

**COMMISSIONE VII  
CULTURA, SCIENZA E ISTRUZIONE**

**RESOCONTO STENOGRAFICO**

**INDAGINE CONOSCITIVA**

3.

**SEDUTA DI GIOVEDÌ 2 FEBBRAIO 2017**

PRESIDENZA DELLA PRESIDENTE **FLAVIA PICCOLI NARDELLI**

**INDICE**

	PAG.		PAG.
<b>Sulla pubblicità dei lavori:</b>		Blandini Gaetano, <i>Direttore Generale della SIAE</i> .....	4, 10
Piccoli Nardelli Flavia, <i>Presidente</i> .....	2	Bonaccorsi Lorenza (PD) .....	7
<b>INDAGINE CONOSCITIVA SULLA BIGLIETTAZIONE DELLO SPETTACOLO DAL VIVO</b>		D'Ottavio Umberto (PD) .....	8
<b>Audizione di rappresentanti di Ebay e della Società italiana degli Autori ed Editori (SIAE):</b>		McGowan Alasdair, <i>Vice direttore delle relazioni istituzionali di Ebay per l'Europa e il Mediterraneo</i> .....	2, 8
Piccoli Nardelli Flavia, <i>Presidente</i> .....	2, 3, 7, 8, 10, 12	Milzi Gennaro, <i>Direttore Ufficio Servizi in Convenzione della SIAE</i> .....	11

**N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: Partito Democratico: PD; Movimento 5 Stelle: M5S; Forza Italia - Il Popolo della Libertà - Berlusconi Presidente: (FI-PdL); Area Popolare-NCD-Centristi per l'Italia: AP-NCD-CpI; Sinistra Italiana-Sinistra Ecologia Libertà: SI-SEL; Lega Nord e Autonomie - Lega dei Popoli - Noi con Salvini: (LNA); Scelta Civica-ALA per la Costituente Liberale e Popolare-MAIE: SC-ALA CLP-MAIE; Civici e Innovatori: (CI); Democrazia Solidale-Centro Democratico: (DeS-CD); Fratelli d'Italia-Alleanza Nazionale: (FdI-AN); Misto: Misto; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-Partito Socialista Italiano (PSI) - Liberali per l'Italia (PLI): Misto-PSI-PLI; Misto-Alternativa Libera-Possibile: Misto-AL-P; Misto-Conservatori e Riformisti: Misto-CR; Misto-USEI-IDEA (Unione Sudamericana Emigrati Italiani): Misto-USEI-IDEA; Misto-FARE! - Pri: Misto-FARE! - Pri; Misto-UDC: Misto-UDC.**

PRESIDENZA DELLA PRESIDENTE  
FLAVIA PICCOLI NARDELLI

**La seduta comincia alle 14.**

**Sulla pubblicità dei lavori.**

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche tramite la trasmissione diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati.

**Audizione di rappresentanti di *Ebay* e della Società italiana degli Autori ed Editori (SIAE).**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno porta, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sulla bigliettazione dello spettacolo dal vivo, l'audizione di rappresentanti di *eBay* e di SIAE.

Ricordo che la nostra indagine conoscitiva è iniziata il 20 dicembre 2016 con l'audizione di Massimo Dona, presidente dell'Unione nazionale dei consumatori. Ulteriori audizioni si sono svolte il 19 gennaio scorso, con l'intervento di rappresentanti di *Barleys Arts*, *Ticketone* e *Trident Music*. Nel rivolgere un saluto di benvenuto ai partecipanti di oggi, faccio presente che sono in distribuzione le memorie pervenute. Ringrazio il dottor Alasdair McGowan, vice direttore delle relazioni istituzionali di *eBay* per l'Europa e il Mediterraneo. Per il prosieguo, invito i colleghi a parlare lentamente, in modo da consentire agli interpreti un lavoro più agevole. Do la parola al vice direttore delle relazioni istituzionali di *eBay* per l'Europa e il Mediterraneo, il dottor Alasdair McGowan.

ALASDAIR MCGOWAN, *Deputy Head Government Relations EMEA*. Grazie, si-

gnora presidente. Ringrazio la Commissione, che ci ha consentito di essere qui per parlare di un tema molto importante e di grande interesse. Parlerò brevemente, utilizzando prima un'introduzione su *eBay* e poi parlerò di *StubHub*.

Immagino che molti di voi conoscano *eBay*. Si tratta di una grande piattaforma, che consente la vendita e la rivendita di numerosi e differenti articoli in tutto il mondo, inclusa l'Italia. *StubHub* è leggermente diversa, in quanto è dedicata esclusivamente ai biglietti per eventi. L'abbiamo concepita per fornire uno strumento più sicuro, sul quale acquistare biglietti in maniera sicura con un programma di garanzia per i *fan*. C'è la garanzia dei pagamenti tra acquirenti e venditori e c'è un sistema che consente di trattenere il pagamento per garantire che il venditore riceva il denaro, una volta che l'acquirente abbia dimostrato di aver ricevuto il biglietto. Tutto è in linea con quanto è stato detto, affinché tutte le parti siano soddisfatte della transazione e affinché possano escludersi problemi. Nel caso in cui il biglietto non fosse utilizzabile, ne verrà emesso uno sostitutivo o, in casi estremi, si procederà al rimborso totale. Il tasso di frode è bassissimo: su *StubHub* è dello 0,01 (da parte dei venditori), il che vuol dire che i consumatori dispongono di un'eccellente forma di garanzia.

PRESIDENTE. Credo lei possa ancora spiegarci come funziona la piattaforma per la vendita dei biglietti; successivamente lasceremo spazio, dopo aver sentito anche la SIAE, a eventuali interventi dei parlamentari.

