

**EXECUTIVE  
SUMMARY**

# UNITY. CERTAINTY. OPPORTUNITY.

Canada, Mexico, and the United States  
United Bid to Host the 2026 FIFA World Cup™



**16 MARCH 2018**



EVENT

FIRST  
EVER

FIFA World Cup™  
combining

United by Opportunity

3

countries

16

Host Cities



23

to select from

200+

ethnic groups and

300+

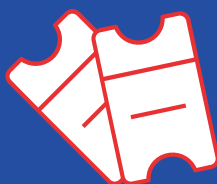
languages spoken

Estimate

5.8m

Tickets sold

Sold out stadiums for every match;  
tens of millions of FIFA Fan Fest™ attendees



\$2.1bn

In ticketing revenue

Combined population  
of Canada, Mexico,  
and the United States

500m

people

UNITED SUPPORT

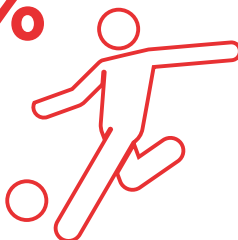


35m+

people regularly  
playing the game of  
football at all levels in  
Canada, Mexico, and  
the United States

77%

support the  
United Bid  
effort



81%

believe hosting is good  
for their countries



# UNITY. CERTAINTY. OPPORTUNITY.

There are only a few times when a country gets the chance to look far beyond itself – to embrace the concept of global unity in a real and tangible way; to demonstrate that we are all truly connected through sport. It is even more rare for three neighboring countries to come together – UNITED, AS ONE – with the goal of using sport to transform lives and communities.

The 2026 FIFA World Cup™ offers one of these moments.

Canada, Mexico, and the United States have joined together to deliver a United Bid that offers FIFA and its member associations the power of unity, the promise of certainty, and the potential of extraordinary opportunity – for the EVENT, the GAME, the FANS, and the WORLD.

**We are ready to host the 2026 FIFA World Cup™ UNITED, AS ONE.**

We are three proud countries, connected through history, culture, geography, and partnership – celebrating the rich heritage of football and the game's unique ability to connect and inspire people around the world, and we are committed to FIFA's new vision for the future of football.

Our desire is to help shape the FIFA World Cup™ for the 21st century by supporting FIFA and showcasing the power of football. We aim to meaningfully impact the world through UNITY, CERTAINTY, and OPPORTUNITY and with a shared commitment to human rights and broader sustainability issues.

We will put players and officials, fans, partners, and other key stakeholders at the heart of our plans and support FIFA in the creation of a new template for hosting the first expanded FIFA World Cup™. We will remind everyone of what we have in common, rather than what separates us.

It is our hope that the UNITY, CERTAINTY, and OPPORTUNITY reflected in our bid can serve as an example for future organizers and position FIFA and the global football community for success in the century ahead.

## OUR HOSTING STRATEGY

Hosting a FIFA World Cup™ is an extraordinary honor and incredible opportunity. Under the expanded format of the FIFA World Cup™, the greater number of teams and matches necessitates more stadiums and modern infrastructure, as well as the ability to support larger populations of fans, whether they are attending matches in person, participating in a FIFA Fan Fest™, or connecting from across the globe.

In establishing new standards for ethical conduct and embedding human rights and environmental sustainability into every aspect of the Competition, FIFA has raised the world's expectations on how Host Countries should operate, and what can be achieved through their efforts.

The United Bid embraces the vision that FIFA outlined and we understand it is each of our responsibility to steward the newly expanded FIFA World Cup™, to promote the game, protect its integrity, and bring the game to all. That's why Canada, Mexico, and the United States have come together – UNITED, AS ONE. We recognized that this important challenge would demand the resources, expertise, and capacity of three Host Countries and that none of us could do this alone.

Together with FIFA, we will work tirelessly to deliver a FIFA World Cup™ at the highest standards – one that is far-reaching, inclusive, innovative, and inspiring; one that embeds respect for human rights and respect for fundamental freedoms and values at its core.

Together, we aspire to be a worthy steward for the crown jewel of our sport and take it to new levels, making it even more valuable to our partners, and in turn generating resources that will be invested back into the game through the member associations; one that fulfills FIFA's vision for the future.



FIFA's ability to fulfill its mission relies on the efficient planning and delivery of its world-class Competitions, including the FIFA World Cup™. Its commercial success ensures FIFA and the member associations have the resources necessary to fulfill their mandate and enhance the experience for all who participate in football.

It is our hope that the UNITY, CERTAINTY, and OPPORTUNITY of the United Bid can lead to new records for attendance and revenue, explore new opportunities for social impact, and set new standards for professionalism, accountability, and transparency in staging the FIFA World Cup™ – all benefitting FIFA and the entire global football community.

Our hosting strategy is organized through four key areas: the EVENT, the GAME, the FANS, and the WORLD.

**The EVENT:** We envision the 2026 FIFA World Cup™ staged across 16 already existing world-class stadiums throughout Canada, Mexico, and the United States. We have agreed to share the responsibility of hosting by staging 10 matches in Canada, 10 in Mexico, and 60 in the United States. From the opening whistle – when three matches could be contested on the same day, one each in Canada, Mexico, and the United States – we expect a truly united Competition that results in 5.8 million tickets sold and revenues in excess of USD \$2.1 billion, a record for any FIFA World Cup™.

The United Bid offers FIFA more than the required number of qualified Candidate Host Cities and stadiums to be considered as part of a final Host City evaluation and selection process. We are further supported by dozens of additional communities spanning the entire continent of North America that wish to play a part by providing Training Facilities and Base Camp options, hosting satellite FIFA Fan Fest™ events, and fully supporting our collective efforts to grow the game and engage fans in every community.

Our three countries enjoy the full support of our national and local government leaders, as well as business, civic, and sports champions. And every one of our Candidate Host Cities is motivated and committed to delivering the most significant economic and social benefits in their role as hosts.

Our hosting concept is further highlighted by:

- All our proposed stadiums are already built and operating, with an average seating capacity greater than 68,000+, and confirmed uses after the Competition has ended, as requested by FIFA in the bidding requirements.
- We secured more than 150 existing Venue Specific Training Sites and Base Camp options.
- All our Candidate Host Cities have existing world-class transportation, accommodation, medical, technology, and other infrastructure, meeting or exceeding the requirements outlined by FIFA, and ensuring the largest ever FIFA World Cup™ will be delivered with certainty.
- Each of our Candidate Host Cities offer a proven wealth of experience and expertise in hosting mega sporting events, a passion for innovation, demonstrated leadership on the protection of the environment, and a commitment to human rights.

**48** **Teams** **80** **matches**  
the biggest, most ambitious  
FIFA World Cup™ in history

The United Bid has outlined a strategy designed to offer FIFA maximum flexibility and leverage. The additional qualified Candidate Host Cities included in our bid submission enables robust competition for the right to host. When Candidate Host Cities compete to offer the best possible experience for players

## OUR HOSTING STRATEGY

and officials, fans, partners, media, and other key stakeholders, everyone wins.

Across every metric – ticket sales, television audiences and rights fees, digital engagement, partner involvement, community support, environmental, social and economic impact, and more – the 2026 FIFA World Cup™ in North America has the potential to deliver something extraordinary for FIFA and football. The FIFA World Cup™ is one of the few truly global events, and in 2026 we are confident it will become an even more important part of people's lives.

With a combined population that will approach 550 million, and a billion people in the Americas by 2026, the direct influence of the 2026 FIFA World Cup™ in North America is significant. North America is already the largest sports sponsorship market in the world, with companies headquartered in the region contributing over 25% of all worldwide sports sponsorship spending, not including the more than USD \$40 billion spent in Canada, Mexico, and the United States on television, radio, internet, and print advertising for sports programs and other sports-oriented content.

By combining multiple time zones, and including the entire CONCACAF region in our planning, the United Bid opens up myriad of options to connect fans, broadcasters, and commercial partners everywhere. North America is the most lucrative region in the

world for football, and staging the Competition here provides the opportunity for FIFA to expand into new commercial fronts and increase economic possibilities – by deepening connections to existing football enthusiasts, while also welcoming millions of new fans to the global football community – and establish new business and engagement models that support future organizers.

Without the need to worry about construction timelines or related risks, the focus of the 2026 FIFA World Cup™ can be on welcoming, inspiring, and empowering the world to contribute to the future of football and concentrating on paving the way for future organizers to succeed.

**The GAME:** Although the game of football is at different points of development in our three countries, Canada, Mexico, and the United States share a commitment to developing the sport in ways that will benefit FIFA and the entire global football community. We will use the opportunity of hosting the 2026 FIFA World Cup™ to extend the reach of the game, working to energize communities to embrace the sport in new ways, developing the game at all levels, and engaging the next generation of players, officials, and fans as never before.

**The FANS:** Our region is uniquely suited to support FIFA in its efforts to further expand the global influence of football. North America has the potential to be an even larger – and



much more economically significant – part of the global football community by turning existing fans into super fans, finding and recruiting new fans, and binding us all to the sport in new ways. Using our in-depth understanding of fan behavior and the cultural power of the sport, we will work closely with FIFA to craft new approaches to building fan interest and engagement and serve as a laboratory for testing and refining new methods of fan activation that can benefit partners and stakeholders.

**The WORLD:** Our plans are designed to harness the value and social impact of football to transform lives and communities, change thinking and shape behaviors to help address critical social and environmental issues, and embed respect for human rights throughout every aspect of the game. No continent has ever come together like this to present the case for UNITY, CERTAINTY, and OPPORTUNITY. Across our three countries, there is enthusiasm and extraordinary capacity to execute the first ever 48-team FIFA World Cup™, and support FIFA in continuing to grow the world's game.



regularly at all levels in Canada, Mexico, and the United States

Thousands of people have already volunteered their expertise in support of the United Bid. Dozens of communities from all across Canada, Mexico, and the United States have already shared their desire to be part of this once-in-a-generation event. We will use every opportunity and our collective resources to support FIFA's vision and propel our shared commitments to football and each other forward.

The choice that FIFA and its member associations are being asked to make is bigger than just who will host the 2026 FIFA World Cup™. FIFA is being asked to determine which 2026 FIFA World Cup™ bid will help redefine and enhance the state of global football for the next century with minimal risk and maximum opportunity for growth.

Our three countries – Canada, Mexico, and the United States – offer FIFA the power of UNITY, the promise of CERTAINTY, and the potential of extraordinary OPPORTUNITY – for the EVENT, the GAME, the FANS, and the WORLD.

**We are ready to host the 2026  
FIFA World Cup™ UNITED, AS ONE.**



## OUR HOSTING STRATEGY

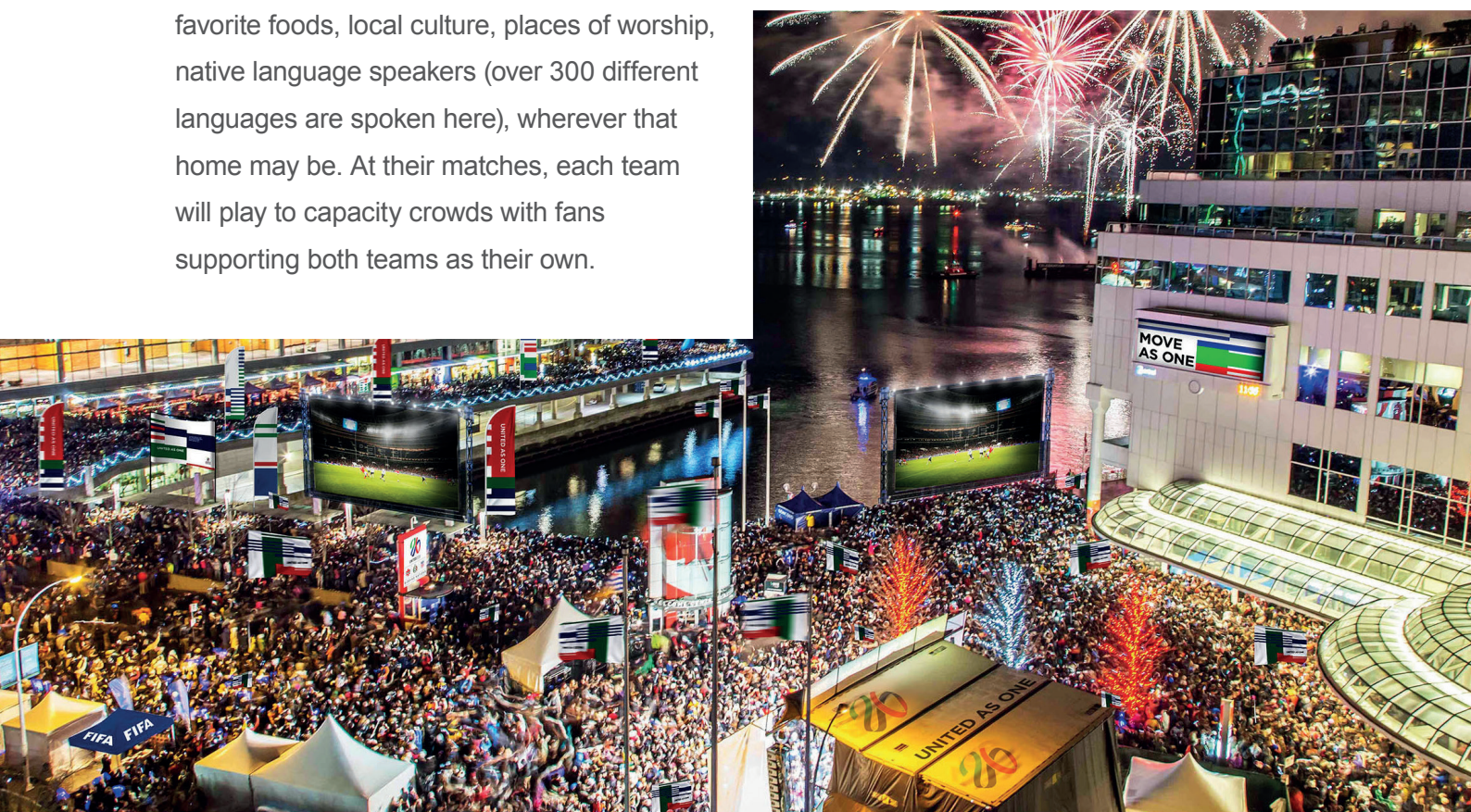
Canada, Mexico, and the United States share a familiar story: our people have forged different paths towards a new destiny for our three countries and our continent. Because of our geography, we have done this with common borders, but our ideals and potential reach far beyond the continent we inhabit together.

Over time we have woven together our individual cultures and collaborated in business and politics. We have blended our foods and music, languages and styles, into something uniquely our own. What makes North America unlike any place on earth is that we are UNITED, AS ONE – especially in our desire to host the 2026 FIFA World Cup™.

As a region made of immigrants, North America is home to over 200 different ethnic groups, with established fan bases for every nation that may qualify for the 2026 FIFA World Cup™. When teams arrive for training, they can find all the comforts of home – favorite foods, local culture, places of worship, native language speakers (over 300 different languages are spoken here), wherever that home may be. At their matches, each team will play to capacity crowds with fans supporting both teams as their own.

The Candidate Host Cities we are submitting exceed the requirements outlined by FIFA, and standing together, are ready to fulfill the shared vision and ambition of FIFA. They reflect the vast geographic and cultural diversity of North America, are leaders on environmental protection, are committed to embedding human rights into their core operations and communities, and offer the promise of growth and innovation. Each brings experience, expertise, and enthusiasm to welcome, entertain, inspire, and empower the next generation of players and fans through the hosting of the 2026 FIFA World Cup™ in North America.

Our Candidate Host Cities are already contributing to the future of football in North America and they are committed – and motivated – to continuing that work in partnership with FIFA in the years ahead.



**16**  
Host Cities

**23**  
to select from




## COMPETITION RELATED EVENTS/ OPERATIONAL LOCATIONS

We have recommended locations for the Competition Related Events and Operational Locations that are easily accessible from all our Candidate Host Cities, have all the necessary hospitality and events infrastructure, as well as established networks of business, political and civic support, and engaged communities of football enthusiasts. Each of these cities rank among the world's leaders as destinations for international conferences, business meetings, and special events.

### Preliminary Draw

Miami or Washington, DC

### Final Draw

Los Angeles or San Francisco Bay Area

### Team Workshop

Nashville or Baltimore

### Congress and Opening Match

Mexico City or Los Angeles

### FIFA Main HQ

Dallas or New York/New Jersey

### Subsidiaries

Toronto and Mexico City

### Referee HQ

Dallas or Houston

### International Broadcast Centre

Atlanta or Dallas

## LEGACY

Our greatest legacy as hosts of the 2026 FIFA World Cup™ will be to support FIFA and the global football community, to celebrate the world's game, and provide certainty for its ongoing success and continued growth in the next century.

The legacy of the United Bid is not about new stadiums; the United Bid offers the first FIFA World Cup™ this century to not require new construction and will avoid associated risks and major public expenditures. Our bid is based on reality today rather than promises in the future. We understand and embrace the priorities that FIFA has established and understand that its ambitions have never been greater or more important.

Our legacy is focused on ensuring that the first ever 48-team FIFA World Cup™ is executed flawlessly; the health and prosperity of football is assured; a growing and prosperous fan base and the commercial opportunities it unlocks for football around the world are cultivated; and meaningful progress on issues including the environment, human rights and social responsibility, economic inequality, and inclusivity can be achieved.

The United Bid offers FIFA a commitment that the first ever 48-team FIFA World Cup™ will be conducted at the highest professional standard. We offer FIFA committed partners, demonstrated experience, and a proposed strategy that will support the vision of FIFA 2.0 in becoming reality.

| UNITED BID                                                                                                                                            | THE EVENT                                                                                                                                                                                                            | THE GAME                                                                                                                                                                                                   | THE FANS                                                                                                                                                                                                              | THE WORLD                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>UNITY, CERTAINTY, OPPORTUNITY.</b><br>Support FIFA 2.0<br>Choice and flexibility for FIFA<br>Paving the way for future hosts<br>Commercial success | <b>CERTAINTY</b><br>No stadium construction or other major public investment<br>5.8 million tickets<br>USD \$5 billion in economic impact<br>40,000 jobs<br>100,000 volunteers<br>Sustainable Event Management (SEM) | <b>OPPORTUNITY</b><br>Transformation of North America into a football powerhouse<br>Re-introduce FIFA to commercial partners<br>Inspire youth<br>Elevate women's game<br>Expand coaching, referee training | <b>OPPORTUNITY</b><br>More fans (~250 million in North America)<br>Engaged communities ("Minutes from Football")<br>Proprietary fan data and intelligence<br>Improved football culture (inclusive, welcoming, global) | <b>OPPORTUNITY</b><br>Blueprint for connecting 2026 pitches and safe spaces to play<br>Science-based programming/connect to behavior<br>Curriculum (STEM) |
| <b>CANADA</b>                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                      | Growth in all areas of game; alignment of Men's National Team program                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                       | Promote social inclusion and life-long health                                                                                                             |
| <b>MEXICO</b>                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                      | Access to football for girls and women                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                       | Promote public health and active lifestyles                                                                                                               |
| <b>UNITED STATES</b>                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                      | Underserved communities; income equality                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                       | Prioritize underserved communities                                                                                                                        |
| <b>SUSTAINABILITY+</b>                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                           |
| <b>INNOVATION</b>                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                           |

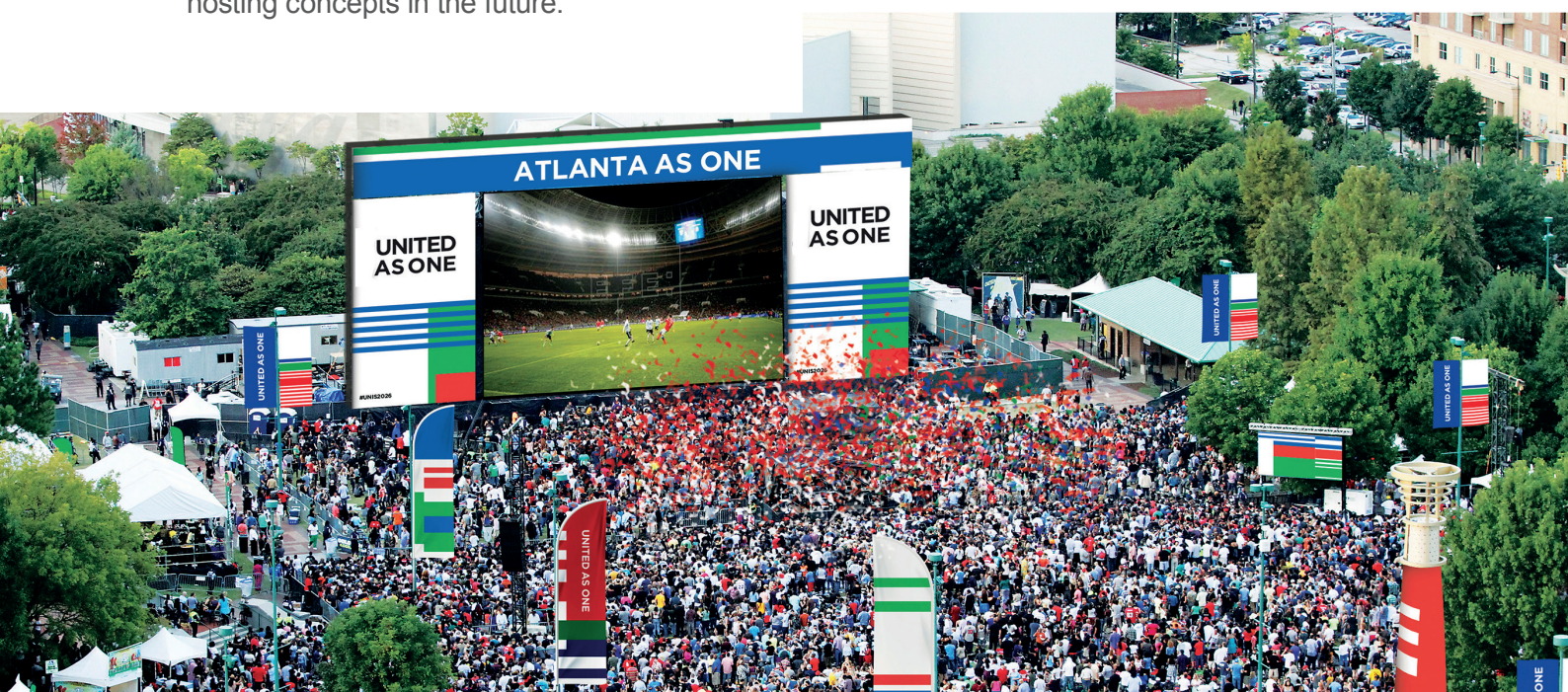


The projected economic benefit for FIFA and its member associations of hosting the Competition in North America will be significant. We anticipate more than 5.8 million tickets will be sold; thousands of luxury suites and stadium club seats will be available; and millions of fans will attend a FIFA Fan Fest™ and participate in other organized programming across the continent.

Our goal is to work closely with FIFA to provide a model for hosting which is compelling, scalable, and economically sustainable. A 2026 FIFA World Cup™ in North America is projected to generate more than \$5 billion in short-term economic activity, including the creation of 40,000 jobs and more than \$1 billion in incremental worker earnings for the Candidate Host Cities and Host Countries. This impacts FIFA and the global football family in three ways: by providing financial support to help invest in football locally; by advancing the reach of football globally; and by encouraging future hosts to seek more economically sustainable hosting concepts in the future.

All of our Candidate Host Cities are continuously upgrading their sports facilities and other existing infrastructure, integrating the latest technology and most advanced capabilities, training, and knowledge. These enhancements go beyond FIFA's minimum requirements, so what is state-of-the-art today remains state-of-the-art in 2026, providing benefit to the global football community and the operational readiness that these improvements offer.

We are confident that a successful 2026 FIFA World Cup™ in North America will provide FIFA with renewed opportunity to engage many of the largest, most influential brands in the world, in one of the largest and most influential media markets for rights fees. Moreover, the 2026 FIFA World Cup™ will provide a platform to enlist existing and new partners to share football with hundreds of millions of new potential players and fans and establish new methods of engagement suited to meet the needs of 21st century audiences.



## LEGACY

**The GAME:** Hosting the 2026 FIFA World Cup™ within Canada, Mexico, and the United States will accelerate the development of football throughout the CONCACAF region, transforming our three sports-loving nations, and the region as a whole, into one of the planet's most vibrant football communities.

The professional leagues in all three host countries are at different stages in their development. The 2026 FIFA World Cup™ will help all of them improve the quality of the product on the field, by forming new continent-wide partnerships and investing in improved pathways for elite player, referee, coaching, and facilities development.

At the member association level, all three federations will further expand and improve the coaching education, referee training, and youth development programs offered to their constituents. This will be critical if we are to capitalize on the significant anticipated growth of the sport the 2026 FIFA World Cup™ will bring. This includes a focus on unstructured play, an expansion of futsal leagues, and a deeper integration of football into schools, community organizations, and government health and wellness programs.

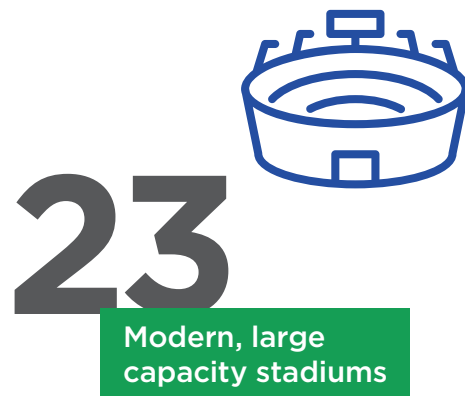
The United Bid is already working to help ensure football can continue to be played at all levels, regardless of environmental

challenges, economic barriers, and other limiting factors in our three countries. We have challenged researchers in North America to create a hybrid-grass that can be grown and maintained in an indoor facility or other challenging climates. We have begun to explore applications of behavioral science and urban design to help weave football participation and development into new, diverse spaces. The United Bid will work closely with FIFA over the next eight years to incubate these and countless other innovative concepts so that the 2026 FIFA World Cup™ results in the most relevant and impactful initiatives possible.

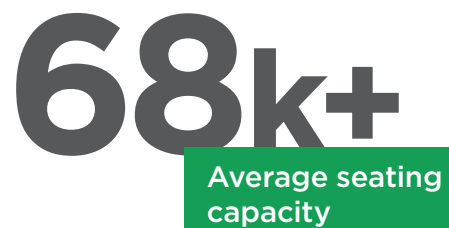
**The FANS:** The United Bid believes everyone is a fan and that fans are one of the most important elements of a successful FIFA World Cup™. We are committed to working closely with FIFA to stage the 2026 FIFA World Cup™ to involve every fan, whether they attend in person or connect from afar. We want to support FIFA in re-imagining fan experiences to celebrate football and the extraordinary spectacle of a FIFA World Cup™ in ways that are both personally compelling and shared by people and communities all across North America and around the world.

Combined, our three countries represent a population that will approach 550 million people by 2026, and a billion people across the Americas, creating tremendous opportunity to grow the global football community. The United Bid will work throughout our region, linking our Candidate Host Cities with cities in countries across CONCACAF to recruit new support and drive activation – efforts that will help to future-proof fan development and engagement around the world.

The 2026 FIFA World Cup™ in North America will be fully inclusive, inviting people of all ages and abilities to participate, encouraging everyone to contribute and share in the football experience. The United Bid is already working to develop increased understanding about fan behavior and new, compelling approaches to engagement that will be shared with FIFA.



with



This will be the  
**greenest**  
FIFA World Cup™  
in the modern era



## LEGACY

**The WORLD:** One of the most important legacies of the United Bid is to support FIFA to drive positive and meaningful changes in attitude and behavior through all parts of the global football community. Hosting the 2026 FIFA World Cup™ in North America will spark innovation and make new progress possible by creating important connections between football and other sectors of our society.

Our over-arching priority is to help ensure that everyone, and especially children, have full and equal access and opportunity through football. In Canada, where women's football has flourished, the goal is to bring the men's game at all levels into alignment. In Mexico, boys have relatively easy and frequent access to competitive football from an early age, so the United Bid will work to create greater opportunities for young girls and women. And in the United States, we will focus on raising participation levels among underserved populations and, though issues of gender equality are not as significant, closing the remaining gaps that exist between men and women across football.

We hope to establish a model for future organizers focusing on elevating and enhancing existing, proven efforts already in existence. We will do this by developing new blueprints for and ways to measure the social

impact through football, and sport more broadly, integrating data and behavioral science, urban design, cognitive computing, and other disciplines to enable and maximize reach and impact.

In small communities and large cities reaching every corner of our three countries, we expect a surge in enthusiasm for football and the United Bid is already exploring ways to further improve people's access and ability to play the game. The centerpiece of this effort is "Minutes from Football," an initiative that helps to connect and embed programming into a network of 2,026 mini-pitches and safe spaces to play across North America. We will also work closely with FIFA and the members associations to incorporate and establish best practices in sustainable urbanism, so that future football spaces deliver the greatest possible impact in underserved communities.

Instead of building new infrastructure that contributes to the development of football, we will invest our energy and resources towards improving and scaling existing and to-be-developed spaces and programming, and directly impacting the lives of millions of children, and thousands of communities, across our three countries.







## STADIUMS

The United Bid offers a network of modern stadiums and facilities capable of hosting the first ever 48-team FIFA World Cup™ without the need for new construction or major investment. The stadiums we have submitted from across Canada, Mexico, and the United States represent some of the most advanced sports and entertainment facilities available anywhere in the world, each operating daily, housing primary tenants, and hosting major events. They are also continuously being improved and upgraded to feature the latest technology and most advanced capabilities.

### 2026 FIFA World Cup™ Bid Stadium Options

| Stadium                                 | Gross Capacity |
|-----------------------------------------|----------------|
| Atlanta (Mercedes-Benz Stadium)         | 75,000         |
| Baltimore (M&T Bank Stadium)            | 70,976         |
| Boston (Gillette Stadium)               | 70,000         |
| Cincinnati (Paul Brown Stadium)         | 67,402         |
| Dallas (AT&T Stadium)                   | 92,467         |
| Denver (Mile High Stadium)              | 77,595         |
| Edmonton (Commonwealth Stadium)         | 56,418         |
| Guadalajara (Estadio Akron)             | 48,071         |
| Houston (NRG Stadium)                   | 72,220         |
| Kansas City (Arrowhead Stadium)         | 76,640         |
| Los Angeles (Rose Bowl)*                | 88,432         |
| Mexico City (Azteca Stadium)            | 87,523         |
| Miami (Hard Rock Stadium)               | 67,518         |
| Monterrey (BBVA Bancomer Stadium)       | 53,460         |
| Montréal (Olympic Stadium)              | 55,822         |
| Nashville (Nissan Stadium)              | 69,722         |
| New York/New Jersey (MetLife Stadium)   | 87,157         |
| Orlando (Camping World Stadium)         | 65,000         |
| Philadelphia (Lincoln Financial Field)  | 69,328         |
| San Francisco Bay Area (Levi's Stadium) | 70,909         |
| Seattle (CenturyLink Field)             | 69,000         |
| Toronto (BMO Field)                     | 45,500         |
| Washington, DC (FedEx Field)            | 70,659         |

\* In addition to the Rose Bowl, Los Angeles has the new 70,000 seat stadium under construction in Inglewood.







