

VII COMMISSIONE PERMANENTE

(Cultura, scienza e istruzione)

S O M M A R I O

SEDE REFERENTE:

Disposizioni per la promozione, il sostegno e la valorizzazione delle manifestazioni dei cortei in costume, delle rievocazioni e dei giochi storici. Testo unificato C. 66 Realacci, C. 3804 Donati, C. 4085 Picchi e C. 4402 Bechis (<i>Seguito dell'esame e rinvio – Revoca dell'abbinamento della proposta di legge C. 4402 Bechis</i>)	54
ALLEGATO 1 (<i>Subemendamento all'emendamento 6.100 Relatrice</i>)	57
ALLEGATO 2 (<i>Emendamento approvato</i>)	58
Istituzione del « Premio biennale Giuseppe Tatarella » e disposizioni in favore della biblioteca e dell'archivio storico della Fondazione Tatarella, per la conservazione della memoria del deputato scomparso l'8 febbraio 1999. C. 4219 Distaso (<i>Seguito dell'esame e rinvio</i>)	55
INDAGINE CONOSCITIVA:	
Sulla bigliettazione degli spettacoli dal vivo (<i>Seguito dell'esame del documento conclusivo e conclusione</i>)	55
ALLEGATO 3 (<i>Documento approvato</i>)	59
Sull'edilizia scolastica in Italia (<i>Seguito dell'esame del documento conclusivo e rinvio</i>)	56
UFFICIO DI PRESIDENZA INTEGRATO DAI RAPPRESENTANTI DEI GRUPPI	56

SEDE REFERENTE

Mercoledì 26 luglio 2017. — Presidenza della presidente Flavia PICCOLI NARDELLI. — Interviene la sottosegretaria di Stato per i beni e le attività culturali e per il turismo, Ilaria Carla Anna Borletti Dell'Acqua.

La seduta comincia alle 14.30.

Disposizioni per la promozione, il sostegno e la valorizzazione delle manifestazioni dei cortei in costume, delle rievocazioni e dei giochi storici.
Testo unificato C. 66 Realacci, C. 3804 Donati, C. 4085 Picchi e C. 4402 Bechis.

(*Seguito dell'esame e rinvio – Revoca dell'abbinamento della proposta di legge C. 4402 Bechis*).

La Commissione prosegue l'esame del provvedimento, rinviato, da ultimo, nella seduta del 19 luglio 2017.

Flavia PICCOLI NARDELLI, *presidente*, avverte che la pubblicità dei lavori è garantita anche dal circuito chiuso. Rammenta che l'onorevole Bechis, nella precedente seduta, aveva chiesto la revoca dell'abbinamento della sua proposta di legge C. 4402. Se non vi sono obiezioni e, in conformità ai precedenti, la richiesta s'intende accolta.

(*Così rimane stabilito*).

Flavia PICCOLI NARDELLI, *presidente*, ricordato sommariamente l'iter sin qui svolto del provvedimento, rammenta che lo scorso 19 luglio la relatrice aveva pre-

sentato l'emendamento 6.100 ed era stato fissato il termine per la presentazione di eventuali subemendamenti alle ore 20 della stessa giornata. Comunica che è pervenuto il subemendamento 0.6.100.1 (*vedi allegato 1*). Avverte, altresì, che la relatrice ha presentato, questa mattina, una riformulazione del suo emendamento 6.100. Ricorda, infine, che erano stati accantonati gli emendamenti Vezzali 5.2, 5.3 e 6.2, nonché il medesimo emendamento 6.100 della relatrice.

Caterina PES (PD), *relatrice*, ribadisce il parere contrario sugli emendamenti Vezzali 5.2, 5.3 e 6.2 ed esprime parere contrario anche sul subemendamento Bechis 0.6.100; raccomanda l'approvazione del suo emendamento 6.100, come riformulato.

La sottosegretaria Ilaria Carla Anna BORLETTI DELL'ACQUA esprime parere conforme a quello della relatrice.

Maria Valentina VEZZALI (SC-ALA CLP-MAIE) ritira gli emendamenti a sua firma 5.2 e 5.3.

Ferdinando ADORNATO (AP-CpE-NCD) sottoscrive gli emendamenti Vezzali 5.2 e 5.3.

La Commissione, con distinte votazioni, respinge gli emendamenti Vezzali 5.2 e 5.3.

Flavia PICCOLI NARDELLI, *presidente*, constatata l'assenza dei presentatori del subemendamento Bechis 0.6.100, s'intende che vi abbiano rinunciato.

La Commissione approva l'emendamento della 6.100 relatrice nella nuova formulazione (*vedi allegato 2*).

Maria Valentina VEZZALI (SC-ALA CLP-MAIE) ritira il suo emendamento 6.2.

Flavia PICCOLI NARDELLI, *presidente*, nessun altro chiedendo di intervenire, avverte che il testo risultante dall'esame

degli emendamenti testé conclusi verrà inviato alle Commissioni consultive. Indi, rinvia il seguito dell'esame ad altra seduta.

Istituzione del «Premio biennale Giuseppe Tatarella» e disposizioni in favore della biblioteca e dell'archivio storico della Fondazione Tatarella, per la conservazione della memoria del deputato scomparso l'8 febbraio 1999.

C. 4219 Distaso.

(*Seguito dell'esame e rinvio*).

La Commissione prosegue l'esame del provvedimento, rinviato, da ultimo, nella seduta del 18 luglio 2017.

Antonio DISTASO (Misto-DI), dopo aver ricordato che la proposta di legge è stata sottoscritta dai deputati di diverse forze politiche, rievoca brevemente la figura del politico scomparso, la cui memoria non deve essere dispersa. Ritiene che ciò possa avvenire anche attraverso l'opera della Fondazione e l'istituzione del premio a lui dedicato.

Flavia PICCOLI NARDELLI, *presidente*, nessun altro chiedendo di intervenire, rinvia il seguito dell'esame ad altra seduta.

La seduta termina alle 14.55.

INDAGINE CONOSCITIVA

Mercoledì 26 luglio 2017. — Presidenza della presidente Flavia PICCOLI NARDELLI.

La seduta comincia alle 14.55.

Sulla bigliettazione degli spettacoli dal vivo.

(*Seguito dell'esame del documento conclusivo e conclusione*).

