



Accessibilità agli stadi per il gioco del calcio *Meccanismi di semplificazione*

A - MISURE DI IMMEDIATA ATTUAZIONE IN VIA SPERIMENTALE

1 - Ticketing

1.1 - Acquisto dei tagliandi da parte dei possessori di fidelity card

I possessori di *fidelity card*, rilasciata in maniera conforme agli specifici programmi varati dall'Osservatorio Nazionale sulle Manifestazioni Sportive, possono acquistare per le trasferte un tagliando dello stadio, ove sia attivo ed efficiente il collegamento con "Questura on line" – anche per il settore ospiti – per un proprio conoscente, previa presentazione della *fidelity card* (che può sostituire il documento d'identità del possessore) e di fotocopia del documento di identità del titolare dell'altro tagliando.

Rimane salva la possibilità, già prevista dalla legge, di acquisto fino a 4 biglietti per le gare casalinghe, previa presentazione di copia del documento d'identità dei beneficiari.

L'abuso della *fidelity card* con la violazione delle norme che la regolano comporta il ritiro della stessa

1.2 - Cessione dei tagliandi

I titoli di accesso caricati sulle *fidelity card*, compresi quelli contenuti nell'abbonamento, possono essere sempre ceduti ad altro possessore di *fidelity card*, nei limiti imposti dai singoli club e nell'ambito delle condizioni di utilizzo di eventuali e speciali tariffe ridotte.

I medesimi titoli possono essere ceduti a terzi previo rilascio da parte della società sportiva di un biglietto sostitutivo del titolo di accesso allo stadio, conforme alle caratteristiche di legge.

1.3 - Acquisto dei tagliandi da parte dei minori

I tagliandi per i minori di anni 14 possono essere acquistati dal genitore o da chi ne fa le veci, anche previa esibizione di codice fiscale o tessera sanitaria del minore. I tagliandi emessi con tale modalità potranno essere ceduti esclusivamente a minori di anni 14 in possesso degli stessi requisiti.

I minori di anni 18 (e maggiori di anni 14) possono acquistare i tagliandi di accesso allo stadio previa esibizione di un valido

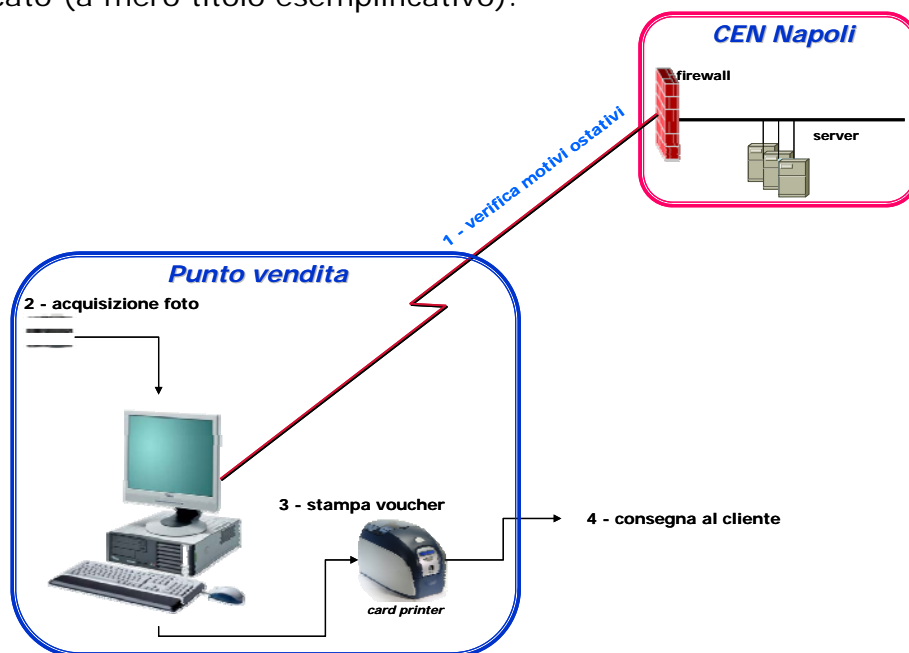
documento d'identità da portare al seguito anche per i controlli allo stadio.

