



Distinctions Grow de l'UEFA 2021 Directives relatives aux candidatures

Introduction

« Ces distinctions sont un peu les Oscars du développement stratégique du football en Europe. Les formidables projets présentés dans le cadre des Distinctions Grow de l'UEFA sont révélateurs du chemin parcouru en matière de développement du football ; nous tenons à féliciter toutes les associations ayant partagé leurs projets si ouvertement avec la communauté du football. »

Zoran Laković, directeur Associations nationales de l'UEFA, lors de la cérémonie de remise des Distinctions Grow de l'UEFA en 2018

Origines et objectifs

Le but des Distinctions Grow de l'UEFA est de récompenser et d'appuyer les initiatives et les succès des associations membres de l'UEFA, tout en mettant à l'honneur les meilleures pratiques venant de toute l'Europe. L'enjeu n'est pas seulement de remporter une distinction. Il s'agit d'apprendre les uns des autres, de partager les connaissances et d'entretenir un réseau ciblé.

Lancée en 2011 lors des Distinctions de marketing KISS de l'UEFA, cette initiative connaît un franc succès, suscitant un fort intérêt de la part des associations nationales. En 2018 par exemple, 44 associations nationales ont soumis 106 candidatures, un record ! Les médias s'y intéressent également beaucoup, les projets récompensés ayant bénéficié d'une bonne couverture médiatique à l'échelle tant nationale qu'internationale, ce qui donne une grande visibilité à ces formidables réussites.

Catégories de distinctions

À l'image du monde en général, le football a énormément changé depuis la dernière édition des Distinctions Grow de l'UEFA, en 2018. Compte tenu de l'évolution de la situation extérieure et des retours des associations nationales, nous avons décidé d'adapter nos catégories de distinctions afin qu'elles reflètent au mieux le paysage actuel du développement stratégique. Cette année, les catégories sont les suivantes :

- 1) Initiative communautaire COVID-19**
- 2) Partenariat commercial**
- 3) Campagne de communication**
- 4) Projet données et perspectives**
- 5) Développement de marque**
- 6) Projet d'engagement des supporters**
- 7) Projet de développement de l'organisation**
- 8) Initiative de soutien envers des parties prenantes**

Une présentation détaillée de ces catégories se trouve aux pages 6 à 20 du présent document.

Le jury

L'UEFA sélectionnera et supervisera un jury indépendant composé d'experts du secteur sportif, qui examineront tous les projets et choisiront le projet gagnant dans chaque catégorie.

Distinctions

Le jury déterminera le meilleur projet de chaque catégorie (parmi trois sélectionnés), ainsi que le projet le plus innovant et créatif (nomination directe). Ainsi, chaque catégorie comportera deux distinctions : celle du meilleur projet et celle de l'initiative la plus créative et innovante. En tout, ce seront donc 16 distinctions qui seront décernées.

Procédure de sélection

Une fois passée la date limite d'envoi des candidatures, l'administration de l'UEFA traitera les dossiers et les mettra tous à disposition du jury, qui disposera de suffisamment de temps pour examiner en détail toute la documentation. Le jury se réunira en septembre 2021 et déterminera le lauréat de la distinction « Créativité et innovation » pour chaque catégorie, ainsi que les trois projets présélectionnés qui seront en lice pour la distinction du meilleur projet dans chaque catégorie.

Les projets présélectionnés seront annoncés dans une lettre circulaire fin septembre ou début octobre 2021. Les associations nationales concernées (c.-à-d. les personnes de contact principales pour les projets en question) seront contactées et priées de préparer une présentation de dix minutes pour chacun des projets présélectionnés. Tous les nominés présenteront leurs projets aux 55 associations membres lors d'événements virtuels entre le lundi 29 novembre et le jeudi 2 décembre. Le programme détaillé et de plus amples informations vous seront communiqués en temps utile. Le jury choisira le projet vainqueur dans chaque catégorie en s'appuyant sur les candidatures initiales et sur les présentations données lors des événements en ligne.

Le jury se réserve le droit de présélectionner plus de trois projets dans une catégorie selon le nombre de candidatures et leur qualité. Il peut en outre décider de décerner des mentions spéciales.

Critères de sélection

Le jury s'appuiera sur divers critères afin de déterminer les vainqueurs, et prendra notamment en compte les aspects suivants :

- Le projet présente-t-il des **objectifs SMART** et des indicateurs clés de performance (ICP) clairement définis ?
- Présente-t-il des **résultats tangibles** et clairs (en matière de recherche et de données) ?
- La documentation du projet montre-t-elle ce qu'entreprendra l'association nationale **à l'avenir** dans la lignée du projet, et le lien avec la **stratégie** générale de l'organisation ?
- Comprend-elle des détails concernant les **ressources** internes et externes utilisées, ainsi que le **budget** du projet ?
- Présente-t-elle la manière dont le projet a obtenu l'appui de **la direction** ?
- Le **dossier de candidature** est-il bien présenté et bien structuré ?
- La stratégie/l'initiative/la campagne est-elle **créative** et **innovante** ?

