

LA BATTAGLIA TICKET ONE HA PRESENTATO UN ESPOSTO AD AGCOM CONTRO LE TRE PRINCIPALI PIATTAFORME

Mai più prezzi alle stelle: guerra ai bagarini online

—MILANO—

I «PROFESSIONISTI» del mercato online che ti rivendono i biglietti per un concerto «on the beach» di Jovanotti con ricarichi del 300-400% facendoli lievitare dai nominali 59,80 euro a 190-240, hanno le ore contate. O così, almeno, si spera. Oggi, infatti, in Italia battere il bagarinaggio si può grazie a leggi che, se applicate con correttezza, possono contribuire a sradicare il fenomeno definitivamente. A dirselene convinti sono Stefano Lionetti ed Andrea Grancini, rispettivamente amministratore delegato e direttore generale di TicketOne, società del gruppo tedesco Cts Eventim numero uno nel nostro paese per quel che concerne i servizi di biglietteria, marketing, informazione e commercio elettronico relativi agli eventi di musica, spettacolo, sport e cultura con un fatturato 2017 di 54 milioni di euro. E per mettere un punto di partenza forte, la società ha presentato ieri un esposto all'Agcom nei confronti delle tre principali piattaforme di secondary ticketing operanti in Italia: Viagogo, StubHub e MyWayTicket. «Se c'è

un pregio dell'attuale legislazione italiana sul secondary ticketing è la chiarezza», ha precisato l'avvocato Maurizio Bernardi dello Studio Piro-la nel corso di un incontro stampa indetto dagli stessi Lionetti e Grancini per parlare dell'iniziativa. «Oggi, nel nostro Paese, vendere biglietti di eventi pubblici a un prezzo superiore a quello nominale rappresenta un reato amministrativo, del quale si rendono colpevoli sia le persone fisiche che propongono la transazione sia le piattaforme che la ospitano».

DA QUI L'IMPULSO che pure Friends & Partner, la principale agenzia di artisti italiani (sempre della galassia Cts Eventim), ha dichiarato di voler sostenere annunciando di voler presentare lunedì prossimo un suo esposto all'Agcom. «Abbiamo consegnato all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni 180 pagine di attestazioni notarili di violazioni, grazie alle tecnologie di vendita digitali è facile risalire all'identità di chi rivende tagliandi a prezzo gonfiato», spiega Lionetti. «Secondo le normative vigenti dopo il decreto attuativo approvato nei giorni scor-

si, chiunque venda biglietti a prezzo maggiorato sul web, anche da privato a privato, rischia sanzioni tra i 5mila e i 180 mila euro, e i siti sui quali vengono effettuate tali transazioni possono essere oscurati su tutto il territorio nazionale». Proprio ieri s'è mossa pure l'Europa, vietando definitivamente in tutta l'Unione l'utilizzo dei «bot», vale a dire software capaci di compiere automaticamente un gran numero di acquisti simultanei non appena i biglietti di uno spettacolo compaiono su internet. Secondo TicketOne un'efficace attività di contrasto e repressione del secondary ticketing potrebbe vanificare l'adozione del biglietto nominativo, provvedimento temutissimo da tutta la filiera della musica per le difficoltà tecnico-organizzative che comporterebbe (file ai cancelli, maggiori costi, laboriose procedure per il cambio del nome sul tagliando) e per la disaffezione che potrebbe indurre negli acquirenti con pesantissime ripercussioni economiche. Sulla stessa linea Assomusica, l'associazione degli organizzatori e produttori di spettacoli di musica dal vivo.

Andrea Spinelli

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



TicketOne lancia l'allarme: con i biglietti nominali concerti a rischio caos

LINK: <https://www.lastampa.it/2019/03/30/spettacoli/ticketone-lancia-lallarme-con-i-biglietti-nominali-concerti-a-rischio-caos-kDwFUzAI9nlpWzDZRNE...>



