



Emissão de Ingressos para a Copa do Mundo da FIFA 2014™

P&R Versão 1

- Quem é responsável pela emissão dos ingressos? Quem está encarregado das vendas dos ingressos? Quem são os responsáveis pela tomada de decisões?

A FIFA fundou a FIFA Ticketing AG, uma subsidiária integral com a responsabilidade global, entre outras, pelo programa de emissão de ingressos para a Copa das Confederações da FIFA 2013 e para a Copa do Mundo da FIFA 2014™, particularmente no desenvolvimento da estratégia de emissão de ingressos e sua implementação.

A diretoria da FIFA Ticketing AG consiste, atualmente, dos seis seguintes membros:

- Jérôme Valcke, Secretário-Geral da FIFA, atuando como presidente da FIFA Ticketing AG;
- Horst R. Schmidt, consultor para a Emissão de Ingressos da FIFA, atuando como um membro comum da diretoria da FIFA Ticketing AG;
- Sunil Gulati; consultor para Emissão de Ingressos da FIFA, atuando como um membro comum da diretoria da FIFA Ticketing AG;
- Markus Kattner, Secretário-Geral Adjunto da FIFA, atuando como um membro comum da diretoria da FIFA Ticketing AG;
- Thierry Weil, Diretor de Marketing da FIFA, atuando como um membro comum da diretoria da FIFA Ticketing AG;
- Marco Villiger, Diretor de Assuntos Legais da FIFA, atuando como um membro comum da diretoria da FIFA Ticketing AG;

A FIFA Ticketing AG irá delegar certas questões de ordem política e outros assuntos essenciais para a emissão de ingressos, como a política de preços ou a distribuição de ingressos para o Subcomitê de Emissão de Ingressos, definido como um subcomitê para o Comitê Organizador da Copa do Mundo da FIFA™, que por sua vez supervisiona a organização da Copa das Confederações da FIFA 2013 e da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014™.



A MATCH Services AG ("MATCH") foi apontada pela FIFA como um agente independente ligado à operação de emissão de ingressos, incluindo a implementação da Política de Emissão de Ingressos da FIFA com relação à produção, venda e distribuição de ingressos no Brasil e no exterior.

- Qual é o conceito de emissão de ingressos para a Copa das Confederações da FIFA 2013 e para a Copa do Mundo da FIFA 2014™?

A FIFA está atualmente trabalhando no conceito para a emissão de ingressos nos dois eventos e fará anúncios relevantes numa data vindoura. Entretanto, a venda de ingressos para a Copa das Confederações da FIFA 2013 deve ser iniciada após o sorteio da Copa das Confederações da FIFA 2013, em dezembro de 2012, enquanto espera-se que a venda de ingressos para a Copa do Mundo da FIFA™ seja iniciada após a Copa das Confederações da FIFA, no terceiro trimestre de 2013.

- Haverá uma categoria de ingressos disponível apenas para residentes no Brasil?

Até este momento, a FIFA ainda não concluiu a categorização e as estratégias de preço para os dois eventos no Brasil. Mesmo assim, é importante para a FIFA assegurar que todos os brasileiros tenham iguais oportunidades de acesso aos ingressos, para que possam vivenciar a Copa do Mundo da FIFA™ em um dos 12 estádios da Copa do Mundo da FIFA™.

- Quantos ingressos estarão disponíveis para venda para a Copa do Mundo da FIFA 2014™?

Nas últimas edições da Copa do Mundo da FIFA™, aproximadamente 3 milhões de ingressos estiveram à disposição para venda e é esperado um número parecido para a Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014™. Entretanto, o número final só poderá ser confirmado quando as configurações finais de estádio estiverem disponíveis.

- Quantos ingressos estarão à disposição do público geral?

O número total de ingressos que estarão disponíveis para venda para os vários grupos de distribuição de ingressos para a Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014™ ainda não foi confirmado. No geral, baseado na experiência de edições anteriores da Copa do Mundo da FIFA™ durante as várias fases de venda, no total, um mínimo de 65% dos ingressos será destinado aos torcedores.

Além das vendas para o público geral, uma certa alocação de ingressos por partida é reservada aos torcedores das duas equipes participantes do jogo. Para cada uma das 32 equipes classificadas para a Copa do Mundo da FIFA™, a FIFA reservou 12% para cada uma das respectivas partidas da fase de grupos e 8% para as outras partidas. Esses ingressos serão vendidos diretamente aos torcedores de cada equipe através de uma ferramenta exclusiva de vendas. Isso torna um adicional de 24% da quantidade por partida da fase de grupos disponível aos grupos de torcedores das duas equipes participantes.



Neste contexto, é importante notar que espera-se que mais de 85% dos ingressos reservados a parceiros comerciais sejam utilizados em promoções destinadas a torcedores em todo o mundo, realizando os sonhos de milhares de pessoas de vivenciar uma partida da Copa do Mundo da FIFA™.

- Descreva os vários grupos de distribuição de ingressos. Qual é o plano de distribuição de ingressos para esses grupos?