ALASDAIR MCGOWAN, *Vice direttore delle relazioni istituzionali di Ebay per l'Europa e il Mediterraneo*. Grazie. Credo

sia importante ricordare che, in molti casi, il mercato secondario esiste perché i *fan* cercano un luogo in cui fare compravendita di biglietti. Noi stessi spesso cerchiamo di rivendere i biglietti che non possiamo più usare, perché sono cambiate le circostanze. Credo sia molto importante per i consumatori avere un posto dove rivendere un biglietto, se gli organizzatori degli eventi non prevedono la possibilità di un rimborso. Inoltre, bisogna ricordare che i consumatori non pagano soltanto il valore del biglietto, ma anche le tasse e le spese di spedizione oltre alle commissioni di carte di credito o altri *extra* correlati all'evento, per cui è importante consentire il recupero di alcune voci di pagamento, in caso di rivendita. Il beneficio di queste piattaforme è legato alla sicurezza della rivendita dei biglietti, fondamentale sia per gli acquirenti che per i venditori. Si effettuano numerose verifiche sul nostro sito per controllare che i venditori siano presenti su un *database*. Anche i prezzi sono sottoposti a controllo, perché trattenere il pagamento avvenuto tra acquirente e venditore comporta un contatto con gli istituti di credito, per garantire che la *due diligence* sia rispettata. Queste sono le condizioni sulle quali si basa la nostra piattaforma, che svolge un servizio di intermediazione tra acquirente e venditore. Si tratta di un servizio molto utile, soprattutto quando un *fan* vuole rivendere il suo biglietto. A volte, le persone usano i nostri siti per svolgere attività economiche, per fare *business*.

Per fare un esempio dell'utilità del mercato secondario, si può pensare alle difficoltà di chi, recandosi in Italia come turista, voglia recarsi ad un evento, a reperire il biglietto sul mercato primario, perché i biglietti sono esauriti poiché sono stati venduti quattro o sei mesi prima dell'evento. Quindi, se un turista vuole venire qui e vuole comprare un biglietto all'ultimo minuto, spesso si rivolge al mercato secondario. Anche questo è un servizio utile per i consumatori; si tratta di un'attività assolutamente legittima che deve essere incoraggiata, ma mi rendo conto

che ci sono alcune preoccupazioni al riguardo, legate al fatto che spesso si è costretti a pagare un prezzo molto più alto del valore del biglietto.

Voglio richiamare l'attenzione della Commissione su alcuni studi che abbiamo svolto nel Regno Unito. Il professor Michael Waterson, su incarico del Governo britannico, ha condotto uno studio molto accurato e ha concluso il suo lavoro affermando che porre un tetto massimo al prezzo non è efficace e può portare a conseguenze non volute e inattese. È stato dimostrato, negli Stati Uniti o altrove, che una normativa sui tetti massimi non fa che spingere lo scambio e la rivendita dei biglietti su piattaforme non sicure, ma sulla strada o su altri siti, dove non c'è tutela dei consumatori. Le conseguenze sono negative per i consumatori e per le autorità, anche in Italia. Sappiamo che in Italia, nella legge di bilancio, è stato inserito un emendamento, il cui obiettivo è quello di contrastare l'elusione e l'evasione fiscale. Voglio dire che, se si spinge il mercato fuori dalle nostre piattaforme o da altre che garantiscano analoghi livelli di sicurezza, si incoraggia l'evasione fiscale, perché, se la rivendita avviene sulle nostre o su piattaforme analoghe alla nostra, si pagano le accise o le imposte come quella sul valore aggiunto, quindi non c'è evasione e il fisco italiano incassa quanto dovuto perché i venditori sono tenuti a versare l'imposta.

Questo tipo di mercato esiste da molto tempo, ancor prima della nascita di *eBay* e di *StubHub*. Ci sono, infatti, prove storiche che lo dimostrano. Anche ai tempi del Colosseo ci sarebbe stata la rivendita di biglietti. Vorrei inoltre ricordare che la concorrenza va mantenuta, anche proteggendo i consumatori. Grazie.

**PRESIDENTE.** Ringrazio il dottor McGowan per il suo intervento, che ha toccato tanti punti, compresi alcuni studi specifici che sono di nostro interesse e dei quali potremmo chiedere la documentazione. Proseguiamo ora con le altre audizioni. Saluto il dottor Martone e la dottoressa Rubello, che accompagnano il nostro ospite, e passo alla Società italiana degli autori

ed editori, che è già stata molte volte in Commissione, con l'audizione del direttore generale, il dottor Blandini, accompagnato dall'avvocato Agoglia, direttore dell'ufficio legislativo, e dal dottor Milzi, direttore dell'ufficio servizi in convenzione. Do la parola al dottor Blandini.

GAETANO BLANDINI, *Direttore Generale della SIAE*. Grazie, presidente. Grazie, intanto per l'invito. Porto il saluto, a lei e agli onorevoli parlamentari, del nostro presidente Filippo Sugar, insieme alle sue scuse, perché avrebbe voluto rappresentare la società, ma, avendo un impegno calendarizzato da molto tempo, non è riuscito a venire.

Le considerazioni che abbiamo ascoltato dal dottor McGowan sono certamente suggestive. Le condividiamo solo in minima parte e, in particolare, per quanto si riferisce alla fiscalità, perché il sistema italiano è realmente diverso, ma lo dico senza alcuna vena polemica.

Abbiamo depositato agli atti una relazione tecnica molto articolata, che è a disposizione degli onorevoli parlamentari. Se poi ci saranno domande di contenuto tecnico, mi avvarrò della collaborazione del dottor Milzi, visto che tra le sue responsabilità rientra anche quella della gestione delle biglietterie automatiche ed elettroniche.