- Le projet peut-il être **reproduit** par d'autres associations nationales ? Serait-il possible pour d'autres associations nationales d'appliquer l'idée ou de réaliser un projet similaire dans leur contexte ?

Cérémonie de remise des distinctions

Les 16 lauréats seront annoncés lors de la cérémonie de remise des Distinctions Grow de l'UEFA. L'événement se déroulera en ligne et en direct le vendredi 3 décembre 2021. De plus amples informations sur cet événement seront communiquées en temps voulu.

Directives d'ordre général

Nous encourageons vivement toutes les associations membres à participer et à soumettre des candidatures. Veuillez tenir compte des directives suivantes lorsque vous constituez votre dossier :

- Chaque association nationale peut soumettre plusieurs candidatures. Il est également possible de proposer plusieurs projets dans une même catégorie.
- Chaque dossier doit comprendre un **formulaire de candidature dûment rempli** et une **présentation PowerPoint résumant le projet**. Toutes les informations clés doivent figurer dans le formulaire de candidature, tandis que la présentation PowerPoint doit fournir des informations plus détaillées sur le projet (ainsi que les informations clés figurant dans le formulaire de candidature). En outre, veuillez soumettre au moins **trois images de bonne qualité** illustrant l'essence de votre projet. Ces photos peuvent être utilisées à des fins de communication externe (voir page 21 pour plus de détails) et doivent si possible représenter le résultat du projet : dans le cas d'un partenariat commercial destiné à accroître la pratique du football par exemple, les images devraient présenter des personnes en train de jouer au football en s'amusant, plutôt que la conférence de presse annonçant l'accord de sponsoring.
- Le formulaire de candidature et la présentation PowerPoint sont d'importance égale et doivent être soumis en **anglais**.
- Les documents vidéo ne sont pas obligatoires, mais nous vous recommandons de soumettre une vidéo portant sur le projet. Il serait souhaitable que la vidéo soit sous-titrée en anglais si elle est dans une autre langue.
- Nous vous remercions de ne pas fournir des liens vers des photos ou des vidéos disponibles en ligne (p. ex. des vidéos sur YouTube) ; veuillez plutôt inclure les images ou fichiers vidéo correspondants dans votre dossier de candidature.
- Veuillez respecter les conventions suivantes pour nommer vos fichiers :
 - *NName_AwardCategory_Application form*
 - *NName_AwardCategory_Presentation*
 - *NName_AwardCategory_Image_1, _2, etc.*
 - *NName_AwardCategory_Video_1, _2, etc.*
 - *NName_AwardCategory_Supporting document_1, _2, etc*

Des descriptions détaillées de chaque catégorie de distinctions figurent aux pages suivantes. En règle générale, les candidatures doivent porter sur des initiatives, des campagnes ou d'autres projets lancés, prévus et/ou réalisés au cours des trois dernières années (à savoir après la Coupe du monde de la FIFA 2018).

Comment poser sa candidature

- Les associations nationales intéressées sont priées d'envoyer le formulaire de candidature dûment rempli, la présentation du projet, au moins trois images de bonne qualité ainsi que toute la documentation pertinente par e-mail à UEFAGrowAwards@uefa.ch **d'ici au vendredi 27 août 2021 à 18h00 (HEC).**
- Si la taille de la documentation dépasse 10 Mb au total, veuillez utiliser un service de transfert tel que [WeTransfer](#) pour l'envoi des fichiers.
- Les documents imprimés, les clés USB et tout autre article peuvent être envoyés par la poste à l'adresse suivante : UEFA, à l'attention de Zoélya Gagnebin, division Associations nationales, 46, route de Genève, CH-1260 Nyon, Suisse. (Veuillez noter que la documentation envoyée par courrier doit elle aussi nous parvenir d'ici à 18h00 HEC le 27 août 2021. Les délais de livraison doivent donc être pris en compte.)

Merci d'envoyer toute question par e-mail à UEFAGrowAwards@uefa.ch ou de prendre contact directement avec Zoélya Gagnebin, assistante Développement stratégique des associations nationales de l'UEFA (zoelya.gagnebin@uefa.ch) ou avec Manuel Ruess, coordinateur Développement stratégique des associations nationales de l'UEFA (manuel.ruess@uefa.ch).

