

PROGETTO CALCIO A 5

GRANDI ORIZZONTI PER IL NOSTRO SPORT
UNITI PER CRESCERE

*Il calcio a 5 è fermo, bloccato, immobile. V'è
ricostruito , viene da un periodo troppo lungo di non
scelte , di non coraggio di affrontare i veri problemi e
soprattutto da una mancanza di dialogo mai voluto
dalle nostre istituzioni che ci governano.*

*Riprendiamo il dialogo per chi vuole parlare di
Calcio a 5.*

Salvatore Ticli

IL PROGRAMMA

- ✓ TESSERAMENTI E PROSPETTIVE
- ✓ IMPIANTISTICA
- ✓ GESTIONE RAPPORTI
DIVISIONE CALCIO A 5 E
SOCIETA' NAZIONALI E REGIONALI
- ✓ COMUNICAZIONE E MARKETING

TESSERAMENTI E PROSPETTIVE

ORGANIZZAZIONE CONTROLLO E TRASPARENZA

Tutti i tesseramenti dovranno essere spediti alla Divisione Calcio a 5, la quale si assumerà l'assoluto onere di controllare e smistare ai vari uffici di competenza all'interno della F.I.G.C. le varie tipologie di pratiche e sarà tenuta a creare un sistema **automatizzato ed autonomo**, attraverso la consegna di password personalizzate ,per dare la possibilità ad ogni società di **monitorare lo stato di tutte le pratiche** loro e delle altre società.

Obiettivo: velocizzare i tempi d'esecuzione e monitorare i passaggi

Tempi di realizzo: immediati

VARIAZIONI E REGOLE

Regolamentazione del flusso dei giocatori non nati in Italia , attraverso l'inserimento di un limite massimo da concordare con le società e comunque con un processo graduale a scalare. Questo potrà avvenire con l'utilizzo della lista di partecipazione al gioco, adottando il criterio della formazione del giocatore in base all'eleggibilità per la Nazionale (direttiva F.I.F.A. che prevede cinque anni di residenza) o direttiva C.O.N.I. formazione nel territorio nazionale.

Obiettivo: Valorizzazione del parco giocatori nazionale interno delle società

Tempi di realizzo: con l'avallo delle società, applicabile già dalla stagione 2009/2010

Variazione regola Under 21

Questa regola fu inserita per incentivare i settori giovanili, il criterio può rimanere invariato ma modificato radicalmente nella sua applicazione:

Il nuovo criterio è basato sulla crescita del settore giovanile scolastico ed una gratificazione meritocratica .

TESSERAMENTI E PROSPETTIVE

Le società schiereranno gli under 21 in base allo sviluppo del s.g.s.

-Con 5 squadre partecipanti al s.g.s. (allievi, giovanissimi, esordienti, pulcini e primi calci) **NON** avranno alcun obbligo di schierare under 21

- Con 4 squadre partecipanti al s.g.s. avranno l'obbligo di schierare **numero 1** under 21

-Con 3 squadre partecipanti al s.g.s. avranno l'obbligo di schierare **numero 2** under 21

-Con 2, 1 o 0 squadre partecipanti al s.g.s. avranno l'obbligo di schierare **numero 3** under 21

-Inoltre saranno inseriti **riconoscimenti economici** in base allo sviluppo del s.g.s. ed altresì delle sanzioni per chi non persegue questo obiettivo, che verranno riversate sempre all'interno di questo settore.

-Obiettivo: un tentativo vero per lo sviluppo della nostra disciplina (creare i presupposti per i giovani nati in Italia)

-Tempi di realizzo: stagione sportiva 2010/2011

Sulla Base fotografica dei tesseramenti al 31/12/2009 inizio progetto stagione sportiva 2010/2011

-POSSIBILITA' DI CREARE ECONOMIE (Marketing)

All'interno di questo progetto creando nuovi tesserati di un target ben definito ,svilupperemo delle azioni di comunicazione che ci permetteranno di **CREARE** nuove sinergie e azioni di raccolta **ECONOMICA**, verso aziende interessate al nostro nuovo settore.

