

DELIBERA N. 103/20/CONS

**ORDINANZA INGIUNZIONE ALLA SOCIETÀ STUBHUB INC. PER LA
VIOLAZIONE DELL'ARTICOLO 1, COMMA 545, LEGGE 11 DICEMBRE
2016, N. 232 (LEGGE DI BILANCIO 2017)**

(CONTESTAZIONE N. 3/19/DSD)

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 16 marzo 2020;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*”;

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante “*Codice delle comunicazioni elettroniche*”;

VISTA la legge 11 dicembre 2016, n. 232, recante “*Bilancio di previsione dello Stato per l’anno finanziario 2017 e bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019*” e, in particolare, l’art. 1, comma 545, così come modificato dalla legge 30 dicembre 2018, n. 145;

VISTO, in particolare, l’art. 1, comma 545, della legge 11 dicembre 2016, n. 232, in base al quale «*Al fine di contrastare l’elusione e l’evasione fiscale, nonché di assicurare la tutela dei consumatori e garantire l’ordine pubblico, la vendita o qualsiasi altra forma di collocamento di titoli di accesso ad attività di spettacolo effettuata da soggetto diverso 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 sanzioni amministrative pecuniarie da 5.000 euro a 180.000 euro, nonché, ove la condotta sia effettuata attraverso le reti di comunicazione elettronica, secondo le modalità stabilite dal comma 546, con la rimozione dei contenuti, o, nei casi più gravi, con l’oscuramento del sito internet attraverso il quale la violazione è stata posta in essere, fatte salve le azioni risarcitorie*»;

VISTA la legge 24 novembre 1981, n. 689, recante “*Modifiche al sistema penale*”;

VISTA la legge 7 agosto 1990, n. 241, recante “*Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi*”;

VISTO il decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104, recante “*Attuazione dell’articolo 44 della legge 18 giugno 2009, n. 69, recante delega al governo per il riordino del processo amministrativo*”;

VISTA la delibera n. 410/14/CONS, del 29 luglio 2014, e il relativo allegato A, recante “*Regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni e consultazione pubblica sul documento recante «Linee guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni»*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 581/15/CONS e di seguito denominata il “Regolamento”;

VISTA la delibera n. 265/15/CONS, del 28 aprile 2015, recante “*Linee guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*”;

VISTO l’articolo 2 del decreto legge 30 dicembre 2019, n. 162, recante “*Disposizioni urgenti in materia di proroga di termini legislativi, di organizzazione delle pubbliche amministrazioni, nonché di innovazione tecnologica*”, ai sensi del quale “*All’articolo 7, comma 1, del decreto-legge 21 settembre 2019, n. 104, convertito, con modificazioni, dalla legge 18 novembre 2019, n. 132, le parole «fino a non oltre il 31 dicembre 2019» sono sostituite dalle seguenti: «fino a non oltre il 31 marzo 2020»*”;

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante “*Adozione del nuovo regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità*”, come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 95/19/CONS;

VISTE le segnalazioni di TicketOne S.p.A., Vertigo S.r.l., Vivo Concerti S.r.l., Friends & Partners S.p.A., Associazione italiana organizzatori e produttori spettacoli di musica dal vivo, Trident Music S.r.l. e Di and Gi. S.r.l. con note (acquisite al protocollo Agcom rispettivamente con nn. 138266 del 29 marzo 2019, 163437 del 12 aprile 2019, 175696 del 19 aprile 2019, 175815 del 19 aprile 2019, 184293 del 29 aprile 2019, 200620 del 10 maggio 2019, 208321 del 15 maggio 2019);

VISTA la nota del 31 maggio 2019 dell’Agenzia delle Entrate (prot. Agcom n. 237156);

VISTA la nota del 4 giugno 2019 della Guardia di finanza – Nucleo Speciale beni e servizi (prot. Agcom n. 242107);

VISTA la nota del 4 giugno 2019 della Polizia postale e delle comunicazioni (prot. Agcom n. 241698);

VISTA la Relazione del 10 giugno 2019 concernente la proposta di avvio di un procedimento sanzionatorio ai sensi dell’articolo 3, comma 4, dell’Allegato A, della delibera n. 410/14/CONS (prot. Agcom n. 251450);

VISTO l’atto di contestazione e accertamento del Direttore della Direzione sviluppo dei Servizi digitali e della Rete n. 3/19/DSD del 2 luglio 2019, recante “*Contestazione alla società Stubhub Inc. per la violazione dell’articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017)*”;

VISTA la nota del 3 luglio 2019 con cui il Direttore della Direzione sviluppo dei servizi digitali e della Rete ha trasmesso al Ministero Affari esteri – Direzione Italiani

all'estero, Ufficio IV – Sezione IV notifiche – ai fini della notifica, l'atto di contestazione e accertamento n. 03/19/DSD “*Contestazione alla società Stubhub Inc. per la violazione dell'articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017)*”, e la successiva notifica alla Società avvenuta in data 9 agosto 2019 (prot. Agcom. n. 290404);

VISTA la comunicazione mail della Società Stubhub (prot. Agcom n. 26775 del 21 gennaio 2020);

VISTO l'accesso agli atti svolto dalla Società Stubhub Inc. in data 20 settembre 2019;

VISTA la richiesta di informazioni alla Società Stubhub Inc. del 25 settembre 2019 (prot. Agcom n. 405185);

VISTA la nota del 26 settembre 2019, recante “*Comunicazione avvio procedimenti sanzionatori ai sensi dell'art. 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (Legge di Bilancio 2017), come modificato dalla legge 30 dicembre 2018, n. 145 (Legge di Bilancio 2019)*” inviata all'Autorità garante della concorrenza e del Mercato (prot. Agcom n. 408005);