Ultima modifica il 30/03/2019 alle ore 07:00 LUCA DONDONI milano Ieri è stato un giorno importante per la lotta contro il secondary ticketing in Italia. I vertici di TicketOne, l'amministratore delegato Stefano Lionetti e il direttore generale Andrea Grancini hanno convocato una conferenza stampa per fare il punto della situazione sulla lotta al mercato secondario e per proporre una soluzione rapida, efficace e definitiva grazie a un esposto ufficiale all'Agcom. La denuncia è stata fatta nei confronti delle tre principali piattaforme di secondary ticketing operanti in Italia: Viagogo, StubHub e MyWayTicket. Confortato dalla presenza dell'avvocato Maurizio Bernardi dello Studio Pirola, Lionetti ha dichiarato che «il pregio dell'attuale legge italiana contro il secondary ticketing è la chiarezza. Oggi è lampante quanto nel nostro Paese vendere biglietti di eventi pubblici a un prezzo superiore a quello nominale rappresenta un reato amministrativo del quale si rendono colpevoli sia le persone fisiche che propongono la transazione sia le piattaforme che la ospitano». Oggi chi rivende biglietti per concerti o eventi sportivi a un prezzo maggiorato può rischiare sanzioni tra i 5000 e i 180 mila euro e queste disposizioni in teoria basterebbero per stroncare il fenomeno. Peccato che dal 1° gennaio di quest'anno (giorno di entrata in vigore della legge) non siano mai state applicate. «Secondo noi - dice Grancini - l'applicazione del disposto di legge può rendere inutile l'adozione del biglietto nominale che, attenzione, dovrà essere emesso per i concerti dal 1° luglio 2019 in poi». TicketOne invita a riflettere sulle problematiche legate al biglietto nominale e sostiene che, se messa in pratica per come è stata scritta, questa legge scatenerrebbe un caos di enorme portata. «La complessità del cambio di nominativo - sostiene Lionetti - contrariamente a quanto avviene nel calcio richiederebbe la ri-emissione del biglietto, sigillo fiscale compreso e le code ai varchi chesi verificherebbero come conseguenza dei doppi controlli per accertare l'identità dei possessori dei biglietti sarebbero chilometriche». I disagi non sarebbero comunque imminenti, perché tutti gli eventi che si terranno nei mesi estivi sono già entrati in prevendita e gli obblighi citati non valgono. Certo, fa specie come alla conferenza stampa di TicketOne si sia presentato solo un rappresentante dei promoter (il «Director of ticketing» della Friends & Partners Riccardo Brambilla) che ha appoggiato l'iniziativa. Lionetti dice che TicketOne ha fatto una proposta al legislatore: «ci piacerebbe che si verificasse l'effettiva efficacia della prima parte del testo, quello che punisce chi fa bagarinaggio e offre un mezzo per farlo e si ripensasse alla semplificazione della seconda parte della legge, quella riguardante il biglietto nominale, possibilmente passando per una proroga che allontani la scadenza del prossimo 1° luglio, i disagi fuori da stadi, festival e palazzetti possano diventare oggetto di cronaca». Assomusica, l'associazione di categoria dei principali operatori italiani nel campo del «live promoting», ha appoggiato l'iniziativa di TicketOne: «Siamo contrari a ogni forma di bagarinaggio e i consumatori devono sapere che

con l'introduzione del biglietto nominativo i costi dei biglietti aumenteranno». La politica a questo deve dare una risposta perché il problema è estremamente serio e soprattutto imminente.

TicketOne: 'Il bagarinaggio online si può battere già da ora'. E presenta un esposto all'AGCOM contro le piattaforme di secondary ticketing

LINK: <https://www.rockol.it/news-702391/ticketone-esposto-all-agcom-contro-siti-secondary-ticketing>



NEWS | Industria / 29/03/2019 TicketOne: 'Il bagarinaggio online si può battere già da ora'. E presenta un esposto all'AGCOM contro le piattaforme di secondary ticketing Gli strumenti per stroncare la rivendita online dei biglietti di concerti ed eventi dal vivo a prezzi maggiorati ci sono già: l'Italia, in merito, ha "delle leggi che non hanno uguali in Europa", e che - se applicate correttamente - potrebbero risolvere del tutto, e in pochissimo tempo, il fenomeno del bagarinaggio online. Ne sono convinti i vertici di TicketOne, l'amministratore delegato Stefano Lionetti e il direttore generale Andrea Grancini, che hanno convocato una conferenza stampa oggi, venerdì 29 marzo, a Milano, per fare il punto della situazione sulla lotta al mercato secondario e, contestualmente, per proporre una soluzione rapida, efficace e definitiva. La novità principale è rappresentata da un esposto all'AGCOM, presentato poco prima dell'incontro, nei confronti delle tre principali piattaforme di secondary ticketing operanti in Italia: Viagogo, StubHub e MyWayTicket. "Non è niente di rivoluzionario, ma vogliamo che sia un punto di partenza forte", chiarisce Lionetti, che insieme all'avvocato Maurizio Bernardi dello Studio Pirola chiarisce, per punti, il progetto della controllata italiana del gruppo Eventim: "Il pregio dell'attuale legge italiana contro il secondary ticketing è la chiarezza", precisa Bernardi, "Oggi, nel nostro Paese, vendere biglietti di eventi pubblici a un prezzo superiore a quello nominale rappresenta un reato amministrativo, del quale si rendono colpevoli sia le persone fisiche che propongono la transazione sia le piattaforme che la ospitano". "Le piattaforme ormai le conosciamo, sono quelle nei confronti delle quali abbiamo presentato l'esposto", prosegue Lionetti: "E, grazie alle tecnologie di vendita digitali, all'identità di chi rivende tagliandi a prezzo gonfiato possiamo risalire con facilità. Abbiamo consegnato alle autorità 180 pagine di attestazioni notarili di violazioni. A questo punto, secondo le normative attualmente in vigore dopo il decreto attuativo approvato qualche giorno fa, chiunque venda biglietti a prezzo maggiorato sul Web, anche da privato a privato, può rischiare sanzioni tra i 5000 e i 180mila euro, e i siti sui quali vengono effettuate le transazioni possono essere oscurati su tutto il territorio nazionale". Disposizioni che, da sole, basterebbero per stroncare il fenomeno, ma che al momento non vengono applicate. Ma che - se impiegate, secondo TicketOne - potrebbero rendere inutile l'adozione del biglietto nominale, provvedimento che la filiera della musica dal vivo teme per le implicazioni organizzative ed economiche che potrebbero rivelarsi un effetto boomerang ai danni dei frequentatori dei live. Non solo per le mere conseguenze logistico/organizzative - "La complessità del cambio di nominativo, che, contrariamente a quanto avviene nel calcio, richiederebbe la remissione del biglietto, sigillo fiscale compreso", specifica Lionetti, "E le code ai varchi che si verificherebbero come conseguenza dei doppi controlli per accertare

