

Publicerad i Dagens Industri 3 november 2009

## Fotbolls-EM 2016 – en bra affär för Sverige

Sverige har en lång tradition av att arrangera stora idrottsevenemang. Redan 1912 hölls Olympiska Spel i Stockholm och sedan dessa har flera evenemang blivit en del av vår moderna historia. Fotbolls-VM 1958 och Fotbolls-EM 1992 minns många med glädje. Nu görs ansträngningar för att få EM-slutspelet i fotboll 2016 till Sverige. Det är dags att skriva ny historia – och samtidigt bidra till ökad svensk tillväxt och en långsiktig förstärkning av Sverige som varumärke.

Mycket har hänt sedan 1992 då Sverige på egen hand arrangerade EM-slutspelet för åtta nationer. 2016 samlar EM i fotboll 24 lag i slutspelet. Detta evenemang betraktas som världens tredje största idrottsevenemang efter fotbolls-VM och sommar-OS.

Arrangemanget är nu så stort att Sverige måste gå samman med något annat land för att ha möjlighet att vinna värdskapet. Därför förbereds nu en ansökan där Sverige tillsammans med Norge ska försöka övertyga UEFA om att vi kan genomföra det bästa arrangemanget. Vi har en stark tradition att bygga kring. Det U21-EM som Sverige arrangerade i somras har av UEFA:s president Michel Platini kallats ”det bästa U21-mästerskapet någonsin”.

Tyvärr har vi idag inte arenorna för att kunna konkurrera med de övriga kandidaterna – Frankrike, Italien och Turkiet. Vi behöver därför investera 3,2 miljarder kr i att bygga ut ett antal av våra arenor – för att kunna ta emot de hundratusentals människor som besöker ett EM. Detta är en investering som kommer att få effekter under många år. Värdet på arenorna i sig ska förstås inte alls underskattas men viktigare är de effekter satsningen får för bilden av Sverige utomlands.

Sveriges position i Brasilien är stark inte minst på grund av att framgångsrika exportföretag under årtionden bedrivit verksamhet där – men faktiskt också därför att det finns ett unikt fotbollsband mellan våra länder.

50 år efter att Brasilien vann VM i Sverige 1958 firades detta stort i Brasilien tillsammans med många av de svenska spelarna från den tiden – och i Sverige dit olika brasilianska delegationer kom för att minnas. Marknadsvärdet av det mäts aldrig men är naturligtvis oerhört stort. Alla vet också att ett fotbolls-EM medför stora intäkter i form av turism. Besökarna kommer att äta på restauranger, bo på hotell, shoppa och åka runt i Sverige för att titta på matcherna. Men effekten kommer tidigare än så.

Från det att beslutet fattas av UEFA i maj 2010 kommer Sverige att hamna i strålkastarljuset. EM 2016 är det första EM som spelas på det nya, utökade sättet och nyfikenheten kommer att vara enorm. Här har svenska företag en jättechans att visa hur den berömda skandinaviska uppfinningsrikedomen leder fram till ett väl genomfört evenemang.

Erfarenheter från Schweiz och Österrike som arrangerade EM 2008 visar att evenemanget gick med vinst. De samhällsekonomiska effekterna motsvarade bara i Österrike under de 23 dagar som mästerskapet pågick drygt 6 000 årsarbetstillfällen. Det är ingen slump att så många länder står på kö för att få arrangera stora idrottsevenemang. Sverige/Norge tävlar med Frankrike, Turkiet och Italien om EM 2016. Det är hård konkurrens men vi vet att vi har det bästa erbjudandet.

Beräkningar från Handelshögskolan i Oslo visar att intäkterna i Sverige kommer att uppgå till runt 10 miljarder kronor bara under den tid EM pågår. Skatteintäkterna bara från detta blir större än den investering som behövs. Därtill kommer värdet av sex års betald reklamkampanj för Sverige mellan beslutet och det faktiska arrangemanget.

I regeringsförklaringen som statsminister Fredrik Reinfeldt läste upp för riksdagen då regeringen tillträdde hösten 2006 står det att "Sverige aktivt ska verka för att få fler stora internationella idrottsevenemang till vårt land." Samma sak upprepades så sent som i den idrottspropositionen som regeringen lade fram i februari i år.

Vi hoppas att regeringen nu lever upp till denna utmärkta ambition genom att säga ja till att satsa på att få fotbolls-EM till Sverige 2016.

/

Stephan Mühler, VD Sydsvenska Industri- och Handelskammaren

Peter Egardt, VD Stockholms Handelskammare

Joahn Trouvé, VD Västsvenska Industri- och Handelskammaren