La certificazione degli incassi nel settore degli spettacoli e degli intrattenimenti avviene attraverso alcuni sistemi automatizzati, che sono resi funzionanti da carte di attivazione, tecnicamente chiamate « *smart card* », fornite dalla SIAE agli operatori, in collaborazione con l'Agenzia delle entrate. Questi sistemi rilasciano i titoli di accesso (i biglietti), che consentono di trasmettere periodicamente alla SIAE, anche per il trasferimento all'Agenzia delle entrate, tutti i dati degli incassi giornalieri e mensili in via telematica. Il mandato che noi abbiamo, perché svolgiamo un servizio per conto dell'Agenzia delle entrate, riguarda tutta la parte di verifica, inizializzazione, funzionamento e controllo di tutti i sistemi di biglietteria automatizzata. Forniamo, come ho detto, queste carte agli interessati con tutte le

relative specifiche tecniche e funzionali. Inoltre, provvediamo alle operazioni di verifica di conformità dei sistemi di biglietteria e svolgiamo anche un'attività amministrativa di informazione e assistenza ai contribuenti e agli organizzatori, quindi anche ai titolari dei sistemi di biglietteria.

Sotto il profilo tributario, la normativa prevede due figure. La prima è quella dell'organizzatore dell'evento, il soggetto di imposta responsabile della manifestazione di spettacolo. La seconda figura è quella del titolare del sistema di biglietteria, responsabile del funzionamento del sistema e della trasmissione di tutti i dati in via telematica.

Il mercato secondario è un mercato importantissimo: ecco perché c'è tutto questo interesse da parte degli operatori. Si tratta di un mercato che nel mondo vale circa 8 miliardi di dollari, più o meno come il mercato della cocaina. Come viene alimentato? Purtroppo, non da una figura, che a questo punto può essere ricordata quasi con tenerezza, cioè quella del bagarino che, fuori dallo stadio, vendeva il biglietto per sbarcare il mese. Alcune di queste piattaforme compiono dei veri e propri rastrellamenti di biglietti, utilizzando dei sistemi chiamati tecnicamente « *bot* », per rivenderli a prezzi maggiorati da dieci a cinquanta volte, a seconda dell'evento. È di assoluta evidenza che, se uno spazio fisico o uno stadio può contenere 50.000 persone e sono in 500.000 a chiedere di assistere all'evento, 450.000 persone necessariamente rimarranno fuori. È altrettanto evidente che i biglietti si devono immettere correttamente. Come rappresentanti degli autori e degli aventi diritto, siamo grati al Parlamento della norma approvata nell'ambito della legge di stabilità, la cui *ratio* primaria non è quella di tutelare l'erario dello Stato, o meglio è anche quella, ma è innanzitutto quella di tutelare il consumatore, perché non tutti gli utenti vengono messi in condizione di uguaglianza e di poter fruire di quello spettacolo.

Mi consenta, Presidente, una piccola digressione, perché noi stiamo facendo atti, denunce e verifiche. Sul caso dell'e-

vento di Vasco Rossi, in questi giorni ci sono arrivate 80 segnalazioni, alcune delle quali sono state girate alla magistratura. Per rendere l'idea, vorrei fare un esempio. La signora Irene, (citerò solo il nome), questa mattina, mi ha scritto: «*Caro direttore, sono arrabbiatissima, perché avevo promesso a mia figlia di portarla al concerto di Ed Sheeran*». Poi, ha aggiunto: «*sa qual è il risultato? Mia figlia mi dirà che i suoi amici sono più furbi perché su Viagogo, spendendo di più, sono riusciti a comprare il biglietto. Per colpa della mia correttezza, verrò catalogata come stupida e lei non vedrà il concerto*». Ho già chiamato l'amministratore delegato di *Ticketone* e i primi biglietti che faremo annullare — lo dico perché sono certo, Presidente, che li faremo annullare — verranno offerti a questa ragazzina a prezzo normale.

Quanto ho detto è ovvio, essendoci in gioco tanti danari e tanti interessi, ma — lo dico con orgoglio da cittadino italiano e non da dirigente della SIAE — attualmente il nostro Paese, per la legislazione in materia, è all'avanguardia. Negli Stati Uniti, uno degli ultimi atti firmati dal Presidente Obama riguarda una norma federale, che vieta l'utilizzo di sistemi *bot* per fare acquisto massivo di biglietti da rivendere sul mercato secondario. Non è coinvolto il singolo cittadino e neanche la legge italiana lo punisce. Infatti, la norma, che voi conoscete avendo concorso ad approvarla, esclude da qualsiasi tipo di sanzione i cittadini che, tra di loro, collocano titoli di accesso ad attività di spettacolo in modo occasionale e senza finalità commerciali. Ripeto che la normativa italiana è all'avanguardia rispetto a qualsiasi Paese del mondo. Spero anche che i decreti di attuazione, che, come immagino sappiate, sono in corso di redazione da parte delle amministrazioni competenti, trovino il giusto punto di equilibrio. La norma italiana si propone di tutelare: l'interesse di tutti i cittadini consumatori, anche se non tutti potranno comprare, perché c'è tanta richiesta; l'interesse degli artisti, perché il diritto d'autore si paga sul valore nominale e non sulla rivendita

