CAMERA DEI DEPUTATI N. **4269**

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

BATTELLI, VACCA, BRUGNEROTTO

Modifiche alla legge 11 dicembre 2016, n. 232, in materia di rivendita dei titoli di accesso a spettacoli da parte di soggetti diversi dai titolari dei sistemi per la loro emissione

Presentata il 1° febbraio 2017

ONOREVOLI COLLEGHI ! – La rivendita di biglietti *on line*, comunemente detta *secondary ticketing* o bagarinaggio *on line*, costituisce ormai da tempo un fenomeno consolidato che danneggia i fruitori di eventi dal vivo, i quali si trovano in condizione di non poter acquistare i biglietti di concerti, opere teatrali, cinematografiche, sportive o di qualsiasi altro evento di natura artistica o musicale dal vivo a causa del veloce esaurimento dei posti disponibili. Ciò che costituisce un'anomalia è sicuramente la presenza di soggetti – appunto, i bagarini – che provvedono a comprare, principalmente in rete e in tempi brevissimi, ingenti quantità di biglietti per poi rivenderli ad un prezzo maggiorato. Il *secondary ticketing* consiste nell'acquisto di biglietti per i citati eventi dai rivenditori autorizzati al fine della rivendita *on line* a prezzi anche di molto superiori. L'utile sta proprio nella differenza tra il prezzo di acquisto e quello di rivendita.

L'illiceità della pratica consiste nell'alterazione del mercato a danno dei consumatori finali, ai quali viene di fatto impedito di acquistare i biglietti al prezzo scelto dal rivenditore in ragione dell'intermediazione di un soggetto che pone in essere una pratica non concorrenziale attraverso l'utilizzo di mezzi, cioè complessi e costosi *software*, impossibili da contrastare. I siti secondari di rivendita comprano infatti i biglietti tramite i *ticket bots*, *software* specializzati che consentono di acquistare ingenti quantità di titoli di accesso in tempi rapidissimi, con versioni ottimizzate per *TicketMaster*, *TicketOne*, AXS e altri. Tali *software* riescono a far figurare molteplici singoli acquisti di più utenti, nonostante

l'acquirente sia unico e in tal modo acquistano tutti i biglietti disponibili sul mercato, senza alcuna limitazione imposta dal rivenditore ufficiale (numero massimo di biglietti, *captcha* e altro) impedendo, di fatto, per la rapidità degli acquisti, ai consumatori di procedere all'acquisto. Secondo la *British Broadcasting Corporation* (BBC), le società che ricorrono a questi *software* gestiscono circa il 30 per cento dei biglietti per i grandi eventi, una cifra considerevole rispetto alla quantità complessiva dei posti disponibili.

Il principale sito *web* per la rivendita autorizzata di titoli di ingresso per eventi, ossia *TicketOne*, stabilisce all'articolo 18 delle condizioni generali di contratto che « I titoli di ingresso non possono essere rivenduti a titolo oneroso nell'ambito dello svolgimento professionale di attività commerciale ancorché non organizzata sotto forma di impresa senza il consenso espresso dell'organizzatore e comunque nel caso in cui l'organizzatore ne vieti specificamente il trasferimento di titolarità in base a princìpi di nominatività ». Tuttavia, come emerge dalla disposizione, ai fini della sanzionabilità, è necessario dimostrare lo svolgimento professionale di un'attività commerciale, che potrebbe essere facilmente elusa tramite l'indicazione di un nominativo falso dell'acquirente. Comunque la piattaforma non utilizza metodi efficaci per contrastare il fenomeno, nonostante essi siano disponibili. Una volta acquistati i biglietti, questi sono rivenduti su siti *internet* secondari quale, a mero titolo di esempio, Viagogo, a prezzi alle volte molto maggiorati.

Il fenomeno, sicuramente inviso ai *fan*, che sono costretti a fare ricorso a rivenditori secondari per procedere all'acquisto, sembrerebbe essere tollerato o, quantomeno, non efficacemente osteggiato dai rivenditori ufficiali in virtù della possibilità di accrescere gli utili derivanti dalle vendite. Nel 2013, per esempio, il giornale « *New York Times* » accusava formalmente la *TicketMaster* di avere un atteggiamento compiacente alla pratica dei *bots* da parte di sistemi informatici. A loro discolpa i circuiti secondari affermano, al contrario, che i biglietti proverrebbero da *sponsor* e da *fan club*, con un contributo irrisorio da parte dei rivenditori autorizzati.

In ogni caso alcuni artisti, come i Foo Fighters, per contrastare il fenomeno hanno ripristinato *box* di vendita fisici per controllare l'afflusso dei compratori. Altri ancora, come gli U2, hanno previsto un sistema di vendita subordinato all'abbonamento al *fan club*. Ancora da ultimo, i gruppi musicali Metallica e Radiohead hanno introdotto la necessità di mostrare il documento di identità all'acquisto dei biglietti e per l'entrata ai concerti.