Flavia PICCOLI NARDELLI, *presidente*, dichiara che, se non vi sono obiezioni, il documento conclusivo, la cui proposta era stata già distribuita nella seduta

precedente, s'intende approvato (*vedi allegato 3*).

(Così rimane stabilito).

Sull'edilizia scolastica in Italia.

(Seguito dell'esame del documento conclusivo e rinvio).

Flavia PICCOLI NARDELLI, *presidente*, se non vi sono interventi, comunica che una proposta di documento conclusivo

verrà inviata a tutti i componenti della Commissione, in vista della sua approvazione in una prossima seduta.

(Così rimane stabilito).

La seduta termina alle 15.

**UFFICIO DI PRESIDENZA INTEGRATO
DAI RAPPRESENTANTI DEI GRUPPI**

L'ufficio di presidenza si è riunito dalle 15 alle 15.10.

ALLEGATO 1

Disposizioni per la promozione, il sostegno e la valorizzazione delle manifestazioni dei cortei in costume, delle rievocazioni e dei giochi storici. Testo unificato C. 66 Realacci, C. 3804 Donati, C. 4085 Picchi.

SUBEMENDAMENTO ALL'EMENDAMENTO 6.100 RELATRICE

ART. 6.

Dopo il comma 1, aggiungere il seguente:

1-bis. Il Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo eroga contributi a carico del Fondo unico per lo spettacolo, di cui all'articolo 1 della legge 30 aprile 1985, n. 163, per la promozione e l'organizzazione della « Giornata nazionale della musica popolare », istituita con direttiva del Presidente del Consiglio dei ministri 13 maggio 2003, pubblicata nella

Gazzetta Ufficiale n. 193 del 18 agosto 2004, e di altre manifestazioni musicali popolari e amatoriali di interesse nazionale, compresa la Festa europea della musica, determinate annualmente con decreto del Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo, previa intesa in sede di Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281.

0. 6. 100. Bechis, Artini, Baldassarre, Segoni, Turco.

ALLEGATO 2

Disposizioni per la promozione, il sostegno e la valorizzazione delle manifestazioni dei cortei in costume, delle rievocazioni e dei giochi storici. Testo unificato C. 66 Realacci, C. 3804 Donati, C. 4085 Picchi.

EMENDAMENTO APPROVATO

ART. 6.

Sostituirlo con il seguente:

ART. 6.

1. Le sovvenzioni di cui all'articolo 4, comma 2, sono riconosciute a valere sul Fondo per la rievocazione storica, di cui all'articolo 1, comma 627, della legge 11 dicembre 2016, n. 232, istituito nello stato di previsione del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, in base a criteri determinati con decreto del Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo, da emanare entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge. Conseguentemente, è soppresso il secondo periodo dell'articolo 1, comma 627, della medesima legge n. 232 del 2016.

2. È altresì autorizzato il finanziamento del Fondo di cui al comma 1 di 2 milioni di euro a decorrere dal 2020. Alla copertura del relativo onere si provvede mediante corrispondente riduzione del Fondo per gli interventi strutturali di politica economica, di cui all'articolo 10, comma 5, del decreto-legge 29 novembre 2004, n. 282, convertito, con modificazioni, dalla legge 27 dicembre 2004, n. 307.

3. Il Fondo è destinato a erogare contributi alle associazioni e alle manifestazioni di rievocazione storica, per le spese relative alla loro attività, nonché alla realizzazione di pubblicazioni, di convegni e di seminari specifici sulla rievocazione storica.

6. 100. *(Nuova formulazione)* La Relatrice.

ALLEGATO 3

Indagine conoscitiva sulla bigliettazione negli spettacoli dal vivo.**DOCUMENTO APPROVATO****1. Premessa e programma.**

Il 9 novembre 2016 gli organi d'informazione hanno dato la notizia che Vasco Rossi aveva revocato ogni incarico contrattuale a *Live Nation*, una delle più affermate società di organizzazione di spettacoli dal vivo nel mondo. Il cantante emiliano si era determinato in tal senso a seguito di un servizio delle *Iene* dal quale si evinceva che *Live Nation* di fatto favoriva – a scapito della vendita diretta dei biglietti – la c.d. bigliettazione secondaria, vale a dire la cessione di pacchetti di biglietti a siti specializzati, i quali a loro volta li rivendevano al dettaglio a prezzi molto maggiorati (0).

Da più parti si è gridato allo scandalo e all'abuso delle pratiche commerciali. Il Governo è stato sollecitato in questo senso, tanto che durante la sessione di bilancio, che ha condotto all'approvazione della legge n. 232 del 2016, è stata inserita una disposizione (l'articolo 1, commi 545 e 546) che punisce la rivendita dei biglietti sul mercato secondario, sussistendo determinate condizioni. L'Autorità garante per la concorrenza e il mercato, a sua volta, ha aperto una procedura d'infrazione nei confronti di diversi operatori impegnati nel settore. Anche il Parlamento britannico – del resto – ha aperto un'inchiesta sul fenomeno: l'omologo organo del Regno Unito è stato infatti mosso da episodi analoghi a indagare (peraltro, con i penetranti poteri di cui dispongono le Commissioni della Camera dei comuni e che in Italia sono, invece, caratteristica esclusiva delle inchieste parlamentari, ai sensi dell'articolo 82 della Costituzione).

Di qui la decisione della Commissione cultura di avviare l'indagine conoscitiva. Il fenomeno, dalle molteplici sfaccettature, spazia infatti, dalla rivendita individuale del biglietto già acquistato da parte di spettatori che non possono più partecipare all'evento, all'acquisto massiccio di pacchetti di biglietti da parte di siti specializzati che poi li rivendono a prezzi maggiorati. In questo ambito occorre distinguere gli operatori che svolgono l'attività di rivendita su incarico diretto degli organizzatori degli eventi e degli autori, da soggetti che invece si introducono indebitamente nel mercato. L'indagine si è orientata, quindi, anche a conoscere l'atteggiamento e le politiche degli organizzatori degli eventi e degli stessi autori, pure in relazione alla riscossione dei diritti d'autore e gli eventuali abusi in danno dei consumatori da parte dei soggetti non accreditati.

(1) Peraltro, gli organi di stampa hanno riportato che, in occasione del concerto del 1° luglio 2017 (pur per altri versi molto riuscito) di Vasco Rossi, si sono avuti casi di biglietti rivenduti con maggiorazioni del 1200 per cento, senza che ciò – evidentemente – possa essere imputato al cantante.