dieci volte superiore; l'interesse dell'erario dello Stato e, da ultimo, la correttezza rispetto a tutti gli operatori del mercato. Lo dico perché ci sono operatori che sottraggono biglietti al mercato, essendo anche organizzatori: è il caso di un operatore specifico, contro il quale abbiamo presentato denuncia alla procura della Repubblica di Milano. Ora non entro nel merito, per rispetto al magistrato che sta indagando, ma si possono immaginare quali siano le conseguenze, se un organizzatore che è anche proprietario di una piattaforma, al posto di 50.000, mette in vendita 25.000 biglietti, perché gli altri 25.000 passano alla sua piattaforma, dove li rivende a un prezzo cinquanta volte più alto. Non devo aggiungere altro, perché siete persone certamente attrezzate a capire la conseguenza di quest'atteggiamento. Ripeto che la norma non vuole colpire il singolo cittadino che non può andare al concerto e si rivende il biglietto o il ragazzino che guadagna 20 euro in più per poter fare la ricarica del suo telefonino. Non siamo talebani e sono certo che voi lo siate meno di noi. In estrema sintesi, questo mercato calpesta i diritti dei consumatori e riduce il margine di guadagno degli organizzatori perbene, mettendo in posizione dominante gli organizzatori che fanno quello che dicevo poc'anzi. Inoltre, questo tipo di mercato comprime i compensi e i diritti degli artisti, senza i quali non ci sarebbe nessun evento. Infatti, l'evento non ha luogo perché esistono le piattaforme, ma perché esistono gli artisti, quelli che creano la musica, il teatro, la danza e le varie forme di arte. Infine, questo tipo mercato limita anche la diffusione della cultura, inibendo la creazione di più posti di lavoro nel settore.

Noi, comunque, abbiamo presentato una serie di denunce, di cui troverete maggiori dettagli nella documentazione. Abbiamo anche deciso di fare un *test*, con uno dei nostri associati più importanti: Vasco Rossi. Dopo le evidenze pubbliche, che ci sono state e che certamente conoscete, Vasco Rossi ha deciso di abbandonare l'organizzatore storico dei suoi concerti, ma



anche quelli che da sempre curavano la sua biglietteria. Per la festa dei suoi quarant'anni di carriera, il prossimo 1° luglio al Parco Enzo Ferrari di Modena, Vasco Rossi ha scelto un nuovo gestore della biglietteria: la *Best Union*. La biglietteria è stata affidata a condizione che la *Best Union* concordasse con noi la *policy* di vendita dei biglietti e il controllo delle vendite. Finora, per questo specifico evento, abbiamo ricevuto, per *e-mail*, 80 segnalazioni documentate e, in concorso con *Best Union*, su una vendita di oltre 190.000 biglietti, a oggi, ne abbiamo già annullati 1.200. Stiamo cercando di tracciare anche le vendite del mercato secondario, con l'aiuto di chi lo può fare. Il tema del controllo delle carte di credito è il cosiddetto «ultimo miglio»: noi possiamo fare tutto, ma non possiamo verificare chi c'è dietro la carta di credito, possono farlo soltanto l'Agenzia delle entrate o il magistrato, per il tramite della Guardia di finanza. Segneremo tutti i casi e cercheremo non solo di far annullare i biglietti, ma quelli che ci sfuggono, essendo tracciati, saranno intercettati all'ingresso e ai possessori non sarà consentito entrare. Abbiamo peraltro lanciato una petizione firmata da più di mille artisti - petizioni analoghe sono state firmate in Gran Bretagna - per chiedere ai cittadini di fare come la signora Irene, ossia di non comprare i biglietti a un prezzo maggiorato, alimentando così un mercato che non è legale e danneggia tutto l'ecosistema della musica.

Premesso tutto questo, stiamo comunque parlando, presidente, di 20-25 eventi l'anno: i biglietti diventano introvabili per quattro o cinque *tour* di grandi artisti italiani e per una quindicina di grandi artisti internazionali, che, a rotazione, ogni anno fanno eventi nel nostro Paese. Per il resto degli spettacoli, i biglietti si trovano. Mi rendo conto che ci sono - lo dico per l'ultima volta e non vi annoio più - interessi economici tali, che ovviamente portano a suggestioni diverse, anche molto simpatiche, perché il *dynamic pricing* è una cosa, come direbbe mio figlio, «fighissima». Detto questo, vi risparmio tutto

il resto che è stato fatto e che è dettagliato nella documentazione, perché è giusto lasciare spazio alle vostre domande.

Abbiamo cercato anche di indicarvi qual è il *test* che stiamo facendo, come tipo di *policy* di vendita e di comunicazione verso gli utenti. Vi ripeto che si tratta di un *test*, perché poi ci sarà una norma di legge, che speriamo sia la più equilibrata possibile - mi riferisco al decreto d'attuazione - nella mediazione tra l'interesse del cittadino consumatore, gli interessi degli autori eccetera, senza affossare lo sviluppo del mercato. Lo dico perché con norme draconiane o talebane si rischierebbe di fare questo. Speriamo, quindi, che le amministrazioni siano equilibrate. Noi, se ci sarà richiesto, concorreremo a fornire il nostro *know-how*.

Rispetto all'evento di Vasco Rossi, abbiamo cercato, d'intesa con il responsabile della vendita di biglietti, di limitare il numero dei biglietti acquistabili *online* per singola transazione e di definire un numero limitato di transazioni effettuabili con la medesima carta di credito, di avere la massima tracciabilità economica di ciascuna transazione e di stampare sul biglietto il nominativo dell'acquirente, come deterrente. Come certamente sapete, la nostra legislazione prevede l'obbligo del biglietto nominativo solo per gli stadi, come misura voluta dal Governo e approvata dal Parlamento per problemi di ordine pubblico. Purtroppo, il mondo è pieno di pazzi e assassini, per cui anche per i concerti, da molto tempo, c'è un problema di sicurezza. Mi riferisco agli eventi accaduti in Francia e in altri Paesi. Nei concerti, non ci sono motivi di ordine pubblico, perché molto spesso vi si recano ragazzi e famigliole, quindi una realtà diversa da quella che c'era e che adesso, per fortuna, è molto più limitata, negli stadi italiani. Anche in questo caso, bisogna capire se mettere il nome o meno sui biglietti. Le assicuro, Presidente, che anche negli stadi, non nelle tribune, ma nelle curve - lo so perché mi è stato mostrato dai nostri ragazzi a San Siro o a Napoli o in altri stadi - i ragazzi cosiddetti «ultra» si mettono d'accordo e,

in 5.000 o 10.000, a un segnale convenzionato, passano tutti insieme dai tornelli. A quel punto, non li controlla più nessuno e non si conoscono nomi o cognomi, né si sa in quanti siano entrati; quindi anche il biglietto nominativo potrebbe non essere del tutto utile.