VISTA la nota con la quale la Società Stubhub Inc. ha riscontrato la richiesta di informazioni del 25 settembre 2019 (prot. Agcom n. 418912 del 3 ottobre 2019);

VISTA la nota del 23 ottobre 2019 con la quale, ai sensi dell'art.7, comma 5, del Regolamento n. 581/15/CONS, è stata comunicata la sospensione dei termini del procedimento sanzionatorio di cui alla nota prot. Agcom n. 405185 del 25 settembre 2019 (prot. Agcom n. 443817);

VISTE le note con cui la Società Stubhub Inc. ha trasmesso la propria memoria difensiva (prot. Agcom nn. 423914, 423921, 423925, 423926, 424925, 424926 e 424927, tutti del 7 ottobre 2019);

VISTA la nota del 16 ottobre 2019 con la quale, ai sensi dell'art.7, comma 5, del Regolamento n. 581/15/CONS è stata comunicata la sospensione dei termini del procedimento sanzionatorio (prot. Agcom n. 441887);

VISTA la nota della Polizia Postale e delle Comunicazioni (prot. Agcom n. 489973 del 14 novembre 2019);

VISTA la nota della Guardia di Finanza (prot. Agcom n. 495010 del 18 novembre 2020);

VISTA la nota del 4 dicembre 2019 con la quale, ai sensi dell'art.7, comma 5, del Regolamento n. 581/15/CONS è stata riscontrata la sospensione dei termini del procedimento sanzionatorio (prot. Agcom n. 523088);

VISTA la nota con la quale, ai sensi dell'art. 7, comma 1, del Regolamento n. 581/15/CONS, sono state richieste ulteriori informazioni alla società Stubhub Inc. e, contestualmente, è stata comunicata la sospensione dei termini del procedimento (prot. Agcom n. 552105 del 23 dicembre 2019);

VISTA la nota della società di riscontro alla suindicata richiesta di informazioni (prot. Agcom n. 23777 e allegati e 23783 e allegati del 20 gennaio 2020);

VISTA la nota del 27 gennaio 2020 con la quale, ai sensi dell'art.7, comma 5, del Regolamento n. 581/15/CONS è stata riscontrata la sospensione del termine del procedimento sanzionatorio (prot. Agcom n. 36302);

VISTI gli approfondimenti istruttori (prot. Agcom n.48060 del 3 febbraio 2020);

VISTA la delibera 31/20/CONS del 13 febbraio 2020, recante “*Approvazione dello schema di ordinanza ingiunzione alla società Stubhub Inc. per la violazione dell’articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017) (Contestazione n. 3/19/DSD) e approfondimenti per acquisizione del concerto di cui all’art. 1, comma 545, legge 232/2016, ai sensi dell’art. 11, comma 1, del Regolamento allegato alla delibera n. 581/15/CONS*”;

VISTA la nota recante “*Concerto ex art. 1, comma 545, della legge n. 232/2016: trasmissione dello schema di ordinanza ingiunzione alla Società Stubhub Inc. per la violazione dell’articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (Procedimento sanzionatorio avviato con contestazione n. 3/19/DSD)*”, inviata all’Autorità garante della concorrenza e del Mercato (prot. Agcom 68735 del 14 febbraio 2020);

VISTA la nota con la quale, ai sensi dell’art.7, comma 5, del Regolamento n. 581/15/CONS, è stata comunicata la proroga dei termini del procedimento sanzionatorio di cui alla delibera 31/20/CONS alla società (prot. Agcom 70277 del 17 febbraio 2020);

VISTA la nota della Società del 27 febbraio 2020 (prot. Agcom 88703);

VISTA la delibera dell’Autorità garante della concorrenza e del Mercato del 6 marzo 2020 con la quale l’Agcm ha espresso, “*ai sensi dell’art. 1, comma 545, legge 232/2016, il formale concerto sullo schema di ordinanza ingiunzione alla società Stubhub Inc. trasmesso dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*” (prot. Agcom 112062 del 12 marzo 2020);

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Il fatto e la contestazione

La legge 11 dicembre 2016, n. 232, recante “*Bilancio di previsione dello Stato per l’anno finanziario 2017 e bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019*” ha attribuito all’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni nuove competenze in materia di vendita di titoli di accesso ad attività di spettacolo, introducendo misure volte a contrastare il fenomeno della vendita di titoli di accesso ad attività di spettacolo effettuata da soggetti diversi dai titolari, anche sulla base di apposito contratto o convenzione, dei sistemi di emissione dei biglietti (c.d. *secondary ticketing*).

In particolare il comma 545 dell’art. 1 della suddetta legge, così come modificato dalla legge 30 dicembre 2018, n. 145, dispone che “*Al fine di contrastare l’elusione e l’evasione fiscale, nonché di assicurare la tutela dei consumatori e garantire l’ordine pubblico, la vendita o qualsiasi altra forma di collocamento di titoli di accesso ad attività di spettacolo effettuata da soggetto diverso 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 sanzioni amministrative pecuniarie da 5.000 euro a 180.000 euro, nonché, ove la condotta sia effettuata attraverso le reti di comunicazione elettronica, secondo le modalità stabilite dal comma 546, con la rimozione dei contenuti, o, nei casi più gravi, con l’oscuramento del sito internet attraverso il quale la violazione è stata posta in essere, fatte salve le azioni risarcitorie. L’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, di concerto con l’Autorità garante della concorrenza e del mercato, effettua i necessari accertamenti e interventi, agendo d’ufficio ovvero su segnalazione degli interessati e comminando, se del caso, le sanzioni amministrative pecuniarie previste dal presente comma. Non è comunque sanzionata la vendita ad un prezzo uguale o inferiore a quello nominale di titoli di accesso ad attività di spettacolo effettuata da una persona fisica in modo occasionale, purché senza finalità commerciali*”.

