommer att stortrivas i.

Partners



”Svenska Spel och svensk fotboll har en lång historia ihop. Redan på 1930-talet startade vårt samarbete och idag är vår relation starkare än någonsin. Svensk fotboll har en bred organisation som möjliggör satsningar utanför de rent kommersiella, vilket gör att vi båda kan bygga våra varumärken på ett spännande och framgångsrikt sätt.

Vi ser oss inte som en sponsor i traditionell mening utan som en samarbetspartner som jobbar med viktiga värderingar inom fotbollen. Genom att samarbeta med svensk fotboll får vi möjlighet att långsiktigt, uthålligt och målmedvetet vara delaktiga i en utveckling som sträcker sig långt utanför de 90 minuterna på planen.

Ett av de projekt vi är mest stolta över är Tipselit. Syftet är att vidareutveckla svensk elitfotboll genom en målmedveten satsning på unga talanger. Fair Play och Samhällspriset är några andra exempel på våra engagemang. Genom dessa projekt spelar vi en viktig roll i utvecklingen av svensk fotboll.”

Johan Lindvall, sponsringschef Svenska Spel



TIPS



ELIT

Proffs ska prata med proffs

Vi har en professionell organisation som ställs till ert förfogande – som är med er i alla beslut och aktiviteter hela vägen fram till målet.

Ni får en egen kontaktperson på SvFF som ser till att sköta om era rättigheter. Vi är gärna med i början av planeringen av olika aktiviteter och kan hjälpa till både i genomförandet och i uppföljningen.

För att alla ambitioner ska infrias och leda någonstans strävar vi alltid efter långsiktiga samarbeten och partnerskap. Våra avtal har en löptid som sträcker sig över flera år.

Det talas mycket om proffs i fotbollens värld. I våra ögon är ett professionellt agerande en förutsättning för framgångsrika relationer också utanför plan.





SE, UPPLEV, ÄLSKA™



Svenska Fotbollförbundet

Råsunda Stadion

Telefon 08-735 09 00. E-post marknad@svenskfotboll.se

svenskfotboll.se