Ho accennato alle misure che ci sono negli Stati Uniti a livello federale e a livello locale. Nello Stato di New York, il governatore Cuomo ha promosso l'introduzione di una disposizione che considera reato l'utilizzo di alcuni sistemi per l'acquisto massivo. Sicuramente esistono sistemi e mezzi, anche tecnici, come l'utilizzo dei CAPTCHA, il superamento di alcuni vincoli o il biglietto nominativo, di cui ho già parlato; certamente c'è ancora molto da poter fare, come troverete nella nostra relazione. Mi auguro che questa sia utile anche per il vostro lavoro di parlamentari.

Addirittura, in Inghilterra si stanno sperimentando - se sbaglio, mi correggerà il dottor Milzi - nuovi sistemi, grazie ai quali, per alcuni eventi, bisogna presentarsi a teatro o dove si tiene lo spettacolo col biglietto e con la stessa carta di credito utilizzata per l'acquisto.

Il tema è certamente aperto, però credo che l'interesse principale da tutelare sia quello dei cittadini consumatori, perché spesso tutti i soggetti interessati al mercato secondario, siano essi organizzatori o piattaforme, hanno come unico interesse quello della maggiorazione del prezzo. Poi, ci possono essere regole e garanzie, e sicuramente *eBay* è tra gli operatori in assoluto più corretti sul mercato e, pertanto, non voglio rivolgere alcun tipo di accuse ai nostri amici. Peraltro, sono anche un cliente, perché mio figlio fa continuamente acquisti su *eBay*.

Detto questo, credo che il Parlamento sia chiamato a studiare una norma che possa salvaguardare tutti gli interessi in gioco. Speriamo che questo accada rapidamente, perché - lo ripeto - una volta tanto il nostro Paese è all'avanguardia assoluta nel combattere questo fenomeno. Grazie, onorevole Presidente.

PRESIDENTE. Grazie, direttore generale. Passiamo immediatamente alle domande dei nostri parlamentari. Come voi sapete bene, la speranza è che il materiale, che noi raccogliamo con queste audizioni, possa servire perché quei decreti di attuazione tengano conto dell'equilibrio, di cui si parlava, nel tutelare il ragazzo che rivende il biglietto perché non lo usa, ma anche il consumatore che deve essere costretto a pagare un biglietto per cifre spropositate: un equilibrio non facilissimo, come ci siamo resi conto nelle audizioni fatte finora.

Nel chiedere ai colleghi chi vuole intervenire, vorrei presentarli: l'onorevole Ghizzoni, l'onorevole Rocchi e l'onorevole Carocci del Partito Democratico; l'onorevole Di Benedetto del Movimento 5 Stelle; l'onorevole Bonaccorsi, che ha sostenuto e voluto quest'indagine conoscitiva; l'onorevole D'Ottavio e l'onorevole Dallai del Partito Democratico.

LORENZA BONACCORSI. Grazie, presidente. Ringrazio ovviamente tutti i partecipanti, dal dottor McGowan di *eBay*, ai rappresentanti della SIAE. Vorrei mettere un po' a fuoco il ragionamento e il lavoro che intendiamo fare per capire meglio il fenomeno. È chiaro che esso, come abbiamo anche visto e analizzato nelle scorse audizioni, non è nuovo. Il bagarinaggio è un fenomeno noto a tutti da molti anni, ma, nel mercato digitale, si è espanso all'ennesima potenza ed è diventato un mercato, come ricordava il dottor Blandini, così ricco da far gola a tanti. Da questo punto di vista, per sostenere questa sfida, riteniamo che il Parlamento debba riuscire a capire tutti i meccanismi e soprattutto tutte le implicazioni, tenendo conto dell'equilibrio, di cui parlava anche il Presidente, che è tanto complicato mantenere.

Nell'indagine presentata da *eBay* si dice che quasi due terzi degli italiani (il 63 per cento) credono che un biglietto acquistato diventi loro proprietà personale e che debbano poter avere il pieno controllo sul suo utilizzo: il che sarebbe corretto, di fatto. Poi, è stato anche detto che un ragazzo che compra un biglietto può ri-

venderlo su una piattaforma sicura eccetera. In tal senso, è chiaro che noi dobbiamo tentare di fermare il meccanismo che si muove su altri siti, con altre dimensioni e per altre finalità: il punto di equilibrio sarebbe questo, ma non mi è chiarissimo, come non lo è a nessuno, altrimenti avremmo già risolto il problema. Io vengo da questo mestiere, avendo lavorato per tanti anni all'*Auditorium* Parco della musica di Roma, dove, come raccontavo anche l'altra volta, tanti anni fa ci fu il primo concerto di Ligabue con i biglietti nominativi. Mi pare questo risalga a sette o otto anni fa. E vero che all'*Auditorium* i posti sono solo 3000, anche nella sala grande, ma ci fu uno scandalo, una sollevazione popolare a Roma, eppure non successe nulla e il concerto andò benissimo. Non sono una sostenitrice del biglietto nominativo, ma lo racconto per descrivere una certa evoluzione dei meccanismi di cui tenere conto e soprattutto da proiettare nel futuro. Non è facile riuscire a trovare i meccanismi e l'equilibrio che consentano di dire a qualcuno che non può entrare ad un concerto perché i suoi biglietti sono stati comprati nel mercato secondario. Ho un po' di difficoltà a credere che sia possibile farlo se questa ipotetica persona ha comprato un biglietto a 2.000 euro; ritengo che sia complicato per noi intervenire, a meno che non venga colto in flagrante. Si tratta di un equilibrio molto difficile da raggiungere.