Catégories de distinctions

1. Initiative communautaire COVID-19

La pandémie de coronavirus a bouleversé le monde dans lequel nous vivons. En 2020, les associations nationales ont lancé de nombreuses initiatives de soutien aux communautés locales lorsque les mesures de distanciation sociale nécessitaient de rester chez soi. Le football s'est révélé vecteur de soutien dans toute l'Europe, qu'il s'agisse de collecter des fonds pour l'achat de matériel médical, de produire des vidéos pour rester en forme à la maison, de livrer de la nourriture aux personnes âgées ou vulnérables, ou encore de mettre à profit la portée du sport pour faire passer des messages cruciaux en matière de santé. Cette distinction met à l'honneur le formidable travail réalisé par les associations nationales en matière de soutien aux communautés locales pendant la pandémie.

Objectifs, approche et plan d'action

Les dossiers de candidature doivent :

- porter sur une initiative communautaire menée par votre association nationale ;
- présenter des initiatives impliquant l'association nationale ;
- présenter des objectifs et ICP clairement définis ;
- montrer comment l'initiative a convaincu la direction avant son lancement ;
- indiquer si cette initiative a un lien ou non avec votre stratégie d'organisation ou avec un volet pertinent de celle-ci, et expliquer le lien.

Résultats

Les dossiers de candidature doivent :

- mettre en évidence l'aide apportée par l'initiative aux communautés locales ;
- se référer à des recherches, des données ou d'autres preuves tangibles pour attester les résultats ;
- indiquer ce que vous entendez entreprendre à l'avenir dans la lignée de ce projet ;
- montrer clairement si le projet a atteint ses objectifs ou pas.

Ressources

Les dossiers de candidature doivent :

- montrer le rôle exact de l'association nationale en termes d'implication, de soutien et de ressources ;
- indiquer (le cas échéant) la participation de partenaires commerciaux ou non commerciaux à l'initiative ;
- détailler la manière dont d'autres associations nationales peuvent s'inspirer de l'idée et réaliser un projet similaire dans leur contexte.

Directives

Si les compétitions de football européennes ont connu une pause en 2020, le sport le plus populaire du monde n'en a pas moins continué à jouer un rôle de premier plan dans la réponse de la société face à la crise sanitaire. Cette catégorie regroupe toutes les activités qui ont contribué à redonner le sourire aux supporters de football, aidé les gens à entretenir leur forme physique dans le respect des règles pendant la pandémie, et soutenu les personnes dans le besoin. Cela va bien au-delà des dons et de l'aide financière : il s'agit de solidarité et de soutien à tous les membres de la société durant cette période sans précédent. La catégorie couvre donc des activités telles que le financement de matériel médical pour des hôpitaux, la mise à disposition des installations de l'association nationale à des fins médicales, l'aide financière aux clubs de football de base, l'organisation d'initiatives favorisant la santé et le bien-être, et l'organisation d'autres initiatives de soutien aux communautés locales pendant la pandémie. Elle englobe également

toutes les initiatives destinées à promouvoir le respect des règles gouvernementales en matière de distanciation sociale et de confinement, qui apportent une précieuse contribution à la lutte contre le COVID-19. Si le dossier de candidature porte sur une initiative menée par le gouvernement, veillez à bien mettre en évidence le rôle de votre association nationale et le lien entre le projet et vos propres initiatives communautaires liées au COVID-19.

2. Partenariat commercial

Cette distinction récompense le meilleur partenariat ou la meilleure activation de partenariats. Les projets doivent porter sur l'association nationale, sur l'équipe nationale masculine/féminine, sur les équipes nationales juniors, sur le championnat/la coupe nationale ou sur le football de base. L'objectif est de mettre à l'honneur les associations nationales faisant preuve d'excellence dans le domaine commercial à travers la création de nouvelles opportunités commerciales, l'encouragement de l'activation de partenaires ou l'octroi de droits commerciaux selon des standards mondiaux, et ce dans la lignée des objectifs stratégiques globaux de l'organisation. L'impact de la crise sanitaire a obligé les associations nationales à adapter leurs partenariats et à faire preuve de créativité et d'inventivité pour continuer de satisfaire leurs partenaires. Montrez-nous les droits que vous avez mis en place pour vos partenaires (p. ex. des packages de droits numériques qu'ils peuvent activer) ou les nouveaux partenariats que vous avez établis en faveur du football dans votre pays.

Objectifs, approche et plan d'action

Les dossiers de candidature doivent :

- être liés à un partenariat commercial, à l'activation d'un partenariat ou à une initiative destinée à tous les partenaires commerciaux (p. ex. pour atténuer l'impact du COVID-19) ;
- définir et préciser clairement les objectifs, la stratégie, les tactiques et les résultats du partenariat (pour l'association nationale comme pour le partenaire) ;
- présenter des activations du sponsoring impliquant l'association nationale ;
- montrer comment le projet a convaincu la direction avant son lancement.

