



## Mmm Group entra nel ticketing online; 3,8 milioni di ricavi nel 2017

*Il gruppo che fa capo a Roberto Silva Coronel lancia l'app pensata per contrare il secondary ticketing. Il business cresce*

di **Andrea Salvadori** 16 novembre 2017

### L'APP ITALIANA CONTRO IL SECONDARY TICKETING

#### I VANTAGGI



#### TRACCIABILITÀ

Il biglietto è associato ad un unico numero di telefono

#### AUTENTICITÀ

L' App garantisce l'autenticità del biglietto

#### LEGALITÀ

Il sistema contrasta i "bagarini digitali"

#### BIGLIETTI TRASFERIBILI

Ogni trasferimento viene registrato puntualmente



In Italia la metà del valore generato dalla **vendita dei biglietti per spettacoli, manifestazioni ed eventi** è gestito dalle società del ticketing online. «Questa fetta del mercato è concentrata e sostanzialmente governata da due operatori stranieri, TicketOne e Best Tickets, con una quota complessiva del 92%», spiega **Roberto Silva Coronel**, amministratore delegato e azionista di controllo di **Mmm Group**. «Il resto è invece gestito da società italiane indipendenti».



**Roberto Silva Coronel**

Considerando il forte trend di crescita delle vendite di biglietti sulla rete, Mmm Group, la società già attiva da diversi anni nel digitale con PrimeWeb, DigitalEvents, UltraRetail e MediaMatic, ha deciso di entrare nel settore con un suo progetto, l'app **Mticket**. «L'obiettivo di Mticket è, innanzitutto, **permettere agli organizzatori di spettacoli ed eventi di gestire direttamente la propria biglietteria**, senza l'intermediazione di terzi. Inoltre, la nostra app permetterà di **contrastare il secondary ticketing**, di cui tanto si è parlato ma che ancora è poco contrastato», dice Silva Coronel, annunciando il **lancio di una [petizione](#) su Change.org** che invita il Governo ad approvare il decreto attuativo della norma approvata con la Legge di Stabilità del 2017 contro il **fenomeno del bagarinaggio online**, che prevede multe fino a 180.000 euro.

Mticket è una piattaforma cloud che permette a quelle realtà che organizzano fiere, eventi culturali, musicali e sportivi, la gestione completa della biglietteria. **Il sistema Mticket può essere integrato direttamente con i siti delle singole manifestazioni permettendo di effettuare la vendita dei biglietti senza intermediazioni.** Inoltre, una dashboard consente di verificare in tempo reale l'andamento delle vendite. Certificata dall'Università di Bologna ed omologata dall'Agenzia delle Entrate, Mticket è conforme alle direttive del Ministero delle Finanze e della Siae.

Per quanto riguarda invece gli acquirenti, questi si devono registrare sulla piattaforma indicando il proprio numero di cellulare per ricevere via sms un codice per la conferma. A quel punto possono procedere all'acquisto dei biglietti nominali. **Mticket associa infatti ogni biglietto venduto ad un numero di telefono cellulare, rendendo così tracciabile il possessore.** In questo modo il sistema può monitorare le eventuali anomalie: quantità sospette di biglietti acquistati o trasferiti fanno scattare le operazioni di verifica da parte della stessa Mticket. L'organizzatore dell'evento, onde evitare il fenomeno del secondary ticketing, può inoltre fissare **un numero massimo di biglietti venduto per ogni utenza mobile.**

Il "biglietto mobile", che si visualizza direttamente sul display dello smartphone, può comunque essere trasferito da un utente all'altro in totale sicurezza: al momento del passaggio viene infatti registrato il cambio di cellulare e in automatico si genera un nuovo barcode da esibire al controllo accessi automatizzato.

«Il modello di business di Mticket si basa **sul riconoscimento di una fee per ogni biglietto venduto**», dice Silva Coronel. «Per gli organizzatori degli eventi, invece, il nostro sistema permette anche **di diventare proprietari esclusivi dei dati sugli utenti raccolti.** Con la possibilità, dunque, di profilarli, e di mettere in atto attività di crm e campagne di performance marketing». La commercializzazione del servizio, utilizzato al momento da due clienti, il **Taste of Courmayeur**, in programma dal 26 al 28 gennaio 2018, e **Salon du Chocolat Milano** (15-18 febbraio), prende il via ora.

Mmm Group si appresta intanto a chiudere l'anno, spiega Silva Coronel, «con **un giro d'affari di 3,8 milioni di euro**, in forte crescita rispetto ai **2,5 milioni** del 2016». L'altra startup della società, **MediaMatic**, il centro media proprietario di una soluzione di intelligenza artificiale **presentata** al mercato un anno fa, un progetto che verte sulla collaborazione con il Gruppo di Ricerca in Intelligenza Artificiale del Politecnico di Milano, «sarà **pienamente operativo al partire dal 2018.** I test che stiamo effettuando avanti con alcuni nostri clienti storici stanno dando ottimi risultati».