Deliberata dalla VII Commissione in data 20 novembre 2016, l'indagine è iniziata martedì 13 dicembre 2016 per concludersi il 30 marzo 2017.

In via di approssimazione, si può sin d'ora anticipare che, nel corso dell'indagine, è emerso il contrapporsi di due visioni.

Secondo una prima impostazione, la bigliettazione secondaria sarebbe l'esito fisiologico dei meccanismi di mercato e, in particolare, dell'impatto sul settore dello spettacolo dal vivo della globalizzazione e della tecnologia. Le potenzialità diffusive del messaggio musicale consentite da *Internet* e la sensazione nei fruitori dei concerti di sentirsi parte di un mondo, che prima era inaccessibile, costituirebbe un netto progresso da cui trarrebbero vantaggio tanto gli autori quanto i consumatori. In questo senso, il biglietto d'ingresso al concerto sarebbe una merce di cui il consumatore è *dominus* e che potrebbe circolare come un qualsiasi prodotto finanziario, accessibile a tutti con facilità e immediatezza.

Secondo l'altra tesi, viceversa, l'incontrollato proliferare del mercato secondario dei biglietti per gli spettacoli dal vivo sarebbe una distorsione da tutti i punti di vista. In primo luogo, sarebbe errata la concezione del biglietto d'ingresso allo spettacolo dal vivo come mera merce e prodotto finanziario. Esso, viceversa, sarebbe un titolo di partecipazione a un momento culturale e creativo, tendenzialmente personale, collegato, pertanto, a un preciso tempo e a un determinato luogo, elementi questi irripetibili per definizione. In tal senso, la determinazione del prezzo del biglietto non sarebbe solo la risultante di valutazioni di natura economico-commerciale, ma ricomprendrebbe anche la caratteristica peculiare della *performance* dal vivo.

Da questi concetti di fondo deriverebbe sul piano applicativo, sì, l'essenziale necessità di rispettare il diritto d'autore, incorporato nel prezzo del biglietto; ma anche la legittima pretesa dell'erario che applica sul prezzo del biglietto l'aliquota fiscale prevista per legge. L'incontrollato fenomeno del *secondary ticketing* – in virtù del quale il prezzo del biglietto lievita in maniera abnorme – lede sia la riscossione del diritto d'autore, sia quella del prelievo fiscale.

Da ultimo, ma non per importanza, la bigliettazione secondaria cagiona una distorsione nel mercato e danneggia i consumatori, selezionando tra questi in modo irragionevole solo quelli che possono permettersi cifre molto considerevoli per assistere allo spettacolo.

Sulla base del programma deliberato dalla Commissione, si sono svolte le seguenti audizioni:

20 dicembre 2016: Massimo Dona, presidente dell'Unione Nazionale Consumatori;

19 gennaio 2017: Claudio Trotta, della *Barleys Arts*; Stefano Lionetti, di *TicketOne*; Maurizio Salvadori della *Trident Music*;

2 febbraio 2017: Alasdair McGowan di *Ebay*; Gaetano Blandini della Società Italiana degli Autori ed Editori (SIAE);

9 febbraio 2017: Vincenzo Spera, presidente di Assomusica;

29 marzo 2017: Aldo Polito, direttore centrale accertamento; Giuseppe Buono, direttore centrale Tecnologie e Innovazione dell'Agenzia delle Entrate; Silvia Elia, *Legal Advisor* del Consorzio *Netcomm*.

2. La struttura del mercato.

In Italia, l'assetto della bigliettazione può farsi risalire al provvedimento n. 9729 (C4662) del 5 luglio 2001, con cui l'Agcm ha dato il nulla osta all'accordo intervenuto il 24 aprile 2001 tra gli allora soci della società Panischi S.r.l. (che all'epoca forniva servizi di biglietteria per eventi nazionali e internazionali di musica, arte, spettacolo, provvedendo alla distribuzione dei biglietti, sia secondo canali tradizionali, sia con mezzi informatici e telematici) e la *TicketOne* S.p.a. (all'epoca operante nella fornitura di servizi e sistemi per la gestione della biglietteria per spettacoli e manifestazioni culturali e nel campo della prenotazione e vendita per conto terzi di biglietti per eventi di cultura e spettacolo). In base all'accordo, *TicketOne* S.p.a. ha acquisito il controllo esclusivo di Panischi S.r.l.

Successivamente l'Agcm, con provvedimento n. 10540 (I505) del 14 marzo 2002, ha dato il nulla osta a due intese intervenute tra *TicketOne* S.r.l., gli *ex* soci della società Panischi S.r.l. ed altri soggetti (20 persone fisiche e 10 S.r.l. (2)), concernenti la distribuzione *on line* di biglietti per eventi culturali e spettacoli. Si tratta, in particolare, di un contratto della durata di 15 anni di concessione esclusiva, a favore di *TicketOne*, per la rivendita *on line* dei biglietti relativi agli eventi organizzati dai promotori, in base al quale, tra l'altro, *TicketOne* ha il diritto di rivendita in esclusiva di una parte percentuale dei biglietti e, nei primi 7 giorni, è l'unico soggetto autorizzato alla vendita. La seconda intesa prevede un patto di non concorrenza secondo il quale, da un lato, *TicketOne* si impegna a non intraprendere in concorrenza con i promotori alcuna attività di organizzazione di eventi, ad eccezione delle manifestazioni attinenti allo sport, al cinema, nonché alla musica classica, sinfonica ed operistica; dall'altro, i promotori si impegnano a non vendere biglietti *on line* in concorrenza con *TicketOne*.

L'organizzazione di eventi culturali consiste nell'allestimento di manifestazioni di varia natura (musica, arte, cinema, sport). I soggetti attivi in tale mercato si occupano, solitamente, dell'intero « pacchetto » organizzativo dell'evento, provvedendo a stipulare gli accordi con gli artisti e *od* o con le società titolari dei loro diritti; a reperire i luoghi più adatti per lo svolgimento degli eventi; a conseguire le necessarie autorizzazioni e i necessari permessi da parte della Pubblica Amministrazione; a stipulare accordi con i fornitori di strumentazioni e impianti necessari; a preparare ed allestire i singoli luoghi in cui si tengono gli eventi. Gli organizzatori possono, quindi, distribuire i biglietti al pubblico attraverso due canali di vendita: la vendita diretta o la cessione dei diritti di rivendita dei biglietti a favore di società all'uopo costituite le quali, a loro volta, possono decidere di commercializzare i biglietti attraverso un *network* di punti vendita, oppure *on line*.

