

## **CORRIERE** INNOVAZIONE / NEWS

STARTUP

# Devi acquistare un biglietto per lo stadio o per il teatro? Il prezzo lo sceglie un algoritmo

Dynamic ticket pricing è nato dalla startup di tre giovani amici, consente di massimizzare vendite e ricavi. Cosi milioni di biglietti di eventi sportivi e intrattenimento non resteranno più invenduti.

di Carolina Saporiti

Metti una sera tre amici allo stadio e ne nascerà una startup rivoluzionaria per il mercato italiano, ovvero DynamiTick che fornisce soluzioni di dynamic ticket pricing per l'industria sportiva, cinema, teatri, eventi live e parchi di divertimento. Federico, Marco e Milo si ritrovano per un big match a San Siro, Milo li raggiunge da Roma con un volo del mattino. Lo stadio è vuoto, mentre l'aereo sul quale Milo ha volato, seppure uno di molti e in orario scomodo, è pieno.

### **Prezzi variabili**

Da questa osservazione Milo, Marco e Federico capiscono che c'è un problema nel sistema vendite dei biglietti e dati Siae confermano le loro ipotesi: nel 2014 l'industria italiana dell'entertainment ha prodotto 4,2 milioni di spettacoli che hanno registrato un volume d'affari di 5,7 miliardi di euro pari a 230 milioni di ingressi, ma che hanno lasciato per strada anche oltre 350 milioni di biglietti invenduti. Questo significa difficoltà per gli organizzatori a stimare la domanda e la capacità di spesa dei potenziali clienti. DynamiTick vuole essere d'aiuto incrementando la presenza di spettatori e i ricavi da botteghino. DynamiTick

(formata da Federico Quarato, Milo Corcione, Marco Alò e Massimo Dell'Erba) ha iniziato la sua attività di startup a febbraio dello scorso anno, con la progettazione e lo sviluppo della piattaforma di dynamic pricing e degli algoritmi inediti dedicati ai mercati cui la società rivolge il proprio business. Scelto tra oltre 350 progetti, DynamiTick ha iniziato il 1° febbraio 2016 il suo percorso di accelerazione presso Luiss EnLabs, l'acceleratore di startup capitolino della holding di investimenti LVenture Group. Qualche settimana prima il progetto di DynamiTick era stato selezionato anche da SpeedMiUp, l'incubatore di impresa dell'Università Bocconi.

### **Come funziona**

Il dynamic pricing è la strutturazione variabile di prezzo, guidata dalla domanda per la massimizzazione dei ricavi e dei biglietti venduti. Si tratta del più innovativo modello di vendita nel ticketing, dove i prezzi vengono ricalcolati in base alla domanda del mercato, ai risultati di vendita e alle variazioni – più di 40 – di tutte quelle condizioni che impattano sulla domanda di biglietti (condizioni meteo, reputazione artisti, recensioni della critica, opinioni espresse sui social network e molte altre). I benefici e i vantaggi sono facili da scoprire: per i clienti/spettatori significa poter aggiudicarsi biglietti a prezzi più vantaggiosi, d'altra parte se sale l'incasso da botteghino, aumenta anche il valore commerciale dell'evento per sponsor e investitori pubblicitari, incrementando in generale i ricavi. Le soluzioni tecnologiche di DynamiTick sono in grado di interfacciarsi agilmente con i sistemi di ticketing online e offline. Una volta concordati gli obiettivi commerciali con il cliente, gli algoritmi di DynamiTick sono in grado di suggerire impostare il prezzo ottimale per massimizzare il profitto o l'affluenza all'evento in vendita. Gli algoritmi di machine learning si adattano al comportamento dei consumatori, imparano le abitudini di consumo e la propensione alla spesa e sono in grado di migliorare le proprie prestazioni nel tempo.