Résultats

Les dossiers de candidature doivent :

- indiquer le retour sur investissement quantitatif et/ou qualitatif assuré par le projet, du point de vue de l'association nationale comme du partenaire commercial ;
- se référer à des recherches, des données ou d'autres preuves tangibles pour attester les résultats ;
- montrer en quoi l'activation ou le partenariat est novateur et engageant pour les supporters, et le retour sur investissement assuré en termes de marketing.

Ressources

Les dossiers de candidature doivent :

- montrer le rôle exact de l'association nationale en termes d'implication, de soutien et de ressources ;
- indiquer tout l'éventail des ressources employées dans l'activation du programme (partenaires commerciaux, agences, etc.) et communiquer le budget du projet ;
- fournir les détails de toute étude réalisée avant ou après le projet ;
- montrer comment le projet a obtenu l'appui de la direction ;
- détailler la manière dont d'autres associations nationales peuvent s'inspirer de l'idée et réaliser un projet similaire dans leur contexte.

Directives

Il s'agit de proposer un partenariat commercial ou une activation de partenaire suivant une approche novatrice et originale, promouvant une certaine marque et le football dans son ensemble à travers un événement ou une campagne d'activation remarquable. Veuillez noter que cette catégorie ne se limite pas au sponsoring. En effet, elle comprend également d'autres domaines commerciaux, tels que la diffusion, le streaming, le merchandising et le licensing, la billetterie et l'hospitalité, le secteur numérique et les

données, les événements dans les stades et les subventions gouvernementales. Dans cette catégorie, l'essentiel est de démontrer comment vous avez œuvré avec vos partenaires pour atteindre les objectifs de toutes les parties concernées.

3. Campagne de communication

Cette distinction récompense la meilleure campagne de communication destinée à faire connaître les activités de l'association nationale et à améliorer l'image du football auprès des principales parties prenantes et dans toute la société. Il peut notamment s'agir d'un plan stratégique de communication visant à donner de la visibilité aux activités de l'organisation au-delà de l'équipe nationale, ou d'une campagne de communication axée sur l'équipe nationale masculine/féminine, les équipes nationales juniors, le championnat/la coupe nationale, le football de base ou tout autre élément relevant du rôle de l'association nationale dans le football ou dans la société.

Objectifs, approche et plan d'action

Les dossiers de candidature doivent :

- être liés à une stratégie ou campagne de communication menée par votre association nationale (seule ou en partenariat avec une agence extérieure) ;
- mettre en exergue les défis abordés par la campagne ;
- révéler l'utilisation d'idées solides, créatives et originales ;
- définir clairement les ICP, stratégies et objectifs pertinents ;
- montrer comment le projet a convaincu la direction avant son lancement.

Résultats

Les dossiers de candidature doivent :

- montrer clairement le lien de la campagne avec votre stratégie de communication et/ou d'organisation ;
- présenter des résultats clairs et tangibles (mesurés au moyen des ICP) ou un changement progressif de perception chez les parties prenantes ;
- se référer à des recherches, des données ou d'autres preuves tangibles pour attester les résultats ;
- présenter une nette progression de la prise de conscience au changement d'attitude.

Ressources

Les dossiers de candidature doivent :

- indiquer le rôle exact de l'association nationale ;
- détailler toutes les ressources externes utilisées pour l'activation de ce projet (par ex. les agences) ;
- indiquer le budget global et les ressources humaines du projet ;
- fournir les détails de toute étude réalisée avant ou après le projet ;
- détailler la manière dont d'autres associations nationales peuvent s'inspirer de l'idée et réaliser un projet similaire dans leur contexte.

Directives

Nous recherchons une campagne ou une stratégie de communication qui concerne votre association nationale, votre équipe nationale masculine ou féminine, vos compétitions nationales, vos programmes de football de base ou tout autre élément qui relève du rôle joué par votre association nationale et qui améliore la perception d'un aspect du football dans votre pays. Il pourrait s'agir notamment d'une campagne de communication coïncidant avec le lancement d'un nouvel équipement afin de renforcer l'identification à l'équipe ou le lien entre le public et l'équipe, ou d'un plan de communication de crise afin de faire face à une situation particulière, ou encore du recours à des méthodes de communication efficaces et rapides pour informer la communauté du football pendant la pandémie. Cette catégorie couvre également les activités de communication destinées à faire connaître les activités de l'association nationale

et son rôle dans l'orientation, le développement et la promotion du football dans votre pays, ainsi que les projets mettant en lumière le rôle du football dans la société (tels les projets de responsabilité sociale).