Credo, però, che sia necessario da parte nostra lavorare, come diceva il dottor Blandini, sugli organizzatori, perché rappresentano il nodo di crisi. La settimana scorsa, a Milano, c'è stato un convegno importante e gli organizzatori si sono appellati a un'etica di immissione dei biglietti nel mercato ufficiale: quindi è chiaro che lo snodo è quello. Questa è l'intenzione dell'indagine conoscitiva e, comunque, riteniamo che il passo fatto con l'emendamento introdotto nella legge di bilancio sia un passo importante. Grazie.

UMBERTO D'OTTAVIO. Ho chiesto di intervenire perché, insieme con altri colleghi, abbiamo presentato una proposta di

legge che va esattamente nella direzione illustrata prima dal dottor Blandini della SIAE; quindi il fatto che sia già in programma un grande evento, che sostanzialmente raccoglie l'auspicio di quella proposta, in qualche modo ci riempie di soddisfazione e sarà anche interessante capire come andrà a finire. Sicuramente l'esperienza andrà bene, anche perché, come è stato detto prima, quando si fa il biglietto nominativo, alla fine non ci sono problemi.

Abbiamo l'opportunità, oggi, di avere in audizione il dottor McGowan, che rappresenta, forse, la piattaforma più importante di scambio e di acquisto tra le persone. Vorrei chiederle se pensa davvero che vendere un biglietto attraverso la sua piattaforma sia la migliore garanzia perché tutto funzioni bene. Mi riferisco sostanzialmente alla possibilità di concordare o trovare delle modalità, per cui, dopo aver comprato un biglietto, in caso di impossibilità a partecipare all'evento, si voglia rivenderlo e rientrare dei soldi spesi. Il fatto che questo possa avvenire attraverso la vostra piattaforma può essere considerato una garanzia? Vi chiedo se vi sentite di rappresentare un elemento di garanzia.

PRESIDENTE. Non essendoci altri interventi, do la parola ai nostri ospiti per una breve replica.

ALASDAIR MCGOWAN, *Vice direttore delle relazioni istituzionali di Ebay per l'Europa e il Mediterraneo*. Grazie. A proposito delle garanzie di cui lei ha parlato, abbiamo il programma *Fan Protect Guarantee*, che funziona su *StubHub*. Offriamo questa garanzia proprio perché siamo coinvolti nelle transazioni tra acquirenti e venditori e vogliamo garantire ai compratori che, se ci sono problemi, perché quello che è stato acquistato non corrisponde a quello che è stato pubblicizzato prima, si può ottenere un biglietto sostitutivo ovvero, in caso questo non sia possibile, un rimborso totale.

Brevemente, signor Presidente, vorrei rispondere ad alcune affermazioni che ho



sentito a proposito anche della SIAE. Per quanto riguarda la portata di questo mercato, è importante guardarlo dalla prospettiva giusta. In merito agli eventi più importanti e più clamorosi che sono stati oggetto di attenzione da parte dei *media* e anche in Parlamento: mi riferisco ai biglietti per i Coldplay per i quali, in termini di vendite sul nostro sito, meno dello 0,7 per cento dei biglietti è stato venduto per entrambe le date di Milano. Dei biglietti per gli U2, risulta lo 0,2 per cento di biglietti venduti. Per i biglietti di Vasco Rossi, abbiamo venduto soltanto due biglietti in totale, quindi si tratta di numeri molto bassi. Anche per la partita Napoli-Real Madrid abbiamo venduto lo 0,4 per cento dei biglietti. I numeri, quindi, sono relativamente piccoli.

In relazione ai problemi che sono stati sollevati sui biglietti non messi in vendita subito, posso dirvi che, negli Stati Uniti, a New York, più del 50 per cento dei biglietti per un evento non sono stati messi in vendita al pubblico. Ci sono state le prevendite ai titolari di particolari carte di credito o ai titolari di alcuni abbonamenti di telefonia o anche agli addetti ai lavori; quindi il 16 per cento di questi biglietti spesso finisce nelle mani degli addetti ai lavori. Effettivamente, anche nel Regno Unito, in relazione ai maggiori eventi sportivi o alle partite del Sei Nazioni del *rugby*, abbiamo visto che soltanto l'1 per cento dei biglietti sono stati venduti sul nostro sito. Questa è una prospettiva importante di cui tener conto.

A proposito dei prezzi, bisogna ricordare, anche se non ho cifre specifiche per l'Italia, che, per esempio nel Regno Unito, quasi il 40 per cento dei biglietti viene venduto al di sotto del valore nominale, mentre la percentuale è più alta negli Stati Uniti. Alcuni arrivano sul nostro sito e sono disposti a pagare molto più del valore nominale. In altri casi, le persone sono disposte a pagare un po' più del valore nominale, ma non tanto di più, e alcune cercano i biglietti con un prezzo leggermente al di sotto del valore nominale. Questa è la logica dei prezzi in questo mercato, perché il valore dei bi-

glietti sale e scende in maniera clamorosa, a seconda del tipo di evento o se si acquista un giorno prima dell'evento. A volte, si trovano biglietti a prezzi stracciati il giorno prima, perché chi li ha acquistati se ne vuole sbarazzare.

È importante ricordare che noi abbiamo lavorato per la tutela dei consumatori anche insieme alle autorità spagnole, in Catalogna per esempio, per garantire che i biglietti potessero essere venduti su piattaforme in grado di proteggere i consumatori. Sul nostro sito, non accade ciò che, invece, accade altrove: per strada o sui *social media*, su *Facebook*. È importante, quindi, incoraggiare l'uso di piattaforme sicure.