A seguito delle suddette intese, il mercato della fornitura dei servizi di prenotazione e vendita di biglietti per spettacoli e manife-

(2) Si tratta, nello specifico, di: *Barleys Arts Promotion* S.r.l., *Cose di Musica* S.r.l., *Indipendente Eventi e Produzioni* S.r.l., *Live* S.r.l., *Milano Concerti* S.r.l., *Musica da leggere* S.r.l., *On the Road* S.r.l., *Paddeu Produzioni* S.r.l., *Studio Programmazione Spettacoli* S.r.l., *Trident Agency* S.r.l.

stazioni culturali è andato così strutturandosi: il mercato primario, che prevede la vendita diretta del titolo originario alla sua prima emissione e la sua vendita al valore facciale (vale a dire, il prezzo inizialmente definito dall'organizzatore per l'evento) da parte dell'organizzatore o di una società di distribuzione, che agisce su mandato dell'organizzatore stesso; e il mercato secondario, costituito da piattaforme informatiche gestite da società che non vendono biglietti ma, tramite siti *web*, mettono a disposizione degli utenti specifiche funzioni, affinché possano rivendere i biglietti precedentemente acquistati sul mercato primario. I due mercati sono totalmente indipendenti. I soggetti che trasportano i biglietti dall'uno all'altro mercato, alimentando il secondario, sono acquirenti sul mercato primario, che si rendono poi venditori sul mercato secondario. Tale mercato secondario, amplificato dalle piattaforme *web* a ciò dedicate, nasce per favorire lo scambio tra chi ha acquistato un biglietto per un evento al quale non può più partecipare, e chi non è riuscito a trovarlo sul mercato ufficiale. Le piattaforme *web* applicano per tale servizio un sovrapprezzo.

Si sono avuti nel tempo veri e propri rastrellamenti dei biglietti dalla vendita ufficiale e la loro successiva rivendita a prezzi notevolmente superiori rispetto al prezzo facciale. Ciò è avvenuto soprattutto in occasione di eventi «*sold out*» (eventi di sicuro richiamo, quali concerti di musica leggera, partite di calcio o anche spettacoli teatrali e lirici), quando – in forza di una domanda sostenuta nei confronti di quell'evento, a fronte di una offerta limitata (vincolata dal numero di posti disponibili nel luogo dell'evento) – il biglietto viene rivenduto da tre a dieci o più volte il prezzo facciale. Tale pratica è spesso posta in essere attraverso i c.d. «*ticketbots*», ossia *software* attivi su *Internet* e che provvedono in automatico ad acquisti multipli. Sono noti i recenti casi dei concerti di *Ed Sheeran*, degli U2, dei *Coldplay*.

Gli effetti della pratica sono molteplici. Come già accennato, il primo di questi è la drastica riduzione della possibilità di fruizione di tali eventi da parte di un'ampia fetta della popolazione. I potenziali acquirenti, infatti, pur collegandosi all'orario previsto per l'apertura delle vendite dei biglietti *on line*, da parte di *TicketOne*, rilevano l'impossibilità, nel giro di pochissimi minuti, di acquistare il biglietto d'ingresso per l'evento. Il fenomeno colpisce, quindi, in prima analisi, il consumatore che si vede costretto a comprare il biglietto sul mercato secondario, a un prezzo esorbitante, oppure a rinunciare, se tale prezzo è per lui proibitivo.

In secondo luogo, come pure si è detto, la differenza di prezzo conseguita tra *secondary ticketing* e *primary ticketing* sfugge completamente all'erario, occultata dalla giustificazione che si tratta di transazione tra privati non esercenti imprese o professioni. Peraltro, risulta che i siti di *secondary market* sono generalmente esteri. Secondo alcune stime, il livello di transazioni si è attestato tra il 20 ed il 30 per cento del totale dei biglietti venduti. Tenuto conto dei prezzi maggiorati praticati nel *secondary ticketing*, il volume d'affari sottratto a tassazione (imposte indirette e dirette) per un solo concerto *sold out* si aggirerebbe tra i 3 ed i 5 milioni di euro.

Il suddetto volume d'affari viene altresì sottratto agli organizzatori e a tutti i lavoratori del settore dello spettacolo e della cultura: gli artisti e gli autori, il cui *cachet* è normalmente definito in percentuale sugli incassi documentatamente conseguiti.

Un altro aspetto è legato alla violazione del principio di leale concorrenza: alcuni siti di *secondary ticketing* sono di proprietà o collegabili agli stessi organizzatori di eventi. In altri termini, lo stesso soggetto economico, da un lato, vende i biglietti ad un prezzo facciale, dall'altro, ne mette a disposizione altri a prezzi maggiorati. In questo caso, la pratica porta alla creazione di notevoli fondi da reinvestire in successive produzioni, a discapito di quegli organizzatori che non la seguono e, quindi, con una progressiva marginalizzazione della loro attività. Su tale aspetto si è concentrata l'indagine della Agcm, che illustreremo successivamente.

È per questi motivi che – secondo una delle tesi esposte poc'anzi – gli introiti di cospicui importi esentasse sul mercato del *secondary ticketing* calpestano i diritti dei consumatori, riducono i margini di guadagno degli organizzatori che non avallano tale pratica, mentre consentono di acquisire una posizione dominante a quelli che ne usufruiscono; comprimono inoltre i compensi degli autori e degli artisti, limitando così fortemente la diffusione della cultura e inibendo la creazione di maggiori posti di lavoro nel settore.

3. L'intervento normativo in Italia.

Gli sviluppi incontrollati originatisi sul mercato della bigliettazione hanno determinato un intervento del Parlamento sulla materia. Nel corso della manovra finanziaria per l'anno 2017, è stato presentato l'emendamento 67.25 Rampi (*Nuova formulazione*) alla legge di bilancio per contrastare il fenomeno del *secondary ticketing*. La bigliettazione secondaria non è risultata essere – ad avviso della Commissione Bilancio – una fisiologica conseguenza dei meccanismi di mercato, ma ha inteso prendere atto dei forti danni determinati dal *secondary ticketing* a carico dell'erario per mancata corresponsione di maggiori imposte, nonché in pregiudizio dei consumatori e degli utenti – penalizzati dal ricarico, spesso fortissimo, sul prezzo, con grave distorsione della fruizione – e, ancora, degli autori ed editori e degli artisti interpreti o esecutori per mancata corresponsione dei relativi diritti.