Ultimamente hanno avuto rilevanza e risalto i concerti dei Coldplay e di Bruce Springsteen a Milano, i cui biglietti sono andati esauriti nel giro di pochi minuti nel sito *www.Ticketone.it* (l'unico autorizzato in Italia), con l'immediata rivendita su siti *internet* secondari a cifre maggiorate rispetto a quelle ufficiali. La gravità della situazione ha portato anche l'Autorità garante della concorrenza e del mercato a indagare sulla compravendita « anomala » di biglietti, chiaramente volta ad alterare le regole concorrenziali di mercato. Alcune associazioni di consumatori hanno sottolineato la necessità di intervenire per reprimere il fenomeno dilagante e di portata strutturale. Per esempio, l'associazione Altroconsumo ha segnalato *TicketOne*, società incaricata ufficialmente della vendita, all'Autorità garante della concorrenza e del mercato per incentivare l'adozione di strumenti atti ad evitare, attraverso l'utilizzo di *software*, l'acquisto di migliaia di biglietti. L'associazione Codacons, come riportato dal giornale « *La Sicilia* » del 19 ottobre 2016, ha contribuito a formare una lista dei siti *internet* sospetti, proponendone la chiusura. A sua volta, il Presidente dell'Assomusica ha auspicato l'approvazione di una specifica normativa che disciplini la problematica. In particolare, la necessità che si arrivi a una regolamentazione del fenomeno nasce dalla considerazione dell'incremento del 17,2 per cento registrato a partire dal 2015 rispetto all'anno precedente.

Il *secondary ticketing,* oltre a danneggiare i consumatori finali, pone anche importanti problematiche circa l'appartenenza dei biglietti. La questione appare

facilmente risolvibile attraverso l'introduzione di biglietti nominativi, al fine di verificare l'effettiva fruizione dei biglietti e di contrastare l'acquisto di biglietti « in massa ».

In Gran Bretagna la necessità di regolamentare il fenomeno del bagarinaggio ha portato nel 2015 all'elaborazione, su richiesta del Governo, del *report* Waterson, confluito in otto raccomandazioni, volto a segnalare l'importanza di esercitare un controllo a livello nazionale affinché non vengano lesi i diritti dei consumatori stabiliti nel *Consumer Rights Act*, prevedendo a tale fine specifiche sanzioni pecuniarie. È inoltre evidenziata l'esigenza di prevedere sistemi più trasparenti e accessibili per ottenere informazioni chiare sui prezzi di vendita dei biglietti e delle diverse tipologie di costo. Si tratterebbe – riprendendo le espressioni utilizzate nelle raccomandazioni formulate – di una sorta di *milk cow*, per la tendenza a utilizzare mezzi poco ortodossi per aggirare i metodi convenzionali di compravendita di biglietti.

La presente proposta di legge ha dunque lo scopo di regolamentare il fenomeno del *secondary ticketing* al fine di prevenire e di contrastare possibili effetti distorsivi nel mercato della compravendita *on line* dei biglietti.

L'articolo 1 modifica i commi 545 e 546 dell'articolo 1 della legge 11 dicembre 2016, n. 232, (legge di bilancio 2017). In particolare, è prevista, ai sensi del comma 1, lettere *a)* e *b)*, la verifica dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, di concerto con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, nella vendita su siti *internet* di titoli di accesso ad attività di spettacolo, comminando, se del caso, salvo che il fatto non costituisca reato, sanzioni amministrative pecuniarie da 5.000 euro a 180.000 euro, ovvero, nei casi più gravi, ordinando l'oscuramento del sito *internet* con il quale la condotta viene posta in essere.

Viene inoltre prevista, dal comma 2, lettera *a)*, la possibilità di verificare il numero dei titoli venduti e di quelli disponibili.

L'articolo 2 introduce i commi 545-*bis*, 545-*ter*, 545-*quater*, 545-*quinquies* e 545-*sexies* nel citato articolo 1 della legge n. 232 del 2016 e disciplina le modalità di acquisto e di rivendita *on line* dei titoli di accesso ad attività di spettacolo.

Al comma 545-*bis* si prevede l'obbligo per le società operanti nel settore delle vendite *on line* di titoli di ingresso per concerti, opere teatrali, cinematografiche, sportive o eventi affini di dotarsi di sistemi efficaci atti a contrastare l'acquisto tramite strumenti automatizzati al fine di evitare l'alterazione della libera concorrenza.

Al comma 545-*ter* è introdotto l'obbligo di emissione di titoli di ingresso nominali per eventi con capienza superiore a 1.000 spettatori, previa indicazione degli estremi del documento di identità in corso di validità, al fine di garantire l'effettiva fruizione personale degli stessi e di impedire condotte fraudolente di acquisto e di rivendita.