Os grupos de distribuição de ingressos incluem o público geral, as 32 associações-membro participantes e seus torcedores, os Parceiros Comerciais da FIFA, os Detentores dos Direitos de Hospitalidade, os Licenciados dos Direitos de Mídia, a FIFA, o Comitê Organizador Local (COL), assim como os ingressos complementares para a imprensa e outros convidados.

A política de distribuição ainda não foi concluída e não será confirmada até que sejam conhecidas as capacidades de público de todos os estádios.

- Como se calcula a capacidade de assentos comercializável?

A capacidade de assentos comercializável será calculada com base nas capacidades líquidas após terem sido feitas deduções sobre assentos com visão obstruída, assentos-mortos (lugares que não podem ser utilizados devido a razões operacionais como construção de plataformas de câmera adicionais, segurança, etc.), ingressos complementares, assim como assentos VIP e para a imprensa.

- Onde os ingressos estarão disponíveis na internet?

Assim como nas edições anteriores da Copa do Mundo da FIFA™, a FIFA disponibilizará uma plataforma oficial de vendas de ingressos através do site oficial do evento, o FIFA.com. O FIFA.com será a única plataforma oficial online para a venda de ingressos normais assim como de pacotes de hospitalidade.

Para proteger os interesses legítimos dos torcedores em todo o mundo contra a venda fraudulenta de ingressos ou contra cambistas, denuncie em enforcement@match-ag.com os operadores não autorizados que podem estar explorando a excitação e a paixão pela Copa do Mundo da FIFA™ ao oferecer ingressos que não possuem ou que não têm o direito de vender.

- Quem tem o direito de vender pacotes de hospitalidade?

A MATCH Hospitality e os agentes de venda autorizados designados pela MATCH Hospitality para vários territórios são os Detentores de Direitos de Hospitalidade oficiais e exclusivos autorizados pela FIFA e são a única fonte para pacotes de hospitalidade legítimos com ingressos inclusos. Pacotes da Match Hospitality serão vendidos a partir de novembro de 2011. Para mais informações sobre o Programa MATCH Hospitality, visite www.FIFA.com/Hospitality.

A MATCH Hospitality oferecerá um emocionante leque de produtos de hospitalidade com ingressos inclusos para a Copa das Confederações da FIFA



2013 e para a Copa do Mundo da FIFA 2014™, abrangendo desde experiências comerciais casuais em tendas presentes no local até experiências em suítes de luxo do mais alto nível.

- Qual é a diferença entre os pacotes de hospitalidade e os ingressos individuais?

Um ingresso individual é vendido sem quaisquer outros serviços relativos à presença na partida; garante apenas o acesso a um assento particular para a respectiva partida.

Os pacotes da MATCH Hospitality incluem outros serviços além do ingresso da partida, como hospitalidade in situ, alimentação especial, estacionamento preferencial, programas de partida e entretenimento adicional.

- Por que os pacotes de hospitalidade irão às vendas agora, enquanto torcedores comuns devem esperar para assegurar seus ingressos para a Copa do Mundo da FIFA 2014™?

Devido à natureza especial dos produtos, os pacotes de hospitalidade são tradicionalmente lançados no mercado antes dos ingressos comuns. É importante notar que os pacotes de hospitalidade são vendidos a partir de novembro de 2011, mas não os ingressos físicos inclusos nesses pacotes de hospitalidade. O número de assentos reservados para os pacotes de hospitalidade varia de estádio para estádio e de partida para partida. O número final de ingressos vendidos como parte dos Pacotes de Hospitalidade será determinado baseado na demanda para a respectiva partida.

Para a FIFA, é importante assegurar que os fãs do futebol em todo o mundo terão oportunidades justas e iguais para adquirir os ingressos para a Copa das Confederações da FIFA e para a Copa do Mundo da FIFA™. Isso será refletido na política de emissão de ingressos a ser concluída.

- Haverá uma oportunidade para os torcedores se manterem atualizados no geral sobre a emissão de ingressos?

Todas as informações serão disponibilizadas no FIFA.com.

Além disso, os torcedores podem se registrar em [www.FIFA.com](http://www.fifa.com/theclub/index.html) no FIFA Club (<http://www.fifa.com/theclub/index.html>) para receber informações atualizadas sobre ingressos ou outros assuntos relacionados à Copa das Confederações da FIFA 2013 e para a Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014™.

Os torcedores que estejam interessados em adquirir pacotes oficiais de hospitalidade podem se registrar separadamente para mais informações sobre esses pacotes em www.FIFA.com/hospitality.

- Quais são as categorias e quais são os preços?



Até agora, a FIFA não concluiu a categorização e as estratégias de preço para a emissão de ingressos para a Copa das Confederações da FIFA 2013 e para a Copa do Mundo da FIFA 2014™.

- Qual será o método de venda de ingressos: online, centros de venda, lojas?

Os anúncios com relação aos canais de vendas serão feitos quando a estratégia de emissão de ingressos for desenvolvida e finalizada. Mas a FIFA irá operar centros de ingressos nas Cidades Anfitriãs para assegurar que os fãs tenham um acesso fácil aos ingressos em qualquer estágio do processo de vendas.

- A quem será destinada a renda proveniente da venda dos ingressos?