Nell’arco temporale marzo-maggio 2019, sono pervenuti all’Autorità numerosi esposti nei confronti del sito “Stubhub.it”, da parte di società attive nel settore dell’organizzazione di eventi musicali *live*, di società di vendita nel mercato primario di titoli ad eventi musicali e di Associazioni di categoria, nei quali veniva denunciata la condotta della società Stubhub Inc., attuata tramite il proprio sito *web* e alcuni canali *social*, consistente nell’attività di rivendita secondaria di titoli di ingresso a specifici eventi musicali *live* in violazione dell’art. 1, comma 545 della legge di bilancio 2016.

Dall’attività di vigilanza, avviata sulla base delle suddette segnalazioni ed effettuata anche con il supporto della Guardia di finanza, della Polizia postale e dell’Agenzia delle entrate, con atto n. 3/19/DSD, del 2 luglio 2019, recante “*Contestazione alla società Stubhub Inc. per la violazione dell’articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017)*”, e notificato alla parte in data 9 agosto 2019, il Direttore della Direzione sviluppo dei servizi digitali e della rete, ha accertato che la società Stubhub Inc. (di seguito, Stubhub):

- 1) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it titoli di accesso ad attività di spettacolo senza essere titolare dei sistemi per la loro emissione;
- 2) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 18/04/19 di Jack Savoretti;
- 3) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 01/05/19 di The Giornalisti;
- 4) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 18/05/19 di Ennio Morricone;
- 5) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 19/05/19 di Ennio Morricone;
- 6) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 24/05/19 di Elisa;
- 7) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 25/05/19 di Elisa;
- 8) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 29/05/19 di Elton John;
- 9) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 30/05/19 di Elton John;
- 10) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 01/06/19 di Vasco Rossi;
- 11) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 06/06/19 di Vasco Rossi;
- 12) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 07/06/19 di Vasco Rossi;
- 13) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 12/06/19 di Vasco Rossi;

- 14) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 15/06/19 di Ennio Morricone;
- 15) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 16/06/19 di Ennio Morricone;
- 16) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 18/06/19 di Ennio Morricone;
- 17) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 19/06/19 di Ennio Morricone;
- 18) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 19/06/19 di Def Leppard;
- 19) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 21/06/19 di Ennio Morricone;
- 20) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 22/06/19 di Ennio Morricone;
- 21) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 23/06/19 di Ennio Morricone;
- 22) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 28/06/19 di Ennio Morricone;
- 23) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 29/06/19 di Ennio Morricone;
- 24) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 05/07/19 di Jack Savoretti;
- 25) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 06/07/19 di Jovanotti;

- 26) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 07/07/19 di Elton John;
- 27) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 08/07/19 di Laura Pausini e Biagio Antonacci;
- 28) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 13/07/19 di Jovanotti;
- 29) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 16/07/19 di Jovanotti;
- 30) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 20/07/19 di Jovanotti;
- 31) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 23/07/19 di Jovanotti;
- 32) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 27/07/19 di Jovanotti;
- 33) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 03/08/19 di Jovanotti;
- 34) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 06/08/19 di Eros Ramazzotti;
- 35) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 24/08/19 di Jovanotti;
- 36) ha messo in vendita sul sito *web* stubhub.it biglietti ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale, dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, per l'evento del 07/09/19 di The Giornalisti;
- 37) ha messo in vendita, attraverso il rimando dal social www.facebook.com/stubhub/ al sito *web* della società, biglietti per eventi ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati.

Per ciascuna delle violazioni accertate e contestate è stata ammessa la possibilità di procedere al pagamento in misura ridotta, ai sensi dell'art. 16 della legge 689/1981. La società non si è avvalsa di tale possibilità.

2. Deduzioni della società

La Società ha presentato la propria posizione con memoria difensiva del 4 ottobre 2019 (prot. Agcom n. 423926 e altri sopra citati), fornendo ulteriori informazioni e chiarimenti a seguito delle richieste di informazioni del 25 settembre 2019 (prot. 405185) e del 23 dicembre 2019 (prot. Agcom 552105). La Società ha riscontrato le richieste rispettivamente con note del 3 ottobre 2019 (prot. Agcom 418912) e del 20 gennaio 2020 (prot. Agcom 23777, 23783, e allegati).

Preliminarmente, la società ha eccepito il difetto di legittimazione passiva di Stubhub Inc., non gestendo tale società la piattaforma stubhub.it che, diversamente, è gestita da eBay Marketplaces GmbH, con sede in Svizzera. La società precisa che il sito oggetto di contestazione www.stubhub.it è un dominio di primo livello ed è completamente separato e distinto dal sito stubhub.com: i due siti, hanno infatti una *home page* diversa e sono gestiti da società diverse (eBay Marketplaces GmbH per stubhub.it e Stubhub Inc. per stubhub.com). Ne deriva, secondo la parte, il difetto di legittimazione passiva di Stubhub Inc.

La Società prosegue comunque descrivendo la natura del servizio offerto sulla piattaforma stubhub.it precisando che Stubhub è una piattaforma che permette *“a utenti che hanno acquistato biglietti per un determinato evento, senza potervi partecipare, di incontrare la domanda di altri utenti che non sono riusciti a comprarli per tempo, dando a entrambi la possibilità di eseguire la transazione in un contesto semplice, intuitivo e sicuro”*.

La parte precisa che la messa in vendita e l'acquisto di biglietti sulla piattaforma Stubhub è *“integralmente posta in essere e gestita dagli utenti”* e che la società che gestisce *“non ha mai la proprietà del titolo di accesso non procedendo mai, in nessun caso, ad acquistare biglietti”* e *“non conosce, non monitora, né controlla la creazione di tali offerte, la determinazione del prezzo o le transazioni in sé, limitandosi a ospitarle sulla sua piattaforma”*.