Il comma 545- *quater* disciplina le modalità di controllo e di vigilanza all'entrata da parte dei gestori degli eventi, che possono dotarsi sia di personale proprio sia dei soggetti debitamente iscritti nell'elenco ivi individuato. Inoltre, è prevista la possibilità, su indicazione del prefetto o del questore previa autorizzazione del prefetto, di inviare ufficiali o agenti di pubblica sicurezza presso le postazioni di ingresso, al fine di tutelare l'ordine pubblico.

Il comma 545- *quinquies* fa salva la facoltà per il titolare del titolo di accesso di rivenderlo al prezzo nominale e senza rincari, ferma restando la possibilità per i siti *internet* di rivendita primari, i *box office* autorizzati ovvero i siti *internet* ufficiali dell'evento di addebitare congrui costi relativi unicamente all'attività di intermediazione prestata.

Infine, al comma 545-*sexies* si stabilisce che, salvo i casi consentiti di rivendita, nelle ipotesi in cui emerga la diversità tra il nominativo dell'acquirente e quello del fruitore, il titolo di ingresso verrà annullato, senza alcun rimborso.

PROPOSTA DI LEGGE

—

ART. 1.

(Modifiche all'articolo 1 della legge 11 dicembre 2016, n. 232).

1. Al comma 545 dell'articolo 1 della legge 11 dicembre 2016, n. 232, sono apportate le seguenti modificazioni:

a) le parole « e le altre autorità competenti » sono sostituite dalle seguenti: « , di concerto con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, »;

b) dopo le parole: « agendo d'ufficio ovvero su segnalazione degli interessati » sono inserite le seguenti: « e comminando, se del caso, le sanzioni amministrative pecuniarie previste dal presente comma »;

c) il terzo periodo è soppresso.

2. Al comma 546 dell'articolo 1 della legge 11 dicembre 2016, n. 232, è aggiunto, in fine, il seguente periodo: « A tale fine è assicurata la possibilità di verificare, tramite motori di ricerca *on line*, il numero dei titoli di ingresso realmente disponibili e acquistabili ».

ART. 2.

(Disposizioni in materia di vendita di titoli di accesso e disciplina dell'attività di rivendita di biglietti on line).

1. Dopo il comma 545 dell'articolo 1 della legge 11 dicembre 2016, n. 232, come modificato dalla presente legge, sono inseriti i seguenti:

« *545-bis* Qualsiasi società italiana o estera che operi nel settore delle vendite *on line* o come venditore al dettaglio di titoli di ingresso per concerti, opere teatrali, cinematografiche, sportive o qualsiasi evento di natura artistica o musicale dal vivo, deve dotarsi di sistemi efficaci atti a contrastare l'acquisto tramite strumenti automatizzati

suscettibili di alterare la libera concorrenza.

545-ter I titoli di accesso ad attività di spettacolo in impianti con capienza superiore a 1.000 spettatori sono nominali, comprensivi della chiara indicazione del nome, del cognome e del numero di un documento d'identità in corso di validità del soggetto che fruisce del titolo di accesso, nel rispetto delle disposizioni del codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196. L'accesso all'area dello spettacolo è subordinato al riconoscimento personale, attraverso controlli e meccanismi efficaci di verifica dell'identità del partecipante all'evento, compresi i minorenni.

545-quater. Gli organizzatori delle attività di spettacolo possono valersi della collaborazione dei propri dipendenti o dei soggetti iscritti nell'elenco di cui all'articolo 1 del decreto del Ministro dell'interno 6 ottobre 2009, pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 235 del 9 ottobre 2009, per la vigilanza e per il controllo all'accesso, nonché per la verifica del possesso dei titoli di ingresso in conformità con quanto previsto dall'articolo 5 del citato decreto del Ministro dell'interno 6 ottobre 2009. Al fine di salvaguardare l'ordine pubblico, in casi straordinari, il prefetto, o il questore su autorizzazione del prefetto, può inviare il personale di pubblica sicurezza per lo svolgimento dei compiti previsti dal presente comma, ai sensi del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza, di cui al regio decreto 18 luglio 1931, n. 733, e della legge 1° aprile 1981, 121.

545-quinquies. I siti *internet* di rivendita primari, i *box office* autorizzati o i siti *internet* ufficiali dell'evento assicurano la possibilità di rimettere in vendita singoli titoli di ingresso nominale, agendo da intermediari. Il biglietto così rivenduto a persone fisiche deve essere ceduto al prezzo nominale e senza rincari, ferma restando la possibilità per i siti *internet* di rivendita primari, per i *box office* autorizzati o per i siti *internet* ufficiali dell'evento di addebitare congrui costi relativi unicamente alla gestione della pratica di intermediazione e di modifica dell'intestazione nominale.

545-sexies. Salvo l'ipotesi di cessione autorizzata del titolo di ingresso nominale, nel caso di diversità tra il nominativo dell'acquirente e quello del soggetto che ne fruisce, i titoli di ingresso sono annullati, senza alcun rimborso ».

17PDL0049830