## ATLANTA

**Mercedes-Benz Stadium in Atlanta**, completed and opened in 2017, is designed to offer 75,000 fans the ultimate live-game experience, boasting several unique architectural features and some of the most fan-friendly accommodations in all of professional sports. It is also the first LEED Platinum certified venue in all of sports.

**AT&T Stadium in Dallas** is one of the most technologically advanced entertainment venues in the world, with seating for 92,467, over 300 luxury suites, ten premium clubs, and club seating on multiple levels of the stadium. The stadium is also home to a world-class collection of contemporary art, made up of over 50 pieces from an international array of curated artists in the grand public spaces of the venue.

## DALLAS



## MONTERREY

Since its opening in August 2015, **BBVA Bancomer Stadium in Monterrey** has been recognized for its architectural features, which make this stadium one of the best football venues in the continent, along with its focus on sustainability and environmental protection (BBVA Bancomer Stadium was awarded the Silver LEED certification by the U.S. Green Building Council as a testimony of its efforts to preserve the environment).

**BMO Field in Toronto**, Canada's National Soccer Stadium, recently underwent a \$120M renovation, including the installation of a new roof canopy, expanded spectator amenities, and new hospitality spaces. Originally built to host the FIFA U-20 World Cup™ in 2007, the home of Toronto FC (MLS) is recognized as Canada's premier outdoor football venue.

## TORONTO



## SUSTAINABILITY+

We have embedded principles and actions related to sustainability into every aspect of our hosting vision and strategy – an approach we call “**Sustainability+**”. Our approach is designed to go beyond the requirements outlined by FIFA, to contribute measurably to sustainable development in our three countries, and to share what we’ve learned with the rest of the world.

As part of **Sustainability+**, the United Bid will work with FIFA to deliver lasting, positive environmental, social, and economic benefits to our three host nations, and the world. The United Bid offers a vision for putting human rights at the heart of the FIFA World Cup™ and using the event and the sport to connect the world in a way that celebrates human dignity.

Our three countries have already taken actions to ensure the 2026 FIFA World Cup™ will be inclusive, sustainable, and well managed in accordance with Sustainable Event Management (SEM) principles.

Our **Sustainability+** strategy is focused on four broad concepts:

**Environmental Protection.** We will develop a capacity building program with the goal of achieving the highest level of sustainable building certifications for all our stadiums. We will strive to deliver a carbon neutral event and net positive biodiversity benefits with ten hectares of restored habitat.

**Human Rights, Labor Standards, and Social Responsibility.** The United Bid recognizes FIFA’s leadership in promoting human rights by proposing a human rights strategy which engages stakeholders and embeds protections against discrimination, safeguards children, promotes labor rights, ensures freedom of expression and assembly, and other critical protections.

**Economic Prosperity and Ethical Business Conduct.** The United Bid will work to create employment and other economic opportunities across our Candidate Host Cities and communities connected to the 2026 FIFA World Cup™. Working with FIFA, we will strive to encourage innovation and investment through public and private partnerships. We will establish a culture of compliance and ethics with strong governance and oversight, policies, training, audits, and reporting to build trust with key stakeholders and the public at large.

**Sustainability Legacies.** The United Bid will work closely with FIFA and our Candidate Host Cities to create new opportunities to grow football across North America, throughout the CONCACAF region, and around the world in ways that encourage community level development, focus on underserved populations, and take positive action to help meet the United Nation’s Sustainable Development Goals.



## INNOVATION

Every element of our hosting strategy, and every section of the bid book, reflects a deep commitment to innovation.

The passion and capacity for innovation in Canada, Mexico, and the United States does not solely reside in our entrepreneurs and venture capitalists. Innovation is ever-present in communities throughout our three Host Countries.

We are grateful to have this amazing asset and we can collaborate with FIFA to harness this culture of innovation for the benefit of the Competition, FIFA, and the global football community.

We have developed expansive supplemental materials showing how our proposed efforts connect the digital and physical worlds, and sync up our Candidate Host Cities, and stadiums, with other elements to form newly relevant and impactful initiatives. The United Bid has also established an “Innovation & Technology Working Group” filled with leading technologists, investors, and pioneers. This group has contributed ideas as part of the bid process and provides an immensely valuable network that will be at FIFA’s disposal throughout the planning phases.

United 2026 will provide a seamless Host City experience, using the latest technology to link new and innovative FIFA World Cup™ events to a variety of cultural, environmental, community, and sporting activities across North America.





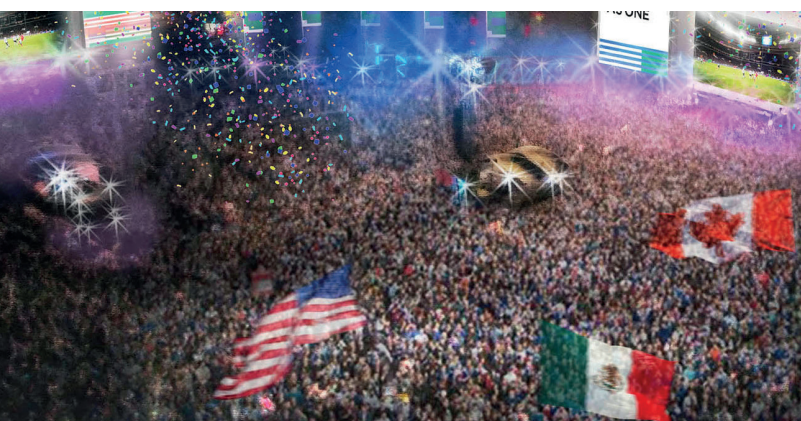
## FAN ENGAGEMENT/FIFA FAN FEST™

The United Bid believes everyone is a fan and that fans are one of the most important elements of a successful FIFA World Cup™. We are committed to staging a 2026 FIFA World Cup™ that involves everyone, whether they attend in person, or connect from the other side of the planet. We will work with FIFA to re-imagine fan experiences that celebrate football and the extraordinary spectacle of the FIFA World Cup™ in ways that are both personally compelling and shared by people and communities all across North America and around the world.

The FIFA Fan Fest™ in each Host City will be an integral part of the fan experience. In every community, FIFA and the United Bid can provide opportunities to learn and enjoy football to increasingly diverse populations. North America is home to over 200 different ethnic groups, with established fan bases for every nation that could qualify for the 2026 FIFA World Cup™.

This diversity contributes to our Candidate Host Cities being infused with unique culture, food, art, and music offerings.

Beyond staging the FIFA Fan Fests™ in our Candidate Host Cities, the United Bid will work with FIFA and its broadcast partners to create new fan experiences that connect communities across continents through the use of technologies such as virtual and augmented reality technology. The United Bid will work with FIFA to expand the concept for “Pop-up FIFA Fan Fests™” and partner with communities at home and abroad to make the 2026 FIFA World Cup™ an even larger shared experience.





Our goal is to expand fan engagement beyond the dates of the Competition itself and make football a more meaningful part of people's lives. Our Fan Engagement Blueprint includes:

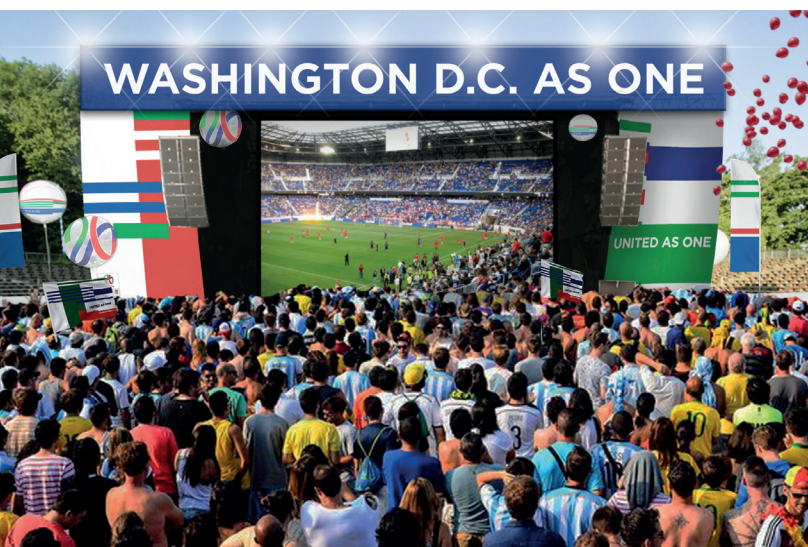
- A sustained program of special events, promotions, and lead-in programming;
- The creation of teaching aids linked to the event for use in schools;
- Mobile football clinics and competition opportunities;
- Introductory coaching and referee training;
- Fan clubs, and more.

Through these and other efforts, the United Bid will support FIFA to engage fans to play a major role in both shaping and carrying out plans to promote the Competition.

The United Bid, in partnership with our Candidate Host Cities, will develop the Fan Engagement Blueprint to include road shows that connect new potential fans to the sport of football and bring new opportunities to connect with the sport to underserved communities. We will put special emphasis on promoting opportunities for young people

– and most especially young girls – as part of our pledge to help further the FIFA 2.0 vision and introduce football to new participants and new geographic areas.

These road shows will connect the Candidate Host Cities to communities all across the three Host Countries and – through technology – have the potential to reach beyond North America as well. The systems and materials developed to support them could have wider applications, as well as be applied to other countries. They could also be an opportunity for FIFA's commercial partners, providing a ready-made local activation platform.



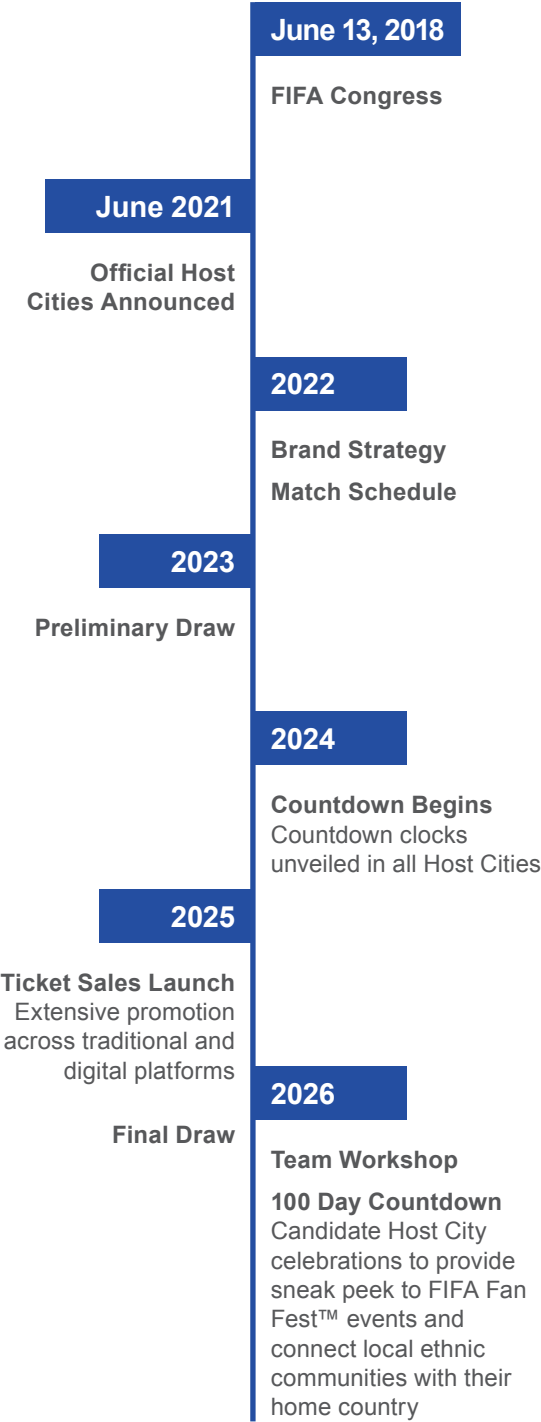
DATA

The United Bid has already utilized data and research to inform the development of our hosting strategy by analyzing North American sports fans and how to prioritize different initiatives and resources. Using our predictive intelligence to explore fan engagement issues, trends and opportunities, we are able to quantitatively score individuals on their overall “fandom” as well as identify specific factors such as media consumption preferences and price sensitivity. This intelligence informs the areas we have identified around fan engagement and it would be made available to FIFA and the members associations in the future.

FIFA 2.0 specifies the development of a state-of-the-art fan interaction management system as one of its priorities and it is our hope that the new insights will support FIFA to fulfill its future vision for football by considering the nature and value of current (and future) fans in different ways. In conjunction with existing marketing and media consumption information, public polling, and psychographic profiling, the United Bid can help FIFA and the member associations to gain greater understanding of the North American market and the football fan universe more broadly.

We hope to work closely with FIFA to use North America as a laboratory for experimenting with new executions that engage more fans in ways that benefit FIFA and its commercial and other partners, the FIFA World Cup™ and future organizers, and the global soccer community as a whole.

2018



2026 FIFA World Cup™



## MARKETING AND PROMOTION

Our eight-year marketing and communications plan focuses on the principles of Unity, Certainty, and Opportunity for the first-ever three-country bid to host the FIFA World Cup™. If awarded the opportunity to host the 2026 FIFA World Cup™, the United Bid will align our efforts to support FIFA's new vision and celebrate the world's largest and most inspiring sporting event. The introduction and amplification of all FIFA marketing assets in North America and around the world will be key milestones that will shape the eight-year roadmap to engage the current and new fan base that exists globally and within the CONCACAF region.

Consistent with our commitment to involve everyone, whether they attend in person, or connect from afar, the marketing and communications effort will balance promotion of the Competition with engagement around the game. Our core objectives include:

- Establishing an over-arching brand and presence for the 2026 FIFA World Cup™ – highlighting the excitement of the Competition, the power of football to transform lives and communities, the unity of our three nations, and the leadership and vision shown by FIFA.
- Motivating our network of Candidate Host Cities and other communities across North America to play a part in this effort.
- Coordinating promotional calendars with the member associations, leagues, and other

key football partners to maximize every moment throughout the event lifecycle.

- Generating awareness and excitement about the Competition, establishing a strong presence in North American and in international markets, and creating strong demand for tickets across all consumer categories.

The plans we develop with FIFA will include a mix of large and small activations, organized in (and in many cases by) the Candidate Host Cities and communities across our three Host Countries. These milestones will include – but not be limited to – all competition-related ancillary events such as the launch of the 2026 FIFA World Cup™ brand strategy, start of volunteer programs, and 100-day events to name a few.

Key dates within the FIFA calendar such as the Preliminary and Final Draw would also be part of the overall plan. Where possible, these activations will occur simultaneously in all Host Cities. In addition, all Host Cities will have additional individual activation and entertainment programs (in compliance with FIFA regulations and all commercial guidelines).

**North America is home to one of the most competitive and advanced professional sports landscapes in the world.**

## VOLUNTEERS

Our three countries have a strong culture of volunteerism, something very much alive in our sport culture. Every day, in communities all across North America, the game of football thrives through thousands of volunteers teaching the basics of the game to school children, officiating international competitions, helping lead national federations, and more. The United Bid will harness this collective spirit to ensure volunteers play a key role in the successful execution of the 2026 FIFA World Cup™ in North America.

The United Bid will benefit greatly from the extensive network of enthusiastic and talented football participants across our three countries to establish an army of volunteers to support our vision and strategy. Our volunteers will showcase the best of North American friendliness and capability by welcoming visitors, supporting the execution of the Competition, stadium and match operations, promoting sustainability efforts, and supporting teams, officials, partners, and broadcasters.

We expect to recruit 25,000 volunteers to support operations in our Candidate Host Cities and over the eight years leading up to 2026, we will look to engage as many as 75,000 additional volunteers in local communities to connect with young people, help grow the game of football, promote our competition, and advance our Sustainability+ priorities.

**25k**   
**Volunteers**

Sold out stadiums for every match; tens of millions of Fan Fest™ attendees



## PROPOSED MATCH SCHEDULE

We envision the 2026 FIFA World Cup™ staged across 16 already existing world-class stadiums spread throughout Canada, Mexico, and the United States.

- Three matches on the same day – one in each country – to open the Competition
- 60 matches in the United States
- 10 matches each in Canada and Mexico
  - Seven Group Stage matches
  - Two Round of 32 matches
  - One Round of 16 match

The United Bid has developed a software that produces match schedules that create optimal performance conditions.

- Minimum three days rest for teams between matches
- Minimum two days rest for grass in the stadium between matches

When teams arrive for training at existing world-class facilities, they can find all the comforts of home – favorite foods, local culture, places of worship, native language speakers (over 300 different languages are spoken here) – wherever that home may be. And at their matches, each team will play to capacity crowds with fans supporting both teams as their own.



**EVERY GAME IS A**  
**H**  **ME**  
**GAME**  
**PUTTING PLAYERS AND FANS FIRST**





## FINAL ARGUMENT

### **UNITY. CERTAINTY. OPPORTUNITY.**

Canada, Mexico, and the United States have joined together to deliver a United Bid that offers FIFA and its member associations the power of unity, the promise of certainty, and the potential of extraordinary opportunity – for the EVENT, the GAME, the FANS, and the WORLD.

In Canada, Mexico, and the United States, the 2026 FIFA World Cup™ will accelerate the development of the game in our three nations, inspire increased registration in youth and adult recreational football, and dramatically expand football fandom. We will elevate the standing of women and girls as fans and players and improve their access to and influence on the sport. We will connect thousands of communities across North America, particularly those that are underserved, and offer sustained education, promotion, and programming. And the 2026 FIFA World Cup™ in North America will introduce a new generation of leadership for the sport that will help carry the global football community forward in the next century.

Our Host Nations' shared commitment and our priority is to ensure the 2026 FIFA World Cup™ legacy extends far beyond North America, through the work that FIFA leads and to everywhere football reaches.

The United Bid will support FIFA to provide a new template for executing the FIFA World Cup™ at this greater scale through and with multiple hosts, working together to utilize the latest technology, and combining our existing resources and experience. We will continue to leverage our partnerships with leaders across government, business, and civil society to advance shared principles and pursue initiatives that transform lives and communities around the world.

We propose a vision for putting sustainability and human rights at the heart of the FIFA World Cup™. Simply put, we see football and the hosting of the 2026 FIFA World Cup™ as a way to unite the world in a way that upholds human dignity, meaning that FIFA and the member associations can be assured that it is placing its visionary approach to embedding human rights into mega-sporting events in safe hands.

The 2026 FIFA World Cup™ in North America will open the door to a world of opportunity, with lessons learned, and best practices created to be shared with the entire global football community. Our collaborative efforts with FIFA will benefit everyone, everywhere, on every continent, and show the full reach and impact of football as a force for change and progress in the world.

When history looks back on the success of the 2026 FIFA World Cup™ in North America, it will see a legacy that is significant, inspired, generous, and imaginative.

Canada, Mexico, and the United States are unequivocally committed to providing future organizers with a platform to grow the Competition, evolve the game, and contribute to larger goals for the world well into the future.

Together, we can make football a more important part of people's lives.

**It would be our honor to help create that legacy with FIFA and in service to the global football community – UNITED, AS ONE.**

Help engage  
global youth

Drive further  
participation  
in the world's  
game



Opportunities in one of the world's  
most powerful economic markets



200+ ethnic groups will provide the  
world with a diverse cultural experience

68,000



the largest average  
seating capacity - a FIFA  
World Cup™ record

\$5bn

In net economic impact from  
2026 FIFA World Cup™



North America is home  
to one of the most  
competitive and  
advanced professional  
sports landscapes in  
the world

Enthusiastic fans ready to welcome the FIFA family



22%

Increase in net  
economic output  
when compared to  
previous events



ONE EVENT.  
THREE NATIONS.  
A WORLD OF OPPORTUNITY.



# Le Français

UNITED  
AS ONE





RÉSUMÉ  
ANALYTIQUE

# UNITÉ. CERTITUDE. OPPORTUNITÉ.

Canada, Mexique et États-Unis

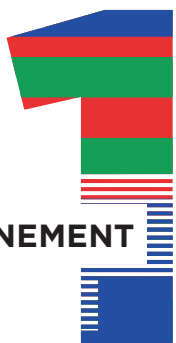
Candidature d'unité pour organiser la Coupe du Monde de la FIFA 2026™



16 MARS 2018



ÉVÉNEMENT



Unis par l'opportunité

LA TOUTE  
PREMIÈRE

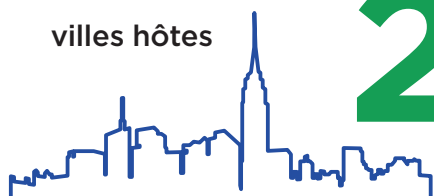
Coupe du Monde  
de la FIFA avec

3

pays

16

villes hôtes



à choisir parmi

23

200+

groupes ethniques et

300+

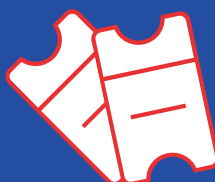
langues parlées

Des ventes de

Des ventes de billets estimées à

5,8M\$

Des stades pleins à chaque match ; des dizaines  
de millions de participants aux Fan Fests™



2,1MM\$

de recettes provenant  
de la vente de billets

Taille du marché  
nord-américain

500M

35M+

de personnes jouent  
régulièrement au football  
à tous les niveaux au  
Canada, au Mexique et  
aux États-Unis

77%

de la population  
soutiennent la  
candidature  
d'unité



UN SOUTIEN UNI



81%

de la population pensent  
que c'est positif pour  
nos trois pays

# UNITÉ. CERTITUDE. OPPORTUNITÉ.

Rares sont les occasions pour un pays de se transcender, d'embrasser le concept d'unité internationale de manière tangible et réelle, de prouver que nous sommes tous unis par le sport. Encore plus rares sont les opportunités de rassemblement de trois nations voisines, UNIES COMME UNE SEULE ET MÊME ÉQUIPE, avec pour objectif de se servir du sport pour transformer des vies et des communautés.

La Coupe du Monde de la FIFA 2026™ constitue l'un de ces grands moments.

Le Canada, le Mexique et les États-Unis ont rassemblé leurs forces pour proposer une candidature unifiée qui offre à la FIFA le pouvoir de l'unité, la promesse de la certitude et le potentiel d'une extraordinaire opportunité – pour l'ÉVÉNEMENT, pour le JEU, pour les FANS et pour le MONDE.

Nous sommes trois nations fières, reliées de par leur histoire, leur culture, leur situation géographique et leurs partenariats, qui célèbrent l'héritage du football et sa capacité

unique à relier et à inspirer les gens du monde entier, et ce en nous engageant vis-à-vis de la nouvelle vision de la FIFA pour l'avenir du sport.

Notre ambition est de contribuer à forger la Coupe du Monde de la FIFA™ pour le XXI<sup>e</sup> siècle en soutenant la FIFA et en capitalisant sur le pouvoir du football pour avoir un impact sensible sur le monde à travers l'unité, la certitude et l'opportunité de cette candidature, et avec un engagement partagé vis-à-vis des droits de l'homme et de questions globales de durabilité.

Nous continuerons de placer les joueurs, les officiels, les fans, les partenaires et d'autres parties prenantes clés au cœur de nos projets et nous soutiendrons la FIFA dans la création d'un nouveau modèle d'organisation de la première Coupe du Monde de la FIFA™ dans son format élargi et nous rappellerons à tous nos points communs plutôt que nos différences.

Nous espérons que ce sentiment d'UNITÉ, de CERTITUDE et d'OPPORTUNITÉ qui sous-tend notre candidature servira d'exemple aux prochains organisateurs et assurera à la FIFA et à la communauté mondiale du football un franc succès au cours du siècle à venir.

**Nous sommes prêts à organiser la Coupe du Monde de la FIFA™, UNIES COMME UNE SEULE ET MÊME ÉQUIPE.**

## NOTRE STRATÉGIE D'ORGANISATION

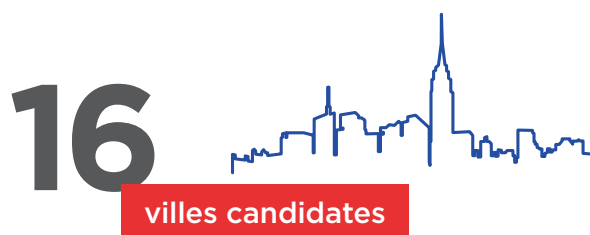
Organiser la Coupe du Monde de la FIFA™ est un honneur et une opportunité extraordinaires. Dans son format élargi, un plus grand nombre d'équipes et de matchs exige davantage de stades et d'infrastructures modernes, ainsi que la capacité d'accueillir un plus grand nombre de fans, qu'ils assistent aux matchs en personne, participent à une FIFA Fan Fest™ ou se connectent des quatre coins de la planète.

En mettant en place de nouvelles normes de comportement éthique, en inscrivant les droits de l'homme et la durabilité environnementale dans chaque aspect de la compétition, la FIFA a relevé les attentes du monde concernant le mode d'opération des pays organisateurs et leurs réalisations au travers de ces efforts.

Cette candidature d'unité embrasse la vision définie par la FIFA ; nous comprenons qu'il en va de la responsabilité de chacun de gérer la nouvelle Coupe du Monde de la FIFA™ dans son format élargi, de faire la promotion du jeu, de protéger son intégrité et d'apporter le sport à chacun. C'est la raison pour laquelle le Canada, le Mexique et les États-Unis ont rassemblé leurs forces, UNIS COMME UNE SEULE ET MÊME ÉQUIPE. Nous savions qu'un défi d'une telle importance exigerait les ressources, l'expertise et la capacité de trois pays hôtes, et aucun d'entre nous ne pourrait y parvenir seul.

De concert avec la FIFA, nous travaillerons sans relâche pour réaliser une Coupe du

Monde de la FIFA aux plus hautes normes : une Coupe du Monde ambitieuse, inclusive, innovante et pleine d'inspiration ; une Coupe du Monde qui incarne le respect des droits de l'homme et la protection des libertés et des valeurs fondamentales en son sein-même. Ensemble, nous voulons nous montrer dignes de porter le joyau de notre sport à un niveau encore plus haut, pour le rendre encore plus précieux aux yeux de nos partenaires, et générer en retour des ressources à réinvestir dans le jeu au travers des Associations membres, pour créer une Coupe du Monde qui corresponde à la vision pour l'avenir de la FIFA.



La capacité de la FIFA de remplir sa mission se base sur la planification et la présentation efficaces de ses compétitions de classe mondiale dont le succès commercial assure à la Fédération et aux Associations membres les ressources nécessaires pour remplir leur mandat et améliorer l'expérience de tous les amateurs de football.

Nous espérons que l'UNITÉ, la CERTITUDE et l'OPPORTUNITÉ qui se dégagent de cette candidature mèneront à de nouveaux records de participation et de recettes, à l'étude de nouvelles occasions d'impact social et à la mise en place de nouvelles normes en matière de professionnalisme, de responsabilité et de



transparence au niveau de l'organisation de la Coupe du Monde de la FIFA™ qui profiteront tant à cette dernière qu'à l'ensemble de la communauté mondiale du football au cours des prochaines décennies.

Notre stratégie d'organisation est axée sur quatre piliers : l'ÉVÉNEMENT, le JEU, les FANS et le MONDE.

**L'ÉVÉNEMENT :** Cette candidature d'unité propose à la FIFA un nombre de villes candidates et de stades qualifiés supérieur à celui exigé.

Nous envisageons d'organiser la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ dans 16 stades de classe mondiale déjà fonctionnels au Canada, au Mexique et aux États-Unis. Nous sommes convenus de partager la responsabilité de l'organisation avec 10 matchs au Canada, 10 au Mexique et 60 aux États-Unis. Dès le coup d'envoi, avec trois matchs qui pourraient se disputer le même jour, soit un par pays, nous nous attendons à une compétition véritablement unie qui vendra 5,8 millions de billets produisant des recettes dépassant les 2,1 milliards de dollars – un record pour une Coupe du Monde de la FIFA™.

En outre :

- Tous les stades que nous proposons sont déjà construits et fonctionnels, avec une capacité de plus de 68 000 sièges en moyenne qui pourront être réutilisés après la compétition, conformément aux exigences de la FIFA pour la présentation d'une candidature.
- Nous avons réservé plus de 150 sites d'entraînement et camps de base possibles, notamment dans des locaux d'entraînement

et des stades de la Major League Soccer et de la Liga MX, des universités et d'autres surfaces de jeu et d'entraînement équipées de gazon naturel.



La plus grande Coupe du Monde de la FIFA™ et la plus ambitieuse de son histoire

- Toutes nos villes candidates disposent déjà de transports, de capacités d'hébergement, d'établissements médicaux, et d'autres infrastructures notamment technologiques de classe mondiale qui répondent aux exigences de la FIFA sinon les dépassent, et garantissent l'organisation de la plus grande Coupe du Monde de la FIFA™ de tous les temps.
- Chacune de nos villes candidates dispose d'une expérience et d'une expertise importantes et prouvées en matière d'organisation de manifestations sportives de niveau mondial, d'une passion pour l'innovation et d'un leadership éprouvé en termes de protection de l'environnement et d'appui aux droits de l'homme.

Cette candidature d'unité a élaboré une stratégie permettant à la FIFA une souplesse et une mise à profit maximales. Les autres villes candidates qualifiées incluses dans notre dossier permettent une solide concurrence pour tenter de remporter le droit d'organiser cette Coupe du Monde, car lorsque les villes candidates entrent en

## NOTRE STRATÉGIE D'ORGANISATION

concurrence pour offrir la meilleure expérience possible aux joueurs, aux officiels, aux fans, aux partenaires, aux médias et aux autres parties prenantes clés, tout le monde y gagne.

Sous chaque aspect (vente de billets, audimat et droits, engagement numérique, participation des partenaires, soutien communautaire, impact environnemental, social et économique, etc.), une Coupe du Monde de la FIFA 2026™ organisée en Amérique du Nord peut apporter quelque chose d'extraordinaire à la FIFA et au football. La Coupe du Monde de la FIFA™ est l'une des rares manifestations d'envergure véritablement mondiale, et nous sommes persuadés qu'en 2026, elle deviendra une partie encore plus importante de la vie des gens.

Avec plus d'un milliard d'habitants sur l'ensemble du continent américain d'ici 2026, l'influence directe de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ en Amérique du Nord peut être la plus importante de son histoire. L'Amérique du Nord est déjà le plus grand marché de sponsoring sportif au monde, avec des sociétés basées dans la région représentant plus de 25 % de l'ensemble des dépenses mondiales en la matière. Quant aux dépenses publicitaires à la télévision, à la radio, sur internet et dans la presse écrite pour les programmes sportifs et autres contenus du même type au Canada, au Mexique et aux États-Unis, elles représentent 40 milliards de dollars américains.