Il regime giuridico della piattaforma è dunque, a detta della Società, assimilabile a quella dei *“negozi online di cd. marketplace”*, attraverso cui gli utenti vendono e comprano ogni tipo di servizio: la piattaforma Stubhub, e di conseguenza il suo gestore, *“rientrano, dunque, nei servizi della società dell'informazione denominati “hosting provider”* e sono soggetti alle disposizioni della direttiva E-Commerce (2000/31/CE) e al D.Lgs. 70 del 2003 *“che prevedono e tutelano, con un regime di responsabilità attenuata, il loro operato, proprio alla luce dell'apporto innovativo alla circolazione dei beni e servizi nella società dell'informazione”*. La Società che gestisce il sito non è, dunque, obbligata a *“verificare che la determinazione del prezzo sia effettuata dall'utente nel rispetto della*

normativa applicabile, allo stesso modo in cui una piattaforma dove gli utenti possono autonomamente mettere in vendita il loro immobile non è obbligata a verificare la veridicità e correttezza delle inserzioni o in cui una piattaforma per la condivisione di fotografie non è tenuta a controllare o monitorare la correttezza delle informazioni sulla titolarità dei diritti sulle foto”.

La Società conclude ritenendo che nell’ordinamento italiano sia perfettamente lecita l’attività di messa a disposizione di una piattaforma che consenta agli utenti di acquistare e vendere titoli di accesso ad attività di spettacolo e che la piattaforma non può essere ritenuta responsabile delle eventuali violazioni poste in essere dai suoi utenti, non svolgendo alcun ruolo nella transazione conclusa tra utenti venditori e utenti acquirenti e non essendo tenuta a controllare la veridicità o legittimità dei contenuti caricati sul sito da questi ultimi.

Nonostante la premessa sopra riportata, la Società dichiara di volersi comunque *“difendersi anche nel merito delle condotte contestate”*, sostenendo che: 1) la contestazione relativa alla vendita di titoli di accesso senza essere titolare dei sistemi per la loro emissione si basa *“sull’equivoco assunto che la Società sia coinvolta nelle transazioni di vendita relative ai biglietti”* quando a vendere i biglietti sono gli utenti della piattaforma, unici legittimi possessori o titolari dei titoli di accesso. Ne consegue che la condotta sanzionabile è *“limitata al soggetto venditore del biglietto nel rapporto di compravendita. Non sussiste, nella letteralità della legge, una disposizione sanzionatoria in capo al gestore del “sito internet attraverso il quale la violazione è stata posta in essere” che risulta estraneo alla condotta e si limita ad ospitare i contenuti.”* Il gestore, infatti, emergerebbe quale soggetto sanzionabile *“esclusivamente laddove vendesse direttamente i biglietti in qualità di venditore”*. Diversamente, la Società, *“non essendo in alcun modo titolare dei biglietti, non ha mai realizzato alcuna compravendita di titoli di accesso né, tanto meno, ha consentito la messa in vendita di biglietti che non sono già stati oggetto di una vendita iniziale. Il suo ruolo si è limitato a mettere a disposizione una piattaforma per la vendita da parte di terzi di titoli di accesso già oggetto di una vendita iniziale da parte di persone fisiche sulla propria piattaforma, nel pieno rispetto della vigente normativa”*.

La Società prosegue poi ritenendo che non vi sia una previsione legislativa che sanzioni la vendita a prezzi maggiorati ma che l’unica condotta sanzionabile ai sensi dell’art. 1, comma 545 sia la vendita senza titolo, *“salva l’eccezione applicabile solo alla persona fisica che vende senza titolo in forma non professionale e occasionale a un prezzo inferiore al prezzo nominale”*. Ne consegue che le contestazioni dell’Autorità in relazione alla vendita in sovrapprezzo sono in violazione del principio di legalità delle sanzioni amministrative e sono prive di fondamento dal momento che la Società che gestisce il sito *“non agisce mai come venditore”* e *“non determina in nessun modo il prezzo di vendita che è unicamente stabilito dall’utente venditore”*.

Alla luce di tali considerazioni, la Società ritiene *“assolutamente infondato e erroneo il rilievo della Polizia Postale, contenuto nella propria relazione, secondo cui la Società*

applicherebbe “una maggiorazione sul prezzo iniziale (proposto da chi vende e già maggiore rispetto a quello autorizzato per il mercato primario) a vario titolo (“diritti di prevendita, commissioni, spese di spedizione, iva e tasse di convenienza”)”. Parimenti infondato appare il rilievo della Polizia Postale secondo il quale, la Società favorirebbe la vendita a un prezzo maggiorato attraverso il suggerimento del prezzo ovvero tramite le commissioni e le trattenute a lei dovute”.

Con riferimento al canale *social*, la società afferma che il portale Stubhub utilizza Facebook (www.facebook.com/stubhub) per pubblicizzare le proprie attività, tanto è vero che gli utenti che, dopo aver visualizzato i contenuti della pagina Facebook di Stubhub, desiderino usufruire dei servizi, sono obbligati ad accedere al relativo sito *web* e ad effettuare sul *web* la transazione.

Fermo quanto sopra, la Società ritiene che, comunque, qualora l’Autorità ritenesse sussistenti le violazioni imputate nell’Atto di contestazione, ai sensi dell’art. 11 della L. 689/1981 e delle “Linee Guida sulla quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, approvate con la Delibera 265/15/CONS (“Linee Guida”), dovrebbe pervenire alla conclusione che, nel caso di specie, si sia in presenza di una “*unica violazione*”, con la conseguente applicazione dell’istituto del c.d. cumulo giuridico, sanzionabile con il minimo edittale.