Le società a loro volta potranno, supportate dalla Divisione, iniziare una serie di attività di comunicazione che porteranno al consolidamento del territorio oltre che alla possibilità di reperire sia **nuovi spettatori** che risorse economiche.

La Divisione **s'impegna** di conseguenza alla creazione di un evento specifico nazionale per queste categorie con l'intento di reclamizzare, promuovere e coinvolgere sempre più ragazzi e aziende interessate alla nostra disciplina.

TESSERAMENTI E PROSPETTIVE

TEMATICHE POLITICHE DA AFFRONTARE CON LE ISTITUZIONI FEDERALI

- Riconoscimento dello **Status del giocatore di calcio a 5** (F.I.F.A) (Possibilità di tesserare i giocatori provenienti da qualsiasi disciplina sportiva, compreso il calcio, come nuovi tesseramenti (modulo giallo)
- Revisione dell'accordo economico tra giocatore e società
- Richiesta delle quote lavoro rilasciate dal C.O.N.I per tesserare dello straniero
- Possibilità di tesserare il giocatore proveniente dagli stati della Comunità Europea non come straniero
- Possibilità di tesserare il secondo straniero
- Richiesta di istituire l'associazione allenatori di calcio a 5
- Inserimento del riconoscimento del pre-contratto (almeno per i giocatori svincolati)
- Obiettivo: aumentare il grado di autonomia della nostra disciplina
- Tempi di realizzo: il periodo del mandato

IMPIANTISTICA

Ricerca sin dà subito di un dialogo forte con C.O.N.I. , Credito Sportivo , Enti Bancari , istituzioni regionali e comunali per l'attuazione della fattibilità di un progetto finanziario da sottoporre alle società interessate alla costruzione di impianti di gioco.

Obiettivo: creare per le società la possibilità di capitalizzare i propri investimenti ed il loro lavoro.
Tempi di realizzo : entro i quattro anni del mandato

- **Marketing:** Ricerca di aziende specializzate nel settore per offrire le migliori condizioni utili alla realizzazione delle opere e quindi generare interesse verso la nostra disciplina

GESTIONE E RAPPORTI TRA DIVISIONE E SOCIETA' NAZIONALI E REGIONALI

Creazione sin d'ora subito delle consulte, formate dalle società che rappresentino le tre categorie nazionali, A, A2 e B, tipo lega di categoria.

Composte dai Presidenti o loro delegati per **dialogare** costantemente con il Consiglio Direttivo per la consultazione, il dibattito, il confronto e la risoluzione delle problematiche inerenti ai loro campionati.

La Divisione ha l'obbligo di creare i presupposti di un **dialogo** frequente e trasparente con tutte le componenti , attraverso riunioni centrali e periferiche ed informare e coordinare il proprio movimento anche sui dialoghi inerenti alla F.I.G.C. e L.N.D.

Inoltre si cercherà di istituire dei progetti pilota da sviluppare nel territorio nazionale su varie tipologie di argomenti, dal settore giovanile, alla comunicazione, all'organizzazione evento gara e quant'altro , per poter sempre più offrire un servizio di consulenza alle società. Di organizzare anche a livello tecnico riunioni e confronti mirati all'interazione tra le varie componenti regionali e nazionali (allenatori, dirigenti)

COMUNICAZIONE E MARKETING

Obiettivo Principale la creazione del **marchio** CALCIO A 5
Attraverso una serie d'iniziative a 360°

- Televisione:
- Carta Stampata:
- Rivista:
- Internet:
- Web tv
- Cartellonistica:
- Eventi:
- Testimonial:
- Ricerca partner istituzionali per abbattimento costi di gestione società