I commi 545-546 dell'articolo 1 della legge n. 232 del 2016 (legge di bilancio 2017) sono volti a contrastare la vendita di titoli di accesso ad attività di spettacolo effettuata da soggetti diversi dai titolari dei sistemi di emissione dei biglietti. In particolare, al fine di contrastare l'elusione e l'evasione fiscali, nonché di garantire la tutela dei consumatori, si dispone che la vendita, o qualsiasi altra forma di collocamento, di titoli di accesso ad attività di spettacolo effettuata da soggetti diversi dai « titolari, anche sulla base di apposito contratto o convenzione, dei sistemi per la loro emissione », è punita, salvo che il fatto non costituisca reato, con l'inibizione della condotta e con una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 180.000 euro. La disposizione riguarda gli organizzatori degli spettacoli, nonché i

titolari di biglietterie automatizzate autorizzate, che, dunque, sarebbero gli unici legittimati a vendere i titoli di accesso. Con riguardo alla misura della sanzione, si ricorda che l'articolo 10 della legge n. 689 del 1981 stabilisce che, al di fuori dei casi espressamente stabiliti dalla legge, il limite massimo della sanzione amministrativa pecuniaria non può, per ciascuna violazione, superare il decuplo del minimo. Non è sanzionata la vendita (o qualsiasi altra forma di collocamento) effettuata da persona fisica in modo occasionale, purché senza finalità commerciali. In caso di utilizzo delle reti di comunicazione elettronica, è prevista la rimozione dei contenuti o, nei casi più gravi, è previsto l'oscuramento del sito *Internet* attraverso il quale la violazione è stata posta in essere, fatte salve le azioni risarcitorie. I compiti di accertamento e intervento spettano all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM) e alle altre autorità competenti (quale, ad esempio, la polizia postale), che agiscono d'ufficio o su segnalazione degli interessati. L'adozione delle specifiche e delle regole tecniche volte ad aumentare l'efficacia e la sicurezza informatica delle vendite dei titoli di accesso mediante sistemi di biglietterie automatizzate, nonché ad assicurare la tutela dei consumatori, è demandata a un decreto interministeriale (Ministro dell'economia e delle finanze, Ministro della giustizia e Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo), da emanare entro 30 giorni dalla data di entrata in vigore della legge, sentite l'AGCOM e la SIAE. Il decreto non è ancora stato emanato.

4. I contenuti delle audizioni svolte.

La prima audizione svolta, nell'ambito dell'indagine conoscitiva, ha consentito di ascoltare il presidente dell'Unione Nazionale Consumatori, avvocato Massimo Dona. Questi ha evidenziato che la società *TicketOne*, ovvero il soggetto monopolista nella vendita sul mercato primario, non utilizza strumenti volti a bloccare gli acquisti effettuati massivamente per mezzo di appositi *software*. È stato quindi affrontato il tema della legittimità del mercato secondario. A tale proposito, è stato sottolineato che questo non deve essere demonizzato *a priori*, potendo ipotizzarsi un mercato ove, ad esempio, a fronte di un corrispettivo leggermente maggiorato rispetto al prezzo di vendita originario, vengano offerti specifici servizi al consumatore acquirente del biglietto. Resta però improcrastinabile la necessità di regolamentare il mercato secondario che, attualmente, si muove in assenza di una disciplina specifica.

Nel corso dell'audizione di *Barleys Art* è stata messa in luce la dimensione internazionale del fenomeno che ha assunto una vasta deriva negativa, se non illegale. La multinazionale *Live Nation* avrebbe creato nel mondo un *network* comprendente agenzie, *management*, *promoter*, produttori, festival, strutture dove si tengono concerti e società che praticano il *merchandising* legato agli eventi. Recentemente, *Live Nation* si è fusa con la più grande società al mondo di biglietteria, la *Ticketmaster*: un *network* con grandissima forza di penetrazione commerciale in tutto il mondo, che opera, di fatto, in situazione di monopolio. Dopo la fusione, *Ticketmaster* avrebbe

acquisito almeno cinque o sei portali di *secondary ticketing*, marchiati *Ticketmaster company*, che operano ufficialmente come piattaforma di intermediazione e che hanno un ritorno economico dalla rivendita effettuata per loro tramite da chi, avendo acquistato un biglietto, decide di rivenderlo.

Il dottor Claudio Trotta, fondatore di *Barleys Art*, ha sostenuto con forza la necessità di un ulteriore intervento legislativo, ritenendo il mercato secondario ineluttabilmente esposto a illeciti interessi speculativi, anche perché l'acquisto *on line* dei biglietti non è generalmente assistito da alcuna cautela, come potrebbe essere il *Captcha*.

Nell'ambito della stessa audizione, Stefano Lionetti, amministratore delegato di *TicketOne*, ha evidenziato le difficoltà per le società del *primary ticketing* di individuare gli acquisti irregolari che avvengono attraverso il loro portale, sottolineando la netta separazione tra i due mercati. In particolare, ha rimarcato come la nascita dei mercati secondari sia avvenuta per rispondere alle esigenze di quegli acquirenti che siano costretti, per diversi motivi, a rinunciare al biglietto. Con l'ausilio delle piattaforme di mercato secondario, costoro accedono alla sua rivendita *on line*. Le piattaforme che consentivano questa rivendita, nel tempo, sono divenute, sostanzialmente, piattaforme di *trading*, che lucrano sul prezzo fino ad arrivare alla creazione di sistemi informatici che, accedendo direttamente al mercato primario, portano fuori i biglietti e li rivendono sul secondario. Ma la stortura più grave denunciata in tale contesto è quella legata all'azione di alcuni operatori del mercato primario: non si tratta solo delle società di *ticketing*, ma anche di organizzatori e di artisti che hanno iniziato a immettere direttamente i loro biglietti sul mercato secondario a prezzi molto più alti, con uno sconvolgimento profondo delle regole della concorrenza. Alla luce di tali evidenze, il dottor Lionetti ha rimarcato la necessità di spostare la parte più puntuale ed efficace dei controlli sulle attività poste in essere sui siti del mercato secondario, stabilendone i limiti.