Nella documentazione integrative fornita dalla Società in data 2 ottobre, a seguito della richiesta di informazioni del 25 settembre 2019, la Società ha fornito il numero dei biglietti venduti per singolo evento contestato, completo di importo suddiviso per singole voci di prezzo (prezzo del biglietto e commissioni). La società ha inoltre fornito i dati relativi al numero e valore totale delle transazioni relative a tutti gli eventi contestati nel periodo di riferimento.

Dai dati forniti è emerso che, relativamente a tutti gli eventi contestati sono stati venduti [omissis] biglietti, relativi a 19 eventi, per un importo totale di euro [omissis], di cui la Società ha incassato euro [omissis] di commissioni.

Inoltre, con comunicazione del 20 gennaio 2020, fornita a seguito della richiesta di informazioni del 23 dicembre 2019, la parte ha fornito precisazioni in merito a: 1) tutte le attività svolte a supporto dei clienti durante la fase di acquisto/vendita, incluse le garanzie fornite agli utenti e venditori e le eventuali restrizioni; 2) tutte le maggiorazioni di prezzo applicate sul prezzo del biglietto, a qualunque titolo; 3) modalità di organizzazione ed indicizzazione della *home page*; 4) descrizione del funzionamento di eventuali ulteriori canali di pubblicizzazione/acquisto/vendita biglietti della piattaforma; 5) percentuale di biglietti per tipologia di evento; 6) percentuale di biglietti venduti ad un prezzo pari al prezzo nominale relativa al periodo di riferimento e dettaglio delle transazioni relative agli eventi contestati.

La società ha inoltre fornito i dati di bilancio relativi all'ultimo esercizio chiuso prima dell'avvio del procedimento sanzionatorio.

Con riferimento al dettaglio delle attività svolte a supporto e a garanzia delle transazioni, la Società ha precisato che StubHub non fornisce suggerimenti agli utenti in relazione alla vendita o all'acquisto di biglietti e non fornisce suggerimenti di prezzo. Quando un utente mette in vendita un biglietto, *“StubHub fornisce all'utente venditore esclusivamente informazioni relative ai biglietti che sono disponibili sulla piattaforma in quel dato momento e al range di prezzo indicato dagli altri venditori (min.-max)”*.

Nel corso del processo di vendita, fornisce supporto agli utenti con diverse modalità: *email*, modulo di contatto *online*, *chat* e, in modalità *outbound*, via telefono.

Per garantire il buon esito della transazione, è previsto un sistema di fornitura di biglietti sostitutivi/rimborso/credito utilizzabile per un futuro acquisto nel caso i biglietti acquistati non siano consegnati in tempo, non siano validi per l'ingresso o siano diversi da quelli acquistati. Se l'evento viene anticipato o posticipato, viene offerta all'utente la possibilità di rimborso.

Per assicurare tutto ciò, *“le somme versate dagli utenti acquirenti non sono trasferite agli utenti venditori al momento della vendita del biglietto ma sono trattenute su un conto dedicato”*.

I requisiti e le condizioni per l'utilizzo del sito, prevedono che l'utente: 1) debba avere un'età almeno pari ad anni 18 e capacità di agire; 2) debba conformarsi a tutte le leggi e i regolamenti locali applicabili; 3) possa mettere in vendita esclusivamente biglietti validi e accompagnati da informazioni accurate.

In caso di violazione di detti termini e condizioni, viene impedito l'accesso alla piattaforma all'utente.

Circa le maggiorazioni di prezzo, la Società ha dichiarato di applicare due diverse commissioni: [omissis].

Con riferimento alle attività di indicizzazione ed organizzazione della *homepage*, la Società ha precisato che gli eventi nella *homepage* vengono mostrati e indicizzati in base ad uno specifico algoritmo, impostato per mostrare agli utenti gli eventi più rilevanti in base alla loro posizione geografica. Più specificamente, l'algoritmo mette in evidenza, in modo automatico, gli eventi che hanno luogo vicino agli utenti e che riscuotono maggiore successo in termini di vendite. Sulla *homepage* viene poi indicato semplicemente il numero di biglietti ancora disponibili sulla piattaforma in relazione a ciascun evento.

Con riferimento al funzionamento di ulteriori canali di pubblicizzazione/acquisto/vendita biglietti della piattaforma, la Società ha ribadito che *“i biglietti possono essere venduti e*

acquistati dagli utenti esclusivamente sul sito StubHub”, e che Stubhub pubblicizza la propria piattaforma tramite: 1) inserzioni su motori di ricerca (Google, Bing); 2) marketing di affiliazione (Tradedobler, CJ); 3) inserzioni su *social network* (Facebook, Instagram); 4) *banner* pubblicitari (Google Display Network, DV360).

Relativamente alla percentuale di biglietti venduti per tipologia di evento, con indicazione dei relativi ricavi, dai dati del 2018 (rilevati a partire da marzo) risulta che il [omissis] dei biglietti venduti ha riguardato eventi musicali, il [omissis] teatro e spettacolo e il [omissis] eventi sportivi. Nel 2019, gli eventi musicali hanno pesato per il [omissis] sul totale dei biglietti (stime della società). Con riferimento ai ricavi, nel 2019, la Società fornisce una stima pari a [omissis] dollari per vendita di biglietti per eventi relativi a “teatro e spettacolo”, [omissis] dollari per eventi musicali, [omissis] dollari per eventi sportivi.

Con riferimento ai dati di bilancio, risulta che, nel 2018, il valore totale delle transazioni effettuate su Stubhub a livello globale sia stato pari a 4 miliardi e 751 milioni di dollari, di cui 1 miliardo e 68 milioni di dollari di ricavi netti da commissioni. A questi, vanno aggiunti 15 milioni di dollari di ricavi derivanti da vendite di pubblicità. Nella propria risposta del 20 gennaio 2020, la società ha dichiarato di non avere dati riferiti alle attività svolte dal sito italiano di Stubhub, essendo i dati elaborati a livello globale. Tuttavia, ha fornito una stima sui ricavi generati da commissioni sul sito stubhub.it nel 2019 pari a [omissis] dollari e ha dichiarato che il sito italiano [omissis].