4. Projet données et perspectives

Les perspectives constituent un sujet important car les organisations mettent tout en œuvre pour prendre chaque jour de meilleures décisions fondées sur des preuves afin d'améliorer encore leur impact. Elles nous aident à comprendre le passé, à réagir au présent et à anticiper les besoins futurs. Les stratégies d'entreprise sont de plus en plus explicites sur l'importance de l'information comme atout essentiel et de l'analyse de données comme compétence cruciale. Dans tous les secteurs, les grandes organisations accordent une attention croissante à ces aspects et le football ne fait pas exception. Cette catégorie vise à récompenser les associations nationales qui excellent dans le domaine des perspectives, de la recherche et des données. On s'intéresse à la manière dont les associations nationales s'appuient sur les données dans leur prise de décision, et sur les perspectives pour passer à l'action.

Objectifs, approche et plan d'action

Les dossiers de candidature doivent :

- être liés à un projet mené par votre association nationale dans le domaine des données, des perspectives ou de la recherche ;
- définir et préciser clairement les objectifs, la stratégie, les tactiques et les résultats du projet ;
- indiquer si le projet est lié à la stratégie globale de l'association, et expliquer le lien ;
- montrer comment le projet a convaincu la direction avant son lancement.

Résultats

Les dossiers de candidature doivent :

- montrer comment l'association nationale a généré des perspectives et l'utilité qu'elle en a tiré ;
- expliquer votre démarche vers une action concrète s'appuyant sur les données et les perspectives ;
- montrer clairement dans quelle mesure ces perspectives ont contribué à la croissance du football ;
- présenter des résultats clairs et tangibles (mesurés au moyen des ICP) ;
- se référer à des recherches, des données ou d'autres preuves tangibles pour attester les résultats.

Ressources

Les dossiers de candidature doivent :

- indiquer tout l'éventail des ressources employées dans le projet (agences externes, personnel de l'association nationale, etc.) et communiquer le budget du projet ;
- montrer comment le projet a obtenu l'appui de la direction ;
- détailler les moyens utilisés pour analyser, visualiser et communiquer les résultats ;
- détailler la manière dont d'autres associations nationales peuvent s'inspirer de l'idée et réaliser un projet similaire dans leur contexte.

Directives

Nous cherchons des initiatives portant sur les données, les perspectives et la recherche qui ont un véritable impact. Il peut s'agir d'un projet spécifique répondant à une problématique particulière, d'un projet de recherche collaboratif et pluridisciplinaire, ou d'activités globales visant à développer/accroître l'utilisation des perspectives au sein de l'organisation (et/ou par les parties prenantes externes). Les projets de recherche quantitative/qualitative, l'analyse de bases de données (participation, gestion de la relation client, billetterie, etc.), la création de modèles prédictifs et autres initiatives portant sur des études d'activités commerciales et la collecte d'informations relèvent de cette catégorie, tout comme les projets ayant recours aux perspectives pour la planification stratégique ou la prise de décision, les projets de collecte et de partage de données, et les solutions de structure de données. Les dossiers de candidature

doivent montrer en quoi l'initiative a favorisé une approche de plus en plus axée sur les perspectives dans l'orientation de l'organisation, et/ou la manière dont elle a étayé les partenariats commerciaux ou non commerciaux et contribué à l'évolution du football.

5. Développement de marque

Cette distinction récompense la meilleure stratégie ou action de marque et le meilleur programme de mise en œuvre. L'activation et/ou la stratégie de marque doit être centrée sur l'association nationale, l'équipe nationale féminine ou masculine, les équipes nationales juniors, le championnat/la coupe nationale ou un autre attribut de marque de l'association nationale (programmes de football de base p. ex.). Même si vous n'avez pas changé de logo ou d'identité visuelle récemment, cette catégorie reste pertinente car une marque est plus qu'un logo. Cette catégorie couvre ainsi tous les éléments et attributs de la gestion et du développement des marques.

Objectifs, approche et plan d'action

Les dossiers de candidature doivent :

- être liés à une activation de la marque, à une stratégie de marque et/ou à un programme de mise en œuvre, mené par votre association nationale ;
- définir clairement les ICP, stratégies et objectifs du projet ;
- montrer comment le projet a convaincu la direction avant son lancement.