L'aspetto del coinvolgimento degli organizzatori nella vendita dei biglietti sul mercato secondario è stato messo in luce, in particolare, da Maurizio Salvadori, presidente di *Trident Music*. L'inquinamento del mercato che si genera in questo caso assume dimensioni molto più vaste, con decine di milioni di euro che sfuggono alla SIAE, alle tasse, alle percentuali da pagare agli artisti e alle strutture che ospitano gli eventi. In alcuni casi, sarebbero addirittura gli stessi artisti gli artefici della rivendita. Per il presidente di *Trident Music*, il fenomeno del *secondary ticketing* in sé è difficilmente controllabile: esso è nato per assolvere una funzione a vantaggio di singoli utenti che hanno necessità di rivendere i titoli di ingresso non utilizzabili e ogni intervento repressivo rischierebbe di danneggiare unicamente costoro e non i veri speculatori.

Nel corso dell'audizione di *e-Bay*, Alasdair McGowan ha sottolineato l'utilità di un mercato secondario controllato ove sia possibile per i *fans* effettuare la compravendita dei biglietti che non possono utilizzare, soprattutto se gli organizzatori degli eventi non prevedono forme di rimborso. A tale scopo, l'utilizzo di piattaforme sicure, in grado di offrire specifiche garanzie nelle transazioni di rivendita,

potrebbe rappresentare un'alternativa valida al ricorso al « mercato nero » e assicurare la necessaria trasparenza delle operazioni, utile anche a contrastare forme di elusione e di evasione fiscali.

Alcune implicazioni di tipo fiscale sono state messe in luce, nel corso della medesima audizione, dal direttore generale della SIAE, Gaetano Blandini, il quale ha evidenziato in che modo la SIAE, su mandato dell'Agenzia delle entrate, effettui le operazioni di verifica, inizializzazione, funzionamento e controllo di tutti i sistemi di biglietteria automatizzata. 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. È emerso che, nel mercato secondario, i diversi meccanismi di controllo volti a registrare il volume di affari e, quindi, di profitto tassabile, vengono a mancare, con un danno ingente, tenuto conto che il mercato secondario nel mondo sfiorerebbe il valore di 8 miliardi di dollari. La sua alimentazione non può essere attribuibile allo scambio di biglietti tra singoli: secondo il dottor Blandini, la prima forma di alimentazione avviene a seguito del rastrellamento di biglietti, da parte di alcune piattaforme che, utilizzando i sistemi « bot », li rivendono a prezzi maggiorati da dieci a cinquanta volte, a seconda dell'evento. L'altro elemento di cui si nutre il mercato secondario sarebbe offerto dagli stessi organizzatori i quali, essendo in molti casi anche proprietari di piattaforme, sottraggono a monte ingenti quantitativi di biglietti dal mercato primario per rivenderli a prezzi maggiorati su quello secondario.

Con l'audizione di Vincenzo Spera, Presidente di Assomusica, è stato dato rilievo alla necessità di regolamentare il settore in modo adeguato ai tempi e alla rapida evoluzione tecnologica che lo caratterizzano. Il fenomeno degli eccessi che connotano il *secondary ticketing*, essendo veicolato attraverso il *web*, ha assunto dimensioni globali e il tema della sua regolamentazione investe ormai le istituzioni di diversi Paesi. Tuttavia, al momento, non sembra emergere un'unità di intenti tra le varie nazioni sulle possibili soluzioni. L'unico terreno comune sembra essere quello della guerra all'utilizzo dei sistemi « bot », mentre il dottor Spera si è detto contrario al biglietto nominativo.

Nel corso dell'audizione del rappresentante dell'Agenzia delle entrate, Aldo Polito, è emerso che la principale criticità è rappresentata dall'omessa dichiarazione dei redditi prodotti dai soggetti che effettuano, di fatto in regime di impresa, la compravendita di biglietti *on-line* sul mercato secondario, ottenendo margini di profitto molto elevati. Alla luce di quanto appurato con gli approfondimenti effettuati, è verosimile ritenere che, dietro le piattaforme di *secondary ticketing*, si nascondano organizzazioni che – anche mediante l'utilizzo di appositi *software* – sono in grado di acquistare grossi quantitativi di biglietti da rivendere in totale anonimato sul mercato secondario, ottenendo enormi guadagni non tassati. La sede delle società all'estero e l'utilizzo di *nickname* rende molto difficile per le Autorità fiscali individuare chi realmente si celi dietro gli *account* che effettuano le vendite sui siti *web*. Solo attraverso un'accurata analisi

di tutte le informazioni conservate nei *database* in possesso dei gestori delle piattaforme sarebbe possibile distinguere coloro che operano in maniera professionale, rispetto a coloro che solo occasionalmente rivendono biglietti. Per questi motivi, il fenomeno del *secondary ticketing* si può considerare sostanzialmente speculativo, distorsivo delle dinamiche di mercato, dannoso per gli organizzatori e autori inconsapevoli, pertanto certamente un fenomeno da contrastare.

5. L'inchiesta dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato.

Con sanzioni complessivamente pari a circa 1,7 milioni di euro si sono concluse, in data 5 aprile 2017, le cinque istruttorie avviate lo scorso ottobre dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, al fine di verificare eventuali violazioni del Codice del Consumo (decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206), in relazione alla vendita di biglietti per i principali concerti tenutisi in Italia negli ultimi anni (i cosiddetti *hot events*, quali, ad esempio, i concerti di *One Direction*, *Foo Fighters*, *Red Hot Chili Peppers*, Bruce Springsteen, Renato Zero, Adele, David Gilmour, Coldplay, U2, Ed Sheeran).