Infine, con riferimento alla percentuale di biglietti venduti ad un prezzo pari o diverso dal prezzo nominale, la Società ha dichiarato di non disporre di tale informazione “*non essendo a conoscenza del prezzo nominale sul mercato primario*”.

3. Risultanze istruttorie e valutazioni dell’Autorità

Al fine di inquadrare correttamente le deduzioni della Società è utile effettuare una ricostruzione di quali siano, nella sostanza, le condotte illecite ai sensi del comma 545 dell’art. 1 della, così come modificato dalla legge 30 dicembre 2018, n. 145. A tal fine, occorre ricostruire il quadro normativo di riferimento, a partire dal dato letterale delle disposizioni rilevanti, per poi analizzarne la *ratio*.

La legge sopra richiamata dispone che: “*Al fine di contrastare l’elusione e l’evasione fiscale, nonché di assicurare la tutela dei consumatori e garantire l’ordine pubblico, la vendita o qualsiasi altra forma di collocamento di titoli di accesso ad attività di spettacolo effettuata da soggetto diverso 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 sanzioni amministrative pecuniarie da 5.000 euro a 180.000 euro, nonché, ove la condotta sia effettuata attraverso le reti di comunicazione elettronica, secondo le modalità stabilite dal comma 546, con la*

rimozione dei contenuti, o, nei casi più gravi, con l'oscuramento del sito internet attraverso il quale la violazione è stata posta in essere, fatte salve le azioni risarcitorie. L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, di concerto con l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, effettua i necessari accertamenti e interventi, agendo d'ufficio ovvero su segnalazione degli interessati e comminando, se del caso, le sanzioni amministrative pecuniarie previste dal presente comma. Non è comunque sanzionata la vendita ad un prezzo uguale o inferiore a quello nominale di titoli di accesso ad attività di spettacolo effettuata da una persona fisica in modo occasionale, purché senza finalità commerciali" (enfasi aggiunta).

Dal dettato letterale della norma sopra riportata, è chiaro che le condotte illecite punibili ai sensi della normativa sono:

- 1) la vendita o qualsiasi altra forma di collocamento di biglietti *effettuata da soggetto diverso dai titolari*;
- 2) la vendita ad un prezzo superiore a quello nominale.

I riferimenti alla possibilità che le violazioni sopra descritte vengano compiute anche attraverso “*le reti di comunicazione elettronica*” e che i “*siti internet*” possano essere veicoli di condotte in violazione della legge chiariscono, diversamente da quanto sostenuto dalla Società, la punibilità di tali soggetti.

Diversamente, se i siti Internet fossero esclusi dalla normativa di riferimento, non vi sarebbe alcun motivo per coinvolgere e attribuire competenze specifiche all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, le cui funzioni si applicano – da sempre – al settore delle comunicazioni elettroniche e alle condotte che avvengono per il tramite delle reti di comunicazioni elettroniche.

La normativa in esame si pone, quindi, in continuità con altri plessi normativi (che individuano l'Autorità, ad esempio, competente nella tutela del diritto d'autore *online*), tutti aventi l'obiettivo di garantire che siano tutelati due beni giuridici potenzialmente in contrasto sulla Rete: da un lato, la necessità di favorire le prestazioni imprenditoriali nel mercato dei servizi della società dell'informazione e, dall'altro, la necessità di prevenire e impedire che nella Rete si perpetuino *pratiche massive, a fini di sfruttamento commerciale*, di violazioni di normative settoriali, quali la tutela del diritto di proprietà intellettuale o, nella fattispecie, la prevenzione di fenomeni speculativi ed inflattivi nel mercato secondario dei biglietti per gli eventi teatrali e musicali, al fine di “*contrastare l'elusione e l'evasione fiscale, nonché di assicurare la tutela dei consumatori e garantire l'ordine pubblico*”. Anche prendendo ad esame la finalità della norma di riferimento, dunque, ossia quella di “*contrastare l'elusione e l'evasione fiscale, nonché di assicurare la tutela dei consumatori*”, è di tutta evidenza che le azioni di contrasto non possano escludere le condotte perpetrate tramite i siti Internet, essendo di sempre maggiore rilevanza le transazioni economiche che vengono effettuate *online*, in tutti i comparti dell'economia, non facendo certamente eccezione il settore delle vendite di biglietti per eventi.

D'altronde, come emergerà con chiarezza nel proseguo delle valutazioni, la Società – tramite i siti Internet con cui opera – si è dimostrata assolutamente consapevole di essere soggetta a norme nazionali, nello specifico il divieto a vendere a prezzi superiori al valore nominale del biglietto, ed alle conseguenti verifiche da parte delle Autorità, così come pubblicamente riportato nei Bilanci, nel Capitolo dedicato ai “*risk factor*” (si vede quanto riportato nel dettaglio al paragrafo 3.2).

Alla luce di quanto sopra esposto, si riportano di seguito le valutazioni dell’Autorità, effettuate sulla base di quanto emerso sia dagli accertamenti svolti, anche per il tramite della Polizia postale, sia dagli approfondimenti istruttori, sia da quanto dichiarato dalla Società nel corso del procedimento.