A FIFA recebe toda a renda gerada na venda de ingressos. A FIFA utilizará essa receita como contribuição financeira para o financiamento dos custos resultantes da organização e da montagem dos eventos.

- O que vocês aprenderam na venda de ingressos na África do Sul?

A FIFA ficou muito satisfeita com o extraordinário sucesso de vendas de ingressos na África do Sul (96% dos ingressos foram vendidos). Um dos fatores-chave de sucesso na venda de ingressos é levar em consideração os hábitos da emissão de ingressos do país anfitrião. Por isso, a FIFA e o COL, assim como seus parceiros de serviço, executaram uma extensa pesquisa para assegurar que a estratégia final esteja bem adaptada ao mercado brasileiro.

- Vocês irão seguir os mesmos princípios de emissão de ingressos como utilizados na África do Sul?

A FIFA e a MATCH ganharam muita experiência nas edições anteriores da Copa do Mundo da FIFA™ e irão aplicá-la no desenvolvimento e na implementação de suas políticas de emissão de ingressos para a Copa das Confederações da FIFA 2013 e para a Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014™.

Entretanto, é importante notar que cada evento possui seus próprios desafios e muitos dos fatores que influenciaram a venda de ingressos na África do Sul podem não ser aplicáveis no Brasil.

- O que será feito para evitar que os ingressos da Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014™ sejam vendidos no mercado paralelo?

Para prevenir preços excessivos dos ingressos disponíveis e proteger os torcedores em todo o mundo de adquirir ingressos falsificados, a FIFA se compromete em proteger seus fãs de qualquer prejuízo causado pelo mercado paralelo na medida do possível. Os termos e condições gerais para a utilização de ingressos proibirão qualquer revenda desautorizada dos ingressos, particularmente preços excessivos sobre os preços originais de venda. Por essa razão, a FIFA pede desde o início aos fãs que não comprem ingressos de vendedores não autorizados operantes no mercado paralelo. Ao adquirir ingressos



do mercado paralelo, os torcedores correm riscos significativos de que os ingressos encomendados:

- não existam. Em outras palavras, os ingressos oferecidos no mercado paralelo por um revendedor que, na verdade, não possui ingressos para vender, na esperança (mas não com a garantia) de que o referido revendedor será capaz de fornecer ingressos em uma data vindoura;
 - sejam consideravelmente mais caros que os preços oficiais exigidos pela FIFA;
 - sejam falsificados;
 - não permitam a entrada no estádio nos dias de jogo porque foram invalidados;
 - possam ser entregues tarde demais (ou não ser entregues);
 - possam resultar em violações de segurança.
- Como a FIFA age contra o mercado paralelo?

Apesar de seus esforços para prevenir os torcedores dos malefícios do mercado paralelo, a FIFA tem consciência de que operadores inescrupulosos ao redor do mundo seduzem os fãs na compra de ingressos vendidos por eles, mesmo que esses não sejam autorizados.

Por essa razão, a FIFA incumbiu a MATCH Services com a condução de um programa completo de execução das leis da emissão de ingressos e com o trabalho em conjunto com autoridades governamentais, de proteção ao consumidor e outras para desenvolver estratégias legais e operacionais para endereçar os prejuízos causados aos torcedores pelo mercado paralelo. Esses esforços serão refletidos na política de emissão de ingressos quando esta for concluída. Tenha em mente que a venda de ingressos por cambistas é considerada crime em várias jurisdições ao redor do mundo.

Enquanto isso, é pedido aos torcedores que relatem tais práticas ao endereço enforcement@match-ag.com.

- Quem está cuidando dos convites VIP? Representantes governamentais e Cidades Anfitriãs receberão ingressos complementares? Se sim, quantos serão e quem decidirá quem receberá tais ingressos?

Os assentos da tribuna VIP são divididos igualmente entre a FIFA e o COL. Convidados VIP serão convidados diretamente pela FIFA ou pelo COL antes do início do evento.

- Como é a distribuição dos ingressos dos patrocinadores?

Considerando a importante contribuição dos patrocinadores no financiamento das despesas da FIFA na organização e montagem dos eventos, assim como dos programas de desenvolvimento da FIFA e de várias atividades beneficentes, os



Parceiros Comerciais da FIFA têm o direito de adquirir ingressos, particularmente para o seu uso em atividades promocionais. Mesmo assim, a distribuição final dos ingressos para cada grupo de consumidores não foi concluída ainda e será comunicada em uma data vindoura.

Em geral, os ingressos adquiridos pelos Parceiros Comerciais são utilizados em concursos e competições entre os seus consumidores e possibilitam que milhares de fãs do futebol possam desfrutar de uma experiência única que não seria possível de outra forma.

- O que acontece com os ingressos não utilizados reservados para os vários stakeholders?

Qualquer ingresso reservado para os vários stakeholders, como as equipes participantes, Parceiros Comerciais e Detentores dos Direitos de Hospitalidade, que não forem adquiridos até certo momento, retornarão às vendas públicas para assegurar que todos os ingressos disponíveis sejam disponibilizados aos torcedores e que nenhum assento fique vazio.