Résultats

Les dossiers de candidature doivent :

- décrire clairement comment cette stratégie de marque et ce programme de réalisation s'intègrent dans le portefeuille de marques et la stratégie globale de votre association nationale ;
- présenter des résultats clairs et tangibles (mesurés au moyen des ICP) ou un changement progressif de perception chez les parties prenantes ;
- indiquer le retour sur investissement en termes quantitatifs et qualitatifs (en matière de notoriété de la marque, de changements de perception de la marque, de retours des médias, de relations publiques, etc.).

Ressources

Les dossiers de candidature doivent :

- détailler le rôle exact de l'association nationale en termes d'implication, de soutien et de ressources ;
- lister toutes les ressources externes utilisées pour l'activation de ce programme (p. ex. les agences) ;
- indiquer le budget global consacré au projet de marque ;
- décrire toute étude menée avant ou après le projet ;
- expliquer comment le projet a obtenu l'appui de la direction ;
- détailler la manière dont d'autres associations nationales peuvent s'inspirer de l'idée et réaliser un projet similaire dans leur contexte.

Directives

Nous recherchons une stratégie ou une activation de marque qui concerne votre association nationale, votre équipe nationale masculine ou féminine, vos compétitions nationales ou un programme de football de base qui améliore la perception d'un aspect du football dans votre pays. Les activités éligibles dans cette catégorie comprennent l'utilisation de la propriété visuelle, les solutions d'architecture de marque, les activités d'expérience de marque, les projets de développement de marque (p. ex. pour refléter un changement de mission/valeurs/positionnement), les stratégies créatives, les campagnes de marketing de la marque, les projets d'identité visuelle, la mesure de l'évolution ou de la performance de la marque, ou le développement d'outils permettant une utilisation efficace de la marque parmi les parties prenantes internes et externes (portail de marque p. ex.). Autre type de projet éligible dans cette catégorie : la mise

en œuvre et le déploiement d'un nouveau branding, y compris la planification et la réalisation d'événements de lancement de la marque et autres activités de communication dans ce cadre.

6. Projet d'engagement des supporters

Cette catégorie met à l'honneur les associations nationales faisant preuve d'excellence dans les domaines du marketing numérique et de l'utilisation des données, de la gestion de la relation client et/ou de l'expérience sur site. Cette distinction récompense la meilleure campagne d'engagement des supporters menée par une association nationale dans son propre intérêt ou dans l'intérêt de l'équipe nationale masculine/féminine, des équipes nationales juniors ou du championnat/de la coupe nationale.

Objectifs, approche et plan d'action

Les dossiers de candidature doivent :

- porter sur un projet d'engagement des supporters mené par votre association nationale ;
- définir et préciser clairement les objectifs, la stratégie, les tactiques et les résultats du projet ;
- montrer comment le projet a convaincu la direction avant son lancement.

Résultats

Les dossiers de candidature doivent :

- montrer en quoi le projet est novateur et engageant pour les supporters et présente un bon retour sur investissement ;
- présenter des résultats clairs et tangibles (mesurés au moyen des ICP) ;
- non seulement montrer le taux d'engagement sur les réseaux sociaux, mais aussi mettre en avant les bénéfices de ce projet pour la base de données de l'association nationale ;
- se référer à des recherches, des données ou d'autres preuves tangibles pour attester les résultats.

Ressources

Les dossiers de candidature doivent :

- indiquer tout l'éventail des ressources employées dans la mise en œuvre du projet (agences externes, personnel de l'association nationale, etc.) et communiquer le budget du projet ;
- fournir les détails de toute étude réalisée avant ou après le projet ;
- montrer comment le projet a obtenu l'appui de la direction ;
- détailler la manière dont d'autres associations nationales peuvent s'inspirer de l'idée et réaliser un projet similaire dans leur contexte.

Directives

Il s'agit de proposer un projet d'engagement des supporters qui implique réellement les gens dans le pays en question. Cette catégorie couvre les campagnes numériques et celles offrant une expérience (ainsi que les campagnes combinant ces deux aspects). Par conséquent, il peut s'agir d'un projet de marketing numérique ou de gestion des relations client visant à accroître le nombre de membres de votre club de supporters ou la base de données, d'une campagne dynamique sur les médias sociaux, d'une vidéo virale comptant un très grand nombre de vues sur YouTube, ou d'une campagne numérique faisant appel à la réalité virtuelle ou à des éléments de réalité augmentée. Le projet peut également porter sur une promotion en matière d'expérience des supporters (proposée avant la crise sanitaire) comme un événement destiné à offrir aux supporters une occasion de s'amuser tout en se rapprochant du football dans votre pays (un événement ou un tournoi de football électronique p. ex.), une zone des supporters mise en place dans le cadre d'un match/tournoi, ou un événement organisé pour rencontrer des joueurs. Il pourrait aussi s'agir d'un projet destiné à accroître le taux de fréquentation et/ou à améliorer l'expérience les jours de matches. Bien évidemment, le projet peut également associer des éléments numériques et des expériences, ou encore porter sur une initiative

novatrice d'engagement des supporters menée en ligne du fait de la pandémie. Enfin, cette catégorie couvre aussi les projets exclusivement internes destinés à améliorer la segmentation des bases de données, la compréhension des publics, etc.