Si evidenzia sin d’ora che i punti 1 e 37 della contestazione, come sopra riportati, non sono stati presi in considerazione a fini della sanzione, per le seguenti ragioni. Quanto al punto 1 della contestazione, relativo alla messa in vendita di titoli di accesso senza essere titolare di sistemi per la loro emissione, lo stesso è uno degli elementi costitutivi delle condotte contestate di cui ai successivi punti da 2 a 36. Quanto al punto 37, si ritiene che la promozione dell’attività sulla pagina del *social network* www.facebook.com/stubhub non sia autonomamente sanzionabile, ma integri un elemento suscettibile di incidere sulla gravità della lesione, per il fatto di amplificare la diffusione delle proposte di vendita, amplificazione effettuata anche tramite tutti gli altri canali pubblicitari che la Società ha ammesso di utilizzare.

Pertanto, a seguito di approfondimenti istruttori, l’Autorità ha accertato la sussistenza delle violazioni relative alla messa in vendita, in violazione di legge, di biglietti relativi a 35 eventi di diversi artisti come descritti nell’atto di contestazione e riportati nel paragrafo 1 del presente provvedimento.

3.1 Sull’asserito difetto di legittimazione passiva di Stubhub Inc.

Con riferimento all’asserito difetto di legittimazione passiva di Stubhub Inc., si rileva quanto segue.

La Società sostiene, da una parte, che Stubhub Inc. gestisce il sito www.stubhub.com e non il sito www.stubhub.it (gestito da eBay Marketplaces GmbH) e, dall’altra, che il sito oggetto di contestazione www.stubhub.it “è un dominio di primo livello ed è completamente separato e distinto dal sito stubhub.com. I due siti hanno infatti una home page diversa e sono soggetti a regole diverse e ovviamente sono gestiti da società diverse (eBay Marketplaces GmbH per stubhub.it e Stubhub Inc. per stubhub.com)”. Ne deriva, secondo la parte, il difetto di legittimazione passiva di Stubhub Inc.

Preliminarmente, si osserva che la notifica alla Società Stubhub Inc. è stata effettuata a seguito di puntuali verifiche effettuate dalla Guardia di finanza la quale, sulla base di specifiche banche dati, ha individuato Stubhub Inc. come la società destinataria dell’atto di contestazione 3/19/DSD.

Al fine di verificare le deduzioni delle parti, si è provveduto, inoltre, ad effettuare un ulteriore approfondimento con la Guardia di finanza e la Polizia postale circa la corretta individuazione della Società. Dall'attività della Guardia di finanza non sono emerse novità rispetto a quanto già verificato.

Anche la Polizia postale, nella sua Relazione, ha confermato il corretto riferimento alla società Stubhub Inc., fornendo importanti elementi tecnici a supporto di tale posizione. Innanzitutto, la Polizia postale ha rilevato che 1) *“le home page dei siti web stubhub.it e stubhub.com sono identiche”* (enfasi aggiunta), fatta eccezione per la lingua italiana utilizzata su stubhub.it; 2) i due siti *“non sono distinti ma, al contrario, esiste una chiara ed evidente correlazione dell'uno rispetto all'altro”*; 3) i due siti *“non utilizzano piattaforme diverse”* (enfasi aggiunta) e dunque non sono soggetti a regole tecniche diverse, in quanto verosimilmente *“attingono le informazioni web (contenuti multimediali come ad esempio la categorizzazione degli eventi) dagli stessi server”* (enfasi aggiunta).

Ancora, nella Relazione si legge che *“nessun sito web nella rete Internet può avere uno stesso nome a dominio (stubhub) e contestualmente gli stessi contenuti, le stesse grafiche, gli stessi servizi, fatta eccezione per i siti facenti capo ad una stessa entità. Solo in tal caso è possibile avere lo stesso nome a dominio (stubhub) anche se con domini di primo livello differenti (stubhub.it e stubhub.com)”* (enfasi aggiunta).

D'altronde, se – come ritenuto dalla Società – fossimo davvero in una situazione in cui due siti con lo stesso nome a dominio di secondo livello (stubhub), ma con differenti domini di primo livello (stubhub.it e stubhub.com), fossero gestiti da società completamente estranee tra di loro, saremmo verosimilmente in presenza di una violazione del diritto d'autore da parte di uno dei due siti web nei confronti dell'altro (grafiche, contenuti, tipologia di servizio identiche in due siti gestiti da società diverse), essendo i nomi a dominio e i rispettivi domini di primo livello, marchi registrati.

Anche da un punto di vista tecnico è errata l'affermazione della Società che sostiene che i due siti siano distinti e separati, nonché soggetti a regole diverse. Dall'analisi dei rispettivi codici HTML, risulta infatti che entrambi i siti abbiano un codice sorgente identico, fatta eccezione solo per gli *script* che identificano il sito web in lingua italiana (stubhub.it) o in lingua inglese (stubhub.com). Inoltre, sempre dal codice HTML, si rileva che in entrambi i siti l'ID Facebook è il medesimo, e ciò significa che entrambe le pagine rimandano ad una stessa pagina Facebook. La Polizia postale precisa che *“l'ID (identificativo Facebook) è univoco per ogni pagina di Facebook, il che equivale a dire che se fossero stati due siti web diversi o comunque soggetti a regole diverse, avrebbero dovuto avere necessariamente un ID Facebook diverso”* (enfasi aggiunta). Infine, si evidenzia che anche il logo Stubhub viene caricato sulle *home page* dei due siti attraverso un unico URL.

Ancora, si dimostra infondata l'argomentazione della Società in cui si evidenzia che i due siti sono gestiti da società diverse (eBay Marketplaces GmbH per stubhub.it e Stubhub Inc. per stubhub.com) perché, dagli approfondimenti istruttori, è emerso che entrambi i siti web sono allocati presso i server della Akamai Technologies, Inc., US (e non presso

eBay Marketplaces GmbH) e, trattandosi di due siti perfettamente complementari tra loro, chi gestisce (dal punto di vista tecnico) l'uno, gestisce anche l'altro.