Un primo procedimento ha riguardato *TicketOne* S.p.A., originato dalle numerose segnalazioni in cui veniva lamentato un repentino esaurimento dei biglietti sul mercato primario e la loro quasi contestuale vendita sul mercato secondario, dove risultavano venduti a prezzi maggiorati. Scopo del procedimento era accertare se la società avesse agito con la diligenza propria del suo ruolo di esclusivista per le vendite *on line* e nel rispetto degli specifici obblighi contrattuali collegati. Sebbene, fisiologicamente, negli *hot events*, la richiesta di biglietti superi l'offerta e, malgrado limitate quantità di biglietti risultino confluite direttamente sul mercato secondario a seguito di vendite da parte di un *promoter* ad un operatore di *secondary ticketing*, il rapido esaurirsi dei biglietti *on line* relativi ai più importanti eventi di spettacolo che si tengono in Italia e la loro presenza in quantità non marginali sul mercato secondario sono risultati dipendere anche dalle concrete procedure adottate da *TicketOne* per la vendita dei biglietti tramite i canali da questo gestiti. Da tale punto di vista è emerso, infatti, che *TicketOne* – malgrado fosse tenuta contrattualmente a predisporre misure anti-bagarinaggio – non ne ha adottate di efficaci, dirette a contrastare l'acquisto di biglietti attraverso procedure automatizzate, né ha previsto regole e vincoli diretti a limitare gli acquisti plurimi di biglietti, né ha effettuato controlli *ex post* volti ad annullare tali acquisti plurimi. Le accertate omissioni comportamentali sono state ritenute non conformi a quanto ragionevolmente esigibile dall'operatore, in base ai principi di correttezza e buona fede. L'Autorità, pertanto, ha ritenuto *TicketOne* S.p.A. responsabile di una pratica commerciale scorretta ai sensi dell'articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo e ha irrogato al professionista una sanzione di un milione di euro.

Altre quattro istruttorie hanno riguardato invece le modalità informative con cui i principali operatori di *secondary ticketing* (*Seatwave*, *Viagogo*, *Ticketbis* e *Mywayticket*) operano sul mercato attraverso *Internet*. Le contestazioni rivolte ai suddetti operatori – sia

pure in misura diversa per ciascuna piattaforma esaminata – hanno riguardato la carente o intempestiva informazione in ordine a diversi elementi essenziali, di cui il consumatore ha bisogno, per assumere una decisione consapevole di acquisto. In particolare, si è ritenuto che le società, da una parte, non avevano precisato adeguatamente al consumatore le caratteristiche dei biglietti in vendita, non specificandone valore facciale, numero di posto e fila, né i diritti e le garanzie riconosciuti in caso di cancellazione dell'evento e, dall'altro, non avevano chiarito il proprio ruolo di mera intermediazione svolto sul mercato secondario. L'Autorità, pertanto, ha ritenuto i professionisti interessati dall'istruttoria responsabili di pratiche commerciali scorrette, ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo e ha irrogato loro sanzioni pari complessivamente ad oltre settecentomila euro (3).

6. Cenni comparati.

Anche all'estero il fenomeno del *secondary ticketing* ha assunto rilevanza istituzionale e mediatica.

In Francia, il legislatore ha provveduto a limitare sensibilmente la rivendita « non occasionale » di biglietti di manifestazioni sportive, concerti e spettacoli, inserendo una specifica disposizione nel codice penale. È previsto dall'articolo 316-6-2 del codice penale che chi esercita l'attività che consiste nel vendere, offrire in vendita o esporre per la vendita o nel fornire i mezzi per la vendita o per la cessione dei titoli di accesso a un evento sportivo, culturale o commerciale o ad una *performance* dal vivo, in maniera abituale e senza l'autorizzazione del produttore, dell'organizzatore o del titolare dei diritti di rivendita dell'evento o dello spettacolo, è punito con una multa di 15.000 euro. La multa è aumentata a 30.000 euro in caso di recidiva. Ai fini dell'applicazione del primo comma, è considerato come titolo di accesso ogni biglietto, documento, messaggio o codice, qualunque siano la forma o il mezzo, attestante l'ottenimento da parte del produttore, dell'organizzatore o del titolare dei diritti di sfruttamento, del diritto di partecipare alla manifestazione o spettacolo (4). In altre

(3) La Commissione ha verificato anche che le pratiche di vendita sul mercato secondario hanno costituito oggetto di indagine penale. Essa ha, infatti, acquisito in data 6 giugno 2017, dalla Procura della Repubblica di Milano, la documentazione attestante le imputazioni mosse nel procedimento penale 39414 del 2016 a diversi soggetti, tra cui gli amministratori della Società svizzera VIAGOGO, i responsabili di *Live Nation Italia* e *Live Nation 2*, nonché della VIVO srl e della DI and GI srl. Costoro sono imputati di concorso in aggio per avere, rispettivamente, ceduto e comprato un elevato numero di biglietti per concerti musicali di grande richiamo pubblico, con modalità tali per cui le società incaricate dagli organizzatori dei concerti della vendita sul mercato primario, viceversa, distoglievano cospicue quantità di biglietti da tale mercato per deviarle sul mercato secondario sul quale opera VIAGOGO. Nell'atto di accusa si contesta anche la pattuizione di una rilevante remunerazione per le società *Live Nation Italia*, *Live Nation 2* e VIVO, derivante dalle vendite sul mercato secondario da parte di VIAGOGO. Poiché, inoltre, la vendita dei biglietti sul mercato secondario si attua con il prezzo maggiorato, ma con il mantenimento dell'indicazione del prezzo facciale, i responsabili di *Live Nation Italia*, *Live Nation 2* e VIVO e DI and GI sono accusati di truffa aggravata in danno della SIAE, che ha perso il gettito relativo al vero prezzo.

(4) Article 313-6-2 – Créé par LOI n°2012-348 du 12 mars 2012 – articolo 3. « *Le fait de vendre, d'offrir à la vente ou d'exposer en vue de la vente ou de la cession ou de fournir les moyens en vue de la vente ou de la cession des titres d'accès à une manifestation sportive, culturelle ou*

parole, il legislatore francese vieta l'attività di *secondary ticketing*, salvo che questa non sia occasionale o effettuata su specifica autorizzazione dell'organizzatore dell'evento o del titolare dei diritti di rivendita.

In Belgio, l'articolo 5 della *Loi* del 30 luglio 2013, relativa alla rivendita di titoli d'accesso a spettacoli, prevede, tra l'altro, che la rivendita abituale è proibita. È altresì proibita la rivendita occasionale ad un prezzo più elevato di quello facciale (5). In breve, non si vieta soltanto la rivendita « abituale » sul mercato secondario, ma viene anche introdotto un divieto di applicazione di un prezzo superiore a quello emesso dal venditore primario così come risultante dal biglietto.