A proposito dei sistemi *bot*, ci siamo battuti a lungo per una disciplina della loro attività, affinché fosse vietato comprare enormi quantità di biglietti, e abbiamo sostenuto la necessità che i *fan* potessero comprare sul mercato primario. Bisogna affrontare, quindi, con la legislazione adatta questi aspetti. Anche a Washington si è legiferato perché l'utilizzo dei *bot* fosse proibito. Addirittura, sono in vendita *software* che consentono di acquistare in massa i biglietti proprio attraverso i *bot*, per poche centinaia di dollari. Inoltre, ci sono *botnet*, reti di *bot*, che funzionano su varie piattaforme.

Per quanto riguarda i biglietti nominativi, non ci opponiamo in linea di principio, ma è importante che ciò non ne blocchi la rivendita o il trasferimento. Bisogna stare molto attenti a non creare un sistema, per cui il venditore originale sia l'unico a poter vendere e rivendere il biglietto. Sarebbe un danno per tutti. Bisogna poter rivendere i biglietti su una piattaforma di propria scelta. Inoltre, bisognerebbe consentire il trasferimento dei biglietti, anche se sono nominativi, affinché sia possibile cancellare eventualmente il nome del proprietario originario e emettere, al posto di questo, un altro biglietto nominativo. Bisogna garantire che i biglietti nominativi non vengano creati per restringerne le possibilità di trasferimento.

Per quanto riguarda l'attività norma-

tiva, abbiamo parlato di 20-25 eventi, all'anno. Sappiamo che la portata dell'evento è importante per determinare il numero di biglietti da mettere in vendita. Ora, se si guarda al Regno Unito o agli Stati Uniti, c'è stato un allentamento delle norme. La mia raccomandazione a questa Commissione è di pensare a come incoraggiare le piattaforme che operano correttamente. Noi siamo una garanzia in questo senso, come *Getmein* e *Viagogo*. Bisogna aumentare le loro capacità di garanzia affinché le persone possano acquistare su quelle piattaforme in modo sicuro. Capisco le preoccupazioni che avete a proposito dei prezzi e dell'accesso, ma la nostra esperienza nei vari settori è tale per cui l'unico modo, per sostenere il raggiungimento di questi obiettivi, come l'accesso dei cittadini, dei *fan*, è di renderne più facile l'accesso al mercato primario. È impossibile controllare la circolazione del denaro, ma è importante fermare i *bot*. Non so quanti di voi hanno avuto esperienze di acquisto di biglietti. Per esempio, si potrebbe pensare di vendere in fasi successive i biglietti, o di venderli a determinate cerchie di persone in varie fasi. Questo sarebbe un modo più *consumer friendly*. È fondamentale tenere conto della domanda e dell'offerta. L'offerta viene decisa dagli organizzatori dell'evento, perché decidono sia quanti biglietti mettere in vendita, sia quanto tempo prima dell'evento. Alla fine di tutto, l'attività legislativa non incide né sulla domanda né sull'offerta. Per i 20-25 eventi annui, sono molte le persone disposte a pagare cifre molto più alte del valore nominale del biglietto. Per questo motivo, porre vincoli legislativi è un rischio, che va a scapito spesso della sicurezza e che non impedisce che altrove, su *internet* o lungo le strade, si possano aggirare le norme. Grazie per la vostra attenzione.

PRESIDENTE. Grazie per il suo intervento. Chiedo al direttore Blandini se vuole intervenire di nuovo.

GAETANO BLANDINI, *Direttore Generale della SIAE*. La ringrazio, Presidente.

Parlerò 120 secondi e poi lascerei, con il suo permesso, la parola al dottor Milzi per alcuni chiarimenti tecnici, che sicuramente sono molto utili per gli onorevoli deputati. Ho ascoltato con attenzione quanto detto dai rappresentanti di *eBay*. Il punto è che la loro piattaforma non è collegata con gli organizzatori e i numeri che ci ha riferito sono sicuramente corretti e non ho necessità di verificarli. Loro fanno un altro mestiere. Il tema, però, è un altro. Molti grandi organizzatori a livello mondiale, che hanno terminali anche nel nostro Paese, sono, allo stesso tempo anche proprietari di piattaforme e sottraggono dal mercato primario biglietti che vengono rivenduti tramite i loro siti, a prezzi maggiorati. Questo è il punto e non riguarda il ragazzino. Quello che mi ha preoccupato, e che ha più volte sottolineato il rappresentante di *eBay*, è che per alcune persone non è un problema il costo del biglietto. A pensar male, come diceva il Presidente Andreotti, si fa peccato, per cui, uscendo, mi andrò a confessare, ma non si può sostenere che il problema riguarda 20-25 eventi, perché, in realtà, sono di più. Se ci sono dei *tour*, un evento va moltiplicato per le 20 date, quindi i concerti sono numericamente molti di più. Per esempio, Renato Zero ha fatto un *tour*, ovvero un solo evento per noi, ma i concerti erano 15-20, perché erano previste più date. Non può passare il messaggio che ad alcuni eventi possano partecipare solo i cittadini che se lo possono permettere. Dico un'ultima cosa e poi taccio per dare la parola al dottor Milzi: quando è scoppiato il caso dei Coldplay, il primo su cui abbiamo cominciato ad agire, il mio autista mi ha detto « lei può dare a suo figlio 500 euro per comprare il biglietto o forse, se lo chiede, lo riceve gratuitamente, ma io quei 500 euro a mio figlio non li posso dare ». Non vorrei che passasse il principio che solo i cittadini che possono permettersi cifre considerevoli potranno comprare il biglietto sul mercato secondario, mentre gli altri, come si diceva una volta nel cinema, « spingano » ! Grazie.