En réunissant plusieurs fuseaux horaires et en incluant l'ensemble de la région CONCACAF

dans notre planification, cette candidature d'unité permet pléthore d'opportunités de relier les fans, les radiodiffuseurs et télédiffuseurs, ainsi que les partenaires commerciaux, où qu'ils soient. L'Amérique du Nord est la région la plus lucrative au monde pour le football ; y organiser la compétition représente l'occasion pour la FIFA d'élargir ses opportunités commerciales et d'accroître ses possibilités économiques en approfondissant les liens avec les amateurs de football tout en accueillant des millions de nouveaux fans au sein de la communauté internationale du football – et de créer de nouveaux modèles commerciaux et d'engagement pour appuyer les futurs organisateurs.

Avec tous les stades déjà construits, et sans avoir à se préoccuper des délais de construction ou des risques y afférents, la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ peut se consacrer entièrement à accueillir, inspirer et autonomiser le monde à contribuer à l'avenir du football, et à ouvrir la voie pour le succès des futurs organisateurs.

**LE JEU :** Si le football en tant que jeu est à des stades d'implantation différents dans nos trois pays, le Canada, le Mexique et les États-Unis partagent leur engagement à développer ce sport de manières qui profiteront à la FIFA et à l'ensemble de la communauté mondiale du football. Nous utiliserons chaque opportunité que présentera l'organisation de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ pour élargir la portée du jeu, dynamiser les communautés afin qu'elles embrassent le sport de nouvelles manières, développer le jeu à tous les niveaux et

engager la prochaine génération de joueurs, d'officiels et de fans comme jamais auparavant.

**LES FANS :** Notre région est parfaitement positionnée pour soutenir la FIFA dans ses efforts d'expansion de l'influence internationale du football. L'Amérique du Nord a le potentiel de représenter une part encore plus grande, et beaucoup plus importante au niveau économique, de la communauté internationale du football en faisant des fans des super-fans, en en intéressant et en en recrutant de nouveaux, et en nous reliant au sport de manières inédites. Grâce à notre connaissance approfondie du comportement des fans et du pouvoir culturel du sport, nous travaillerons en étroite collaboration avec la FIFA afin de créer de nouvelles approches pour développer l'intérêt et l'engagement des fans et servirons de laboratoire d'expérimentation et de peaufinage de nouvelles méthodes d'engagement des fans qui pourront profiter aux partenaires commerciaux et aux autres parties prenantes clés.

**LE MONDE :** Nos plans sont conçus en vue de tirer parti de la valeur et de l'impact social du football pour transformer les vies et les communautés, changer les mentalités et façonner des comportements afin d'aider à traiter les grandes questions environnementales et sociales et d'inscrire le respect des droits de l'homme dans chaque aspect du jeu. L'élément central de cet effort, « Minutes de football », aidera à inscrire des programmes dans un réseau de 2 026 mini-argumentaires et d'espaces sécurisés diffusés dans l'ensemble de l'Amérique du Nord. Nous travaillerons en étroite



qui jouent régulièrement au football à tous les niveaux au Canada, au Mexique et aux États-Unis

collaboration avec la FIFA et les Associations membres pour mettre en place et incorporer les bonnes pratiques dans l'urbanisme durable pour que les futurs espaces dédiés au football aient le plus grand impact possible dans les communautés défavorisées.

Dans chacun de nos trois pays on ressent cet enthousiasme, cette extraordinaire capacité d'organiser la toute première Coupe du Monde de la FIFA™ à 48 équipes et de soutenir la Fédération pour continuer à développer ce jeu d'envergure mondiale.

Cette candidature d'unité est soutenue par nos dirigeants publics aux niveaux local, national, provincial et des États. Nos villes candidates sont motivées et engagées à fournir les avantages économiques et sociaux les plus importants. Des centaines de leaders politiques, communautaires, sportifs et du monde des affaires participent et contribuent déjà à notre candidature, et, dans l'ensemble du continent nord-américain, des dizaines de communautés souhaitent jouer un rôle en fournissant des locaux d'entraînement et des

**Nous sommes prêts à organiser la Coupe du Monde de la FIFA™, UNIS COMME UNE SEULE ET MÊME ÉQUIPE.**



## NOTRE STRATÉGIE D'ORGANISATION

camps de base, en organisant des FIFA Fan Fests™ et en apportant un appui plein et entier à nos efforts collectifs qui visent à développer le jeu et à engager les fans.

La décision que doivent prendre la FIFA et ses Associations membres dépasse le simple choix du candidat qui organisera la Coupe du Monde de la FIFA 2026™.

Nos trois pays, le Canada, le Mexique et les États-Unis, offrent à la FIFA le pouvoir de l'UNITÉ, la promesse de la CERTITUDE et le potentiel d'une extraordinaire OPPORTUNITÉ – pour l'ÉVÉNEMENT, pour le JEU, pour les FANS et pour le MONDE.

Le Canada, le Mexique et les États-Unis partagent une histoire familière et des frontières communes. Nos idéaux et notre potentiel dépassent de loin le continent que nous partageons. Au fil du temps, nous avons entrelacé nos cultures respectives et travaillé de concert sur les plans commercial et politique. Nous avons mélangé nos cuisines, nos musiques, nos langues et nos styles pour créer quelque chose d'unique qui nous est propre.

Et aujourd'hui, nous sommes UNIS, COMME UNE SEULE ET MÊME ÉQUIPE dans notre vœu d'organiser la Coupe du Monde de la FIFA 2026™.

Le nombre de villes candidates que nous présentons dépasse les critères de la FIFA et ces villes sont unies, prêtes à réaliser la vision et l'ambition communes de la FIFA. Elles sont le miroir de l'immense diversité géographique et culturelle de l'Amérique du Nord ; chefs de file de la protection de l'environnement, elles sont engagées à inscrire les droits de l'homme dans leur fonctionnement de base et leurs communautés et offrent la promesse de la croissance et de l'innovation. Chacune apporte expérience, expertise et enthousiasme pour accueillir, divertir, inspirer et habiliter la prochaine génération de joueurs et de fans au travers de l'organisation de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ en Amérique du Nord.

Nos villes candidates contribuent déjà à l'avenir du football dans la région ; elles sont engagées et motivées pour poursuivre sur cette lancée dans les années à venir, en partenariat avec la FIFA.



**16**  
villes hôtes

**23**  
à choisir parmi




## LIEUX DES MANIFESTATIONS LIÉES À L'ÉVÈNEMENT/SITES OPÉRATIONNELS.

Voici la liste des villes qui peuvent organiser des manifestations parallèles et constituer des sites opérationnels ; facilement accessibles depuis l'ensemble de nos villes candidates, elles disposent de toutes les infrastructures d'hébergement et d'organisation nécessaires ainsi que de réseaux d'appui politique, communautaire et du monde des affaires, de communautés engagées d'amateurs de football. Chacune de ces villes figure parmi les premières destinations au monde pour les conférences internationales, les réunions commerciales et les manifestations spéciales.

### Tirage au sort préliminaire

Miami ou Washington, DC

### Tirage au sort final

Los Angeles ou San Francisco Bay Area

### Atelier pour équipes

Nashville ou Baltimore

### Congrès et match d'ouverture

Mexico City ou Los Angeles

### Siège principal de la FIFA

Dallas ou New York/New Jersey

### Filiales

Toronto ou Mexico City

### Quartier général des arbitres

Dallas ou Houston

### Centre international de Diffusion

Atlanta ou Dallas

## HÉRITAGE

En tant qu'hôtes de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™, notre plus grand héritage sera de soutenir la FIFA et la communauté mondiale du football dans la célébration de ce jeu d'envergure mondiale et de lui donner la certitude d'atteindre succès et croissance continus au cours des cent prochaines années.

Cette candidature d'unité ne voit pas son héritage dans les nouveaux stades ; elle propose plutôt la toute première Coupe du Monde de la FIFA™ du siècle qui n'exige pas de construire de nouveaux bâtiments, avec les risques y afférents, ou des dépenses publiques majeures. Elle se base sur des faits

réels plutôt que sur des promesses d'avenir. Nous comprenons et embrassons les priorités définies par la FIFA et nous savons que les ambitions de la FIFA n'ont jamais été aussi grandes ou aussi importantes.

Notre héritage se concentre sur l'organisation parfaite de la toute première Coupe du Monde de la FIFA™ à 48 équipes, la santé et la prospérité du football, une communauté croissante et prospère de fans, et les opportunités commerciales qu'elle apportera au football dans le monde entier, et des progrès important sur des sujets tels que l'environnement, les droits de l'homme et la responsabilité sociale, les inégalités économiques et l'inclusivité.

La candidature d'unité s'engage à

| CANDIDATURE D'UNITÉ                                                                                                                                                                                    | L'ÉVÈNEMENT                                                                                                                                                                                                                                                         | LE JEU                                                                                                                                                                                                                                                                                | LES FANS                                                                                                                                                                                                                                                                  | LE MONDE                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>UNITÉ<br/>CERTITUDE<br/>OPPORTUNITÉ</b><br><br>Appui à la vision de la FIFA 2.0<br><br>Choix et souplesse pour la FIFA<br><br>Ouvrir la voie pour les futurs organisateurs<br><br>Succès commercial | <b>CERTITUDE</b><br><br>Pas de construction de stade ou d'autre investissement public majeur<br><br>5,8 millions de billets<br><br>Un impact économique de<br><br>5 milliards de dollars<br><br>40 000 emplois<br><br>100 000 bénévoles<br><br>Évènementiel durable | <b>OPPORTUNITÉ</b><br><br>Transformation de l'Amérique du Nord en un bastion du football<br><br>Présenter à nouveau la FIFA aux partenaires commerciaux<br><br>Inspirer la jeunesse<br><br>Renforcer le football féminin<br><br>Intensifier l'entraînement, la formation des arbitres | <b>OPPORTUNITÉ</b><br><br>Plus de fans (~250 millions en Amérique du Nord)<br><br>Des communautés engagées (« Minutes de football »)<br><br>Données et renseignements exclusifs sur les fans<br><br>Une culture du football améliorée (inclusive, accueillante, mondiale) | <b>OPPORTUNITÉ</b><br><br>Le programme pour relier les terrains de football 2026 et des aires de jeu sûres<br><br>Programme scientifique lié au comportement (STIM) |
| CANADA                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                     | Croissance dans tous les domaines du jeu ; alignement du programme des équipes nationales masculines                                                                                                                                                                                  | Promotion de l'inclusion sociale et de la santé à long terme                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                     |
| MEXIQUE                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                     | Accès au football des femmes et des filles                                                                                                                                                                                                                                            | Promotion de la santé publique et de modes de vie actifs                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                     |
| ÉTATS-UNIS                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                     | Communautés défavorisées ; égalité des revenus                                                                                                                                                                                                                                        | Communautés défavorisées                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                     |
| DURABILITÉ+                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                     |
| INNOVATION                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                     |



organiser la toute première Coupe du Monde de la FIFA™ à 48 équipes selon les plus hautes normes professionnelles. Nous proposons à la FIFA des partenaires engagés, une expérience prouvée et une stratégie d'appui à la vision de la FIFA 2.0 pour en faire une réalité.

Pour la FIFA et les Associations membres, le bénéfice économique projeté de l'organisation de la compétition en Amérique du Nord sera considérable. Nous anticipons des ventes de billets dépassant les 5,8 millions, avec des milliers de suites de luxe et de places club disponibles et des millions de fans qui prendront part aux FIFA Fan Fests™ et aux autres programmes organisés dans l'ensemble du continent.

Notre objectif est de travailler en étroite collaboration avec la FIFA pour fournir un modèle d'organisation probant, évolutif et économiquement durable. L'organisation de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ en Amérique du Nord a des chances de générer plus de 5 milliards de dollars américains de retombées économiques à court terme, avec notamment la création de 40 000 emplois et plus d'un milliard de dollars en salaires pour les villes et pays candidats. L'impact sur la FIFA et la famille mondiale du football se fera ressentir de trois manières différentes : en

apportant un appui financier pour aider à investir dans le football au niveau local, en dynamisant la portée du football à l'échelle mondiale, et en encourageant les futurs organisateurs à rechercher des concepts d'organisation plus économiquement durables à l'avenir.

Chacune de nos villes candidates met constamment à jour ses locaux sportifs et ses autres types d'infrastructures existantes en intégrant les dernières technologies et les capacités, les connaissances et l'entraînement les plus sophistiqués. Ces améliorations dépassent les critères minimaux de la FIFA ; l'état de l'art actuel le restera donc en 2026, garantissant un bénéfice à la communauté internationale du football et la préparation opérationnelle qu'apportent ces améliorations.

Nous sommes convaincus que le succès d'une Coupe du Monde de la FIFA 2026™ en Amérique du Nord apportera à la Fédération l'occasion renouvelée d'engager un grand nombre des plus grandes et plus influentes marques au monde, sur l'un des marchés de droits médiatiques les plus grands et les plus influents. Par ailleurs, la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ fournira une plateforme



## HÉRITAGE

permettant de mobiliser des partenaires, nouveaux comme existants, pour partager le football avec des centaines de millions de nouveaux joueurs et fans potentiels et mettre en place de nouvelles méthodes d'engagement adaptées aux besoins des publics du XXI<sup>e</sup> siècle.

**LE JEU :** L'organisation de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ par le Canada, le Mexique et les États-Unis accélérera le développement du football dans l'ensemble de la région CONCACAF, transformant nos trois pays grands amateurs de sport et la région dans son ensemble en l'une des communautés du football les plus dynamiques du monde.

Les ligues professionnelles des trois pays hôtes en sont à différents stades de développement. La Coupe du Monde de la FIFA 2026™ les aidera tous les trois à améliorer la qualité du produit sur le terrain, en formant de nouveaux partenariats continentaux et en investissant dans l'amélioration des programmes pour le développement des joueurs d'élite, des arbitres, des entraîneurs et des locaux.

Au niveau des associations membres, les trois fédérations élargiront et amélioreront leurs programmes de formation des entraîneurs et des arbitres et de perfectionnement des jeunes. C'est essentiel si nous entendons capitaliser sur la croissance significative du sport que nous anticipons avec la Coupe du Monde de la

FIFA 2026™. Cela signifie mettre particulièrement l'accent sur le manque de structure du jeu, l'élargissement des ligues de futsal et l'intégration plus complète du football dans les écoles, les organisations communautaires et les programmes publics de santé et de bien-être.

Notre candidature d'unité travaille déjà à garantir que le football continuera de se jouer à tous les niveaux, quels que soient les difficultés environnementales, les barrières économiques et les autres facteurs contraignants dans nos trois pays. Nous avons mis des chercheurs d'Amérique du Nord au défi de créer un type de gazon hybride qui puisse pousser et être entretenu en intérieur ou dans des conditions climatiques difficiles. Nous avons commencé à étudier des applications de science du comportement et d'aménagement urbain permettant de tisser la participation au football et le développement du sport dans tous les secteurs et les espaces disponibles. Et nous travaillerons en étroite collaboration avec la FIFA au cours des huit prochaines années pour mûrir ces concepts novateurs et bien d'autres idées innovantes pour que la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ donne naissance aux initiatives les plus pertinentes et les plus percutantes possibles.

**LES FANS :** Pour notre candidature d'unité, tout le monde est un fan, et les fans sont parmi les éléments les plus importants du succès d'une Coupe du Monde de la FIFA™. Nous nous engageons à travailler en étroite collaboration avec la FIFA pour organiser une

Coupe du Monde de la FIFA 2026™ qui implique chaque fan, en personne ou par connexion éloignée. Nous voulons aider la FIFA à réimaginer les expériences des fans pour célébrer le football et cet extraordinaire spectacle qu'est la Coupe du Monde de la FIFA™ de manières à la fois irrésistibles et partagées par les habitants et les communautés de l'ensemble de l'Amérique du Nord et du monde entier.

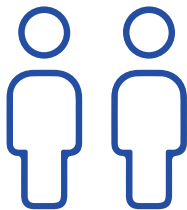
Ensemble, nos trois pays offrent à la FIFA un accès direct à plus d'un milliard de personnes sur l'ensemble du continent américain, ce qui représente une opportunité extraordinaire d'élargir la communauté mondiale du football. Cette candidature d'unité retentira dans l'ensemble de notre région, reliant nos villes candidates à des villes de la région CONCACAF afin de recruter de nouveaux appuis et dynamiser l'activation. Ces efforts aideront à faire évoluer l'élargissement et l'engagement de la communauté des fans dans le monde entier.

La Coupe du Monde de la FIFA 2026™ organisée en Amérique du Nord sera pleinement inclusive en invitant des personnes de toutes les tranches d'âge et de toutes les capacités à participer, et en encourageant tout le monde à contribuer à l'expérience du football et à la partager. Notre candidature d'unité tente déjà de mieux comprendre le comportement des fans et de

23   
stades modernes  
de grande capacité

avec

68k+  
une moyenne  
de places

300+   
langues parlées

200+  
groupes ethniques

  
**La Coupe du Monde  
de la FIFA™ la plus verte  
des temps modernes**



## HÉRITAGE

mettre au point de nouvelles approches de l'engagement irrésistibles pour les partager avec la FIFA.

**LE MONDE :** L'un des héritages les plus importants de cette candidature d'unité est d'aider la FIFA à changer les mentalités et les comportements de manière positive et utile à tous les niveaux de la communauté mondiale du football. Organiser la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ en Amérique du Nord dynamisera l'innovation et encouragera le progrès en créant des liens entre le football et d'autres secteurs de notre société.

Notre priorité absolue est d'aider tout le monde, surtout les enfants, à jouir d'une intégralité et d'une égalité d'accès et d'opportunité par le biais du football. Au Canada, où le football féminin s'est épanoui, l'objectif est d'aligner le football masculin à tous les niveaux. Au Mexique, où les garçons ont un accès relativement facile et fréquent à la compétition dès leur plus jeune âge, cette candidature d'unité cherchera à créer de plus grandes opportunités pour les filles et les femmes. Enfin, aux États-Unis, nous nous concentrerons sur l'augmentation des niveaux de participation au sein des populations défavorisées et, bien que les problèmes d'égalité des sexes soient moins profonds, sur la réduction de l'écart qui existe entre hommes et femmes dans le monde du football.

Nous espérons créer pour les futurs organisateurs un modèle axé sur le renforcement et l'amélioration des efforts déjà fournis. Pour ce faire, nous mettrons au point des plans et des méthodes permettant de mesurer l'impact social par le biais du football et du sport en général en intégrant les données et la science comportementale, l'aménagement urbain, l'informatique cognitive et d'autres disciplines pour habiliter et maximiser la portée et l'impact.

Des petites communautés aux grandes villes, aux quatre coins de nos trois pays, nous nous attendons à une explosion d'enthousiasme pour le football, et cette candidature d'unité étudie déjà des méthodes permettant d'améliorer encore l'accès au jeu et la possibilité d'y participer.

Plutôt que de construire de nouvelles infrastructures pour contribuer au développement du football, nous investirons notre énergie et nos ressources dans l'amélioration et la mise à l'échelle des espaces et des programmes existants et à développer pour un impact direct sur les vies de millions d'enfants et de milliers de communautés dans chacun de nos trois pays.







## STADES

Notre candidature d'unité offre un réseau de stades et d'installations modernes capable d'organiser la toute première Coupe du Monde de la FIFA™ à 48 équipes sans qu'il soit nécessaire de construire ou de faire de grands investissements. Les stades que nous présentons dans notre dossier de candidature au Canada, au Mexique et aux États-Unis représentent certaines des installations sportives et de divertissement les plus sophistiquées du monde, fonctionnant tous les jours et accueillant des locataires de renom et de grandes manifestations. Par ailleurs, ils sont constamment améliorés et mis à jour pour les équiper des dernières technologies et des capacités les plus sophistiquées.

## Stades offerts par la candidature à la Coupe du Monde de la FIFA 2026™

| Stades                                  | Capacité Brute |
|-----------------------------------------|----------------|
| Atlanta (Mercedes-Benz Stadium)         | 75 000         |
| Baltimore (M&T Bank Stadium)            | 70 976         |
| Boston (Gillette Stadium)               | 70 000         |
| Cincinnati (Paul Brown Stadium)         | 67 402         |
| Dallas (AT&T Stadium)                   | 92 467         |
| Denver (Mile High Stadium)              | 77 595         |
| Edmonton (Commonwealth Stadium)         | 56 418         |
| Guadalajara (Estadio Akron)             | 48 071         |
| Houston (NRG Stadium)                   | 72 220         |
| Kansas City (Arrowhead Stadium)         | 76 640         |
| Los Angeles (Rose Bowl)*                | 88 432         |
| Mexico City (Azteca Stadium)            | 87 523         |
| Miami (Hard Rock Stadium)               | 67 518         |
| Monterrey (BBVA Bancomer Stadium)       | 53 460         |
| Montréal (Olympic Stadium)              | 55 822         |
| Nashville (Nissan Stadium)              | 69 722         |
| New York/New Jersey (MetLife Stadium)   | 87 157         |
| Orlando (Camping World Stadium)         | 65 000         |
| Philadelphia (Lincoln Financial Field)  | 69 328         |
| San Francisco Bay Area (Levi's Stadium) | 70 909         |
| Seattle (CenturyLink Field)             | 69 000         |
| Toronto (BMO Field)                     | 45 500         |
| Washington, DC (FedEx Field)            | 70 659         |

\* Outre le Rose Bowl, Los Angeles dispose également d'un nouveau stade actuellement en cours de construction à Inglewood (70 000 places pouvant être élargi pour accueillir 100 000 spectateurs).







## ATLANTA

**Le Mercedes-Benz Stadium d'Atlanta**, achevé et inauguré en 2017, est conçu pour proposer à ses 75 000 fans l'expérience en direct ultime, avec des prouesses architecturales uniques et certains des locaux les plus conviviaux pour les amateurs de tous les sports professionnels. C'est également le tout premier site certifié LEED Platine du monde du sport.

**L'AT&T Stadium de Dallas** est l'un des sites de divertissement les plus sophistiqués au niveau technologique au monde, avec une capacité de 92 467 spectateurs, plus de 300 suites de luxe, dix clubs premium et des places club à divers niveaux du stade ; c'est également un musée d'art contemporain de classe mondiale, avec plus de 50 œuvres d'artistes de renommée internationale sur ses murs et dans ses grands espaces publics.

## DALLAS



## MONTERREY

Depuis son inauguration en août 2015, le **BBVA Bancomer Stadium de Monterrey** est reconnu non seulement pour ses capacités architecturales qui en font l'un des meilleurs sites de football du continent américain, mais également pour son engagement en faveur de la durabilité et de la protection de l'environnement (il s'est vu décerner une certification LEED argent de l'U.S. Green Building Council en récompense de ses efforts pour la préservation de l'environnement).

**Le BMO Field de Toronto** est le stade national de football du Canada. Il a fait l'objet de 120 millions de dollars de rénovation, notamment avec l'installation d'un nouveau toit, l'agrandissement des installations réservées aux spectateurs et la création de nouveaux espaces d'accueil du public. Construit à l'origine pour recevoir la Coupe du Monde U-20 de la FIFA™ en 2007, le stade du Toronto FC (MLS) est considéré comme le premier site de football en plein air au Canada.

## TORONTO



## DURABILITÉ+

Nous avons inscrit des principes et des mesures en matière de durabilité dans chaque aspect de notre stratégie et de notre vision de l'organisation – approche que nous avons baptisée « **Durabilité+** ». Celle-ci est conçue pour dépasser les critères définis par la FIFA, pour contribuer notablement au développement durable dans nos trois pays et pour partager les enseignements tirés avec le reste du monde.

Dans le cadre de **Durabilité+**, notre candidature d'unité travaillera avec la FIFA pour apporter des avantages environnementaux, sociaux et économiques positifs durables à nos trois pays hôtes et au monde entier. La candidature d'unité propose une vision qui place les droits de l'homme au cœur de la Coupe du Monde de la FIFA™ et utilise l'événement et le sport pour relier le monde de façon à célébrer la dignité humaine.

Nos trois pays ont déjà pris des mesures pour s'assurer que la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ sera inclusive, durable, bien gérée et conforme aux principes d'événementiel durable.

Notre stratégie **Durabilité+** se concentre sur quatre grands axes :

**Protection de l'environnement** : Nous mettrons au point un programme de développement des capacités ciblant le plus haut niveau de certifications de construction durable pour l'ensemble de nos stades. Nous nous efforcerons de proposer une organisation neutre en carbone et des avantages positifs nets pour la biodiversité avec dix hectares d'habitat restauré.

## **Droits de l'homme, normes du travail et responsabilité sociale**

: Notre candidature d'unité rend hommage au leadership de la FIFA en matière de promotion des droits de l'homme en proposant une stratégie en la matière qui engage les parties prenantes et garantit des protections contre la discrimination, assure la sécurité des enfants, encourage les droits du travail, garantit la liberté d'expression et de réunion et assure d'autres protections essentielles.

## **Prosperité économique et conduite professionnelle éthique**

: Notre candidature d'unité travaillera à la création d'opportunités économiques notamment en matière d'emploi dans l'ensemble des villes candidates et des communautés en relation avec la Coupe du Monde de la FIFA 2016™. De concert avec la FIFA, nous encouragerons l'innovation et l'investissement au travers de partenariats publics et privés. Nous créerons une culture de conformité et de déontologie avec une gouvernance, une supervision, des politiques, une formation, des audits et un reporting robuste afin de générer la confiance chez les parties prenantes clés et le public en général.

**Héritages de durabilité** : Notre candidature d'unité travaillera en étroite collaboration avec la FIFA et nos villes candidates pour créer de nouvelles opportunités de croissance du football dans l'ensemble de l'Amérique du Nord, de la région CONCACAF et du monde au moyen de méthodes qui encouragent le développement communautaire, qui se concentrent sur les populations défavorisées et qui prennent des mesures positives pour aider à atteindre les Objectifs de développement durable de l'ONU.



## INNOVATION

Chaque élément de notre stratégie d'organisation et chaque chapitre de notre dossier de candidature reflètent notre profond engagement en faveur de l'innovation.

La passion pour l'innovation et la capacité de la mettre en avant au Canada, au Mexique et aux États-Unis ne résident pas uniquement entre les mains de nos entrepreneurs et de nos investisseurs. Au contraire, l'innovation est constamment présente dans les communautés de nos trois pays hôtes.

Nous sommes reconnaissants de disposer de cet atout extraordinaire et de pouvoir mettre, en collaboration avec la FIFA, cette culture de l'innovation au service de la compétition, de la FIFA et de la communauté

Unis 2026 offrira une expérience fluide aux villes hôtes, utilisant les dernières technologies pour lier les nouveaux événements innovants de la Coupe du Monde de la FIFA™ à une variété d'activités culturelles, environnementales, communautaires et sportives à travers l'Amérique du Nord.

mondiale du football.

Nous avons rédigé un complément de documents détaillés qui montrent comment nos actions relient les mondes physique et numérique, synchronisent nos villes candidates et nos stades avec d'autres éléments de nos vies pour former des initiatives pertinentes et percutantes. Par ailleurs, notre candidature d'unité a créé un « Groupe de travail sur l'innovation et la technologie », formé de grands technologues, investisseurs et pionniers. Ce groupe a soumis ses idées dans le cadre du processus de dépôt de dossier de candidature et apporte un réseau extrêmement précieux qui sera mis à la disposition de la FIFA tout au long des phases de planification.





## ENGAGEMENT DES FANS / FIFA FAN FEST™

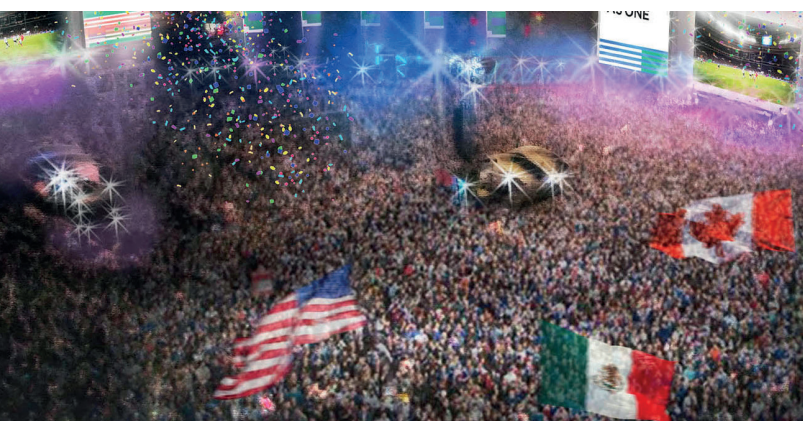
Pour notre candidature d'unité, tout le monde est un fan, et les fans sont parmi les éléments les plus importants du succès d'une Coupe du Monde de la FIFA™. Nous nous engageons à organiser une Coupe du Monde de la FIFA 2026™ qui implique tout le monde, en personne ou par connexion depuis l'autre bout de la planète. Nous travaillerons main dans la main avec la FIFA et nos experts de l'innovation afin de réimaginer les expériences de fans qui célèbrent le football et cet extraordinaire spectacle qu'est la Coupe du Monde de la FIFA™ de manières à la fois irrésistibles et partagées par les habitants et les communautés de l'ensemble de l'Amérique du Nord et du monde entier.

Dans chaque ville hôte, la FIFA Fan Fest™ constituera une partie intégrale de l'expérience des fans et fournira à la FIFA une plateforme d'expansion de l'expérience du football dans le monde entier. Dans chaque communauté, la FIFA et notre candidature d'unité peuvent offrir des opportunités d'apprendre le football à des populations toujours plus diversifiées et d'en profiter. L'Amérique du Nord rassemble plus de 200 groupes ethniques différents, et chaque pays qui prétend se qualifier pour la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ y retrouvera ses fans.

Cette diversité explique comment les villes candidates proposent chacune une culture, des cuisines et une vie artistique et musicale uniques.

Au-delà de l'organisation des FIFA Fan Fests™ dans nos villes candidates, notre candidature d'unité travaillera main dans la main avec la FIFA et ses partenaires de radio et télédiffusion pour créer de nouvelles expériences pour les fans qui relient les communautés de tous les continents par le biais des technologies telles que la réalité virtuelle et augmentée. Nous travaillerons avec la Fédération pour élargir le concept de « FIFA Fan Fests™ éphémères » et établirons des partenariats avec les communautés dans nos pays et à l'étranger pour faire de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ une expérience partagée de dimension encore plus importante.