2 – Fidelity card

2.1 - Rilascio

Il rilascio delle *fidelity card* – compreso il *voucher* elettronico di cui alla Determinazione 5 dell'Osservatorio, in data 1° febbraio 2012 - deve avvenire in tempo reale e, comunque, in caso di impedimenti tecnici, senza ritardo.

Le società sportive, attraverso le società di intermediazione, sono invitate ad adottare uno schema tecnico simile a quello di seguito indicato (a mero titolo esemplificativo).



2.2 - Utilizzo

Le società sportive sono invitate ad una immediata revisione, in sede di GOS, del sistema di accesso allo stadio, adottando misure organizzative tali da ridurre al massimo i tempi di accesso per i possessori di *fidelity card*, attraverso i varchi loro riservati.

Le *fidelity card* dovranno essere arricchite di servizi al tifoso, tenendo conto in particolare delle esigenze tipiche di coloro che frequentano lo stadio e, dunque, offrendo anche convenzioni con esercizi di ristorazione all'interno (per l'acquisto, ad esempio, a prezzi calmierati di bevande e generi di conforto) o in prossimità degli impianti, con le aziende erogatrici di servizi, ecc.

3 – Altre misure di semplificazione

Le società sportive sono invitate a dare il più ampio risalto alle misure sopra elencate, implementabili nell'ambito dell'esercizio



dell'autonoma attività d'impresa, ricorrendo ad ogni utile mezzo di dialogo con i tifosi, compresa la cartellonistica nell'impianto.

Al fine di favorire il coinvolgimento emotivo ed il senso di appartenenza, soprattutto delle categorie più giovani, le società sportive, unitamente ai proprietari degli impianti, sono altresì invitate ad organizzare iniziative di coinvolgimento dei tifosi, anche prima e dopo le gare quali: *fan zone*, stand informativi, ecc.

B - MISURE DA ATTUARSI NEL MEDIO PERIODO

1.1 - Acquisto dei tagliandi attraverso nuove tecnologie

Sono assolutamente da incoraggiare e va data la massima diffusione a tutte le forme di vendita e rilascio dei biglietti che implicano l'utilizzo delle nuove tecnologie a distanza ed in mobilità.

In particolare, al fine di avvicinare sempre di più i sostenitori ai loro club e di eliminare code e perdite di tempo:

- ✓ vanno promosse le vendite on-line che in questo momento rappresentano una parte marginale delle vendite di titoli di accesso e che potenzialmente posseggono un bacino d'utenza immenso, ancora largamente inesplorato;
- ✓ vanno sviluppate tecnologie *ticketless* - da riservarsi eventualmente ai possessori di tessera del tifoso - come ad esempio titolo di accesso tramite telefono mobile, come già avviene per i biglietti aerei e ferroviari;
- ✓ a tale scopo, dovranno essere avviati contatti con l'Agenzia delle Entrate e tutti gli Enti competenti a fornire indicazioni al riguardo.

1.2 - Vendita dei titoli di accesso dei settori ospiti il giorno della gara

Stante la normativa che permette le trasferte principalmente ai soli possessori di fidelity card e gli ottimi risultati finora conseguiti, si ritiene necessario avviare le iniziative opportune al fine di rivedere il divieto di vendita di biglietti del settore ospiti il giorno della gara.

1.3 - Livelli di fidelizzazione

Allo scopo di appagare le esigenze più diverse dei propri tifosi, le Società dovranno essere messe in grado di sviluppare diversi livelli di fidelizzazione prevedendo, a fianco della tradizionale fidelity card con alti contenuti di privilegi, carte estremamente semplificate come il voucher (ora solo sperimentale) e/o livelli intermedi che le politiche di CRM dei club potrebbero suggerire.