

Vi avevano detto che la Tessera del Tifoso avrebbe combattuto la violenza: balle.

Con le tifoserie mischiate? Con i tifosi fuori dagli stadi? Facendo i biglietti fianco a fianco con gli ospiti?

Vi avevano detto che avrebbe snellito le procedure: balle.

Ci son le solite file, i soliti disagi, nessuna corsia “preferenziale”.

Vi avevano detto che vi avrebbe dato dei vantaggi: quali?

Il “menù del tifoso” dell’Autogrill, lo sconto sui treni per chi va in trasferta? L’unico vantaggio, dopo avervi tolto tutte le libertà di tifo e di espressione, è quello di farvi entrare in un luogo “pubblico”. Dovrebbe essere un diritto, non un privilegio.

Vi avevano detto che non era una schedatura, non era un’operazione commerciale.

Intanto queste Tessere [qualcuno le stampa, qualcuno le gestisce, qualcuno le paga](#) . O cadono dal cielo?

A Parma, siamo una delle poche piazze insieme alla Sampdoria dove la Tessera non è emessa da un istituto di credito, dove la Tessera non è stata fatta pagare ai tifosi, e di questo ne andiamo orgogliosi, illudendoci forse che la Società abbia ascoltato (e voluto scansare) le nostre proteste. Non per questo il pezzo di plastica che avete in mano (se vi è arrivata) è “innoquo”.

A cosa serve infatti se non per tutte quelle cose che vi è stata “venduta”? Perché è stata imposta a mezzo milione di Italiani? Perché questa ostinazione da parte del Ministro Maroni e del governo del calcio?

Forse qualche risposta in giro si trova...

Tratto da : www.dodicesimouomo.net

Una stretta di mano a tutti

(mercoledì 8 settembre 2010)

Pubblichiamo questo post dopo aver fatto tutte le verifiche opportune e possiamo dire con certezza che quello che leggerete è tutto vero.

Intervengo su questa pagina su cortese richiesta di un suo amministratore.

Dal momento che il soggetto della tessera ha sollevato moltissimi commenti, molto spesso generati da una passione che condivido ma che e' anche il sentimento sul quale chi governa ha costruito l'idea della tessera, mi permetto di fare luce sui motivi economici (non politici poiché non vedo nessuno che fa politica in Italia in questo momento) che hanno portato allo sviluppo di questo 'programma'.

Lo chiamo programma perché e' un progetto 'programmato' eccome.

Mi permetto di discutere il tema perché ritengo la mia esperienza professionale me ne dia l'opportunità.

Ho ricoperto la figura di Tecnico Supporti Magnetici alla Visa di Londra (sezione internazionale) per cinque anni e avendo configurato i servers di accettazione VISA/MASTERCARD di tutte le banche Italiane francesi e spagnole dal '97 al 2004 sono un profondo conoscitore del sistema tecnico creditizio; ovvero l'infrastruttura che permette a tutti i possessori di carte di credito/debito, alle entità commerciali/on-line che le accettano e agli istituti di credito che le emettono, di eseguire con successo movimento di denaro.

(Se avete in tasca una carta di plastica che presenta una banda magnetica o un 'chip', la possedete solo perché vi permetterà di eseguire trasferimenti di denaro o azioni che prima o dopo ne genereranno. Punto).

Dal 2006 al 2008 inoltre, sono stato il responsabile di servizio del sito uefa.com e fifa.com, di fatto quindi, colui che rispondeva della qualità della trasmissione di tutte le partite di coppe e partite via internet sui siti della UEFA e della FIFA.

Fatto questo noioso preambolo, parliamo dell'operazione della TDF.

In Gran Bretagna, nel settore marketing un progetto di questo tipo lo chiamiamo 'loyalty marketing' (marketing di fidelizzazione).

Funziona in questo modo:

Un istituto di credito si reca da un'azienda che si occupa di sondaggi e dice loro di ricercare intensamente e con tutte le tecniche a disposizione quali sono le abitudini dei consumatori in uno specifico settore di mercato.