Notre objectif est d'accroître l'engagement des fans au-delà des dates de la compétition et de faire du football une partie plus importante de la vie des gens. Notre plan d'engagement des fans comprend :



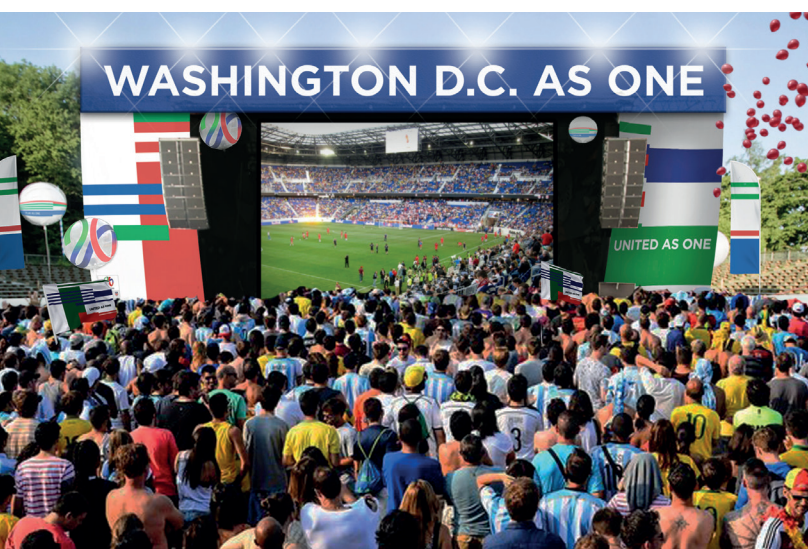


- Un programme soutenu de manifestations, promotions et programmes préparatoires spéciaux,
- La création d'outils pédagogiques en relation avec l'événement à l'usage des écoles,
- Des cliniques du football ambulantes et des opportunités de compétition,
- Des formations préliminaires d'entraîneurs et d'arbitres,
- Des clubs de fans, et bien plus encore.

Grâce à ces efforts et tant d'autres encore, notre candidature d'unité aidera la FIFA à inviter les fans à jouer un rôle majeur dans l'élaboration et l'exécution des plans de promotion de la compétition.

Notre candidature d'unité, en partenariat avec nos villes candidates, développera le plan d'engagement des fans pour inclure des expositions itinérantes qui relieront les nouveaux fans potentiels au football et donneront aux communautés défavorisées de nouvelles occasions de le rejoindre. Nous mettrons tout spécialement l'accent sur la promotion d'opportunités pour les jeunes, surtout les jeunes filles, conformément à notre promesse d'aider à faire progresser la vision 2.0 de la FIFA et à faire découvrir le football à de nouveaux participants et de nouvelles zones géographiques.

Ces expositions itinérantes relieront les villes candidates aux communautés non seulement de l'ensemble de nos trois pays hôtes, mais aussi en dehors de l'Amérique du Nord avec l'aide de la technologie. Les systèmes et matériels conçus pour les soutenir pourraient avoir des applications plus larges, servir dans d'autres pays, et représenter une opportunité pour les partenaires commerciaux de la FIFA en fournissant une plateforme d'activation locale toute prête.



## DONNÉES

Notre candidature d'unité a déjà mis à profit les données et la recherche pour informer le développement de notre stratégie d'organisation en analysant les amateurs de sport en Amérique du Nord et comprendre comment établir des priorités au niveau des différentes initiatives et ressources. Nos renseignements prédictifs nous permettent d'étudier les questions, tendances et opportunités d'engagement des fans et de donner ainsi un score quantitatif aux individus concernés en fonction de leur « fandom » et d'identifier des facteurs spécifiques d'identité tels que les préférences de consommation médiatique et la sensibilité aux prix. Ces renseignements informent sur les domaines que nous avons identifiés en matière d'engagement des fans, et seraient mis à la disposition de la FIFA et des Associations membres.

FIFA 2.0 a fait du développement d'un système de pointe de gestion des interactions avec les fans l'une de ses priorités ; nous espérons que ces nouvelles perspectives aideront la FIFA à réaliser sa vision d'avenir pour le football en étudiant la nature et la valeur des fans actuels (et futurs) de différentes manières. À l'aide des informations de marketing et de consommation médiatique déjà disponibles, des sondages publics et du profilage psychographique, notre candidature d'unité peut aider la FIFA et les Associations membres à mieux comprendre le marché nord-américain et, plus globalement, le monde des fans de football.

Nous espérons travailler en étroite collaboration avec la FIFA pour faire de l'Amérique du Nord un laboratoire d'expérimentation avec de nouvelles réalisations qui engageront davantage de fans de manières qui profitent à la Fédération, ses partenaires commerciaux et autres, à la Coupe du Monde de la FIFA™ et à ses futurs organisateurs, et à l'ensemble de la communauté mondiale du football.

# 2018



# Coupe du Monde de la FIFA 2026™



## MARKETING ET PROMOTION

Notre plan de marketing et de communication sur huit ans se concentre sur les principes d'unité, de certitude et d'opportunité pour la toute première candidature à trois pays d'organisation de la Coupe du Monde de la FIFA™. Si elle devait s'en voir confier l'organisation, notre candidature d'unité alignera ses efforts à l'appui de la nouvelle vision de la FIFA pour la célébration de l'événement sportif le plus important et le plus porteur d'inspiration au monde. La présentation et l'accroissement de tous les actifs marketing de la FIFA en Amérique du Nord et dans l'ensemble du monde seront des jalons clés permettant de façonner la feuille de route sur huit ans visant à engager les fans actuels et à venir, dans la région CONCACAF et à l'échelle mondiale.

Conformément à notre engagement à impliquer tout le monde, que ce soit en personne ou par connexion éloignée, l'effort de marketing et de communication équilibrera promotion de la compétition et engagement autour du jeu. Nos objectifs principaux sont notamment les suivants :

- Établir une marque et une présence globales pour la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ en soulignant l'enthousiasme de la compétition, le pouvoir du football de transformer des vies et des communautés, l'unité de nos trois pays et le leadership et la vision démontrés par la FIFA.
- Motiver notre réseau de villes candidates et d'autres communautés dans l'ensemble de l'Amérique du Nord à jouer un rôle dans cet effort.

- Coordonner les calendriers promotionnels avec les Associations membres, les ligues et les autres partenaires clés du football afin de maximiser chaque moment du cycle de vie de l'événement.
- Générer la prise de conscience de la compétition et l'enthousiasme pour celle-ci en établissant une présence robuste sur les marchés nord-américain et international et en stimulant une forte demande de billets dans chaque catégorie de consommateurs.

Nous prévoyons que les plans que nous développerons conjointement avec la FIFA comprendront un ensemble de projets d'activation de taille plus ou moins importante, organisés dans (et, dans la plupart des cas, par) les villes candidates et les communautés de nos trois pays hôtes. Ces jalons comprendront, sans s'y limiter, toutes les manifestations connexes à la compétition telles que le lancement d'actifs marketing de la FIFA comme l'emblème, le look, la mascotte, l'affiche et le slogan officiels, ainsi que d'autres actifs tels que notamment des horloges affichant des comptes à rebours, les lancements des tenues pour les bénévoles, des comptes à rebours à 100 jours, etc.

Les dates clés du calendrier de la FIFA telles que les tirages au sort préliminaire et officiel feraient également partie du plan global. Si possible, ces projets d'activation se produiront de manière simultanée dans l'ensemble des villes hôtes, qui pourront également mettre en place des programmes individuels d'activation et de divertissement (dans le respect des réglementations de la FIFA et de toutes les directives commerciales).

## BÉNÉVOLES

Nos trois pays ont une forte culture de bénévolat, ce qui se ressent vivement dans notre culture sportive. Chaque jour, dans des communautés de l'ensemble de l'Amérique du Nord, le football en tant que jeu s'épanouit par l'intermédiaire de milliers de bénévoles qui enseignent les bases du jeu aux enfants, qui travaillent au cours de compétitions internationales, qui aident à diriger les fédérations nationales, etc. Notre candidature d'unité exploitera cet esprit collectif pour s'assurer que les bénévoles jouent un rôle clé dans le succès de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ en Amérique du Nord.

Elle exploitera également l'important réseau de talentueux et enthousiastes participants à ce sport dans nos trois pays pour former une armée de bénévoles à l'appui de notre vision et de notre stratégie. Nos bénévoles présenteront le meilleur de la convivialité et de la compétence nord-américaines en accueillant les visiteurs, en soutenant la compétition et les opérations dans les stades et au cours des matchs, en encourageant les efforts de durabilité et en travaillant avec les équipes, les responsables, les partenaires et les radiodiffuseurs et télédiffuseurs.

Nous nous attendons à recruter 25 000 bénévoles pour soutenir nos opérations dans nos villes candidates et, au cours des huit prochaines années et jusqu'à 2026, nous engagerons jusqu'à 75 000 bénévoles supplémentaires dans les communautés locales pour établir des liens avec les jeunes, promouvoir la croissance du sport, encourager la compétition et faire progresser nos priorités **Durabilité+**.



# 25 000

bénévoles

Stades à guichet fermé pour tous les matchs; millions de participants aux Fan Fests™



## PROPOSITION DE CALENDRIER DES MATCHS

Nous envisageons une Coupe du Monde de la FIFA 2026™ organisée dans 16 stades de classe mondiale déjà opérationnels répartis dans l'ensemble du Canada, du Mexique et des États-Unis.

- Trois matchs la même journée – un dans chaque pays – pour lancer la compétition
- 60 matchs aux États-Unis
- 10 matchs au Canada et 10 matchs au Mexique
  - Sept matchs de phase de groupe
  - Deux matchs de seizièmes de finale
  - Un match de huitièmes de finale

Cette candidature d'unité a mis au point un logiciel qui génère des calendriers de matchs qui placent les joueurs et les fans d'abord.

- Au moins 3 jours de repos pour les équipes entre les matchs
- Au moins 2 jours de repos pour le gazon dans le stade entre les matchs

À leur arrivée pour l'entraînement, les équipes retrouveront tous les comforts de leur pays d'origine, quel qu'il soit : leurs aliments, leurs cultures, leurs lieux de culte, leurs langues maternelles (plus de 300 sont parlées ici). Lors des matchs, les deux équipes verront les stades pleins et des fans qui les soutiendront comme s'ils étaient chez eux.

10  
matchs

60  
matchs

10 matchs

1

GRANDE OPPORTUNITÉ

d'apporter la plus grande Coupe du Monde de la FIFA™ et la plus ambitieuse de son histoire en Amérique du Nord

CHAQUE JEU EST À  
DOMICILE

EN METTANT LES JOUEURS ET LES FANS D'ABORD

3

pays hôtes

1

journée  
d'ouverture



3

matchs



## ARGUMENTAIRE DE CONCLUSION

### UNITÉ. CERTITUDE. OPPORTUNITÉ.

Le Canada, le Mexique et les États-Unis ont rassemblé leurs forces pour proposer une candidature unifiée qui offre à la FIFA et à ses Associations membres le pouvoir de l'unité, la promesse de la certitude et le potentiel d'une extraordinaire opportunité – pour l'ÉVÉNEMENT, pour le JEU, pour les FANS et pour le MONDE.

Organisée dans ces trois pays, la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ y accélérera le développement du jeu, inspirera l'adhésion croissante des jeunes et des adultes au football amateur et augmentera sensiblement le fandom de ce sport. Nous élèverons la position des femmes et des filles en tant que fans et joueuses et améliorerons leur accès à ce sport et leur influence sur ce dernier. Nous relierons des milliers de communautés dans l'ensemble de l'Amérique du Nord, surtout les défavorisées, et proposerons éducation, promotion et programmes. Par ailleurs, la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ sur ce continent présentera une nouvelle génération de leaders qui permettra de faire progresser la communauté mondiale du football au cours des cent prochaines années.

En tant que pays hôtes, notre engagement commun et notre priorité sont de nous assurer que l'héritage de cet événement dépassera largement notre continent grâce aux travaux de la FIFA pour atteindre l'ensemble des régions touchées par le football.

Notre candidature d'unité aidera la FIFA à proposer un nouveau modèle d'opération de la Coupe du Monde de la FIFA™ à une échelle plus importante et avec plusieurs pays hôtes en travaillant de concert pour mettre à profit les dernières technologies et en associant nos ressources et nos expériences. Nous continuerons de tirer profit de notre partenariat avec des chefs de file issus du domaine public, du monde des affaires et de la société civile pour faire progresser des principes communs et mettre en œuvre des initiatives qui transforment les vies et les communautés du monde entier.

Nous proposons une vision qui place la durabilité et les droits de l'homme au cœur de la Coupe du Monde de la FIFA™. En bref, nous voyons le football et l'organisation de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ comme une opportunité d'unir le monde d'une manière qui soutienne la dignité humaine ; la FIFA se voit donc garantie de placer entre de bonnes mains son approche visionnaire d'inscription des droits de l'homme dans ses immenses manifestations sportives.

La Coupe du Monde de la FIFA 2026™ en Amérique du Nord ouvrira la porte sur un monde d'opportunité et partagera les conclusions et les bonnes pratiques mises en place avec l'ensemble de la communauté mondiale du football. Nos efforts conjoints avec la FIFA profiteront à tous, en tout lieu, sur chaque continent, et prouveront la portée et l'impact complets du football comme force de changement et de progrès dans le monde.

Quand le monde se souviendra du succès de la Coupe du Monde de la FIFA 2026™ en Amérique du Nord, il remarquera son héritage tant important qu'inspiré, aussi généreux qu'imaginatif. Le Canada, le Mexique et les États-Unis sont résolument engagés à s'assurer que nos efforts soutiendront la FIFA pour fournir aux futurs organisateurs une plateforme et les outils nécessaires pour développer la compétition, faire évoluer le jeu et contribuer à des objectifs plus importants pour le monde durant nombre d'années.

Ensemble, nous ferons du football une partie plus importante de la vie des gens.

**Ce serait un immense honneur pour nous d'aider à créer cet héritage avec la FIFA, au service de la communauté mondiale du football – UNIS COMME UNE SEULE ET MÊME ÉQUIPE.**

Aider à engager  
la jeunesse du  
monde entier

Encourager une  
participation  
encore plus  
importante à ce  
jeu d'envergure  
internationale



Des opportunités dans l'un des  
marchés économiques les plus  
puissants au monde



Plus de 200 groupes ethniques  
proposeront au monde une expérience  
culturelle diversifiée

68 000



Un record de  
participation

5MM\$

d'impact économique net issu  
de la Coupe du Monde de la  
FIFA 2026™



Une diversité de cultures qui reflète celle de  
la famille de la FIFA



L'un des paysages  
sportifs professionnels  
les plus compétitifs et  
les plus sophistiqués  
au monde



22%

d'augmentation de  
la valeur économique  
nette par rapport  
aux éditions  
précédentes

UN ÉVÉNEMENT.  
TROIS PAYS.  
UN MONDE D'OPPORTUNITÉ.



# Deutsche

**UNITED  
AS ONE**





**EXECUTIVE  
SUMMARY**

# **EINHEIT. GEWISSHEIT. CHANCEN.**

Kanada, Mexiko und die Vereinigten Staaten

Vereinte Bewerbung zur Ausrichtung der FIFA Fussballweltmeisterschaft™2026



**16. MÄRZ, 2016**



VERANSTALTUNG



In der Chance vereint

DIE ERSTE

Vereinte FIFA  
Weltmeisterschaft

3

Länder

16

Gastgeberstädte

23

zur Auswahl

200+

ethnische Gruppen und

300+

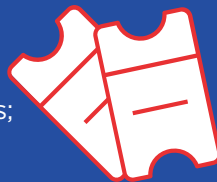
Sprachen gesprochen

Voraussichtlicher

5.8Mio

Kartenverkauf

Entradas agotadas para todos los partidos;  
millones de asistentes a los Fan Fests™



\$2.1bn

Einnahmen durch Kartenverkauf

Grösse des  
Nordamerikanischen  
Markts

500Mio

VEREINTE  
UNTERSTÜTZUNG



81%

glauben, sie sei gut  
für ihr Land

35Mio+

Menschen spielen  
regelmässig Fussball in  
Kanada, Mexiko und den  
Vereinigten Staaten

77%

unterstützen  
die Vereinte  
Bewerbung



# EINHEIT. GEWISSHEIT. CHANCEN.

Nur sehr selten bietet sich einer Nation die Gelegenheit, über seine Grenzen hinweg zu schauen, die Idee der globalen Einheit konkret umzusetzen und damit zu beweisen, dass der Sport uns alle miteinander verbindet. Noch seltener kommt es vor, dass drei benachbarte Länder ALS EINHEIT zusammenkommen, vereint in dem Streben, Gemeinschaften zu fördern und die Lebensqualität zu erhöhen.

Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ ist eine solche Gelegenheit.

Kanada, Mexiko und die Vereinigten Staaten arbeiten zusammen an einer Gemeinsamen Bewerbung, die der FIFA die Kraft der EINHEIT, das Versprechen der GEWISSHEIT und das Potenzial einer einzigartigen CHANCE bietet – für die WELTMEISTERSCHAFT, für den FUSSBALL, für die FANS und für die WELT.

**Wir sind bereit, die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ VEREINT, ALS EIN GASTGEBER auszurichten.**

Wir sind drei Länder mit Stolz, durch unsere Geschichte, Kultur, Geografie und Partnerschaft eng miteinander verbunden.

Wir wollen das reiche Erbe des Fussballs und sein einzigartiges Vermögen, Menschen aus aller Welt zusammenzubringen,

gebührend feiern und die FIFA bei der Umsetzung ihrer neuen Vision für die Zukunft des Fussballs unterstützen.

Wir sind bereit, die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ für das 21. Jahrhundert mitzugestalten, bereit, die FIFA zu unterstützen und die Kraft des Fussballs zu präsentieren. Wir zielen auf eine weltweite Wirkung, wobei wir uns mit EINHEIT, GEWISSHEIT und CHANCEN für Menschenrechte und Nachhaltigkeit engagieren.

Im Mittelpunkt unserer Pläne stehen die Spieler und Funktionäre, die Partner und andere Interessensgruppen. Wir wollen mit der FIFA eine Blaupause für die Umsetzung der ersten FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ im neuen erweiterten Ausrichtungsmodus entwickeln. Wir werden zeigen, dass uns als Menschen viel mehr verbindet als uns trennt.

Wir hoffen, dass die EINHEIT, GEWISSHEIT und CHANCEN unserer Bewerbung als Beispiel für zukünftige Ausrichter dienen kann, und dass sie der FIFA, und der globalen Fussballgemeinschaft den Erfolg in den kommenden Jahrzehnten garantieren.

## UNSERE STRATEGIE FÜR DIE AUSRICHTUNG

Die Ausrichtung einer FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ ist eine einzigartige Ehre und Herausforderung. Mit dem erweiterten Format der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™, an der mehr Mannschaften teilnehmen und mehr Spiele ausgetragen werden, weshalb auch zusätzliche Infrastruktur wie Stadien, Trainingsplätze, Hotels nötig sind. Ferner müssen auch weitaus mehr Fans unterstützt werden, die entweder ins Stadion kommen, an einem FIFA Fan-Fest™ teilnehmen, oder sich digital aus aller Welt zuschalten.

Durch die Einführung neuer ethischer Normen, sowie die Verankerung der Internationalen Menschenrechte und der Nachhaltigkeit in allen Aspekten des Turniers hat die FIFA die Erwartungen hinsichtlich der Vorgehensweise und Ziele des Gastgeberlandes sehr hoch angesetzt, was uns als United Bid motiviert diese hohen Ziele zu erreichen und zu übertreffen.

Unsere Gemeinsame Bewerbung macht sich diese Vision der FIFA zu eigen. Es ist die Aufgabe unserer drei Länder, diese erweiterte FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ so auszurichten, dass der Fußball weiter gefördert, dessen Integrität geschützt wird und das Spiel für alle zugänglich ist. Kanada, Mexiko und die Vereinigten Staaten stellt sich diese Aufgabe VEREINT, IN EINEM. Wir wissen, dass diese aussergewöhnliche Aufgabe weitreichende Ressourcen, das entscheidende Fachwissen und eine ausreichende Kapazität erfordert und das

dieser Aufgabe keines unserer drei Länder allein gewachsen wäre.

Gemeinsam mit der FIFA werden wir unermüdlich daran arbeiten, eine FIFA Fussball-Weltmeisterschaft der Superlative zu bieten, die weitreichend, inklusiv, innovativ und inspirierend ist. Ein Turnier, in dem das Bekenntnis zu den Menschenrechten, Grundfreiheiten und Grundwerten verankert ist. Zusammen streben wir danach, als würdige Gastgeber das Kronjuwel unseres Sports auf eine neue Ebene zu heben, womit wir für unsere Partner eine Wertsteigerung erzielen. Die erwirtschafteten Mittel werden über unsere Mitgliedsverbände wieder in den Fussball investiert. Dieses Turnier wird die Zukunftsvision der FIFA erfüllen.



Die effiziente Planung und Ausrichtung der Weltmeisterschaft sind entscheidend dafür, dass die FIFA ihre neue Mission erfüllen kann. Der kommerzielle Erfolg garantiert der FIFA und ihren Mitgliedsverbänden die notwendigen Ressourcen, um ihr Mandat zu erfüllen und das Erlebnis für alle Fussball-Fans und -Spieler zu steigern.

Wir hoffen, dass die EINHEIT, GEWISSHEIT und CHANCEN der Gemeinsamen Bewerbung zu neuen Rekordwerten bei Zuschauerzahlen und Umsatz führen, dass neue Möglichkeiten für gesellschaftliche Auswirkungen erkundet, und



neue Standards für Professionalismus, Verantwortlichkeit und Transparenz bei der Ausrichtung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ aufgestellt werden können, allesamt zugunsten der FIFA und der weltweiten Fussballgemeinschaft.

Unsere Strategie zur Ausrichtung konzentriert sich auf vier wichtige Bereiche: die WELTMEISTERSCHAFT, den FUSSBALL, die FANS und die WELT.

**Die WELTMEISTERSCHAFT:** Unsere Vision umfasst eine FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™, die in 16 bereits bestehenden Stadien von Weltklasse in Kanada, Mexiko und den Vereinigten Staaten ausgetragen wird. Wir haben uns darauf geeinigt, die Aufgabe untereinander aufzuteilen mit jeweils 10 Spielen in Kanada, 10 Spielen in Mexiko und 60 Spielen in den Vereinigten Staaten. Ab dem ersten Anpfiff – drei Spiele könnten am selben Tag in jedem der drei Länder ausgetragen werden – erwarten wir eine wirklich vereinte Meisterschaft, die mit 5,8 Millionen verkaufter Karten und Einnahmen von mehr als \$ 2,1 Milliarden US-Dollar neue Rekorde für eine FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ aufstellen wird.

Unsere Gemeinsame Bewerbung bietet der FIFA weitaus mehr als die geforderten Bewerberstädte und Stadien, damit die FIFA bei der Auswahl der Austragungsorte maximale Flexibilität und Verhandlungsspielraum hat. Zusätzlich wird die Gemeinsame Bewerbung von vielen zusätzlichen Städten und Gemeinden in unseren drei Ländern unterstützt die unter anderem Trainingsstätten beherbergen oder

zusätzlichen FIFA Fan Feste™ ausrichten wollen.

Unsere drei Länder haben die volle Unterstützung der nationalen und regionalen Regierungen wie auch der Wirtschafts- und Zivil-Gesellschaft und all unsere Bewerberstädte sind bemüht und motiviert Ihre Chance als Gastgeber sowohl für soziale wie auch wirtschaftliche Zwecke positiv zu nutzen.

- Sämtliche Stadien sind bestehende Stadien die täglich genutzt werden, mit einer durchschnittlichen Sitzplatzkapazität von mehr als 68.000 Plätzen. Diese werden nach dem Turnier auch weiterhin genutzt, gemäß Anforderungen der FIFA.
- Wir stellen mehr als 150 Optionen für Trainingsstätten an den Spielorten sowie Trainingslager für die Teams vor und zwischen den Spielen.
- Die Verkehrs-, Tourismus und Medizinische-Infrastruktur aller unsere Bewerberstädte sind hervorragend und entsprechen den Anforderungen der FIFA oder übertreffen sie zum Teil. Das garantiert Gewissheit bei der Ausführung der bisher größten FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™. Jede unserer Bewerberstädte verfügt über langjährige Erfahrung in der Ausrichtung internationaler Sportveranstaltungen und spielt eine führende Rolle im Umweltschutz und beim Schutz der Menschenrechte.

**48** Mannschaften **80** Spiele

die bisher größte, ehrgeizigste FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™

## UNSERE STRATEGIE FÜR DIE AUSRICHTUNG

Die Gemeinsame Bewerbung beschreibt eine Strategie, die der FIFA maximale Flexibilität und maximalen Einfluss bieten soll. Die qualifizierten Bewerberstädte, die Teil unserer Bewerbung sind, ermöglichen eine gesunde Konkurrenz bei der Bewerbung als Gastgeberstadt. Wenn Bewerberstädte miteinander wetteifern, um den Spielern und Funktionären, den Fans, den Partnern, Medien und anderen wichtigen Interessengruppen das bestmöglich Erlebnis zu bieten, gewinnen alle.

Schaut man auf die wichtigsten Kennzahlen wie Kartenverkäufe, Fernsehzuschauer, Gebühren für Fernsehrechte, digitale Verbreitung, Partnerengagement, Unterstützung durch die Gemeinschaft, ökologische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Auswirkungen, und mehr, sieht man, dass eine FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ in Nordamerika das Potenzial hat, einen unvergleichlichen Beitrag für die FIFA und den Fussball zu leisten. Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ ist eine der wenigen wahrhaftig globalen Veranstaltungen und wir sind fest davon überzeugt, dass sie 2026 einen noch höheren Stellenwert im Leben vieler Menschen einnehmen wird.

Die Gesamtbevölkerung unseres Kontinents wird bis 2026 über 1 Milliarde Menschen betragen – wovon 550 Millionen allein schon in unseren drei Ländern. Angesichts dieser Daten würde eine FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ in Nordamerika mehr Einfluss ausüben als je

zuvor. Nordamerika ist bereits der grösste Sportsponsorenmarkt der Welt, in dem die in der Region ansässigen Unternehmen mehr als 25% aller weltweiten Sportsponsorenausgaben tätigen. Dies umfasst nicht die mehr als 40 Milliarden US-Dollar, die in Kanada, Mexiko und den Vereinigten Staaten für Fernseh-, Radio-, Internet- und Druckwerbung für Sportprogramme und andere auf den Sport ausgerichtete Medieninhalte ausgegeben werden.

Durch die Kombination mehrerer Zeitzonen und der Einbindung der gesamten CONCACAF-Region bei unserer Planung, eröffnet die Gemeinsame Bewerbung zahlreiche Möglichkeiten, um Fans, Sendeanstalten und kommerzielle Partner überall zu erreichen. Nordamerika ist die lukrativste Region der Welt für Fussball, und die Ausrichtung der Weltmeisterschaft hier wird der FIFA neue kommerzielle und wirtschaftliche Chancen bieten, indem die Beziehung zu existierenden Fussballfans vertieft und Millionen neue Fans in die weltweite Fussballgemeinschaft aufgenommen werden können; ferner werden neue Geschäfts- und Kooperationsmodelle geschaffen, voller Nutzungspotential für zukünftige Ausrichter.

Ohne Sorgen um die Einhaltung von Bauterminen und den damit verbundenen Risiken, können wir uns bei der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ darauf konzentrieren, die Welt willkommen zu heissen, sie zu inspirieren und ihr die Chance zu geben, sich an der Zukunft des

Fussballsports zu beteiligen. So können wir alle gemeinsam den zukünftigen Ausrichtern den Weg zum Erfolg ebnen.

**Der FUSSBALL:** Auch wenn sich der Fussballsport in unseren drei Ländern - Kanada, Mexiko und den Vereinigten Staaten - in unterschiedlichen Entwicklungsstadien befindet, haben wir uns gemeinsam darauf verpflichtet, den Sport auf eine Art und Weise zu entwickeln, die der FIFA und der weltweiten Fussballgemeinschaft zugute kommt. Wir werden, als Gastgeber der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™, die Gelegenheit wahrnehmen, die Reichweite des Fussballs zu vergrössern, den Gemeinschaften Anreize zu geben, den Sport auf neue Art und Weise einzusetzen, ihn auf allen Ebenen weiterzuentwickeln und die nächste Generation von Spielern, Funktionären und Fans teilhaben zu lassen wie nie zuvor.

**Die FANS:** Unsere Region eignet sich wie keine andere zur Unterstützung der FIFA, um den weltweiten Einfluss des Fussballs weiter auszubauen. Nordamerika hat das Potenzial, eine grössere, und wirtschaftlich noch viel wichtigere Rolle im weltweiten Fussball zu spielen, indem aus bestehenden Fans Superfans werden, neue Fans gefunden und gewonnen werden und wir alle den Fussballsport mit neuen Augen sehen. Unsere ausgezeichnete Kenntnis des Fanverhaltens und der kulturellen Macht des Sports formen einen idealen Ausgangspunkt für eine hervorragende Zusammenarbeit mit der FIFA: Neue Ansätze um das Interesse und Engagement der Fans zu wecken,



Menschen spielen regelmässig auf allen Ebenen in Kanada, Mexiko und den Vereinigten Staaten

Testlabor für die Anwendung und Verfeinerung neuer Methoden zur Fanaktivierung – Fortschritt der den kommerziellen Partnern und anderen Interessenvertretern zugute kommt.

**Die WELT:** Unsere Pläne nutzen den Wert und die gesellschaftliche Wirkung des Fussballs, um Leben und Gemeinschaften zu wandeln, Denkweisen zu ändern und das Verhalten so zu prägen, um kritische gesellschaftliche und Umweltfragen anzusprechen und die Achtung der Menschenrechte in allen Bereichen erkennbar ist.

Bis heute hat sich noch nie ein Kontinent so zusammengeschlossen um eine Veranstaltung mit EINHEIT, GEWISSHEIT und einmaligen CHANCEN auszurichten. In unseren drei Ländern besteht Begeisterung sowie die einmalige Fähigkeit, die erste FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ mit 48 Mannschaften auszutragen und die FIFA dabei zu unterstützen, diesen Weltsport noch beliebter zu machen.

Hunderte Prominente aus Politik, dem Geschäftsleben, der Zivilgesellschaft und dem Sport unterstützen unserer Kandidatur an mit allen Kräften. Dutzende von Gemeinden in Kanada, Mexiko und den Vereinigten Staaten freuen sich schon heute



## UNSERE STRATEGIE FÜR DIE AUSRICHTUNG

Teil dieser einmaligen Gelegenheit sein zu können. Wir werden jede Gelegenheit nutzen um mit unsere vereinten Talenten und Enthusiasmus die FIFA Vision zu unterstützen und gemeinsam den Fußball weiterzuentwickeln.

Die FIFA und ihre Mitgliedsverbände müssen mehr als nur den Gastgeber der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ auswählen. Die Entscheidung bestimmt welcher Ausrichter mit der FIFA die Position des Fussballsports weltweit weiter zu fördern vermag; und dies mit minimalem Risiko und maximalen Wachstumschancen.

Unsere drei Länder, Kanada, Mexiko und die Vereinigten Staaten bieten der FIFA die Stärke der EINHEIT, das Versprechen der GEWISSHEIT und das Potenzial einer aussergewöhnlichen CHANCE - für die WELTMEISTERSCHAFT, den FUSSBALL, die FANS und die WELT.