GENNARO MILZI, *Direttore Ufficio Servizi in Convenzione della SIAE*. La sicurezza della garanzia nella transazione sui siti è pressoché certa, soprattutto quella di *eBay*, ma riguarda la transazione finanziaria: ovvero, se faccio un acquisto, qualcosa mi torna o il bene acquistato o il rimborso. In merito, non ho nulla da dire, nel modo più assoluto. Il problema è: su *eBay*, per l'evento di Vasco Rossi — notizia di stamattina — un biglietto per il Pit 1 costa 2.500, invece che 75 euro. Il problema non riguarda la vendita o la sicurezza della transazione finanziaria, ma l'esasperazione del prezzo dinamico, perché, alla fine, il prezzo risponde alle regole di mercato: chi ha i soldi compra.

Tecnicamente, essendo l'ente che sovrintende a queste cose, non sposiamo una soluzione. Pensiamo che se il biglietto nominativo è previsto già per gli stadi, gli organizzatori possono applicare tale metodologia. L'unico problema si verifica per un eventuale cambio di nominativo.

Segnalo che, in occasione di una partita di calcio, come vi abbiamo documentato, un utente, per errore, è andato su *Viagogo* e, alle 13, ha comprato il biglietto, pagandolo 250 euro. Le cifre sono rappresentative perché non ricordo i dettagli. Riceve la conferma dell'acquisto di 250 euro e, dopo quattro ore, ha avuto il biglietto a casa *print at home*, quindi l'ha stampato lui. Il biglietto era stato acquistato dal rivenditore ufficiale quattro ore dopo il suo acquisto, sostanzialmente prendendo i 250 euro e comprando il biglietto sul sito al prezzo di 140 euro, pur avendone incassati 250.

Bisogna prestare molta attenzione alla facilità con cui l'utente che va su *Internet* a fare acquisti possa essere tratto in inganno e, invece di rivolgersi al sito del mercato primario, si rivolge a quello del mercato secondario. Nell'immaginario collettivo, è diffusa l'idea che sia quasi impossibile trovare un biglietto presso il rivenditore ufficiale mentre, pagando di più, sia scontato trovarlo sul mercato secondario. Bisogna sfatare questo concetto perché succede anche in occasione di eventi che non registrano il tutto esaurito, il *sold-out*.

Come SIAE, per forza di cose, non abbiamo una propensione verso il biglietto nominativo o il *dynamic pricing* oppure *m-ticketing* o *ticketless*, cioè soltanto con la carta di credito. Tutte e tre le forme sono lecite e sono già applicabili in Italia. Come osservava giustamente l'onorevole, dobbiamo guardare di qui in avanti. A Londra, a novembre, *LiveNation* organizza il *recital* Hamilton. Si potrà entrare solo e soltanto con la carta di credito, sulla quale vengono caricati i sigilli fiscali. Oggi, in Italia questo si può fare ed è previsto dalla legge. Però, anche in questo caso, bisogna fare attenzione; è possibile scaricare il biglietto digitale su un *device*, per esempio sul telefonino. È chiaro che, se con il mio telefonino, che vale 200 euro, scarico quattro sigilli — oggi, questo non è possibile perché ne puoi scaricare solo uno — e quel biglietto costa 2.500 euro nel mercato secondario, io cedo direttamente il telefonino con il biglietto. Questo si è verificato e lo abbiamo accertato.

Gli strumenti per operare contro il mercato secondario ci sono. Vi abbiamo dato delle indicazioni su come mettere dei piccoli paletti. La stragrande maggioranza dei paletti addirittura è di stretta competenza dell'Agenzia delle entrate, quindi immediatamente esecutiva. Quello che immagino si possa chiedere al legislatore è: il biglietto nominale è obbligatorio? Tuttavia, se la risposta è «sì», occorrono delle cautele affinché il cambio del nominativo non diventi una barzelletta. È infatti tecnicamente possibile, senza salvaguardie, fare mercato secondario anche col biglietto nominativo obbligatorio per legge. Posso fare il *ticketless*, escludendo magari alcuni *device*, come il telefonino, e farlo con la carta di credito o la carta d'identità con *chip* o la tessera sanitaria con *chip*. Questo si può fare già oggi: bisogna pensare però a dei correttivi.

Anche il prezzo dinamico si può fare già oggi. La Virtus Entella, la società calcistica, lo applicherà probabilmente nella prossima partita di calcio ed è già stato sperimentato in un cinema di Milano. Nel *dynamic pricing* sostanzialmente il prezzo

scende, se la domanda è bassa, o sale secondo un determinato algoritmo. Per esempio, se piove, si va di più al cinema, quindi il prezzo sale. Questa è, più o meno, la dinamica. Anche nel caso del tutto esaurito, il prezzo sale. Secondo noi, probabilmente — in questo caso, ventiliamo una proposta — il tutto deve essere calmierato, altrimenti, si corre il rischio di pagare 2.500 euro un biglietto, invece di 75, con l'effetto di andare contro l'indirizzo costituzionale teso alla promozione, allo sviluppo e all'elevazione culturale di tutti i cittadini. Ricordo che negli Stati Uniti, nel 1922, quando fu dato l'okay al mercato secondario, si disse che la maggiorazione dei prezzi poteva essere

al massimo di 2 dollari. La legislazione cambiò nei 5-10 anni successivi e l'incremento venne limitato in misura percentuale. Dopodiché, quelle misure sono state abolite e si è aperto il mercato, che è diventato un *far west*. Grazie.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Milzi per le sue precisazioni e ringrazio tutti i nostri ospiti per il loro contributo. Dichiaro conclusa l'audizione.

**La seduta termina alle 15.05.**

*Licenziato per la stampa  
il 29 luglio 2017*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO



\*17STC0024520\*