Dopo sei mesi o un anno, il sondaggio e' pronto e la banca può analizzare i risultati e constatare dove la maggior parte di consumatori vanno a spendere i propri soldi e quanti ne spendono (immaginatoci che i risultati dimostrino che vanno a fare la spesa al FAMILA e facciano benzina alla ERG).

Che fa la banca ? Avvicina la FAMILA e la ERG dati alla mano e dice loro: Guarda qua cos'ho in mano (il report del sondaggio).

Cosa dici se emettiamo carte di credito col tuo logo sopra e le proponiamo all'interno del negozio con agevolazioni tipo 3x2 se hai la tessera ecc ecc ecc ? Non dovete pagarci nulla, facciamo tutto noi, vi diamo pure l'hardware per accettare le tessere e non dovete nemmeno lasciare la vostra banca principale con la quale siete da tanto tempo.

Perché lo fanno ? Perché la banca prende una percentuale su ogni transazione (dal titolare della carta), e comunque aumenta il proprio potere commerciale visto che i suoi clienti aumentano (nella stessa misura di quelli del FAMILA e della ERG). Inoltre ci sono le spese della Carta, e tutte gli altri introiti derivati dall'uso incorretto (errori) che i correntisti fanno (piccoli ma che moltiplicati per migliaia..), e poi il supermercato può vendere la giacenza in magazzino

a basso prezzo e il benzinaio vende l'olio e offre quei fantastici cappellini da meccanico.

Ma c'è dell'altro..

Non tutti sanno che uno dei beni di scambio più preziosi in questo momento nell'informatica commerciale è UN DATABASE DI CLIENTI FIDELIZZATI.

Le banche vendono il pacchetto clienti a tutte le realtà commerciali possibili e immaginabili dietro compensi o promesse che se detti esercizi dovessero iniziare una campagna di fidelizzazione lo farebbero con loro (i sondaggi e tutte le operazioni commerciali di cui sopra hanno costi importantissimi mai ricavi sono spaventosi poiché la potenzialità del bacino di utenza è altissima).

Questi pacchetti di clienti cambiano di mano a prezzi astronomici.

Bene, tutto questo cosa c'entra con la TDF ?

Semplice, quali sono gli Italiani più fedeli in assoluto ? I cattolici ? Mi sembra che le chiese a parte i turisti non siano particolarmente visitate.

Sono i TIFOSI, i 'fedelissimi'.

Bene, il governo senza spendere una lira in sondaggi e via scorrendo ha ora un database di potenziali clienti bancari per le banche emettitrici.

I tifosi sono stati venduti.

Sono stati costretti a diventare 'potenziali clienti' e lo hanno fatto sulla loro passione, sulla loro pelle.

Ecco qua.

E la cosa peggiore ? Non lo hanno nemmeno chiesto, ma imposto.

Questo è imperdonabile !

Attenzione: per ogni carta bancaria è obbligatorio emettere un contratto (di solito è composto da varie pagine e regolato in modo assai blando e con normative che sono più che altro 'consigli' da parte della Banca D'Italia, dando all'istituto di credito la quasi totale libertà di cambiare il contratto stesso dando tre mesi di preavviso al titolare).

Quando verrà attivata la funzione 'carte di credito' della tessera (che sono sicuro diventerà obbligatoria dall'anno prossimo per acquistare i biglietti e forse anche gli abbonamenti) vi annoverò, se lo vorrete, con la spiegazione di tutte le clausole che compongono il contratto (che dovete firmare).

Chi l'ha già fatta la tessera, può pensare che la carta si possa buttare prima che diventi ufficialmente una carta di credito. Verissimo. Ma se la butta probabilmente non potrà più andare allo stadio perché sarà necessaria per comprare il diritto all'entrata, e comunque le banche hanno già un database di mezzo milione di utenti.

Perché pensate che il Milan ne abbia REGALATE 220.000 con ottantamila posti disponibili. (Mediolanum vi dice niente ?)

Grazie Dell'ospitalità, sono disposto ad ulteriori chiarimenti tecnici, se qualcuno volesse annoiarsi o sentirsi ancora più male.

Alvise Lunardi