Kanada, Mexiko und die Vereinigten Staaten blicken auf eine lange gemeinsame Geschichte zurück, in der sich unsere Völker auf den Weg zur neuen Bestimmung unserer drei Länder und unseres Kontinents begeben haben. Die Geografie bestimmt unsere

gemeinsamen Grenzen, aber unsere Ideale und unser gemeinsames Potenzial gehen weit über den Kontinent hinaus. Im Laufe der Zeit haben wir unsere individuellen Kulturen miteinander verwoben und in der Wirtschaft und der Politik zusammengearbeitet. Wir haben Speisen und Musik, Sprachen und Stil auf einzigartige Art und Weise miteinander vermischt und verschmolzen. Heute sind wir VEREINT – ganz besonders in unserem Wunsch, die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ auszurichten.

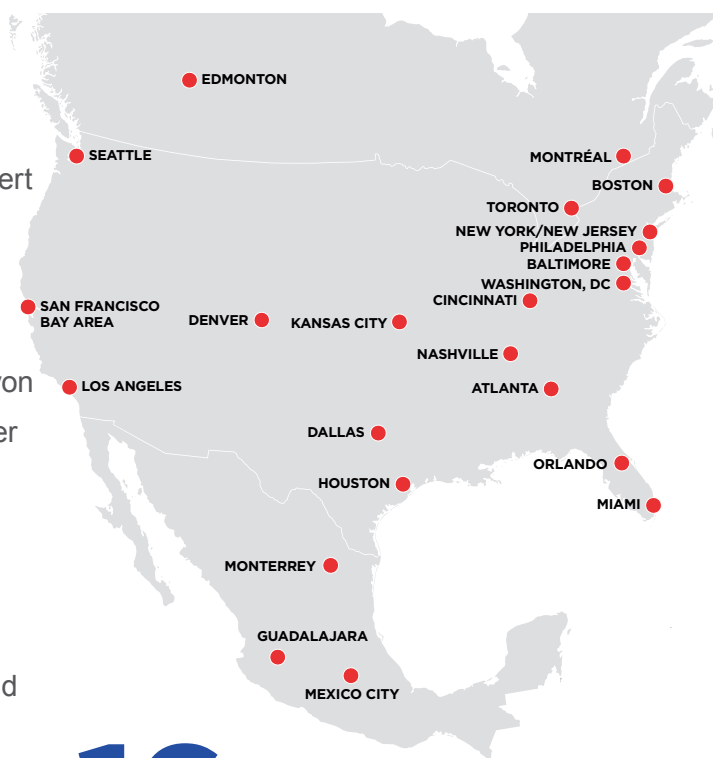
Nord Amerikas Bevölkerung besteht zu großen Teilen aus Einwanderern, hier leben mehr als 200 ethnische Gruppen. Jedes Team das sich für die FIFA Fußball Weltmeisterschaft 2026™ qualifiziert wird hier eine gestehende Fan-Gemeinschaft finden. Wenn die Teams zum Training ankommen, fühlen sie sich wie zu Hause, denn sie finden hier ihre Lieblingsküche, ihre Kultur, ihre Religion mit den entsprechenden Andachtsorten und sie finden Menschen die ihre Sprache sprechen (in unseren 3 Ländern werden über 300 Sprachen gesprochen). Während der Spiele werden die Spieler in den ausverkauften Stadien von Fans angefeuert und gefeiert, als würden sie in ihrer Heimat spielen.

Die Bewerberstädte, die wir bei der Bewerbung vorstellen, erfüllen mehr als die von der FIFA vorgegebenen Anforderungen. Zusammen sind sie bereit, die gemeinsame Vision sowie die Ambitionen der FIFA zu erfüllen. Sie spiegeln die unermessliche geografische und kulturelle Vielfalt Nordamerikas wieder, sind führend im

**Wir sind bereit, die FIFA  
Weltmeisterschaft™ VEREINT, als EIN  
GASTGEBER auszurichten.**

Umweltschutz, haben innerhalb ihrer Hauptaufgaben und Gemeinden den Menschenrechten einen zentralen Stellenwert eingeräumt, und bieten Wachstum und Innovation. Jede dieser Städte verfügt über die Erfahrung, das Fachwissen und die Begeisterung, um die nächste Generation von Spielern und Fans durch die Ausrichtung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ zu inspirieren und zu ermutigen.

Unsere Bewerberstädte leisten bereits einen Beitrag zur Zukunft des Fußballs in Nordamerika. Sie sind überaus motiviert und haben sich verpflichtet, diese Arbeit gemeinsam mit der FIFA in den kommenden Jahren fortzusetzen.



**16**  
Gastgeberstädte

**23**  
stehen zur Auswahl



## VERANSTALTUNGS-UND ORGANISATIONS-STANDORTE

Wir empfehlen Veranstaltungs-und Organisations-Standorte, die von allen Bewerberstädten aus leicht zu erreichen sind. Sie weisen die notwendige Gastronomie-, Hotellerie- und Veranstaltungs-Infrastruktur auf, und verfügen über etablierte unternehmerische, politische und bürgerliche Netzwerke, sowie eine engagierte Gemeinschaft von Fußballliebhabern. Jede dieser Städte gilt sind angesehene Stadorte für internationale Kongresse, Geschäftsmeetings und Veranstaltungen aller Art.

### Vorrundenauslosung

Miami oder Washington, D.C.

### Endrundenauslosung

Los Angeles oder San Francisco Bay Area

### Teamworkshop

Nashville oder Baltimore

### Kongress und Eröffnungsspiel

Mexico City oder Los Angeles

### FIFA-Hauptquartier

Dallas oder New York mit Toronto oder Mexico City als Satellitenbüros

### Schiedsrichter-Hauptquartier

Dallas oder Houston

### International Broadcast Centre (IBC)

Atlanta oder Dallas



## VERMÄCHTNIS

Unser grösstes Vermächtnis als Gastgeber der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ wird die Unterstützung der FIFA und der weltweiten Fussballgemeinde, damit diese auch im nächsten Jahrhundert ihren Lieblingssport weiterhin feiern und fördern kann.

Das Vermächtnis der Gemeinsamen Bewerbung ist nicht von den üblichen neuen Stadien gekennzeichnet: Die Gemeinsame Bewerbung verwirklicht die erste FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ in diesem Jahrhundert, die keine Neubauten und die

damit verbundenen Risiken oder hohe öffentliche Ausgaben erforderlich macht.

Unsere Bewerbung basiert auf aktuellen Fakten und nicht auf zukünftigen Versprechen. Wir verstehen und akzeptieren die Prioritäten der FIFA und wissen, dass deren Ambitionen nie zuvor grösser oder wichtiger waren.

Unser Vermächtnis konzentriert sich darauf, sicherzustellen, dass die erste FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ mit 48 Mannschaften reibungslos über die Bühne geht; dass der Fussball mit garantiertem Erfolg floriert; dass eine wachsende Fangemeinschaft und die damit verbundenen

| VEREINTE BEWERBUNG                                                                                                                                                     | DIE VERANSTALTUNG                                                                                                                                                                                                                                                             | DAS SPIEL                                                                                                                                                                                                                                                | DIE FANS                                                                                                                                                                                                                                | DIE WELT                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>EINHEIT, GEWISSHEIT, CHANCEN</b><br>Unterstützen FIFA 2.0<br>Auswahl und Flexibilität Für die FIFA<br>Ebnet den Weg für Künftige Ausrichter<br>Kommerzieller Erfolg | <b>CERTAINTY</b><br>Kein Neubau von Stadien oder andere Grossinvestitionen von öffentlichen Geldern<br>5,8 Millionen Eintrittskarten<br>US\$5 Milliarden an wirtschaftlichem Nutzen<br>40.000 Arbeitsplätze<br>100.000 Freiwillige<br>Nachhaltige Veranstaltungsführung (SEM) | <b>CHANCEN</b><br>Verwandlung Nordamerikas in eine Hochburg des Fussballs<br>Erneute Vorstellung der FIFA An kommerzielle Partner<br>Die Jugend inspirieren<br>Das Spiel der Frauen zu heben<br>Das Coaching und die Schiedsrichter-Ausbildung erweitern | <b>CHANCEN</b><br>Mehr Fans (~250 Millionen In Nordamerika)<br>Begeisterte Gemeinschaften (Nur Minuten vom Fussball)<br>Gesetzlich geschützte Fan Daten Und Informationen<br>Bessere Fussballkultur (inklusive, Gastfreundlich, global) | <b>CHANCEN</b><br>Das Modell zur Verbindung aller Stadien 2026 und sicherer Plätze zum spielen<br>Wissenschaftlich belegte Programmgestaltung/Verbindung zum Verhaltenskurrikulum (STEM) |
| KANADA                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                               | Wachstum in allen Bereichen Des Spiels; Neuausrichtung des Programms der Nationalmannschaft der Männer                                                                                                                                                   | Förderung sozialer Inklusion und lebenslanger Gesundheit                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                          |
| MEXIKO                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                               | Mehr Zugang zum Fussball für Mädchen und Frauen                                                                                                                                                                                                          | Förderung guter Volksgesundheit und eines aktiven Lebensstils                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                          |
| VEREINIGTE STAATEN                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                               | Benachteiligte Gemeinschaften; Einkommensgleichheit                                                                                                                                                                                                      | Benachteiligte Gemeinschaften                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                          |
| SUSTAINABILITY+                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                          |
| INNOVATION                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                          |



wirtschaftlichen Chancen für den Fussball weltweit gefördert werden; und dass bedeutende Fortschritte in zentralen Fragen, wie zum Beispiel Umwelt, Menschenrechte, soziale Verantwortung, wirtschaftliche Ungleichheit und Integration erzielt werden.

Die Gemeinsame Bewerbung versichert der FIFA, dass die erste FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ mit 48 Mannschaften auf höchstem Niveau ausgetragen wird. Wir bieten FIFA engagierte Partner, bewährte Erfahrung und eine Strategie, mit der die Vision von FIFA 2.0 in die Realität umgesetzt werden kann.

Der zukünftige wirtschaftliche Nutzen einer Weltmeisterschaft in Nordamerika ist für die FIFA und ihre Mitgliederverbände beträchtlich: Wir gehen davon aus, dass mehr als 5,8 Millionen Karten verkauft werden. Tausende Luxus-Suiten und Stadion-Club-Plätze werden verfügbar gestellt, zudem erwartet man Millionen Fans auf dem FIFA Fan-Fest™ und anderen Veranstaltungen auf dem gesamten Kontinent.

Es ist unser Ziel, um in enger Zusammenarbeit mit der FIFA ein überzeugendes, skalierbares und wirtschaftlich nachhaltiges Modell für künftige Ausrichter zu schaffen. Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ in Nordamerika

wird Prognosen zufolge mehr als 5 Milliarden US-Dollar an kurzfristiger wirtschaftlicher Aktivität generieren, 40.000 Arbeitsplätze schaffen, und mehr als 1 Milliarde US-Dollar an zusätzlichem Einkommen für die Erwerbstätigen der Bewerberstädte und der Gastgeberländer erwirtschaften. Das wirkt sich auf die FIFA und die weltweite Fussballfamilie dreifach positiv aus: die Bereitstellung finanzieller Unterstützung, um vor Ort in den Fussball zu investieren; die Ausbreitung des Fussballs weltweit und die Aufforderung an zukünftige Gastgeberländer, wirtschaftlich nachhaltigere Konzepte anzustreben.

Unsere Bewerberstädte modernisieren ihre Sportanlagen und andere existierende Infrastrukturen fortwährend, womit sie ständig auf dem neusten Stand der Technik sind und den teilnehmenden Mannschaften die fortschrittlichsten Trainingsbedingung anbieten kann. Diese Verbesserungen reichen über die FIFA-Mindestanforderungen hinaus. Was also heute hochmodern ist, wird auch 2026 hochmodern sein, der globalen Fussballgemeinschaft Nutzen bringen und für eine optimale operative Bereitschaft sorgen.

Wir sind uns sicher, dass eine erfolgreiche



## VERMÄCHTNIS

FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ in Nordamerika der FIFA erneut Chancen bieten wird, zahlreiche der einflussreichsten Marken der Welt in einem der größten und einflussreichsten Sportmarketing Märkte der Welt einzubinden. Darüber hinaus wird die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ es ermöglichen, existierenden und neue Partner zu helfen den Fussball und Ihre Marke mit Millionen neuer potenzieller Spieler und Fans zu verbinden.

**DER FUSSBALL:** Die gemeinsame Ausrichtung der FIFA Weltmeisterschaft™ 2026 in Kanada, Mexiko und den Vereinigten Staaten wird die Entwicklung des Fussballs in der CONCACAF-Region beschleunigen und unsere drei sportbegeisterte Nationen in eine der dynamischsten Fussballgemeinschaften der Welt verwandeln.

Die Profiligen in allen drei Gastgeberländern befinden sich in unterschiedlichen Entwicklungsphasen. Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ wird ihnen helfen, die Qualität des Produkts auf dem Spielfeld zu verbessern, indem neue kontinentweite Partnerschaften gebildet werden und außerdem über Investitionen in eine bessere Ausbildung für Elitespieler, Schiedsrichter, Trainer, sowie in den Ausbau der Anlagen.

Auf der Ebene der Mitgliedsverbände werden alle drei Verbände ihre Trainer- und Schiedsrichter-Ausbildung und die vor Ort angebotenen Jugendentwicklungsprogramme

ausbauen – wichtige Faktoren, um aus dem gewaltigen erwarteten Wachstum des Sports der von der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ generiert wird, Nutzen ziehen zu können. Der unstrukturierte Fussball und die Erweiterung von Futsal-Ligen, sowie eine weitere Integration des Fussballsports in Schulen, Gemeinschaftsorganisationen und staatliche Gesundheits- und Wellnessprogramme werden zudem einbezogen.

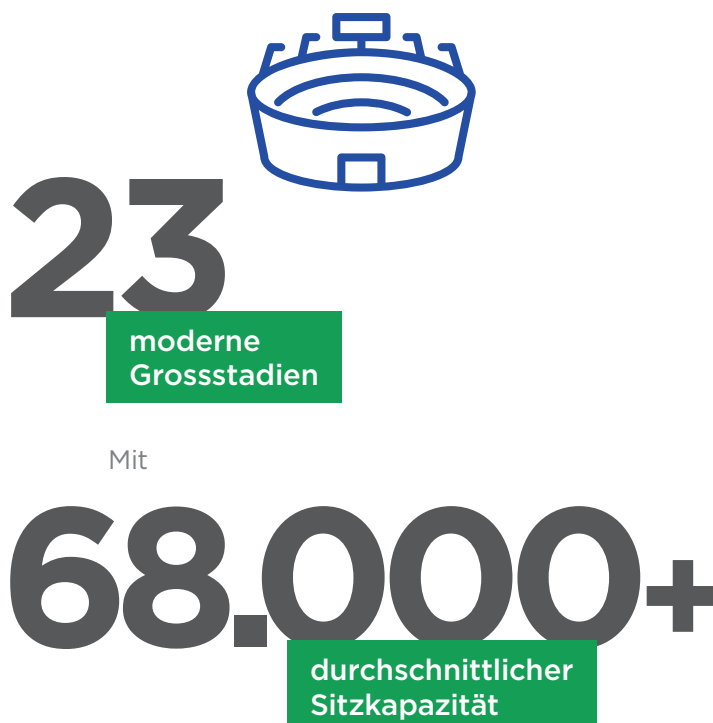
Die Gemeinsame Bewerbung hilft bereits dabei, den Sport auch weiterhin in allen drei Ländern auf allen Ebenen zu ermöglichen, trotz widrigen Umwelteinflüssen, wirtschaftlichen Barrieren und anderen einschränkenden Faktoren. Wir haben Forscher in Nordamerika dazu aufgefordert, für alle verfügbaren Stadien ein Hybrid-Gras zu entwickeln, der in Indooranlagen und anderen ungünstigen Klimabedingungen gedeiht. Auch haben wir damit angefangen, die Verhaltensforschung und Städtedesign bei der Planung von neuen, unterschiedlichen Räumen und Flächen zum Einsatz zu bringen. Die Gemeinsame Bewerbung wird in den nächsten acht Jahren mit der FIFA diese und zahlreiche andere innovative Konzepte noch verfeinern, damit die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ zu weiteren wichtigen und wirkungsvollen Initiativen führt.

**DIE FANS:** Die Gemeinsame Bewerbung geht davon aus, dass jeder ein Fan ist und Fans eines der wichtigsten Elemente einer erfolgreichen FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ sind. In Zusammenarbeit

mit der FIFA werden wir eine FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ ausrichten, an der sich alle Fans beteiligen können, entweder live im Stadion oder elektronisch zugeschaltet. Wir möchten der FIFA helfen, Fanerfahrungen neu zu gestalten und sowohl den Sport, als auch das einzigartige Spektakel der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ auf eine zu Art feiern, die Fans in Nordamerika und in aller Welt mitreißt.

Die Bevölkerung unserer drei Länder lädt die FIFA ein in die Heimat der Milliarde Menschen des gesamten amerikanischen Kontinents, und bietet ihr somit eine einmalige Gelegenheit, die globale Fussballgemeinschaft auszubauen. Die Gemeinsame Bewerbung wird in unserer gesamten Region ausgerichtet und Bewerberstädte mit Städten und Ländern im CONCACAF-Raum verbinden, um neue Unterstützung und neuen Antrieb zu gewährleisten - für eine zukunftsichere Fanentwicklung weltweit.

Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ in Nordamerika wird uneingeschränkt integrativ sein und soll Menschen aller Altersgruppen und Fähigkeiten zur Teilnahme anregen, so dass jeder teilhaben und das Fussballerlebnis genießen kann. Die Gemeinsame Bewerbung ist bereits im Begriff, ein besseres Verständnis des



Fanverhaltens zu bekommen und neue, überzeugende Ansätze zur Beteiligung zu finden. Die Ergebnisse werden mit der FIFA geteilt.

**DIE WELT:** Eines der wichtigsten Vermächtnisse der Gemeinsamen Bewerbung ist die Unterstützung der FIFA, positive und bedeutende Veränderungen im Verhalten der globalen Fussballgemeinschaft in allen Lagen voranzutreiben. Die Ausrichtung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ in Nordamerika wird Innovationen auslösen und neue Fortschritte ermöglichen, indem wichtige Verbindungen zwischen dem Fussball und anderen Teilen unserer Gesellschaft hergestellt werden.

Unsere Top-Priorität besteht darin, sicherzustellen, dass alle, besonders aber Kinder, den gleichen Zugang zum Fussball

**Dies wird die grünste  
FIFA Weltmeisterschaft™  
der Moderne**





## VERMÄCHTNIS

und die gleichen Chancen beim Fussball haben. In Kanada, wo der Frauenfussball einen Aufschwung erlebt, soll der Herrenfussball genauso erfolgreich werden. In Mexiko haben Jungs vom jüngsten Kindsalter an bereits relativ einfach und häufig Zugang zum Fussball, hier soll die Gemeinsame Bewerbung also mehr Chancen für junge Mädchen und Frauen schaffen. In den Vereinigten Staaten werden wir die Teilnahme dort steigern, wo der Sport weniger verbreitet ist, und im Zuge der Geschlechtergleichheit die Kluft schliessen, die im Fussball leider immer noch zwischen Männern und Frauen besteht.

Das Modell, das wir für die nachfolgenden Ausrichter zu schaffen hoffen, konzentriert sich auf die Erweiterung und Verbesserung der bereits erbrachten und bewährten Anstrengungen. Wir werden dazu einen neuen Plan und neue Methoden zur Messung der sozialen Auswirkungen des Fussballs und des Sports insgesamt entwickeln, und Daten und verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse, Städteplanung, kognitive Datenverarbeitung und andere Disziplinen integrieren, um die Reichweite und Wirkung zu maximieren.

In abgelegenen Dörfern, ebenso wie in den Großstädten unserer drei Länder erwarten wir eine starke Zunahme an Begeisterung für den Fussball, und die Gemeinsame Bewerbung sucht bereits nach Möglichkeiten, um den Zugang zum passiven und aktiven Fussballspiel zu verbessern.

“Minutes from Football“ ist die zentrale Kampagne unserer Initiative, Programme zu entwickeln die ein Netz von 2,026 kleinen Fussballplätzen bespielen und diese mit den Kommunen zu vernetzen um sie zu sicheren Orten zu machen, an denen Fussball gespielt werden kann. Wir werden mit der FIFA und den Fussball Verbänden zusammenarbeiten um diese Fußballplätze nachhaltig zu entwickeln, so dass diese Orte nicht nur keine Belastung für die Umwelt sind, sondern gleichzeitig auch positive Einflüsse auf unterentwickelte Kommunen haben können.

Anstelle zur Entwicklung des Fussballs mit neuen Infrastrukturmassnahmen beizutragen, werden wir unsere Energie und unsere Ressourcen für die Verbesserung und Anpassung existierender und entwicklungsfähiger Räume und Programme einsetzen und so das Leben von Millionen Kindern und Tausenden von Gemeinschaften in unseren drei Ländern direkt beeinflussen.







## STADIEN

Die Gemeinsame Bewerbung umfasst ein Netzwerk aus modernen Stadien und Anlagen, in denen die erste FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™ mit 48 Mannschaften ausgerichtet werden kann, ohne dass neue Stadien gebaut oder grössere Investitionen vorgenommen werden müssen. Die Stadien, die wir in Kanada, Mexiko und den Vereinigten Staaten in die Bewerbung vorstellen, verfügen über einige der modernsten Sport- und Veranstaltungsanlagen der Welt und werden täglich von den dort ansässigen Teams und für andere wichtige Veranstaltungen genutzt. Sie werden fortlaufend verbessert und modernisiert, um die neueste Technologie und erweiterte Funktionen zu bieten.

## Bewerberstadien für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2026™

| Stadien für die FIFA Weltmeisterschaft 2026 | Brutto-Kapazität |
|---------------------------------------------|------------------|
| Atlanta (Mercedes-Benz Stadium)             | 75,000           |
| Baltimore (M&T Bank Stadium)                | 70,976           |
| Boston (Gillette Stadium)                   | 67,955           |
| Cincinnati (Paul Brown Stadium)             | 67,402           |
| Dallas (AT&T Stadium)                       | 92,467           |
| Denver (Mile High Stadium)                  | 77,595           |
| Edmonton (Commonwealth Stadium)             | 56,418           |
| Guadalajara (Estadio Akron)                 | 48,071           |
| Houston (NRG Stadium)                       | 72,220           |
| Kansas City (Arrowhead Stadium)             | 76,640           |
| Los Angeles (Rose Bowl)*                    | 88,432           |
| Mexico City (Azteca Stadium)                | 84,117           |
| Miami (Hard Rock Stadium)                   | 67,518           |
| Monterrey (BBVA Bancomer Stadium)           | 53,460           |
| Montréal (Olympic Stadium)                  | 55,822           |
| Nashville (Nissan Stadium)                  | 69,722           |
| New York/New Jersey (MetLife Stadium)       | 84,953           |
| Orlando (Camping World Stadium)             | 65,000           |
| Philadelphia (Lincoln Financial Field)      | 69,328           |
| San Francisco Bay Area (Levi's Stadium)     | 70,909           |
| Seattle (CenturyLink Field)                 | 69,000           |
| Toronto (BMO Field)                         | 45,000           |
| Washington DC (FedEx Field)                 | 67,792           |

\* Zusätzlich zum Rose Bowl-Stadion hat Los Angeles noch das neue Stadion in Inglewood, das 70.000 Sitzplätze hat (aber auf 100.000 Sitzplätze vergrössert werden kann) und sich derzeit noch im Bau befindet.







## ATLANTA

Das **Mercedes-Benz Stadium in Atlanta**, das 2017 fertiggestellt und eröffnet wurde, bietet 75.000 Fans eine unübertroffene Live-Spielerfahrung. Es beeindruckt mit seiner einzigartigen Architektur und gilt gleichzeitig als eines der fanfreundlichsten Anlagen im Profi-Sport. Zudem ist das Stadium die weltweit erste LEED Platinum-zertifizierte Sportstätte.

Das **AT&T Stadium in Dallas** ist einer der technisch modernsten Veranstaltungsorte der Welt, mit 92.467 Sitzplätzen, mehr als 300 Luxus-Suiten, sowie zehn Premium Clubs und Club-Sitzplätzen auf mehreren Etagen. Das Stadion verfügt auch über eine Weltklasse-Ausstellung moderner Kunst, mit mehr als 50 Kunstwerken bekannter Künstler aus aller Welt, die in den weitläufigen, öffentlich zugänglichen Hallen des Stadions zu sehen sind.

## DALLAS



## MONTERREY

Seit seiner Eröffnung im August 2015, ist das **BBVA Bancomer Stadium in Monterrey**, Mexiko, für seine architektonischen Besonderheiten bekannt. Sie machen diese Anlage zu einem der herausragendsten Fussballstadien des Kontinents. Die Anlage ist auch für seinen Fokus auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz bekannt (das BBVA Bancomer Stadium wurde mit dem Silver LEED-Zertifikat vom U.S. Green Building Council ausgezeichnet, ein Beweis für die Bemühungen im Bereich Umweltschutz).

**BMO Field - Kanadas Nationales** Fußballstadion wurde vor kurzem für über \$120 Mio renoviert, wobei ein neues Dach, zusätzliche Hospitality Logen und erweiterte Infrastrukturen für die Zuschauer ergänzt wurden. Das Stadion wurde für die U-17 Fußball Weltmeisterschaft 2007 gebaut, und wird seitdem vom derzeitigen MLS Meister Toronto FC genutzt. Es ist Kanadas führendes Freiluft Fußballstadion

## TORONTO





## SUSTAINABILITY+

Wir haben die Prinzipien und Schritte zur Nachhaltigkeit in jeden Aspekt unserer Gastgeber-Vision und -Strategie integriert – ein Ansatz, den wir als „**Sustainability+**“ bezeichnen. Unser Ansatz geht über die Anforderungen der FIFA hinaus, trägt nachweislich zur nachhaltigen Entwicklung in unseren drei Ländern bei und hilft dabei, das Gelernte mit dem Rest der Welt zu teilen.

Als Teil von **Sustainability+** wird die Gemeinsame Bewerbung mit der FIFA daran arbeiten, lang anhaltende, positive ökologische, soziale und wirtschaftliche Vorteile für unsere drei Gastgeberländer und die Welt zu bieten. Die Gemeinsame Bewerbung bietet eine Vision, um die Menschenrechte in den Mittelpunkt der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ zu rücken und die Veranstaltung und den Sport zu nutzen, um die Welt auf eine Art und Weise, in der die Würde des Menschen gefeiert wird, zusammenzubringen.

Unsere drei Länder haben bereits Maßnahmen eingeleitet, um eine, im Sinne der nachhaltigen Veranstaltungsmanagementprinzipien (SEM), integrativ und nachhaltig gestaltete FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 zu garantieren.

Unserer **Sustainability+** Strategie beruht auf vier weitreichenden Konzepten:

**Umweltschutz.** Wir werden ein Kapazitätsaufbauprogramm entwickeln, damit das höchste Niveau an nachhaltigen Gebäudezertifizierungen für alle Stadien erreicht wird. Wir streben an, eine CO<sub>2</sub>-neutrale Veranstaltung sowie letztendlich positive Auswirkungen auf die biologische Vielfalt zu liefern, indem wir 10 Hektar an Biotop wieder in seinen ursprünglichen Zustand zurückführen.

**Menschenrechte, Arbeitsnormen und Soziale Verantwortung.** Die Gemeinsame Bewerbung würdigt die führende Rolle der FIFA bei der Förderung der Menschenrechte durch den Vorschlag einer Menschenrechtsstrategie, die alle Interessengruppen berücksichtigt und vor Diskriminierung schützt, wobei der Kinderschutz, die Förderung der Arbeitsrechte, sowie die freie





Meinungsäusserung und Versammlungsfreiheit sowie der Respekt anderer Grundrechte ein zentrale Rolle spielen.

### **Wohlstand und Ethisches**

**Geschäftsverhalten.** Die Gemeinsame Bewerbung wird Arbeitsplätze und andere wirtschaftliche Chancen in unseren Bewerberstädten und den an der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 teilnehmenden Gemeinschaften schaffen. In Zusammenarbeit mit der FIFA werden wir uns bemühen, Innovationen und Investitionen durch öffentliche und private Partnerschaften zu stimulieren. Wir werden eine Kultur der Rechtstreue und Ethik schaffen, die durch gründliche Kontrollen und Überwachung, durch Vorschriften, Ausbildung, Prüfungen und Berichterstattung gekennzeichnet ist, um Vertrauen bei den wichtigen Interessensvertretern und der Öffentlichkeit herzustellen.

**Nachhaltigkeits-Vermächtnis.** Die Gemeinsame Bewerbung wird eng mit der

FIFA und unseren Bewerberstädten zusammenarbeiten, um den Fussball in Nordamerika, in der gesamten CONCACAF-Region und weltweit so zu fördern, dass sich jeder daran beteiligen kann, damit so auch unterversorgte Kommunen daran teilnehmen können und Schritte unternommen werden, um die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen zu erreichen.





## INNOVATION

Jedes Element unserer Gastgeberstrategie und jedes Kapitel des Bewerbungsbuchs spiegelt ein starkes Engagement für Innovation wieder.