l'identità dei possessori dei biglietti" - ma anche per le implicazioni relative alla conservazione e alla gestione dei dati sensibili raccolti durante le prevendite. Ecco, quindi, la proposta di TicketOne: verificare l'effettiva efficacia della prima parte del testo - quello che punisce chi fa bagarinaggio e chi offre un mezzo per farlo - e ripensare in termini di semplificazione la seconda parte della legge, quella riguardante il biglietto nominale, possibilmente passando per una proroga che allontani la scadenza del prossimo primo luglio, data dalla quale i biglietti per eventi di musica popolare dal vivo con capienza superiore alle 5000 unità dovranno per legge essere nominali. "Oggi come oggi, la legge anti secondary ticketing così com'è non rappresenta il meglio che possiamo offrire al pubblico", dice Lionetti: "Prima che i disagi fuoridati, festival e palazzetti diventino oggetto di cronaca, abbiamo deciso di muoverci e fare qualcosa. Perché, certamente, il nostro obiettivo è quello di debellare il secondary ticketing, ma anche di mantenere in perfetta salute l'industria della musica dal vivo". Industria che, al proposito, si è mossa in ordine piuttosto sparso. Mentre Assomusica, l'associazione di categoria dei principali operatori italiani nel campo del live promoting, ha esplicitamente appoggiato l'iniziativa di TicketOne per mezzo di una nota diffusa contestualmente alla conferenza stampa - "Siamo contrari a ogni forma di bagarinaggio ma i consumatori devono sapere che con l'introduzione dal 1° luglio del biglietto nominativo per i concerti dal vivo, i costi dei biglietti aumenteranno, cambiare il nome dell'utilizzatore non sarà una procedura veloce e si creeranno più code agli ingressi per i controlli", ha fatto sapere il presidente Vincenzo Spera - e Friends and Partners, per mezzo del proprio Director of Ticketing Riccardo Brambilla, intervenuto personalmente all'incontro, ha appoggiato l'iniziativa di Lionetti e Grancini - "Lunedì attiveremo il nostro ufficio legale per 'replicare' l'esposto di TicketOne" - gli altri attori del settore, sia promoter che artisti, hanno mantenuto un profilo estremamente basso per non dire inesistente. "La sensazione che il problema esista c'è, ma i promoter fanno fatica ad aggregarsi", ha spiegato Lionetti: "Ci siamo mossi un' autonomia per offrire uno spunto che ci piacerebbe venga allargato e condiviso. E' una nostra iniziativa, è vero, ma con la discussione non stavamo approdando a nulla". La palla, adesso, passa alla politica e alle autorità: "Con le istituzioni abbiamo sempre dialogato, e - ovviamente - continueremo a dialogare", ha confermato l'ad di TicketOne, "Siamo consci che l'AGCOM abbia problemi più ingenti - soprattutto dal punto di vista di volumi d'affari - da gestire, ma la nostra intenzione è quella di non abbassare la guardia. Anzi, diaumentare l'intensità dell'attività in questo senso non appena si presenterà l'opportunità di presentare alla legge in vigore le modifiche che stiamo proponendo". Non tutto il pubblico, in merito, ha una visione definita del problema: la convinzione che il secondary ticketing sia una sorta di inside job è radicata ancora in molti. "Ci sono paesi dove il secondary ticketing istituzionalizzato non scandalizza nessuno. E altri, come quelli anglosassoni, dove vietare la speculazione - anche 'casalinga' - viene vissuta come un'insopportabile violazione della libertà personale. Ma non è il caso dell'Italia. Abbiamo una legge votata da un governo eletto democraticamente che dice che non si possono rivendere biglietti a prezzo maggiorato. Punto. Poi, in base ai dati in nostro possesso, il bagarino tipo non è più il professionista che campa di secondary ticketing, ma lo studente o l'impiegato che ogni tanto arrotonda mettendosi in tasca 200 euro frutto della rivendita sulle piattaforme online. Incrociando i dati del nostro database di casi del genere, in questi ultimi anni, ne abbiamo contati tantissimi. Piaccia o meno, oggi come oggi, il bagarino è una persona normale".