



## Virtus Entella, allo stadio come sui treni e aerei. Biglietti venduti ai tifosi a prezzi variabili: dipenderanno anche dal meteo



*Il costo del tagliando di ogni partita sarà calcolato in base a diversi fattori. L'algoritmo incrocerà diversi elementi come l'orario, l'anticipo con cui si acquista il proprio ticket, la squadra avversaria e la rivalità con la stessa. La squadra di Chiavari ha introdotto per la prima volta nel mondo sportivo italiano un nuovo sistema di commercializzazione, ripreso dagli Stati Uniti*

La **Virtus Entella** come i **San Francisco Giants**, una delle squadre più vincenti del **baseball americano**. Non per i trofei, ma per la vendita dei biglietti. La squadra di **Chiavari**, impegnata nel campionato di **Serie B**, ha introdotto per la prima volta nel mondo sportivo italiano un nuovo sistema di commercializzazione dei tagliandi, stabilendo un prezzo più equo e 'adatto' alla partita. A partire dal match interno contro il **Frosinone**, in programma il 21 gennaio, per la prima volta in **Italia** i tifosi di calcio potranno acquistare il proprio ingresso allo **stadio** a un costo variabile, un po' come accade con voli e viaggi. Il sistema, elaborato dalla società **DynamiTick**, accompagnerà la squadra di calcio ligure per tutto il girone di ritorno.

**Come funziona?** – Il costo del biglietto di ogni partita sarà calcolato in base a diversi fattori. L'**algoritmo** incrocerà decine di variabili come l'orario, l'anticipo con cui si acquista il proprio ticket, le condizioni meteorologiche previste, la squadra avversaria e la rivalità con la stessa. E anche statistiche legate al calcio giocato, come la probabilità di assistere a un match spettacolare e condito da tanti gol. Il prezzo sarà quindi modulato ponderando questi aspetti e potrà variare fino al **40%** in base alla domanda del mercato e ai risultati di vendita, permettendo alla Virtus Entella di incrementare la presenza di spettatori e contenere i biglietti invenduti.

**L'esperienza dei Giants e l'esplosione negli States** – Questo **modello di commercializzazione** – *dynamic ticket pricing*, in gergo – è già applicato a viaggi, voli aerei e cinema, con un incremento del **13%** del fatturato per le sale italiane dal momento della sua introduzione. Ma ha già dimostrato la sua validità in campo sportivo, in particolare negli **Stati Uniti**. I primi ad introdurre il prezzo variabile dei biglietti sono stati i San Francisco Giants, 9 volte campioni nella **MLB**, il campionato americano di baseball. Nel 2009, la società cercava il modo per risolvere i problemi legati alla vendita dei tagliandi in un determinato settore dell'**AT&T Park** e tentò di utilizzare un servizio analogo a quello che tra poche settimane coinvolgerà l'Entella.

I risultati dell'esperimento? Già nel corso della stagione, i Giants registrarono un incremento del fatturato di circa **500mila dollari**. La cifra spinse il club ad applicare il sistema a tutto lo stadio facendo registrare il tutto esaurito per più di **400 gare consecutive**. Il boom di spettatori nella città californiana ha spinto **26 società** della MLB a utilizzare questo modello di vendita, adottato poi da un terzo delle franchigie NBA e recentemente sperimentato anche in **NFL** e nel campionato di basket universitario. Senza che nessuno sia mai tornato sui suoi passi. Ora è il momento della Virtus Entella.

<http://www.ilfattoquotidiano.it/2017/01/10/virtus-entella-allo-stadio-come-sui-treni-e-aerei-biglietti-venduti-ai-tifosi-a-prezzi-variabili-dipenderanno-anche-dal-meteo/3305453/>