7. Projet de développement de l'organisation

Cette distinction met à l'honneur le meilleur projet de développement de l'organisation destiné à améliorer la performance de l'association nationale en dehors du terrain. La notion de développement de l'organisation est vaste et englobe divers domaines : planification stratégique, gouvernance, informatique, formation, gestion des ressources humaines, gestion financière, innovation, transition numérique et durabilité. Les dossiers de candidature proposés doivent être centrés sur l'association nationale concernée et montrer en quoi le projet a permis à celle-ci d'améliorer ses opérations et sa performance.

Objectifs, approche et plan d'action

Les dossiers de candidature doivent :

- porter sur un projet de développement de l'organisation mené par votre association nationale ;
- définir clairement les priorités, objectifs et ICP du projet ;
- mettre en lumière l'implication des parties prenantes internes et externes dans le développement et/ou la mise en œuvre ;
- montrer comment le projet a convaincu la direction avant son lancement ;
- décrire les outils employés pour élaborer et réaliser le projet au quotidien.

Résultats

Les dossiers de candidature doivent :

- détailler les moyens de suivi et d'évaluation utilisés pendant toute la durée du projet ;
- expliquer comment ont été utilisées la recherche, les données et les perspectives pour examiner la progression par rapport au plan du projet ;
- expliquer le lien entre le projet et la stratégie globale de l'association nationale ;
- montrer clairement si le projet a atteint ses objectifs commerciaux ou pas.

Ressources

Les dossiers de candidature doivent :

- exposer la manière dont le projet a été imaginé et réalisé au niveau de l'organisation dans son ensemble, des départements/équipes spécifiques et des employés ;
- détailler les ressources externes utilisées pour le développement de ce projet (par ex. les agences) ;
- indiquer le budget global consacré au développement et à la mise en œuvre du projet ;
- détailler la manière dont d'autres associations nationales peuvent s'inspirer de l'idée et réaliser un projet similaire dans leur contexte.

Directives

Cette catégorie globale rassemble toutes les initiatives qui ont permis d'améliorer le mode de fonctionnement de votre association nationale au quotidien et/ou au niveau stratégique. Ainsi, les projets proposés peuvent porter sur divers aspects tels que le développement et la mise en œuvre d'une nouvelle stratégie d'organisation (ou d'un volet pertinent portant sur le marketing ou le football féminin p. ex.), la réforme de la gouvernance, le déploiement de nouveaux outils informatiques, une nouvelle approche éducative, une nouvelle formation ou d'autres initiatives des RH, l'adoption de nouvelles méthodes de gestion financière, le lancement d'un programme d'innovation, une transition numérique dans les opérations de l'association nationale, ou encore une démarche de durabilité au sein de l'association nationale. En somme, cette catégorie couvre tous les projets de développement de l'organisation qui permettent à celle-ci de déployer tout son potentiel et de gagner en efficacité. Nous nous intéressons à la manière dont le projet a été mis au point, lancé et communiqué (à l'interne comme à l'externe), à l'approche

adoptée lors de la consultation des parties prenantes, à son mode de mise en œuvre au quotidien, et aux outils choisis pour juger de la réalisation des objectifs de développement.

8. Initiative de soutien envers des parties prenantes

Cette distinction met à l'honneur la meilleure initiative de soutien des parties prenantes. Les dossiers de candidature doivent présenter des activités organisées par votre association nationale afin de soutenir ses membres (associations régionales, ligues, clubs ou autres associations affiliées p. ex.), en mettant en lumière l'aide apportée par l'initiative en question à l'association nationale, aux parties prenantes concernées et au football en général.

Objectifs, approche et plan d'action

Les dossiers de candidature doivent :

- porter sur une initiative de soutien des parties prenantes menée par votre association nationale ;
- définir et détailler clairement les objectifs de l'initiative du point de vue de l'association nationale et des parties prenantes concernées ;
- montrer comment le projet a convaincu la direction avant son lancement.

Résultats

Les dossiers de candidature doivent :

- indiquer les objectifs du projet (en termes quantitatifs et/ou qualitatifs) et le retour sur investissement ;
- détailler les résultats du projet du point de vue de l'association nationale et des parties prenantes concernées ;
- indiquer l'intérêt de l'initiative pour le football dans votre pays ;
- se référer à des recherches, des données ou d'autres preuves tangibles pour attester les résultats (lesquels doivent être mesurés à l'aune des ICP).