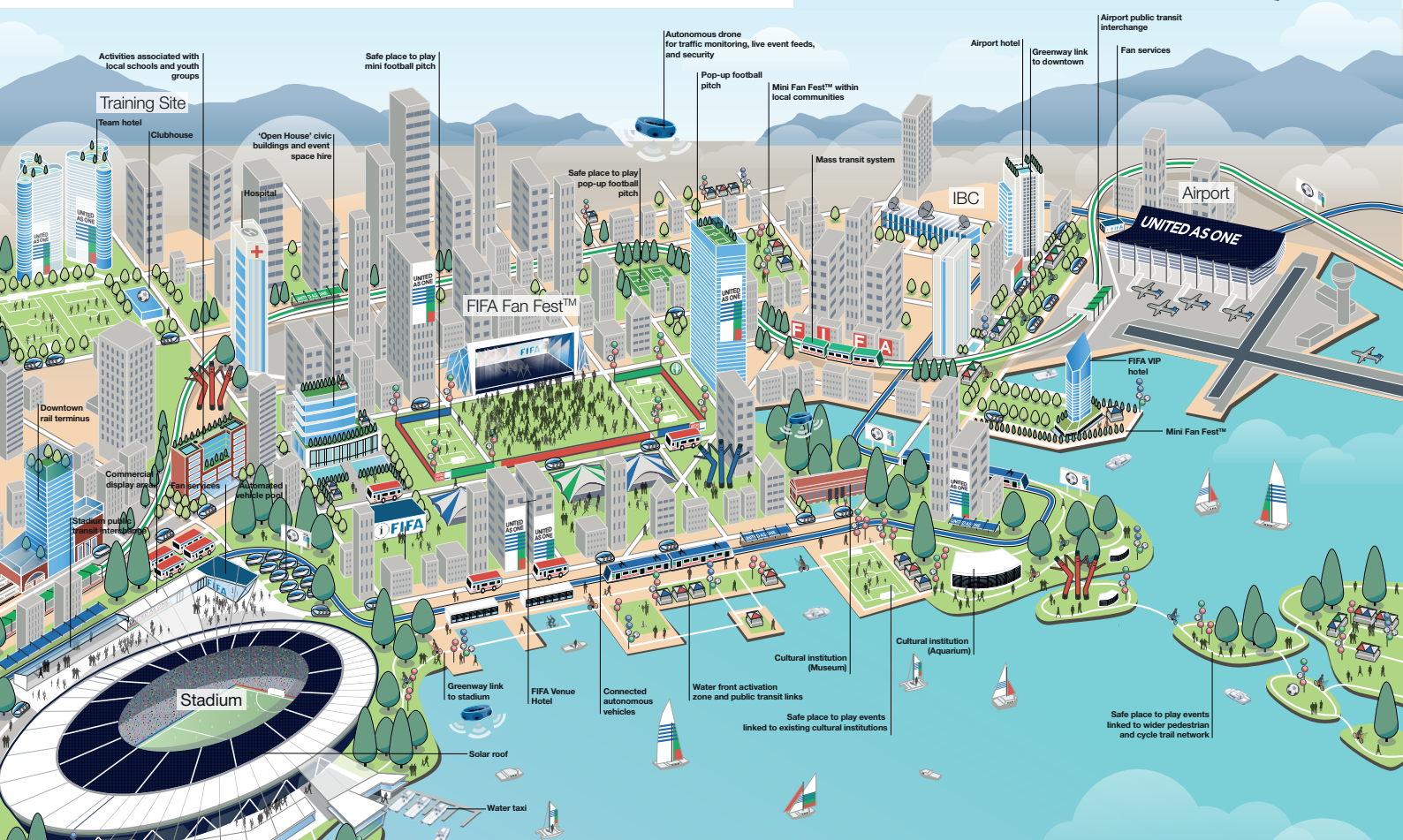
Die Leidenschaft und Fähigkeit für Innovation in Kanada, Mexiko und den Vereinigten Staaten reicht von der Gesetzgebung der Regierung, zu den innovativen Unternehmen und nicht zuletzt zu den Universitäten und Schulen. Innovation ist in allen Gemeinschaften der drei Gastgeberländer zu spüren.

Wir sind dankbar, dass wir dieses unschätzbare Vermögen besitzen – nämlich eine Kultur der Innovation – damit wir diese, gemeinsam mit der FIFA, zugunsten der Turniere, der FIFA und der weltweiten

Fussballgemeinschaft einsetzen können.

Wir haben umfangreiches ergänzendes Material erstellt, um zu präsentieren, wie unsere Vorschläge die digitale mit der realen Welt vernetzen und unsere Bewerberstädte und Stadien mit anderen Elementen verbinden, um neue, relevante und wirkungsvolle Initiativen zu schaffen. Die Gemeinsame Bewerbung hat ausserdem eine „Innovation & Technology Working Group“ (Arbeitsgruppe für Innovation und Technologie) zusammengestellt, die aus Technologen, Investoren und Pionieren besteht. Diese Gruppe hat als Teil des Bewerbungsprozesses Vorschläge beigetragen und bietet ein unermesslich wertvolles Netzwerk, das die FIFA während des gesamten Planungsprozesses nutzen kann.

Besucher der FIFA Fußball Weltmeisterschaft 2026™ werden dank neuester Technologien eine vernetzte Weltmeisterschaft in Nord Amerika erleben, an der neue und innovative Veranstaltungen mit kulturellen, gesellschaftlichen und sportlichen Aktivitäten lückenlos verbunden sein werden.



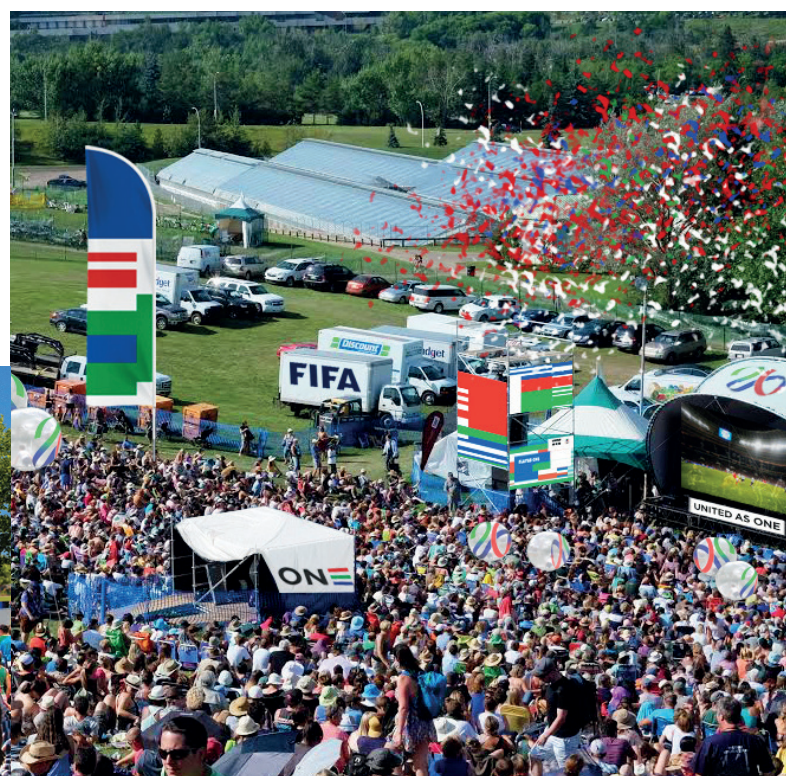
## FAN-EINSATZ / FIFA FAN FEST™

Die Gemeinsame Bewerbung geht davon aus, dass jeder ein Fan ist und dass Fans zu den wichtigsten Elementen für eine erfolgreiche FIFA Weltmeisterschaft™ gehören. Wir werden eine FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 austragen, an der sich jeder beteiligen kann, sei es durch den Besuch eines Stadions oder durch das Zuschalten vom anderen Ende der Welt. Wir werden mit der FIFA und Innovationsexperten daran arbeiten, Fanerfahrungen neu zu gestalten, wobei der Fussball und die ausserordentliche Veranstaltung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ so gefeiert werden, dass sich jeder in Nordamerika und im Rest der Welt daran beteiligen kann.

Das FIFA Fan-Fest™ in jeder Gastgeberstadt ist ein wichtiger Bestandteil der Fanerfahrung und wird der FIFA eine Plattform bieten, die Fussballerfahrung in die ganze Welt zu tragen. Die FIFA und die Gemeinsame Bewerbung werden jeder Gemeinde Chancen bieten, um die zunehmend vielfältiger werdende Bevölkerung über Fussball zu informieren und sie für den Fussballsport zu begeistern. In Nordamerika leben mehr als 200 unterschiedliche ethnische Gruppen, so dass jedes Team, dass sich für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 qualifiziert fast

automatisch eine lokale Fangruppe haben wird. Diese Diversität trägt ebenso dazu bei, dass jede Bewerberstadt über eine Vielzahl von Restaurants verfügt und eine Kunst- und Musikszene haben, die jedem etwas zu bieten haben.

Aber wir werden nicht nur die FIFA Fan-Feste™ in unseren Bewerberstädten organisieren, sondern die Gemeinsame Bewerbung wird mit der FIFA und ihren Fernsehpartner neue Konzepte entwickeln, die Fans über Kontinente hinaus durch virtuelle und Augmented-Reality miteinander verbinden. Die Gemeinsame Bewerbung schlägt ebenso vor mit der FIFA ein Konzept für „Pop-up FIFA Fan-Feste™“ zu entwickeln um für die reelle Fan-Gemeinschaften im eigenen Land und im Ausland die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 zu einem Erlebnis mit noch größerer Reichweite zu machen.





Wir wollen die Fans nicht nur während des Turniers beteiligen, sondern auch über das Turnier hinaus und damit den Fussball zu einem wichtigeren Bestandteil ihres Lebens machen. Unser Plan für die Fanbeteiligung umfasst:

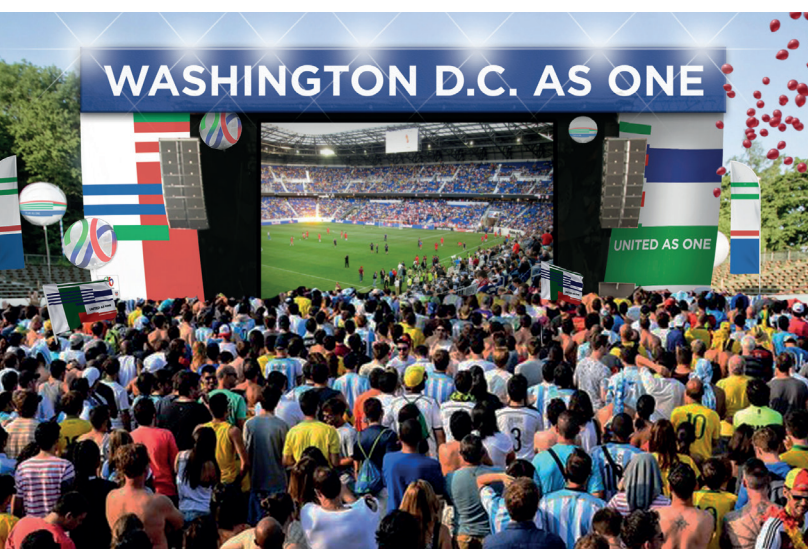
- Regelmässige Sonderveranstaltungen, Promotions und Anreizprogramme
- Lehrmaterialerstellung, mit dessen Hilfe die Veranstaltungen in Schulen bekannt gemacht werden können
- Mobile Fussball-Schulen und Wettbewerbe
- Einführungskurse für Trainer und Schiedsrichter
- Fan-Clubs und mehr

Dank dieser und anderer Bemühungen unterstützt die Gemeinsame Bewerbung die FIFA darin, Fans zu engagieren, die Werbemaßnahmen des Wettbewerbs mitzugestalten und zu fördern.

Die Gemeinsame Bewerbung wird in Zusammenarbeit mit den Bewerberstädten den Plan „Fan Engagement Blueprint“ aufstellen, der Informationsveranstaltungen umfasst, die potenzielle Fans mit dem Fussballsport in Verbindung bringen und neue Chancen schaffen, damit sich benachteiligte Gemeinschaften intensiver an diesem Sport beteiligen können. Als Teil unseres

Versprechens, die FIFA Vision 2.0 zu unterstützen, und den Fussball in neue geografische Gebiete und zu mehr Bevölkerungsgruppen zu bringen, legen wir den Nachdruck auf Chancen für junge Menschen – insbesondere für Mädchen.

Diese Informationsveranstaltungen werden die Bewerberstädte, mithilfe technologischer Mittel nicht nur mit Gemeinden in allen drei Gastgeberländern verbinden sondern auch mit Gemeinden außerhalb Nordamerikas. Die dazu entwickelten Systeme und Materialien können vielfältig und in anderen Ländern eingesetzt werden. Sie könnten den kommerziellen Partnern der FIFA die Chance bieten, eine bereits bestehende Aktivierungsplattform vor Ort einzusetzen.





## DATEN

Die Gemeinsame Bewerbung hat bereits Daten und Forschungserkenntnisse bei der Entwicklung ihrer Gastgeberstrategie genutzt, indem die nordamerikanischen Fans analysiert wurden und untersucht wurde, wie unterschiedliche Initiativen und Ressourcen priorisiert werden können. Mithilfe vorausschauender Informationen zur Erforschung von Fan-Einsatz-Themen, Trends und Chancen lassen sich einzelne Personen quantitativ bezüglich ihrer „Fankreise“ bewerten und bestimmte Faktoren, wie die bevorzugte Mediennutzung und Preissensibilität erkennen. Diese Informationen liefern Erkenntnisse zur Fanbeteiligung und wären der FIFA sowie den Mitgliedsverbänden zugänglich.

FIFA 2.0 spezifiziert die Entwicklung eines hochmodernen Fan-Interaktions-Managementsystems als eine der Prioritäten und wir hoffen, dass die neuen Erkenntnisse der FIFA dabei helfen werden, ihre Zukunftsvision für den Fussball zu erfüllen, indem Wesen und der Wert der aktuellen (und zukünftigen) Fans getrennt betrachtet werden. Zusammen mit den bereits existierenden Informationen zu Marketing und Mediengebrauch, öffentlichen Umfragen und psychografischen Profilen können wir der FIFA und den Mitgliedsverbänden dabei helfen, den nordamerikanischen Markt und das Fussball-Fan-Universum in einem breiteren Kontext zu verstehen.

Wir hoffen, dass wir eng mit der FIFA zusammen arbeiten können, um Nordamerika





als Testlabor für neue Methoden zu verwenden, wie man mehr Fans zugunsten der FIFA und ihrer kommerziellen und anderen Partner, der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ und zukünftiger Ausrichter sowie für die weltweite Fussballgemeinschaft gewinnen kann.



## MARKETING UND PROMOTION

Unser auf acht Jahre ausgelegter Marketing- und Kommunikationsplan konzentriert sich auf die Prinzipien der EINHEIT, GEWISSHEIT und CHANCEN für die erste gemeinsame Bewerbung von drei Ländern zur Ausrichtung der FIFA Weltmeisterschaft™. Sollten wir die Gelegenheit bekommen, die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 austragen zu dürfen, werden wir seitens der Gemeinsamen Bewerbung unsere Bemühungen so auslegen, dass wir die neue Vision der FIFA unterstützen und die weltweit größte und inspirierendste Sportveranstaltung feiern können. Die Einführung und Erweiterung aller FIFA-Marketingprogramme in Nordamerika und weltweit wird wichtige Meilensteine liefern, die zu diesem Achtjahres-Plan beitragen und alte und neue Fans in der ganzen Welt und in der CONCACAF-Region miteinbeziehen.

Im Sinne unseres Engagements, alle Menschen miteinzubeziehen, unabhängig davon, ob sie ins Stadion kommen oder sich von weit her zuschalten, werden unsere Marketing- und Kommunikationsbemühungen die Förderung der Wettbewerbe mit dem Engagement für den Fußball selbst verbinden. Zu unseren wichtigsten Zielen zählen:

- Die Schaffung einer übergreifenden Marke und einer Präsenz für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 – bei der die Begeisterung und die Stärke des Fußballs, Leben und Gemeinschaften zu verändern, dazu beitragen, die Einheit unserer drei

Nationen sowie die Führung und Vision der FIFA hervorzuheben.

- Die Motivation unser Bewerberstädte und anderer Gemeinschaften in Nordamerika, wird hierbei eine wichtige Rolle zu spielen.
- Die Koordination von Promotions-Kalendern mit den Mitgliedsverbänden, Ligen sowie anderen wichtigen Fussballpartnern, um jeden Moment der Veranstaltung optimal zu nutzen.
- Das Bewusstsein und die Begeisterung für die Veranstaltung zu wecken und eine starke Präsenz auf dem nordamerikanischen Markt und in internationalen Märkten zu schaffen, sowie eine starke Nachfrage nach Karten in allen Verbraucherkategorien anzuregen.

Wir erwarten, dass die Pläne, die wir gemeinsam mit der FIFA entwickeln, eine Mischung aus grossen und kleinen Programmen schaffen, die in (und in vielen Fällen von) Bewerberstädten und Gemeinschaften in unseren drei Gastgeberländern organisiert werden. Dazu gehören unter anderem die Veranstaltungen

im Rahmen der Meisterschaft, wie zum Beispiel Bekanntgabe des offiziellen Logos und Looks, der Start der Rekrutierung der ehrenamtlichen Mitarbeiter oder 100-Tage-Countdowns-Veranstaltungen, um nur einige zu nennen.

Wichtige Termine auf dem FIFA-Kalender, wie die offizielle Vorrunden- und Endrundenauslosung, wären Teil dieses Gesamtplans. Ausserdem werden alle Gastgeberstädte zusätzliche individuelle Aktivierungs- und Unterhaltungsprogramme veranstalten (gemäß der FIFA-Vorschriften und aller kommerziellen Richtlinien).





## EHRENAMTLICHE MITARBEITER

In unseren Ländern herrscht eine Kultur des ehrenamtlichen Engagements das in unserer Sportkultur gut sichtbar ist. Tagtäglich kann der Fussball in Nordamerika nur dadurch erfolgreich sein, dass Tausende ehrenamtliche Mitarbeiter Schulkindern Fussball beibringen, bei internationalen Wettkämpfen mithelfen, Nationalverbände leiten, und mehr. Die Gemeinsame Bewerbung wird diesen Geist nutzen, um den Einsatz der ehrenamtlichen Mitarbeiter bei der Ausrichtung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 in Nordamerika sicherzustellen.

Die Gemeinsame Bewerbung wird das gewaltige Netzwerk enthusiastischer und talentierter Fussballteilnehmer in unseren drei Ländern nutzen, um mithilfe von zahlreichen ehrenamtlichen Mitarbeitern unsere Vision und Strategie zu unterstützen. Unsere Ehrenamtlichen werden das Beste zeigen, was die nordamerikanische Gastfreundschaft zu bieten hat und Besucher willkommen heißen, sich an der Ausrichtung der Wettkämpfe, am Stadion- und Spielbetrieb beteiligen, sich aktiv für die Nachhaltigkeit einsetzen und Mannschaften, Funktionäre, Partner und Sendeanstalten unterstützen.

Wir erwarten, 25.000 ehrenamtliche

Mitarbeiter die uns bei der Organisation in den Bewerberstädten und in den Stadien helfen werden. In den acht Jahren bis 2026 werden wir bis zu 75.000 zusätzliche ehrenamtliche Mitarbeiter auf lokaler Ebene mobilisieren, die mit jungen Menschen zusammen arbeiten, den Fussballsport ausbauen, unsere Wettkämpfe fördern und unsere Prioritäten der Strategie **Sustainability+** weiter bringen.

  
**25.000**  
 Ehrenamtliche Mitarbeiter

Ausverkaufte Stadien für jedes Spiel; Dutzende von Millionen Fan Fest™ Teilnehmer



## VORGESCHLAGENER SPIELPLAN

Wir stellen eine FIFA-Weltmeisterschaft™ 2026 vor, die in 16 bereits bestehenden Weltklasse-Stadien in Kanada, Mexiko und den Vereinigten Staaten ausgetragen wird:

- Drei Spiele am gleichen Tag, je eins in Kanada, Mexiko und den Vereinigten Staaten als Eröffnungsspiele zu Beginn der Weltmeisterschaft.
- 60 Spiele in den Vereinigten Staaten
- 10 Spiele in Canda und Mexico
  - Sieben Vorrundenspiele
  - zwei Spiele der Sechzehntelfinals
  - ein Spiel der Achtelfinals

Die Gemeinsame Bewerbung hat ein Software-Programm entwickelt, das Spielpläne aufgrund von Algorithmen erstellt die alle sportlichen- und organisatorischen Anforderungen erfüllt und gleichzeitig die Reisedistanzen für Spieler und Fans minimiert.

Die Sportlichen- und Organisatorischen Anforderung beinhalten unter anderem:

- Mindestens drei Ruhetage für die Teams zwischen den Spieltagen
- Mindestens zwei Tage zwischen Spielen für die Regeneration des Rasens der Stadien

Wenn die Teams zum Training ankommen, fühlen sie sich wie zu Hause, denn sie finden hier ihre Lieblingsküche, ihre Kultur, ihre Religion mit den entsprechenden Andachtsorten und sie finden Menschen, die ihre Sprache sprechen (in unseren 3 Ländern werden über 300 Sprachen gesprochen).



**JEDES SPIEL IST EIN HEIMSPIEL**

**SPIELER UND FANS KOMMEN ZUERST**



Während der Spiele werden die Spieler in den ausverkauften Stadien von Fans angefeuert und gefeiert, als würden sie in ihrer Heimat spielen.

## SCHLUSSPLÄDOYER

### **EINHEIT, GEWISSHEIT, CHANCEN,**

Kanada, Mexiko und die Vereinigten Staaten haben zusammen eine Gemeinsame Bewerbung vorbereitet, die der FIFA und ihren Mitgliedsverbänden die Stärke der EINHEIT, das Versprechen der GEWISSHEIT und das Potenzial einer aussergewöhnlichen CHANCEN bieten – für die WELTMEISTERSCHAFT, den FUSSBALL, die FANS und die WELT.

In Kanada, Mexiko und den Vereinigten Staaten wird die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 die Entwicklung des Fussballs beschleunigen, Jung und Alt dazu anregen, sich am Fussball aktiv zu beteiligen, und die Fanbasis für den Sport wesentlich erweitern. Wir werden den Status von Frauen und Mädchen als Fans und Spielerinnen anheben, ihnen den Zugang zum Sport erleichtern und ihren Einfluss auf den Sport verstärken. Wir werden Tausende von Gemeinschaften in Nordamerika miteinander verbinden, besonders die benachteiligten, und werden nachhaltige Bildung, Promotion und Programme liefern. Ausserdem wird die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 in Nordamerika eine neue Führungsgeneration für den Sport hervorbringen, die den Sport weltweit in das nächste Jahrhundert bringen wird.

Unsere Gastgebernationen teilen unsere Priorität und unser gemeinsames Versprechen, sicherzustellen, dass das Vermächtnis der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 dank der Arbeit der

FIFA weit über Nordamerika in alle Länder hinaus geht, in denen der Fussball beliebt ist.

Die Gemeinsame Bewerbung wird die FIFA dabei unterstützen, eine neue Vorlage zur Ausrichtung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ in einem grösseren Rahmen mithilfe mehrerer Gastgeber zu schaffen, die gemeinsam die neueste Technologie nutzen und unsere existierenden Ressourcen und Erfahrungen miteinander kombinieren. Wir werden auch weiterhin unsere Partnerschaften mit Regierungsoberhäuptern, Führungskräften aus Unternehmen und aus der Zivilgesellschaft nutzen, um gemeinsame Prinzipien zu unterstützen und Initiativen zu verfolgen, die Leben und Gemeinschaften in aller Welt verändern.

Wir schlagen vor, Nachhaltigkeit und Menschenrechte in den Mittelpunkt der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ zu rücken. Um es einfach auszudrücken, sehen wir den Fussballsport und die Ausrichtung der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 als Möglichkeit, die Welt so zu vereinen, dass die Würde des Menschen geachtet wird. Das bedeutet, dass sich die FIFA sicher sein kann, dass die Vision der FIFA, die Menschenrechte in eine Mega-Sportveranstaltung zu integrieren, in den besten Händen ist.

Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 in Nordamerika wird das Tor zu einer Welt voller Möglichkeiten öffnen, in der Lektionen gelernt und Best Practices geschaffen wurden, die mit der globalen Fussballgemeinschaft geteilt werden.



Unsere gemeinsamen Bemühungen mit der FIFA werden allen zugute kommen, auf der ganzen Welt, auf jedem Kontinent, und werden die gesamte Bandbreite und den Einfluss des Fussballs als Motor des Wandels und des Fortschritts in der Welt demonstrieren.

Wenn man eines Tages auf den Erfolg der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ 2026 in Nordamerika zurückblickt, wird man ein bedeutendes und inspirierendes Vermächtnis sehen, das sich durch Grosszügigkeit und Originalität auszeichnet. Kanada, Mexiko und die Vereinigten Staaten setzen sich auf eindeutige Weise dafür ein, die FIFA darin zu unterstützen, zukünftigen Ausrichtern eine Plattform und Hilfsmittel zu reichen, um mehr Wettkämpfe auszutragen, den FUSSBALL zu entwickeln und der Welt auch in Zukunft dabei zu helfen, ihre wichtigsten Ziele zu erreichen.

Gemeinsam lassen wir den Fussball eine wichtigere Rolle im Leben der Menschen spielen.

**Es wäre uns eine Ehre, dieses Vermächtnis gemeinsam mit der FIFA zu gestalten und der weltweiten Fussballgemeinschaft einen Dienst zu erweisen – VEREINT IN EINEM.**

Dabei helfen,  
die Jugend in  
aller Welt zu  
engagieren

Wir werden unsere  
junge Bevölkerung  
begeistern  
und unseren  
Lieblingssport  
weiter wachsen  
zu sehen



200+ ethnische Gruppen werden der Welt  
diverse kulturelle Darbietungen zeigen

Chancen in einem der mächtigsten  
Märkte der Welt



68,000



Die grösste Durchschnitts-  
Zuschauerzahl - Ein Rekord

\$5Mrd

Retorno económico neto  
generado por la Copa Mundial  
de la FIFA 2026™



Eine der  
wettbewerbsfähigsten  
und modernsten  
Regionen des  
professionellen  
Sports in der Welt

Diverse Kulturen zeigen die FIFA Familie



mehr Nettonutzen  
für die Wirtschaft  
im Vergleich zu  
vergangenen  
Veranstaltungen

EINE VERANSTALTUNG.  
DREI LÄNDER.  
EINE WELT DER CHANCEN.

# Español

UNITED  
AS ONE







**RESUMEN  
EJECUTIVO**

# **UNIDAD. CERTeza. OPORTUNIDAD.**

Canadá, Estados Unidos y México

Candidatura Conjunta para albergar la Copa Mundial de la FIFA 2026™



**16 DE MARZO DEL 2018**



EVENTO

Unidos por la oportunidad

PRIMERA

Copa Mundial  
de la FIFA™ de la  
historia que aúna

3

países

16

ciudades  
anfitrionas



23

opciones entre  
las que elegir

200+

grupos étnicos y

300+

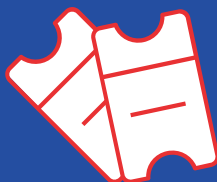
lenguas

Ventas de

5.8m

de entradas

Entradas agotadas para todos los partidos;  
millones de asistentes a los Fan Fests™



\$2100m

derivados de la venta de entradas

Población total de  
Canadá, Estados  
Unidos y México:

500m

de personas

APOYO UNITARIO A LA  
CANDIDATURA



81%

Porcentaje de la población  
que cree que sería positivo  
para su país

35m+

Personas que juegan  
al fútbol, en distintas  
categorías, en Canadá,  
Estados Unidos y México

77%

Porcentaje  
que apoya la  
Candidatura  
Conjunta





# UNIDAD. CERTEZA. OPORTUNIDAD.

Son pocas las ocasiones en que un país tiene la oportunidad de mirar más allá de sí mismo, de convertir el concepto de unidad global en una realidad tangible, de demostrar que todo el mundo está verdaderamente conectado a través del deporte. Es aún menos frecuente que tres países vecinos forjen una estrecha alianza —UNIDOS, COMO UNO— con el fin de aprovechar el deporte para transformar vidas y comunidades.

Gracias a la Copa Mundial de la FIFA 2026™ nos encontramos ahora ante una de estas ocasiones.

Canadá, Estados Unidos y México se han unido para presentar una Candidatura Conjunta que pone al servicio de la FIFA la fuerza de la unidad, la promesa de la certeza y el potencial de una oportunidad extraordinaria, para el EVENTO, el JUEGO, los AFICIONADOS y el MUNDO.

**Estamos preparados para ser anfitriones de la Copa Mundial de la FIFA™ UNIDOS, COMO UNO.**

Somos tres países orgullosos de nuestra identidad, conectados por la historia, la cultura, la geografía y muchas cosas más. Juntos, nos hemos propuesto rendir homenaje al gran legado del fútbol y a su singular capacidad para conectar e inspirar a

millones de personas alrededor del mundo; juntos, estamos firmemente comprometidos con la nueva visión de la FIFA respecto al futuro del fútbol.

Queremos contribuir a dar forma a la Copa Mundial de la FIFA™ del siglo XXI brindando apoyo a la FIFA y dando cuenta del potencial que tiene el fútbol para generar un verdadero impacto en el mundo a través de la Unidad, la Certeza y la Oportunidad, asumiendo plenamente el compromiso conjunto en pro del respeto a los derechos humanos y la sustentabilidad.

Pondremos a los jugadores, delegados, aficionados, socios y otras partes interesadas en el centro de nuestros esfuerzos de planificación, confeccionaremos, en colaboración con la FIFA, una nueva pauta para la celebración de la primera Copa Mundial de la FIFA™ de formato ampliado y haremos hincapié ante el mundo entero en lo que tenemos en común, y no en lo que nos separa.

Albergamos la esperanza de que los conceptos de UNIDAD, CERTEZA y OPORTUNIDAD que encierra nuestra candidatura sirvan como ejemplo para futuros organizadores y contribuyan a encaminar a la FIFA y a la comunidad global del fútbol, hacia el éxito a lo largo del siglo que tenemos por delante.

## ESTRATEGIA ORGANIZATIVA

Organizar una edición de la Copa Mundial de la FIFA™ constituye un gran honor y a la vez una oportunidad extraordinaria. El nuevo formato ampliado de la Copa Mundial de la FIFA™, con un mayor número de selecciones participantes y partidos a disputar, requiere más estadios e infraestructuras modernas, así como la capacidad por parte de los países anfitriones de atender a un mayor volumen de aficionados (los que acudirán a los estadios, los que participarán en los FIFA Fan Fests™ y los que vivirán dicho acontecimiento alrededor del mundo).

La FIFA ha establecido nuevas normas de conducta ética y ha vinculado todos los aspectos del torneo a un firme compromiso con los derechos humanos y la sustentabilidad medioambiental, una novedad que eleva las expectativas del mundo entero respecto al papel que desempeñarán los países anfitriones y los logros que se desprenderán de sus esfuerzos.

La Candidatura Conjunta comparte íntegramente la visión planteada por la FIFA. Asimismo, tenemos pleno conocimiento de que nuestras responsabilidades consistirán en dirigir la puesta en escena del nuevo formato de la Copa Mundial de la FIFA™, promover el fútbol como deporte, proteger su integridad y acercar el torneo a todas las personas del mundo. Esta es la razón por la cual Canadá, Estados Unidos y México hemos optado por asociarnos y postularnos UNIDOS, COMO UNO; conscientes de que este gran reto requerirá la suma de recursos,

conocimientos y capacidades de los tres países, y de que ninguno de nosotros por separado podría asumir este desafío.

Nos comprometemos a trabajar incansablemente junto a la FIFA para lograr que el Mundial de Fútbol alcance una nueva dimensión: apostaremos por la inclusión, la innovación y el fútbol como inspiración; asimismo, queremos promover el respeto de los derechos humanos y la protección de las libertades y los valores fundamentales. Estamos convencidos de que, juntos, estaremos a la altura para organizar el torneo insignia de nuestro deporte y lograremos que incluso aporte un mayor valor para nuestros socios, generando más recursos que, a su vez, se invertirán en el juego a través de las federaciones miembro. En pocas palabras, deseamos transformar en una realidad la visión de futuro de la FIFA.



La capacidad de la FIFA de convertir su misión en una realidad depende de una eficaz organización y celebración de sus torneos intercontinentales. El éxito comercial de sus competiciones garantizará que la FIFA y sus federaciones miembro cuenten con los recursos necesarios para llevar a cabo su mandato y mejorar al máximo la experiencia de todos los actores que participan del espectáculo del fútbol.