COMUNICAZIONE E MARKETING

Obiettivo Principale la creazione del **marchio** CALCIO A 5

Attraverso una serie d'iniziative a 360° da sviluppare nel prossimo quadriennio

Linee guida

- **Televisione:** ricerca assoluta dello sfruttamento degli spazi televisivi , partita o partite in diretta su una o più emittenti attraverso anticipi e posticipi non necessariamente nella stessa giornata di gara, creazione di una o più trasmissioni dedicate al calcio a 5, creazione di un **format unico** per tutte le categorie per la divulgazione del **marchio** calcio a 5 attraverso canali nazionali e regionali. Con possibilità di girare delle risorse economiche alle società
- **Carta Stampata:** ricerca di partnership nazionali e regionali per la divulgazione delle notizie e acquisto di pagine pubblicitarie per la reclamizzazione dei partner commerciali istituzionali e delle società
- **Rivista:** creazione di una rivista della disciplina da distribuire nei palazzetti, centri sportivi e attraverso accordi con la carta stampata
- **Internet:** sfruttamento assoluto dello strumento con potenziamento di notizie e filmati della nostra disciplina. Questo è il vero strumento che ci permette di pubblicizzare il nostro **marchio all'estero**
- **Web tv:** possibilità di sviluppare una vera e propria tv su internet , con lo scopo di una programmazione totale che vada, dalle dirette delle gare, un archivio video delle gare, inserimento di video clip, trasmissioni dedicate con i protagonisti dei nostri campionati, video interviste, audio interviste e quant'altro può sviluppare lo strumento

COMUNICAZIONE E MARKETING

Obiettivo Principale la creazione del **marchio** CALCIO A 5

Attraverso una serie d'iniziative a 360° da sviluppare nel prossimo quadriennio

Linee guida

Cartellonistica: sviluppare un allestimento comune che possa far risaltare al meglio sia gli sponsor istituzionali che quelli delle società cercando di creare un immagine comune su tutti i campi di gioco. Con possibilità di girare delle risorse economiche alle società

-Eventi: tutti i nostri eventi, devono esprimere il massimo per creare immagine al nostro sport , quindi potenziamento degli stessi attraverso l'inserimento nella manifestazione di altri eventi non necessariamente di calcio a 5, mirati a coinvolgere il più possibile il pubblico e di conseguenza gli sponsor

- **Testimonial:** ricerca di personaggi da avvicinare alla nostra disciplina per creare ulteriore interesse

-Ricerca partner istituzionali per abbattimento costi di gestione società:

sviluppo di progetti da condividere con aziende specifiche nel settore gestionale per le società (aerei, treni, pullman, noleggi auto e furgoni, ristorazione , alberghi, materiale sportivo, materiali d'ufficio, bevande, prodotti farmaceutici, allestimenti campi da gioco, materiali per la promozione delle società, volantini, manifesti ect... ect... ect...)

cercando di trasformare finalmente i nostri numeri in un obiettivo comune da

condividere tra divisione e società

COMUNICAZIONE E MARKETING

Obiettivo Principale la creazione del **marchio** CALCIO A 5

Attraverso una serie d'iniziative a 360° da sviluppare nel prossimo quadriennio

Linee guida

- **Progetti Guida:** istituzione di progetti guida con lo scopo di assistere e suggerire alle società alcune metodologie per migliorare il loro evento (esempio, partita di campionato) per riempire i palazzetti o comunque generare maggiore interesse nel loro locale.

- **Ufficio marketing:** potenziamento dell'attuale ufficio marketing dedicato all'attuazione di tutti i punti precedenti con proprie energie e con la collaborazione di strutture specializzate esterne.

-Obiettivi: massima visibilità e creazione del marchio calcio a 5

-Tempi di realizzo: Tempi di realizzo: il periodo del mandato

Il tutto da sviluppare e condividere insieme alle società attraverso un dialogo opportuno e schietto.