Ressources

Les dossiers de candidature doivent :

- montrer le rôle exact de l'association nationale en termes d'implication, de soutien et de ressources ;
- indiquer tout l'éventail des ressources employées dans l'activation du programme (partenaires, agences, etc.) et communiquer le budget du projet ;
- fournir les détails de toute étude réalisée avant ou après le projet ;
- montrer comment le projet a obtenu l'appui de la direction ;
- détailler la manière dont d'autres associations nationales peuvent s'inspirer de l'idée et réaliser un projet similaire dans leur contexte.

Directives

Nous cherchons une initiative de soutien des parties prenantes menée par votre association nationale au profit du football. Il pourrait s'agir d'un projet d'étude de marché conduit au niveau national et régional, mettant de précieuses données et perspectives à disposition des associations nationales et régionales. Ce pourrait être aussi la négociation de conventions collectives par une association nationale au nom de ses membres, afin que ces derniers bénéficient d'une offre plus compétitive que s'ils négociaient individuellement avec les fournisseurs. Il pourrait s'agir aussi d'une initiative menée par l'association nationale dans l'optique de financer des postes à temps plein ou partiel au sein des associations régionales (dans le domaine des médias sociaux ou du développement du football p. ex.), ou encore d'un programme de formation des officiels de club ou de ligue dans des domaines tels que le marketing ou la communication. Quelle que soit l'initiative de soutien des parties prenantes que vous décidez de proposer, veuillez à bien expliquer en quoi elle bénéficie aussi bien à l'association nationale qu'aux parties prenantes concernées et au football dans votre pays.

Politique de communication

Veuillez noter que la politique de communication suivante sera appliquée aux Distinctions Grow de l'UEFA 2021 :

UEFA

- **Réseaux sociaux** : la cérémonie de remise des distinctions et les projets soumis dans le cadre de la procédure de candidature peuvent être mis en avant sur les réseaux sociaux de l'UEFA.
- **UEFA.com** : publication d'un article sur les lauréats et la cérémonie.
- **UEFA Direct** : publication d'un article sur les lauréats et la cérémonie.
- **Photos** : mise à disposition de photos de la cérémonie de remise des distinctions après l'événement.
- **Autres canaux** : les présentations soumises dans le cadre de la candidature peuvent être mises à la disposition de toutes les associations nationales sur la plateforme Grow UEFA, sur l'UEFA Academy Online ou sur d'autres plateformes de l'UEFA. La documentation pertinente peut aussi être partagée dans la lettre d'information mensuelle UEFA Grow ou d'autres bulletins destinés aux associations nationales. Si une association nationale ne souhaite pas partager sa présentation avec les autres associations, elle est priée de l'indiquer sur le formulaire de candidature. Veuillez noter que les présentations de dix minutes données par les associations présélectionnées lors des événements virtuels relatifs aux Distinctions Grow de l'UEFA seront mises à la disposition de toutes les associations nationales.

Associations nationales

Si votre association remporte une Distinction Grow de l'UEFA, vous êtes libres d'annoncer publiquement cette réussite. À ce propos, nous vous demandons cependant de respecter les directives suivantes :

- Si des sponsors ou des agences externes sont impliqués dans le projet, des références discrètes peuvent être faites, mais nous vous prions de veiller à ce qu'aucune association directe ne soit faite entre eux et l'UEFA. L'association nationale doit rester en tout temps l'élément moteur et l'acteur majeur.
- Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir nous envoyer, pour nos dossiers, une copie de toute annonce que vous publiez et de toute couverture de presse que vous obtenez.

Nous vous remercions d'avance de votre compréhension et de votre collaboration.

Clause de non-responsabilité

L'association nationale certifie que l'ensemble des informations, des connaissances, des données, des résultats, des inventions et toute propriété intellectuelle associée, qui sont acquis, découverts, créés, inventés ou générés par l'association nationale dans le cadre de sa participation aux Distinctions Grow de l'UEFA sont détenus par l'association nationale et ne portent atteinte aux droits d'aucun tiers. L'UEFA décline toute responsabilité à cet égard.

L'UEFA se réserve le droit d'annuler, de modifier ou de reporter les Distinctions à tout moment. L'UEFA ne saurait être tenue responsable de quelque coût ou quelque perte consécutive que ce soit affectant les candidats suite à une annulation, une modification ou un report.



UEFA
ROUTE DE GENÈVE 46
CH-1260 NYON 2
SWITZERLAND
TELEPHONE: +41 848 00 27 27
TELEFAX: +41 848 01 27 27
UEFA.com