Confiamos en que el mensaje de UNIDAD,

CERTEZA y OPORTUNIDAD de la Candidatura Conjunta nos permitirá alcanzar nuevos récords de asistencia e ingresos, explorar nuevas oportunidades de gran impacto social y fijar nuevos estándares de profesionalismo, rendición de cuentas y transparencia para el proceso de organización de la Copa Mundial de la FIFA™, que beneficiarán tanto a la FIFA como a la comunidad futbolística durante las próximas décadas.

Nuestra estrategia organizativa se erige sobre cuatro ejes clave: el EVENTO, el JUEGO, los AFICIONADOS y el MUNDO.

**EI EVENTO:** La Candidatura Conjunta ofrece a la FIFA un número superior de posibles ciudades anfitrionas y estadios al requerido.

Pondremos a disposición de la Copa Mundial de la FIFA 2026™ dieciséis estadios de última generación ya existentes ubicados en Canadá, Estados Unidos y México. Hemos convenido que, con el afán de compartir nuestra responsabilidad de anfitriones, albergaremos diez partidos en Canadá, sesenta en Estados Unidos y diez en México. Desde que se escuche el silbido inicial — pudiendo disputarse tres partidos el mismo día, uno en cada uno de los tres países— transmitiremos un mensaje de verdadera unidad, en un torneo que generará ventas de 5.8 millones de entradas y un total de ingresos derivado superior a los USD 2100 millones, un récord absoluto respecto a cualquier Copa Mundial de la FIFA™.

Cabe destacar también que la presente candidatura ofrece las siguientes ventajas:

- Todos los estadios que proponemos están contruidos y en funcionamiento, cuentan con un aforo medio superior a los 68,000 espectadores y su uso permanecerá vigente una vez finalizado el torneo, tal y como establece la FIFA en las condiciones de selección.



- Ponemos a disposición de la FIFA más de 150 opciones de campos e instalaciones de entrenamiento (entre las cuales se cuentan estadios y campos de entrenamiento de la Major League Soccer y la Liga MX, instalaciones universitarias y otras ubicaciones con campos de césped natural e instalaciones de entrenamiento).
- Todas las ciudades anfitrionas que proponemos ya cuentan con servicios de primera categoría en materia de transporte, alojamiento, asistencia médica, tecnología y otros tipos de infraestructuras, características que cumplen o incluso exceden las condiciones fijadas por la FIFA y que nos permiten anticipar que la Copa Mundial de la FIFA™ de mayores dimensiones jamás disputada podría celebrarse con la máxima certeza y garantías en nuestra región.



## ESTRATEGIA ORGANIZATIVA

- Todas las ciudades anfitrionas que proponemos cuentan con amplia experiencia contrastable y capacidad para albergar eventos deportivos de gran envergadura, son grandes entusiastas de la innovación, y, además, han demostrado ejercer un firme liderazgo a la hora de proteger el medioambiente y los derechos humanos.

Esta Candidatura Conjunta presenta una estrategia concebida para ofrecer a la FIFA la máxima flexibilidad y retorno económico. La lista de ciudades anfitrionas adicionales que incluimos en nuestra candidatura, fomentará la competencia entre ciudades para lograr constituirse como sedes: cuando varias ciudades compiten para ofrecer la mejor experiencia posible a jugadores y delegados, aficionados, socios, prensa entre otras, todos salimos ganando.

En cada uno de los aspectos cuantificables —venta de entradas, audiencias televisivas y derechos audiovisuales, participación digital, implicación de socios, apoyo comunitario, impacto medioambiental, social y económico, y muchos más—, la celebración de la Copa Mundial de la FIFA 2026™ en América del Norte supondría un potencial extraordinario para la FIFA y el fútbol. La Copa Mundial de la FIFA™ constituye uno de los pocos eventos verdaderamente globales que existen, y tenemos la confianza de que en el 2026 llegará a ser una parte aún más importante de la vida de las personas.

De aquí al 2026, la población de todo el continente americano superará los mil millones de habitantes, un dato que permite anticipar que una Copa Mundial de la FIFA 2026™ organizada en América del Norte podría llegar a tener una influencia directa nunca antes vista. A día de hoy, América del Norte constituye el mayor mercado de patrocinio deportivo del mundo y alberga la sede de un conjunto de compañías que aportan más del 25 % de la cifra total destinada a patrocinios deportivos en todo el mundo. Asimismo, entre Canadá, México y Estados Unidos se destinan más de USD 40,000 millones a la publicidad televisiva, radiofónica, por internet y en anuncios impresos en el ámbito deportivo.

Al combinar distintos husos horarios, y al incluir la totalidad de la región de la CONCACAF en nuestra propuesta, la Candidatura Conjunta ofrecerá múltiples opciones para poner en contacto a aficionados, retransmisores y socios comerciales. Con relación al ámbito del fútbol, América del Norte es la región más lucrativa del mundo, por lo que organizar el torneo en su territorio abriría nuevos caminos comerciales para la FIFA, contribuiría a incrementar su potencial económico —al estrechar el vínculo de la FIFA con los aficionados que ya tiene el fútbol, pero también al atraer a millones de nuevos miembros a la comunidad global del fútbol— y establecería nuevos modelos de negocio y participación que podrían aprovechar futuros organizadores de la competición.

Al disponer de estadios existentes y en funcionamiento, no habrá que temer por plazos de construcción ni riesgos asociados, de modo que la Copa del Mundo de la FIFA 2026™ podrá centrarse exclusivamente en darse a conocer al mundo y constituirse como fuente de inspiración y motor de empoderamiento para construir el futuro del fútbol. Tendríamos la posibilidad de concentrarnos en construir el camino hacia el éxito para futuros países organizadores.

**EI JUEGO:** A pesar de que el fútbol se encuentra en distintas etapas de desarrollo en nuestros tres países, desde Canadá, Estados Unidos y México compartimos el compromiso de impulsar nuestro deporte de modos que beneficiarán a la FIFA y a toda la comunidad global del fútbol. Si se nos conceden el honor de organizar la Copa Mundial de la FIFA 2026™, no dejaremos escapar esta gran oportunidad para traspasar los límites del fútbol, inyectar energía a nuestras comunidades para que descubran nuevas formas de disfrutar del juego, desarrollar este deporte a todos los niveles y despertar el interés de la siguiente generación de jugadores, delegados y aficionados como nunca antes.

**Los AFICIONADOS:** Nuestra región presenta la especificidad de estar particularmente preparada para apoyar la misión de la FIFA de ampliar la escala de la influencia global del fútbol. América del Norte encierra el potencial de desempeñar un papel más significativo, si cabe, dentro de la comunidad global del fútbol —y no solo desde el prisma económico—, pues tenemos



disputando partidos de distintas categorías en Canadá, Estados Unidos y México

el compromiso de mantener a los aficionados actuales, de identificar y atraer a nuevos seguidores y de explorar nuevas formas de estrechar el vínculo de cada persona con este hermoso deporte. Nos serviremos de nuestro conocimiento profundo del comportamiento de los aficionados y de la fuerza de la cultura del fútbol para diseñar, en estrecha colaboración con la FIFA, nuevas estrategias para fomentar un mayor interés y participación entre los seguidores y convertirnos en una especie de laboratorio, en donde poner a prueba y perfeccionar nuevos métodos de atracción de seguidores con potencial para beneficiar a socios comerciales y actores interesados.

**EI MUNDO:** nuestra estrategia está concebida para aprovechar al máximo el valor y el impacto social que tiene el fútbol para transformar vidas y comunidades, cambiar ciertos paradigmas de pensamiento y dar forma a conductas que contribuyan a abordar las principales problemáticas sociales y medioambientales y a difundir el respeto de los derechos humanos en todos y cada uno de los aspectos del juego. Esta propuesta girará en torno de «Minutos por el fútbol», una iniciativa a través de la cual se integrará una red de 2026 campos e instalaciones seguros distribuidos por toda América del Norte.

## ESTRATEGIA ORGANIZATIVA

También colaboraremos estrechamente con la FIFA y las federaciones miembro para incorporar buenas prácticas en materia de urbanismo sustentable, a fin de que las futuras instalaciones deportivas puedan generar el mayor impacto posible en comunidades desfavorecidas.

Nuestros tres países destacan por su entusiasmo y, por encima de todo, por su inigualable capacidad de organizar con garantías la primera Copa Mundial de la FIFA™ con el nuevo formato de 48 selecciones y de apoyar a la FIFA en su afán de seguir contribuyendo al desarrollo del fútbol mundial.

Esta Candidatura Conjunta cuenta con el apoyo de autoridades gubernamentales nacionales, provinciales, estatales y locales. Además, las ciudades anfitrionas que proponemos tienen la motivación y el compromiso de generar el mayor rendimiento económico y social posible. Cientos de personalidades de referencia en los ámbitos político, empresarial, cívico y deportivo ya están apoyando activamente nuestra candidatura, y decenas de comunidades de toda América del Norte han expresado su deseo de participar poniendo a nuestra disposición sus campos e instalaciones de entrenamiento, siendo anfitriones de eventos simultáneos como los FIFA Fan Fests™ y apoyando incondicionalmente nuestros esfuerzos colectivos por desarrollar el fútbol y acercarlo a los aficionados.

La decisión que tendrán que tomar la FIFA y las federaciones miembro trasciende la

simple elección del anfitrión de la Copa Mundial de la FIFA 2026™.

Nuestros tres países —Canadá, Estados Unidos y México— ponen al servicio de la FIFA la fuerza de la UNIDAD, la promesa de la CERTEZA y el potencial de una OPORTUNIDAD extraordinaria, para el EVENTO, el JUEGO, los AFICIONADOS y el MUNDO.

Canadá, Estados Unidos y México comparten un legado histórico, fronteras e ideales que trascienden el continente donde convivimos. Con el paso del tiempo hemos ido entreteniendo nuestras culturas y colaborando en el ámbito de los negocios y de la política. Hemos fusionado tradiciones culinarias y musicales, además de lenguas y estilos, y hemos forjado así una identidad genuinamente nuestra. Y ahora, UNIDOS, COMO UNO, compartimos el anhelo de convertirnos en sede de la Copa Mundial de la FIFA 2026™.

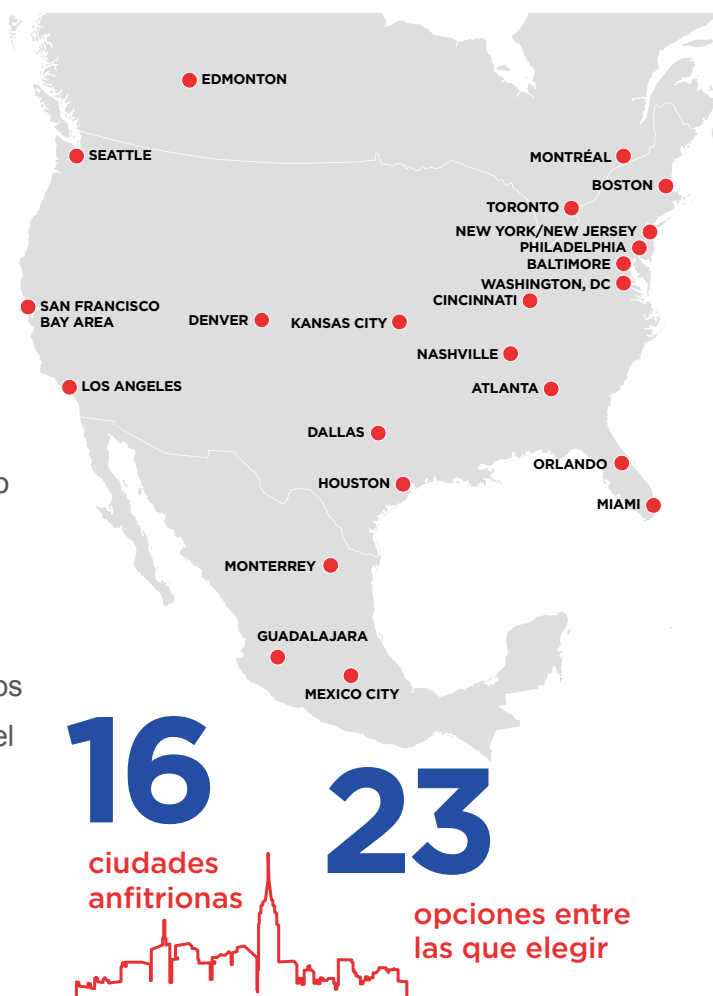
El número de ciudades anfitrionas que proponemos como posibles sedes supera lo establecido por la FIFA, y todas ellas comparten el objetivo de convertir en una realidad la visión y las metas de futuro de la FIFA. Dichas ciudades son un reflejo de la vasta diversidad geográfica y cultural de América del Norte, se constituyen como ejemplos referentes de protección medioambiental, están comprometidas con la defensa de los derechos humanos de sus

**Estamos preparados para ser anfitriones de la Copa Mundial de la FIFA™ UNIDOS, COMO UNO.**



comunidades y, además, apuestan decididamente por el crecimiento y la innovación. Si América del Norte resulta seleccionada como sede de la Copa Mundial de la FIFA 2026™, cada una de estas ciudades pondrá al servicio de la próxima generación de jugadores y aficionados su extensa experiencia, conocimientos y entusiasmo, con el objetivo de atraer las miradas del mundo entero, ofrecer entretenimiento y ser fuente de inspiración y motor de empoderamiento.

Las ciudades anfitrionas que proponemos ya están contribuyendo a definir el futuro del fútbol en América del Norte y muestran un gran compromiso y motivación para seguir colaborando con la FIFA en los años venideros.



## EVENTOS VINCULADOS AL TORNEO/ CENTROS DE OPERACIONES

Hemos confeccionado un listado de ubicaciones recomendadas para albergar eventos vinculados al torneo o que se puedan constituir como centros de operaciones. Se trata de ubicaciones de fácil acceso desde las ciudades anfitrionas propuestas, que cuentan con la infraestructura necesaria de alojamiento, con una gran capacidad de organización de eventos y con conexiones consolidadas con el mundo empresarial, político y cívico, y grupos de amantes del fútbol. Cada una de estas ciudades se cuenta entre los destinos de preferencia de todo el mundo para la organización de conferencias internacionales, reuniones de negocios y eventos especiales.

### Sorteo preliminar

Miami o Washington, DC

### Sorteo final

Los Angeles o San Francisco Bay Area

### Seminario para los equipos

Nashville o Baltimore

### Congreso y partido inaugural

Ciudad de México o Los Angeles

### Sedes principales de la FIFA

Dallas o Nueva York/Nueva Jersey

### Sedes secundarias

Ciudad de México o Toronto

### Sedes para los árbitros

Dallas o Houston

### Centro internacional de transmisiones

Atlanta o Dallas



## LEGADO

Como anfitriones de la Copa Mundial de la FIFA 2026™, nuestro mayor legado será apoyar a la FIFA y la comunidad futbolística global, homenajear el fútbol y garantizar su éxito y continuo crecimiento durante el próximo siglo.

El legado de la Candidatura Conjunta no consistirá en la construcción de nuevos estadios; América del Norte es la primera candidata de este siglo que no necesita construir nuevas infraestructuras y que, por lo tanto, no está expuesta a riesgos asociados ni depende de una gran inversión pública. Nuestra candidatura se basa en hechos y no

en promesas de futuro. Entendemos y compartimos plenamente las prioridades marcadas por la FIFA y tenemos conciencia de que las expectativas de la organización nunca han sido de tan gran alcance ni tan trascendentes.

Así pues, nuestro legado no será otro que el de garantizar que el primer Mundial de 48 selecciones se celebre sin contratiempos; priorizar la salud y la prosperidad del fútbol; impulsar un universo de aficionados cada vez más numeroso; aprovechar el sinfín de oportunidades comerciales que genera el fútbol alrededor del mundo; y lograr contundentes avances respecto al medioambiente, los derechos humanos y la

| CANDIDATURA CONJUNTA                                                                                                                                                                      | EL EVENTO                                                                                                                                                                                                                                                    | EL JUEGO                                                                                                                                                                                                                                                                              | LOS AFICIONADOS                                                                                                                                                                                                                                                        | EL MUNDO                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>UNIDAD.</b><br><b>CERTEZA.</b><br><b>OPORTUNIDAD.</b><br>Apoyo a FIFA 2.0<br>Opciones y flexibilidad para la FIFA<br>Preparamos el terreno para futuros anfitriones<br>Éxito comercial | <b>CERTEZA</b><br>No se requiere la construcción de estadios ni ningún otro tipo de gran inversión pública<br>5.8 millones de entradas<br>Impacto económico de USD 5000 millones<br>40,000 empleos<br>100,000 voluntarios<br>Gestión de eventos sustentables | <b>OPORTUNIDAD</b><br>Transformación de América del Norte en potencia futbolística<br>Estrechar el contacto de la FIFA con sus socios comerciales<br>Inspirar a los jóvenes<br>Dar mayor visibilidad al fútbol femenino<br>Más programas de capacitación para entrenadores y árbitros | <b>OPORTUNIDAD</b><br>Más aficionados (~250 millones en América del Norte)<br>Comunidades entregadas (iniciativa Minutos por el fútbol)<br>Inteligencia y datos protegidos sobre los aficionados<br>Desarrollo de la cultura futbolística (inclusiva, abierta, global) | <b>OPORTUNIDAD</b><br>Iniciativa de habilitar una red de 2026 instalaciones y campos seguros<br>Programación basada en nociones científicas; vínculo con el comportamiento<br>Plan de estudios (STEM) |
| <b>CANADÁ</b>                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                              | Desarrollo del fútbol en todos los aspectos; potenciar la selección masculina para equipararla con la femenina                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                        | Fomento de la inclusión social y la salud a lo largo de toda la vida                                                                                                                                  |
| <b>MÉXICO</b>                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                              | Acceso al fútbol por parte de niñas y mujeres                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                        | Fomento de la salud pública y de estilos de vida activos                                                                                                                                              |
| <b>ESTADOS UNIDOS</b>                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                              | Comunidades subatendidas; igualdad de ingresos                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                        | Comunidades subatendidas                                                                                                                                                                              |
| <b>SUSTENTABILIDAD+</b>                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                       |
| <b>INNOVACIÓN</b>                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                       |

responsabilidad social, la igualdad económica y la inclusividad.

Nos complace comprometernos con la FIFA para organizar la primera Copa Mundial de la FIFA™ de 48 selecciones con las máximas garantías de profesionalidad. Estamos dispuestos a brindarle a la FIFA socios comprometidos, experiencia demostrada y la propuesta de una estrategia que contribuirá a convertir el plan de acción FIFA 2.0 en una realidad.

Según las previsiones, los beneficios económicos que la organización de la competición en América del Norte conllevaría para la FIFA y las asociaciones miembro son considerables. Calculamos que se venderán más de 5.8 millones de entradas, se pondrán a disposición del público miles de suites de lujo y localidades preferentes en los estadios, y millones de aficionados acudirán a los FIFA Fan Fests™ y participarán en otras actividades organizadas por todo el continente.

Nuestro objetivo es poner en práctica, en estrecha colaboración con la FIFA, un modelo de operaciones garantizado, que pueda reproducirse a gran escala y que sea económicamente sustentable. De organizarse en América del Norte, la Copa Mundial de la FIFA 2026™ podría generar más de USD

5000 millones en concepto de actividades económicas a corto plazo, en parte gracias a la creación de 40,000 empleos y al incremento salarial de los trabajadores por valor de más de USD 1000 millones en las ciudades y países anfitriones. Las repercusiones de todo ello para la FIFA y la familia global del fútbol se manifestarían en tres formas principales: las inversiones locales en materia futbolística contarían con apoyo financiero; se ampliaría el alcance global del fútbol; y se alentaría a países anfitriones de ediciones posteriores del Mundial a apostar por nuevas fórmulas organizativas económicamente sustentables.

Todas las ciudades anfitrionas que proponemos están continuamente modernizando sus instalaciones deportivas y otras infraestructuras existentes, al tiempo que integran las últimas tecnologías y las capacidades más avanzadas en sus procesos de renovación, siempre a la vanguardia de la capacitación y el conocimiento. Con ello, dichas ciudades van por delante de los requisitos mínimos de la FIFA, y lo que es vanguardista a día de hoy lo seguirá siendo en el 2026, una cuestión que repercutirá positivamente en la comunidad global del





## LEGADO

fútbol y las capacidades operativas de los organizadores.

No tenemos ninguna duda de que la celebración de la Copa Mundial de la FIFA 2026™ en América del Norte brindará a la FIFA una nueva oportunidad para atraer a muchas de las marcas comerciales más importantes e influyentes del mundo, en el contexto de uno de los mayores mercados y de más influencia en el ámbito de los derechos audiovisuales. Asimismo, la Copa Mundial de la FIFA 2026™ se erigirá como plataforma para que tanto antiguos como nuevos socios se sumen a homenajear la belleza del fútbol junto a cientos de millones de jugadores y aficionados potenciales con el fin de establecer nuevos métodos de interacción concebidos para satisfacer las necesidades del público del siglo XXI.

**El JUEGO:** Celebrar la Copa Mundial de la FIFA 2026™ en Canadá, Estados Unidos y México contribuirá a acelerar el desarrollo del fútbol en toda la región de la CONCACAF y a transformar nuestros tres países amantes del deporte, y todo el continente, en una de las comunidades futbolísticas más dinámicas del planeta.

Ciertamente, las ligas profesionales en los tres países en cuestión se encuentran en distintas fases de desarrollo, pero la Copa Mundial de la FIFA 2026™ les permitirá mejorar la calidad del espectáculo sobre el terreno, gracias a la creación de nuevas alianzas continentales y a las inversiones en

nuevos itinerarios para jugadores, árbitros y entrenadores de élite, además de en el desarrollo de instalaciones.

En cuanto a su papel como asociaciones miembro, las tres federaciones de fútbol aspirarán a ampliar su alcance y apostarán por una mejora de sus programas de capacitación de entrenadores y árbitros, así como los de desarrollo juvenil. Creemos que este es un aspecto clave para capitalizar el gran crecimiento que anticipamos que experimentará este deporte con motivo de la Copa Mundial de la FIFA 2026™. El plan de mejora se basará en el juego libre, la ampliación de las ligas de fútbol sala y una mayor integración del fútbol en escuelas, organizaciones comunitarias y programas gubernamentales de salud y bienestar.

La Candidatura Conjunta ya está trabajando para garantizar que el fútbol siga jugándose en nuestros tres países en todas las categorías, con independencia de los desafíos medioambientales, las barreras económicas y otros factores limitantes. Hemos instado a la comunidad de investigadores de América del Norte a crear una modalidad de césped híbrido que pueda crecer y mantenerse en instalaciones cubiertas y en entornos sujetos a condiciones climáticas adversas. Ya hemos empezado a explorar las aplicaciones de la ciencia del comportamiento y el diseño urbano para integrar la participación futbolística y el desarrollo del deporte en todos los sectores y espacios disponibles. La Candidatura Conjunta colaborará estrechamente con la

FIFA durante ocho años para experimentar con aplicaciones potenciales y un sinfín más de conceptos innovadores para que la Copa Mundial de la FIFA 2026™ genere las iniciativas más relevantes y de mayor impacto posible.

**Los AFICIONADOS:** La Candidatura Conjunta ve a todas las personas como potenciales aficionados al fútbol y entiende que los aficionados son una de las claves de éxito de los Mundiales. Desde esta perspectiva, nos comprometemos a organizar, en estrecha colaboración con la FIFA, una Copa Mundial de la FIFA 2026™ que tome en cuenta a todos los aficionados: tanto a aquellos que acuden en persona a los estadios como quienes sigan el torneo desde sus países. Queremos replantear, de la mano de la FIFA, la experiencia de los aficionados para rendir homenaje al fútbol y al extraordinario espectáculo de la Copa Mundial de la FIFA™ de un modo que suscite el interés de las personas, pero que también pueda compartirse a gran escala entre poblaciones y comunidades de toda América del Norte y del mundo entero.

En su conjunto, nuestros tres países ofrecerán a la FIFA acceso directo a más de los mil millones de habitantes que vivirán en el continente americano, una masa demográfica que generará oportunidades sin precedentes para el crecimiento de la



estadios modernos y de grandes dimensiones

con un aforo de

68k+

espectadores

comunidad global del fútbol. La Candidatura Conjunta trabajará incansablemente a lo largo de toda la región y trazará lazos entre nuestras ciudades anfitrionas y otras ciudades en los países de toda la CONCACAF con el fin de atraer nuevas alianzas y reclutar nuevos aficionados. Estamos convencidos de que estos esfuerzos contribuirán a afianzar el desarrollo de la base de aficionados de cara al futuro y su compromiso con el fútbol alrededor del mundo.

La Copa Mundial de la FIFA 2026™ con sede en América del Norte será plenamente inclusiva, invitará a personas de todas las edades y condiciones a participar activamente en el evento, y alentará a todo el mundo a contribuir al espectáculo futbolístico y a compartir ampliamente la experiencia. La Candidatura Conjunta ya está trabajando

La Copa Mundial de la FIFA™ más ecológica de la era moderna



## LEGADO

para difundir un mayor conocimiento acerca de las dinámicas de conducta de los aficionados y para promover nuevos y mejores enfoques de participación que serán compartidos con la FIFA.

**EI MUNDO:** Uno de los aspectos más importantes del legado de esta candidatura será apoyar a la FIFA en la implementación de cambios positivos y de actitud y comportamiento en todos los rincones de la comunidad global del fútbol. La celebración de la Copa Mundial de la FIFA 2026™ en América del Norte estimulará la innovación y generará progreso al establecer importantes conexiones entre el fútbol y otros sectores de la sociedad.

Nuestra prioridad principal es garantizar que todo el mundo, especialmente los niños y niñas, gocen de las mismas oportunidades y de los mismos derechos de acceso al fútbol. En Canadá, donde el fútbol femenino ha alcanzado una posición privilegiada, el objetivo será lograr que el fútbol masculino, en todas sus categorías, se equipare al femenino. En México, en cambio, a los niños se los expone con frecuencia al fútbol competitivo desde muy temprana edad, de modo que la Candidatura Conjunta apostará por brindar mayores oportunidades a niñas y mujeres. Finalmente, en Estados Unidos, nos centraremos en aumentar la participación futbolística entre las poblaciones desfavorecidas y, aunque la disparidad de

cuotas de género no es tan significativa en este país, trabajaremos para borrar las pequeñas brechas existentes entre la participación masculina y femenina en todas las categorías del fútbol.

Uno de nuestros objetivos es constituirnos como referente para organizadores de futuras ediciones del torneo, y para ello queremos centrarnos en ampliar y optimizar las iniciativas vigentes que ya hayan surtido efecto. Elaboraremos, pues, nuevos planes de acción para cuantificar el impacto social generado por el fútbol —y el deporte en general—, a partir de la recopilación de datos y la fusión de la ciencia del comportamiento, el diseño urbano, la computación cognitiva y otras disciplinas. Confiamos en que, por esta vía, podremos fomentar y maximizar el alcance y el impacto del balompié.

Anticipamos que el fútbol despertará una nueva oleada de entusiasmo tanto en las pequeñas comunidades como en las grandes ciudades de toda la región norteamericana, y confiamos en que la Candidatura Conjunta está preparada para explorar nuevas formas de ampliar el acceso del público a este deporte y de mejorar las habilidades futbolísticas de todo tipo de jugadores.

Para contribuir al desarrollo del fútbol, no somos partidarios de construir nuevas infraestructuras, sino que preferimos destinar todos nuestros recursos y energías a mejorar y ampliar los espacios existentes, lo que nos permitirá tener un impacto directo en la vida de millones de niños y niñas y en miles de comunidades en nuestros tres países.







## LEGADO

La Candidatura Conjunta cuenta con una extensa red de estadios e instalaciones modernas con capacidad para dar respuesta a la primera Copa Mundial de la FIFA™ de 48 selecciones sin necesidad de construir nuevas infraestructuras ni depender de importantes inversiones. Los estadios que proponemos, distribuidos por el territorio canadiense, estadounidense y mexicano, se encuentran entre las instalaciones deportivas y de entretenimiento más avanzadas del mundo, operan diariamente, constituyen el hogar de equipos de renombre y están destinadas a la celebración de grandes eventos. Asimismo, estas instalaciones se renuevan constantemente para estar siempre a la vanguardia tecnológica y brindar las prestaciones más avanzadas.

## Propuesta de estadios para la Copa Mundial de la FIFA 2026™

| Estadios                                | Aforo total bruto |
|-----------------------------------------|-------------------|
| Atlanta (Mercedes-Benz Stadium)         | 75,000            |
| Baltimore (M&T Bank Stadium)            | 70,976            |
| Boston (Gillette Stadium)               | 70,000            |
| Cincinnati (Paul Brown Stadium)         | 67,402            |
| Ciudad de México (Estadio Azteca)       | 87,523            |
| Dallas (AT&T Stadium)                   | 92,467            |
| Denver (Mile High Stadium)              | 77,595            |
| Edmonton (Commonwealth Stadium)         | 56,418            |
| Filadelfia (Lincoln Financial Field)    | 69,328            |
| Guadalajara (Estadio Akron)             | 48,071            |
| Houston (NRG Stadium)                   | 72,220            |
| Kansas City (Arrowhead Stadium)         | 76,640            |
| Los Angeles (Rose Bowl)*                | 88,432            |
| Miami (Hard Rock Stadium)               | 67,518            |
| Monterrey (Estadio BBVA Bancomer)       | 53,460            |
| Montreal (Olympic Stadium)              | 55,822            |
| Nashville (Nissan Stadium)              | 69,722            |
| Nueva York (MetLife Stadium)            | 87,157            |
| Orlando (Camping World Stadium)         | 65,000            |
| San Francisco Bay Area (Levi's Stadium) | 70,909            |
| Seattle (CenturyLink Field)             | 69,000            |
| Toronto (BMO Field)                     | 45,500            |
| Washington, DC (FedEx Field)            | 70,659            |

\* Además del Rose Bowl, Los Angeles cuenta con un nuevo estadio que se está construyendo en Inglewood, con capacidad para 70,000 espectadores (y ampliable hasta los 100,000).







## ATLANTA

El **Mercedes-Benz Stadium de Atlanta** abrió sus puertas en el año 2017. Está diseñado para brindar a 75,000 espectadores una experiencia en directo inigualable, goza de características arquitectónicas únicas y constituye una de las instalaciones deportivas profesionales más orientada a mejorar la experiencia de la afición. Asimismo, es el primer estadio deportivo con certificación LEED Platinum.

El **AT&T Stadium de Dallas** es una de las instalaciones deportivas con la tecnología más avanzada del mundo. Tiene un aforo de 92,467 espectadores, más de 300 suites de lujo y diez palcos Premium o localidades preferentes en distintos niveles de la grada. Asimismo, el estadio alberga una exclusiva colección de arte contemporáneo, conformada por una selección de más de cincuenta piezas de artistas internacionales, que puede contemplarse en las paredes y los majestuosos espacios públicos del recinto.