Nel Regno Unito, il *secondary ticketing* trova apposita collocazione all'interno del *Consumer Rights Act* del 2015, artt. 90 e seguenti. Ai sensi dell'articolo 90, gli operatori del mercato secondario sono obbligati a fornire al consumatore determinate informazioni concernenti lo specifico posto o zona cui il biglietto dà accesso, la presenza di determinate limitazioni all'uso del biglietto ed il suo valore nominale. Sul tema, la *Culture, Media and Sport Committee* della *House of Commons* ha avviato a sua volta, nel mese di novembre 2016, un'inchiesta straordinaria sul problema del bagarinaggio *on line* e sull'utilizzo di sistemi informatici per l'acquisto massivo di biglietti sul mercato primario e la loro rivendita a prezzi maggiorati (« *ticket abuse* »). In particolare, la Commissione parlamentare ha convocato i responsabili di *Viagogo* (sito con sede operativa in Svizzera), i quali tuttavia non sono intervenuti, destando disappunto nei parlamentari (verosimilmente anche in ragione della circostanza che nei confronti del sito medesimo non possono applicarsi le regole del *Contempt of Parliament*).

La stampa quotidiana ha dato altresì notizia che, in occasione del debutto del *musical* « *Hamilton* » a Londra, previsto per il mese di novembre 2017, per evitare fenomeni di accaparramento da parte dei rivenditori, gli organizzatori di *Live Nation* hanno creato un sistema

commerciale ou à un spectacle vivant, de manière habituelle et sans l'autorisation du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation de cette manifestation ou de ce spectacle, est puni de 15 000 euro d'amende en cas de récidive. Pour l'application du premier alinéa, est considéré comme titre d'accès tout billet, document, message ou code, quels qu'en soient la forme et le support, attestant de l'obtention auprès du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation du droit d'assister à la manifestation ou au spectacle ».

(5) Document législatif n. 5-2081/4. Art. 5: « 1. La revente de manière habituelle est interdite. Le fait d'exposer en vue de la revente de manière habituelle, et le fait de fournir les moyens qui seront utilisés pour une revente de manière habituelle, sont interdits. 2. La revente de manière occasionnelle à un prix supérieur au prix tel que défini à l'article 4, § 1^{er}, est interdite. Le fait d'exposer en vue de la revente de manière occasionnelle, et le fait de fournir les moyens qui seront utilisés pour une revente de manière occasionnelle, sont eux aussi interdits s'il s'agit d'une revente à un prix supérieur au prix tel que défini à l'article 4, § 1^{er}. 3. La revente avant le début de la vente initiale est interdite. Le fait d'exposer en vue de la revente et le fait de fournir les moyens qui seront utilisés pour une revente, sont eux aussi interdits avant le début de la vente initiale. 4. La vente d'un titre d'accès privilégié ainsi que d'un titre d'accès promotionnel, qui n'ont pas fait l'objet d'une vente initiale, est interdite. Le fait d'exposer en vue de la revente et le fait de fournir les moyens qui seront utilisés pour une revente, sont eux aussi interdits en vue de la vente d'un titre d'accès privilégié ainsi que d'un titre d'accès promotionnel qui n'ont pas fait l'objet d'une vente initiale ».

« *ticketless* », cioè senza l'emissione di ricevute di carta. Per accedere al teatro, lo spettatore dovrà far passare su un lettore magnetico la stessa carta di credito usata per l'acquisto via *Internet*.

Negli Stati Uniti, di recente, con la legge federale n. 114-274 del 14 dicembre 2016, è stato rafforzato il divieto dell'uso di « bots », i *software* finalizzati all'acquisto massivo dei biglietti perché in grado di eludere i sistemi di controllo dei rivenditori autorizzati.

7. Conclusioni.

Alla luce dei numerosi elementi raccolti nel corso dell'indagine, emerge l'esigenza prioritaria di adottare misure efficaci finalizzate ad arginare il fenomeno del bagarinaggio *on line*, che si presenta come una distorsione del mercato, connotata da aspetti di scorrettezza commerciale e di illiceità penale.

Come emerso dai documenti presentati dai diversi soggetti ascoltati e alla luce delle considerazioni svolte dai deputati intervenuti nei dibattiti, diverse sono le soluzioni possibili, prima di giungere al provvedimento più drastico, vale a dire quello del divieto perentorio di bigliettazione secondaria, con conseguente chiusura per il mercato italiano di tutti i siti di rivendita. Quest'ultima misura, di natura coercitiva, implicherebbe l'impossibilità per il privato cittadino di poter rivendere, qualora impossibilitato a partecipare ad un evento, il proprio titolo di accesso.

In tal senso, la norma di cui all'articolo 1, commi 545 e 546 della legge di bilancio 2017, al fine di tutelare questo tipo di rivendita, non ha previsto una sanzione per la vendita (o qualsiasi altra forma di collocamento) effettuata da persona fisica in modo occasionale, purché senza finalità commerciali. Tuttavia, l'oggettiva difficoltà di esercitare forme adeguate di controllo sulle modalità di rivendita – ovvero che questa sia effettuata senza maggiorazioni sul prezzo di emissione dei biglietti – fa persistere il problema.

Sono dunque emerse alcune ipotesi di lavoro.

La prima è quella del biglietto nominativo. L'emissione del titolo di accesso sarebbe consentito solo a fronte dell'identificazione nominativa di una persona, che poi esibisce il documento all'ingresso dello spettacolo. Tale soluzione – se si è rivelata efficace per le manifestazioni sportive (perché ispirata a motivi di ordine pubblico) – è tuttavia di più difficile praticabilità per i concerti di grande richiamo, per i quali la verifica della corrispondenza della persona acquirente e quella presente potrebbe rivelarsi onerosa, rischiosa e problematica per i consumatori. Questa soluzione, però, si limiterebbe agli eventi dai numeri più contenuti.

La seconda è quella di richiedere all'ingresso l'esibizione della medesima carta di credito adoperata per l'acquisto *on line*, di modo che i siti di bigliettazione secondaria non possano fare incetta di biglietti, a meno di non disporre di migliaia di carte di credito.

La terza è quella di imporre agli organizzatori di pretendere dai siti di vendita dei loro eventi l'utilizzo di sistemi che richiedano all'acquirente *on line* un'autenticazione in due o più fasi ed eventualmente di digitare il *Captcha*.

Resta che occorre lavorare a monte nell'individuazione dei siti illegali, così come nell'individuazione delle transazioni illegali e sulla volontà degli organizzatori e dei *promoter* di non alimentare questo mercato parallelo.

La Commissione ritiene, conclusivamente, che all'atto di emanare il decreto attuativo dell'articolo 1, commi 545 e 546, della legge di bilancio 2017, il Governo possa tenere in considerazione questi rimedi operativi.