## DALLAS



## MONTERREY

El **Estadio BBVA Bancomer de Monterrey** se inauguró en agosto del 2015 y, desde entonces, ha sido considerado uno de los mejores estadios de fútbol del continente gracias a su arquitectura, que además aboga por la sustentabilidad y la protección medioambiental. (El Estadio BBVA Bancomer cuenta con la certificación LEED Silver, otorgada por el U.S. Green Building Council, por su apuesta por la preservación del medioambiente.)

El **BMO Field de Toronto**, el estadio de la selección canadiense de fútbol, se renovó recientemente, con una inversión de USD 120 millones destinada, entre otras cosas, a la instalación de una nueva cubierta, la puesta en marcha de nuevos servicios para los espectadores y la construcción de nuevas zonas comunes. Este estadio, que se inauguró en el 2007 con motivo de la Copa Mundial Sub-20 de la FIFA™, es hoy el campo del Toronto FC (de la Major League Soccer) y ha sido considerado el mejor recinto futbolístico al aire libre de Canadá.

## TORONTO





## SUSTENTABILIDAD+

Hemos integrado acciones y principios relacionados con la sustentabilidad en todos los aspectos de nuestra visión y estrategia organizativa, un enfoque que llamamos **Sustentabilidad+**. Se trata de una estrategia que trasciende las condiciones planteadas por la FIFA, contribuye de forma notoria al desarrollo sustentable de nuestros tres países y nos permitirá compartir lo aprendido con el resto del mundo.

Como parte de **Sustentabilidad+**, la Candidatura Conjunta colaborará con la FIFA para generar beneficios económicos, sociales y medioambientales duraderos en nuestros tres países y en el resto del mundo. En virtud de la visión de la Candidatura Conjunta, nos proponemos otorgar a los derechos humanos una posición central en la Copa Mundial de la FIFA™ y aprovechar este evento para conectar el mundo de una forma que rinda tributo a la dignidad humana.

Nuestros tres países han adoptado ya medidas para garantizar que la Copa Mundial de la FIFA 2026™ sea un evento inclusivo, sustentable y gestionado según los principios de gestión de eventos sustentables.

Nuestra estrategia de **Sustentabilidad+** se basa en cuatro grandes pilares.

### Protección medioambiental:

desarrollaremos un programa de creación de capacidad con el objetivo de adquirir la certificación máxima de construcción sustentable para todos nuestros estadios. También nos proponemos organizar un evento libre de emisiones de carbono y generar beneficios positivos netos para la biodiversidad en una superficie de diez hectáreas de hábitat recuperado.

**Derechos humanos, estándares laborales y responsabilidad social:** la Candidatura Conjunta reconoce el liderazgo de la FIFA en la promoción de los derechos humanos, y para ello propone una estrategia en materia de derechos humanos que implique a las partes interesadas e integre medidas de protección contra la discriminación, vele por la defensa de los niños, fomente los derechos laborales y garantice la libertad de expresión y asamblea, además de otras medidas de protección fundamentales.





**Prosperidad económica y conducta de negocio ética:**

la Candidatura Conjunta trabajará para crear empleo y otras oportunidades económicas en todas nuestras ciudades anfitrionas y colectivos vinculados a la Copa Mundial de la FIFA 2026™. En colaboración con la FIFA, haremos todo lo posible por incentivar la innovación y la inversión a través de asociaciones públicoprivadas. Apostaremos por una cultura de cumplimiento y ética, con unos sólidos principios de gobernanza y supervisión, políticas, capacitación, auditorías y rendición de cuentas, que fomente la confianza de partes interesadas clave y del público general.

**Legado de sustentabilidad:** la Candidatura Conjunta trabajará codo con codo con la FIFA y con las ciudades anfitrionas para generar nuevas oportunidades que permitan la expansión del fútbol en América del Norte, la región de la CONCACAF y por todo el mundo, por vías

que fomenten el desarrollo a nivel comunitario, prioricen las poblaciones subatendidas e impulsen acciones positivas que contribuyan al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.





## INNOVACIÓN

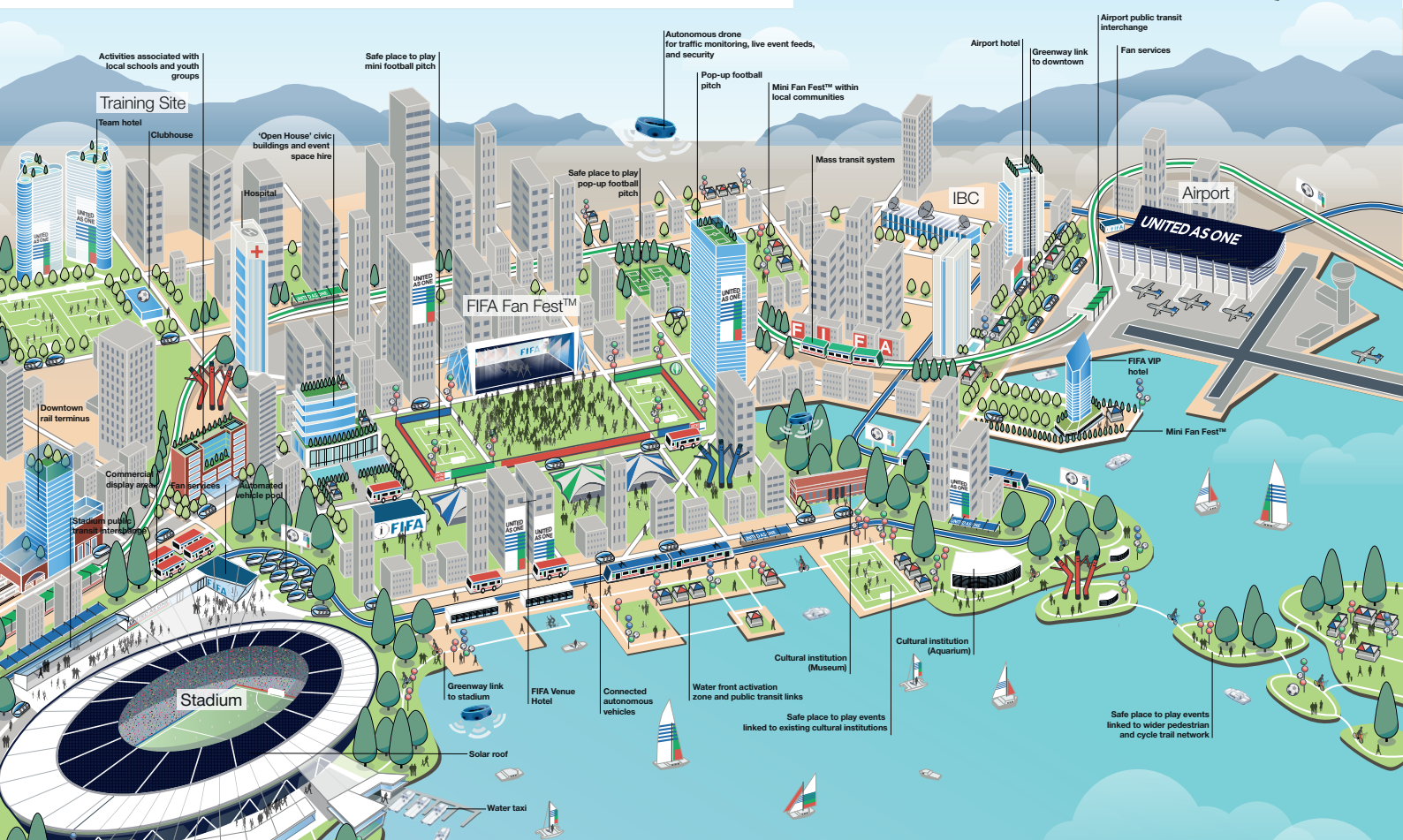
Todos los elementos de nuestra estrategia organizativa y cada uno de los apartados del dossier de la candidatura reflejan nuestro profundo compromiso con la innovación.

La pasión y la capacidad de innovación en Canadá, Estados Unidos y México no es exclusiva de los emprendedores e inversionistas de riesgo de la región, sino que también son características de muchos colectivos de nuestros tres países.

Nos sentimos muy afortunados de contar con este increíble activo y nos complacería colaborar con la FIFA para aprovechar este potencial al máximo en beneficio de la competición, la FIFA y la comunidad global del fútbol.

Hemos elaborado materiales suplementarios exhaustivos, que reflejan todo lo que nos proponemos hacer por conectar el mundo físico con el mundo digital, para sincronizar nuestras ciudades anfitrionas y nuestros estadios con otros elementos, e impulsar así iniciativas innovadoras y de gran impacto. La Candidatura Conjunta también ha creado un Grupo de Trabajo sobre Innovación y Tecnología de la mano de expertos punteros en tecnología, inversionistas y pioneros. Dicho grupo ha aportado numerosas ideas durante el proceso de presentación de la candidatura, y sigue ofreciendo una red de inestimable valor, que estará a disposición de la FIFA a lo largo de todas las fases de planificación.

Unidos, proporcionaremos como Ciudad Anfitriona una gran experiencia, utilizando la última tecnología para vincular de manera innovadora los diferentes eventos de la Copa Mundial de la FIFA™ con una variedad de eventos cultural, ambientales, comunitarios y deportivos a través de toda América del Norte.





## PARTICIPACIÓN DE LOS AFICIONADOS/FIFA FAN FEST™

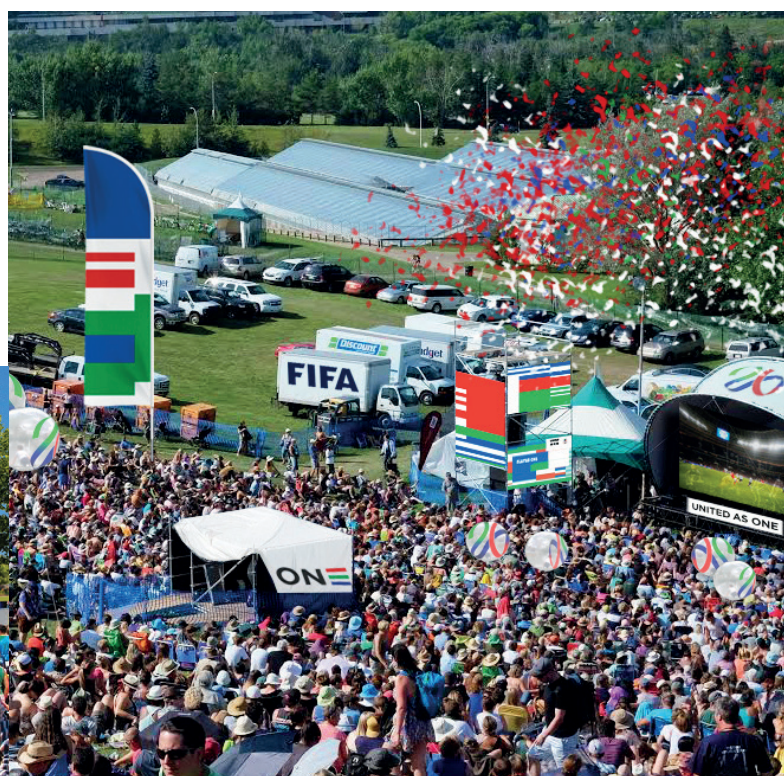
La Candidatura Conjunta ve a todas las personas como potenciales aficionados al fútbol y entiende que los aficionados son una de las claves de éxito de los Mundiales. Desde esta perspectiva, nos comprometemos a organizar, en estrecha colaboración con la FIFA, una Copa Mundial de la FIFA 2026™ que tome en cuenta a todos los aficionados: tanto a aquellos que acudan en persona a los estadios como quienes sigan el torneo desde sus países. Queremos replantear, de la mano de la FIFA, la experiencia de los aficionados para rendir homenaje al fútbol y al extraordinario espectáculo de la Copa Mundial de la FIFA™ de un modo que suscite el interés de las personas, pero que también pueda compartirse a gran escala entre poblaciones y comunidades de toda América del Norte y del mundo entero.

El FIFA Fan Fest™ en cada ciudad anfitriona constituirá una parte integral de la experiencia de los aficionados y ofrecerá a la FIFA una plataforma para expandir la experiencia futbolística por todo el mundo. La FIFA y la Candidatura Conjunta pueden brindar oportunidades de aprender y disfrutar del fútbol a poblaciones cada vez más diversas de todas las comunidades. De hecho, en América del Norte conviven más de 200 grupos étnicos distintos, por lo que existen colectivos de aficionados de todas las

naciones con opciones de clasificarse para el Mundial del 2026. En virtud de esta diversidad, nuestras ciudades anfitrionas destacan por sus genuinas ofertas culturales, gastronómicas, artísticas y musicales.

Además de organizar los FIFA Fan Fests™ en las ciudades anfitrionas propuestas por la presente candidatura, trabajaremos con la FIFA y sus colaboradores con el objetivo de crear nuevas experiencias para los aficionados capaces de conectar comunidades de todos los continentes mediante el uso de tecnologías diversas, como la realidad virtual y aumentada. Asimismo, la Candidatura Conjunta se sumará a la FIFA para desarrollar el concepto de Pop-up FIFA Fan Fests™ y colaborará con comunidades tanto de los países organizadores como del extranjero para que la Copa Mundial de la FIFA 2026™ sea una experiencia compartida de aún mayor alcance.

Nuestro objetivo es fomentar la participación de los aficionados más allá de las fechas de competición estricta y lograr





que el fútbol se convierta en una parte más significativa de la vida de la gente. Nuestro proyecto de participación de los aficionados incluye lo siguiente:

- Un programa prolongado de eventos especiales, promociones y actividades introductorias
- La elaboración de materiales pedagógicos relacionados con el evento para su uso en escuelas
- Cursos intensivos móviles y oportunidades de competición
- Capacitación introductoria para entrenadores y árbitros
- Clubes de fans y más

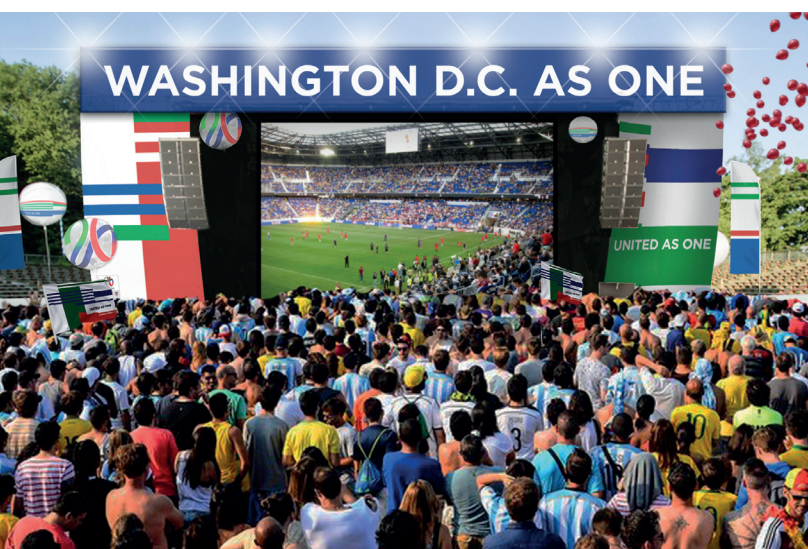
A través de estas y otras iniciativas, la Candidatura Conjunta se pondrá a disposición de la FIFA para alentar a los aficionados a desempeñar un papel fundamental tanto a la hora de dar forma, como de ejecutar los planes para promocionar la competición.

Esta Candidatura Conjunta, en colaboración con las ciudades anfitrionas, desarrollará el proyecto de participación de los aficionados, que incluirá programas ambulantes diseñados para conectar a nuevos aficionados potenciales con el fútbol, pero también para crear nuevas oportunidades de llegar a comunidades

subatendidas a través del deporte.

Pondremos especial énfasis en promocionar las oportunidades para los jóvenes —y en especial las chicas— como parte de nuestro compromiso para con el plan de acción 2.0 FIFA y para presentar el fútbol a nuevos participantes y zonas geográficas.

Estos programas ambulantes conectarán las ciudades anfitrionas con comunidades de los tres países candidatos y, a través de la tecnología, tendrán el potencial de llegar también más allá de las fronteras de América del Norte. Los sistemas y materiales de apoyo desarrollados podrían tener aplicaciones de mayor alcance e introducirse también en otros países. Además, estos podrían suponer una oportunidad para los socios comerciales de la FIFA, ya que brindarían una plataforma prediseñada de activación de aficionados a escala local.





## DATOS

La Candidatura Conjunta basa su estrategia organizativa en la observación de datos y estudios, de hecho, ha analizado tanto a los aficionados al deporte de América del Norte y otras partes del mundo como su forma de priorizar distintas iniciativas y recursos. El uso de nuestra inteligencia predictiva para estudiar la implicación de los aficionados, las tendencias y las oportunidades, nos ha permitido clasificar cuantitativamente a los individuos en función de su nivel de «afición» general y, al mismo tiempo, identificar factores específicos, como preferencias a la hora de consumir medios o sensibilidades respecto al precio. Esta información nos ha servido para identificar los factores clave que definen la participación de los aficionados y tenemos la intención de ponerla al servicio de la FIFA y sus federaciones miembro.

El plan de acción FIFA 2.0 hace referencia explícita al desarrollo de un sistema de última generación para la gestión de la interacción de los aficionados, que de hecho constituye una de las prioridades de la visión de la FIFA. Confiamos en que la información que se desprenderá de ellos contribuirá a que la FIFA pueda materializar su visión acerca del fútbol, considerando la naturaleza y el valor de los aficionados tanto actuales como futuros. Combinando todos esos datos con la información ya existente sobre marketing y consumo de medios, además de encuestas públicas y perfiles psicográficos, podemos ayudar a la FIFA y a sus federaciones miembro a llegar a una comprensión más





profunda del mercado norteamericano y del universo de los aficionados al fútbol en un sentido más amplio.

Sería un placer colaborar estrechamente con la FIFA para convertir América del Norte en el laboratorio de experimentación de nuevas ejecuciones que impliquen a más aficionados de formas que benefician a la FIFA, a sus socios (comerciales y de otra índole), a la Copa Mundial de la FIFA™ y a futuros organizadores, así como también a la comunidad futbolística global en su conjunto.



# Copa Mundial de la FIFA 2026™

## MARKETING Y PROMOCIÓN

Nuestro plan de marketing y comunicaciones, con una duración de ocho años, se centra en los principios de Unidad, Certeza y Oportunidad, y en el hecho de que es la primera vez en la historia en la que tres países presentan una candidatura conjunta para organizar la Copa Mundial de la FIFA™. Si se nos brinda la oportunidad de albergar la Copa Mundial de la FIFA 2026™, la Candidatura Conjunta intensificará sus esfuerzos para respaldar la nueva visión de la FIFA y rendir tributo al evento deportivo más importante y estimulante del mundo. La introducción y ampliación de todos los activos de marketing de la FIFA en América del Norte y en el resto del mundo serán las prioridades principales que darán forma a la estrategia de ocho años para implicar tanto a aficionados existentes como potenciales de todo el mundo y, en especial, en la región de la CONCACAF.

En consecuencia con nuestro compromiso de tener en cuenta a todo el mundo, asistan en persona o se conecten desde lejos, todas las iniciativas de marketing y comunicación buscarán un equilibrio entre la promoción de la competición y la implicación alrededor del juego. Nuestros objetivos centrales incluyen:

- El establecimiento de una marca y una presencia global para la Copa Mundial de la FIFA 2026™, destacando la emoción de la competición, el poder del fútbol a la hora de transformar vidas y comunidades, la unidad de nuestros tres países y la visión y el liderazgo demostrados por la FIFA.

- Motivar a nuestra red de ciudades anfitrionas y otras comunidades en América del Norte para que tomen parte en esta iniciativa.
- Coordinar calendarios promocionales con las federaciones miembro, las ligas y otros socios clave dentro del mundo del fútbol para así maximizar cada momento a lo largo del ciclo vital del evento.
- Generar conciencia y entusiasmo alrededor de la competición, afianzando una presencia fuerte tanto en América del Norte como en los mercados internacionales, y potenciando la demanda de entradas en todas las categorías de consumidores.

Los planes que desarrollaremos con la FIFA incluirán una combinación de activaciones a pequeña y gran escala, impulsados, en muchos casos, por las ciudades anfitrionas y por comunidades de los tres países organizadores. Estos momentos clave de activación incluirán, entre otros, todos los eventos secundarios relacionados con la competición, como el lanzamiento de los activos de marketing de la FIFA, incluidos el

logotipo y la estética oficiales, la marca y el logotipo oficiales de la ciudad anfitriona, la mascota oficial, el póster oficial, el eslogan oficial y otros activos que pueden incluir elementos como relojes de cuenta atrás, la comercialización del vestuario de los voluntarios, o la cuenta atrás de los últimos cien días, por nombrar solo algunos.

Las fechas clave del calendario de la FIFA, como el sorteo preliminar y el sorteo oficial, también formarían parte del plan general. En la medida de lo posible, estas activaciones se producirían de forma simultánea en todas las ciudades anfitrionas. Además, todas las ciudades anfitrionas gozarían de activaciones y programas de entretenimiento individualizados (de acuerdo con las regulaciones y todas las directrices comerciales de la FIFA).





## VOLUNTARIOS

Nuestros tres países tienen una potente cultura de voluntariado, que constituye una parte muy activa de nuestra cultura deportiva. Cada día, en comunidades de toda América del Norte, el juego del fútbol prospera gracias a miles de voluntarios que enseñan los fundamentos del juego en escuelas, presiden competencias internacionales, ayudan a dirigir las federaciones nacionales y mucho más. La Candidatura Conjunta sacará partido de este espíritu colectivo para garantizar que los voluntarios desempeñen un papel indispensable en la puesta en escena de la Copa Mundial de la FIFA 2026™ en América del Norte.

La Candidatura Conjunta recurrirá también a una amplia red de talentosos y entusiastas aficionados al fútbol en nuestros tres países para que gestionen un verdadero ejército de voluntarios que brinden apoyo a nuestra visión y estrategia. Nuestros voluntarios serán un escaparate de los mejores aspectos de la cordialidad y la capacidad de América del Norte, y su tarea consistirá en dar la bienvenida a los visitantes, prestar asistencia a la competición, gestionar operaciones relacionadas con estadios y partidos, promocionar las iniciativas de sustentabilidad y apoyar a las selecciones, los delegados, los

socios y las emisoras.

Esperamos reclutar 25,000 voluntarios para prestar asistencia en las operaciones en nuestras ciudades anfitrionas, y a lo largo de los ocho años que faltan hasta el 2026 tenemos la intención de contar ni más ni menos que con 75,000 voluntarios adicionales en comunidades locales para conectar con los más jóvenes, ayudar a promocionar el fútbol, difundir el Mundial y lograr avances en nuestras prioridades relativas a la iniciativa **Sustentabilidad+**.

**25k**   
Voluntarios

Entradas agotadas para todos los partidos; millones de asistentes a los Fan Fests™



## PROPUESTA DE CALENDARIO DE PARTIDOS

Visualizamos la Copa Mundial de la FIFA 2026™ jugándose en dieciséis estadios de última generación ya existentes ubicados en Canadá, Estados Unidos y México.

- Para la inauguración proponemos, tres partidos el mismo día, uno en cada país
- 10 partidos en Canadá y 10 en México
  - 7 fase de grupos
  - Dos ronda de 32
  - Uno ronda de 16
- 60 partidos en Estados Unidos

La Candidatura Conjunta ha desarrollado un software que permite ajustar el Calendario de Juegos para crear condiciones optimas de competencia.

- Un mínimo de tres días de descanso por equipo entre partidos
- Un mínimo de dos días de descanso para los campos entre cada juego

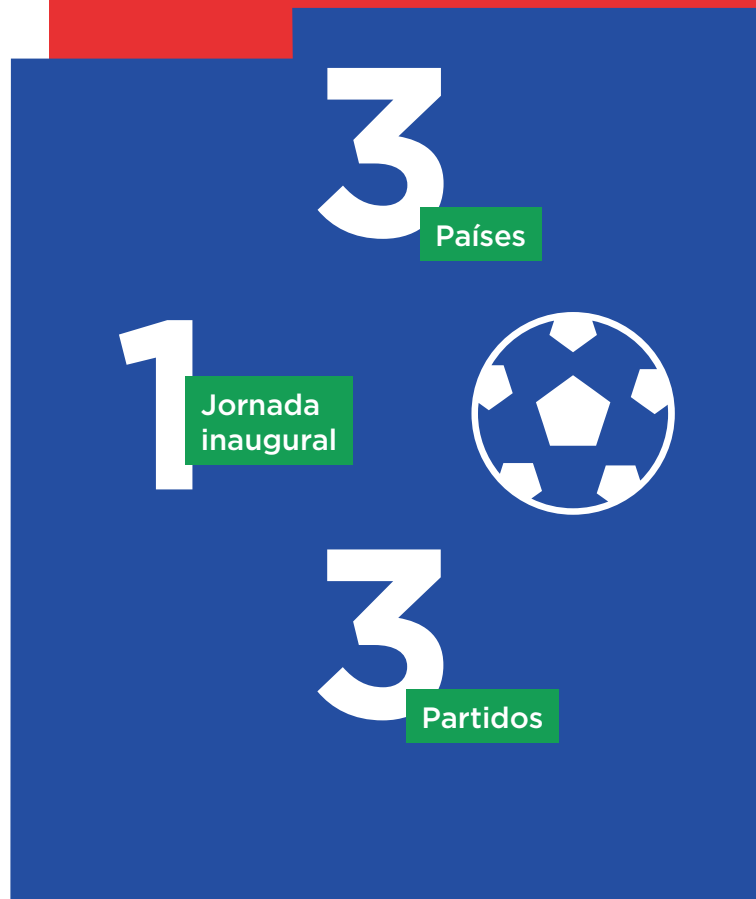
Cuando los equipos lleguen para su preparación, encontrarán las mismas comodidades que en sus países de origen: su comida favorita (sin necesidad de importar productos), cultura local, lugares de culto, personas que hablen sus lenguas nativas (en la región se hablan más de 300 lenguas distintas), sea cuál sea su procedencia. En los partidos, las selecciones podrán jugar ante grandes grupos de aficionados que animarán a ambos equipos como si fuera el propio.



TODOS LOS PARTIDOS SE JUEGAN

# EN CASA

JUGADORES Y AFICIONADOS PRIMERO





## CONCLUSIÓN

### UNIDAD. CERTEZA. OPORTUNIDAD.

Canadá, Estados Unidos y México se han unido para presentar una Candidatura Conjunta que pone al servicio de la FIFA y sus federaciones miembro la fuerza de la unidad, la promesa de la certeza y el potencial de una oportunidad extraordinaria, para el EVENTO, el JUEGO, los AFICIONADOS y el MUNDO.

En Canadá, Estados Unidos y México, la Copa Mundial de la FIFA 2026™ acelerará el desarrollo del juego en nuestros tres países, logrará que más jóvenes y adultos jueguen al fútbol y permitirá expandir de forma espectacular la base de aficionados de este deporte. Elevaremos el estatus de mujeres y niñas como aficionadas y como deportistas, y mejoraremos su acceso a este deporte y su influencia futbolística. Conectaremos miles de comunidades de toda América del Norte, en particular las más subatendidas, al tiempo que ofreceremos educación, promoción y programación constantes. Además, la Copa Mundial de la FIFA 2026™ en América del Norte introducirá a una nueva generación de liderazgo en el deporte, que impulsará la comunidad global del fútbol hacia el próximo siglo.

El compromiso asumido por nuestros tres países —y nuestra prioridad principal— es garantizar que el legado de la Copa Mundial de la FIFA 2026™ traspase las fronteras de América del Norte, a través de la labor que la FIFA encabeza y hasta todos los rincones del planeta a los que llega el fútbol.

La presente candidatura brindará todo su

apoyo a la FIFA en la creación de una nueva pauta para la ejecución de la Copa Mundial de la FIFA™ ampliada gracias a la aportación de tres países anfitriones, que colaborarán para sacar el máximo partido de las tecnologías más innovadoras y pondrán al servicio del torneo sus recursos y experiencia. No dejaremos de aprovechar nuestras alianzas con líderes gubernamentales, empresariales y de la sociedad civil para seguir promoviendo nuestros principios compartidos y apostando por iniciativas capaces de transformar vidas y comunidades en todo el mundo.

Proponemos una visión que sitúe la sustentabilidad y los derechos humanos en el centro de la Copa Mundial de la FIFA. En pocas palabras, vemos en el fútbol y en la celebración de la Copa Mundial de la FIFA 2026™ una oportunidad de oro para estrechar los lazos entre distintas partes del mundo y para poner en valor la dignidad humana. En este sentido, la FIFA puede estar segura de que su enfoque visionario, basado en el máximo respeto de los derechos humanos en los eventos deportivos de gran alcance, estará en buenas manos.

La organización de la Copa Mundial de la FIFA 2026™ en América del Norte abriría la puerta a un mundo de oportunidades. Nosotros, por nuestra parte, compartiremos las lecciones que aprendamos y las mejores prácticas con la comunidad futbolística en su conjunto. Nuestras iniciativas conjuntas con la FIFA beneficiarán a las personas de todos los continentes y mostrarán el alcance y el impacto del fútbol como elemento de cambio y progreso mundial.

Cuando la historia vuelva la vista atrás y contemple el éxito de la Copa Mundial de la FIFA 2026™ en América del Norte, verá un legado significativo e inspirador, generoso e imaginativo.

Canadá, Estados Unidos y México están firmemente comprometidos con la FIFA para construir una plataforma que brindará a los organizadores de futuras ediciones del torneo las herramientas necesarias para lograr que la competición crezca y el juego evolucione, pero también para contribuir a objetivos mundiales más ambiciosos a largo plazo.

Juntos, con la FIFA, convertiremos el fútbol en una parte aún más importante de la vida de las personas.

**Sería un honor colaborar con la FIFA en la creación de ese legado al servicio de la comunidad global del fútbol, UNIDOS, COMO UNO.**



Suscitar el  
interés de los  
jóvenes de  
todo el mundo

Aumentar la  
participación  
en el fútbol



Oportunidades en uno de los mercados  
económicos más potentes del mundo



Diversidad cultural gracias a los más de  
200 grupos étnicos presentes en la región

68,000



Aforo medio de  
espectadores por  
estadio, todo un récord

\$5000m

Retorno económico neto  
generado por la Copa Mundial  
de la FIFA 2026™



La diversidad cultural reflejará la familia  
de la FIFA



Uno de los panoramas  
deportivos profesionales  
más avanzados y  
competitivos del mundo



22%

Aumento del  
rendimiento  
económico neto  
respecto a ediciones  
anteriores

UN EVENTO.  
TRES NACIONES.  
UN MUNDO DE OPORTUNIDADES.

**UNITY.  
CERTAINTY.  
OPPORTUNITY.**

**UNITED  
AS ONE**