Infine, da una ricerca mirata, è emerso che le informazioni contenute negli eventi contestati sul sito stubhub.it sono le stesse contenute sul sito stubhub.com.

D'altronde la correttezza dell'individuazione della Società Stubhub Inc. quale destinataria dell'atto di contestazione è stata nei fatti confermata dalla Società stessa che, durante tutto il procedimento, ha prodotto la memoria e risposto alle richieste dell'Autorità, fornendo dettagli specifici sulle attività e dati quantitativi (inclusi dati finanziari ed economici) relativi alle attività contestate e poste in essere su stubhub.it, inclusi i numeri delle transazioni e i valori delle commissioni incassate per la vendita di biglietti relativi agli eventi contestati con atto 3/19/DSD. È del tutto evidente che se la Società fosse stata estranea alla gestione del sito in questione non avrebbe avuto accesso a simili informazioni.

Da tutto quanto sopra, si ricava che – con le risposte e la difesa effettuata dalla Parte – la notifica alla società Stubhub Inc. abbia dispiegato integralmente tutti i propri effetti.

3.2 Attività svolta sul sito stubhub.it per la messa in vendita di biglietti a prezzi maggiorati rispetto ai prezzi nominali dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati

Con riferimento all'attività della Società, dagli atti del procedimento emerge con chiarezza il ruolo attivo svolto da Stubhub e finalizzato alla vendita, sul proprio sito, di biglietti per eventi a prezzi superiori ai prezzi nominali e, pertanto, in violazione dell'art. 1, comma 545 L. 232/2016.

In riferimento alla posizione della Società e alla qualificazione dell'attività svolta, dagli atti del procedimento è emerso che Stubhub non si limita, come dichiarato dalla stessa in sede difensiva, a connettere i potenziali venditori e i potenziali acquirenti al solo fine di facilitare le transazioni economiche, trattando i dati degli *uploader* con modalità puramente tecniche, passive ed automatiche. Al contrario, Stubhub vieta a venditori e acquirenti di entrare in contatto e interviene attivamente ed estensivamente durante tutte le fasi della transazione commerciale, e fino alla sua conclusione, trattenendo per sé – al momento del perfezionamento della vendita – una cospicua commissione, pari al [omissis] del prezzo finale del biglietto, e trattenendo su un proprio conto bancario il valore corrisposto dall'acquirente per l'acquisto del biglietto (per riversarlo al venditore solo a seguito di precise verifiche).

Il ruolo determinante svolto dalla Società per il buon esito delle transazioni è indicato chiaramente anche nelle sezioni del sito “*Accordo generale con gli utenti*” e “*Accordo sui servizi di pagamento per i venditori*” laddove, da una parte si prevede che “*il venditore nomina l'entità Stubhub pertinente in quanto agente per la raccolta dei pagamenti*” (enfasi aggiunta) e, dall'altra, viene espressamente vietato al venditore di entrare in contatto con l'Acquirente per ragioni diverse dalla sola spedizione dei biglietti.

Adirittura, viene esplicitamente fatto divieto al venditore di utilizzare il sito per: “1) *contattare altri utenti Stubhub*; 2) *chiedere ad altri utenti di contattarlo*; 3) *acquistare, vendere o consegnare biglietti al di fuori di Stubhub*”. Inoltre, al venditore “*non è consentito includere nelle spedizioni*” proprie informazioni di contatto, biglietti da visita o cartoncini con informazioni per contattare il venditore, potendovi includere solo “*prodotti o volantini di Stubhub*”.

Il divieto imposto al venditore di entrare in contatto con l’acquirente (se non per l’invio dei biglietti), unitamente alla gestione di tutto il processo incluso il perfezionamento della transazione economica svolta da Stubhub, dimostrano chiaramente, al contrario di quanto asserito dalla Società, che non corrisponde al vero che la messa in vendita e l’acquisto di biglietti sulla piattaforma Stubhub è “*integralmente posta in essere e gestita dagli utenti*”, né – tantomeno – che la sua attività è assimilabile, anche sotto l’assoggettabilità al regime giuridico, a quella dei “*negozi online di cd. marketplace*”.

Se fosse vero quanto sostenuto a fini difensivi dalla Società, ovvero che questa agisce come una semplice “*bacheca virtuale*” (dove ciascun inserzionista ha la possibilità di inserire un annuncio e questo dato viene trattato modalità totalmente automatica, meramente tecnica e passiva, senza finalità di vendita e di sfruttamento commerciale su vasta scala), la *homepage* del sito si presenterebbe – come accade, tra l’altro, in alcuni siti che fungono da (reali) *marketplace* per differenti settori merceologici – come una lista di annunci separati contenenti varie offerte di vendita di biglietti, interamente editate dagli inserzionisti ed organizzate secondo criteri oggettivi e neutrali dal punto di vista commerciale quali, a titolo di esempio, l’ordine cronologico o a parametri di rapporto prezzo/qualità.

Al contrario, entrando nel dettaglio di tutte le attività svolte da Stubhub che accompagnano le varie fasi della compravendita fino alla relativa esecuzione, si dimostra come – sin dalla fase iniziale – il sito promuove la presentazione delle offerte di vendita dei biglietti, tramite la predisposizione di schermate con fotografie e messaggi che incitano il consumatore all’acquisto del singolo evento, sottolineandone la bellezza, l’unicità e la significatività anche in riferimento alla validità dell’artista protagonista. Le schermate che precedono la conclusione della transazione commerciale esemplificano, sia attraverso la predisposizione di specifiche grafiche, che attraverso messaggi di descrizione, le principali caratteristiche delle *venues*, nonché dei settori all’interno delle stesse (ad esempio, *prato*, *palco*, *gold*, *tribuna* ecc.), in modo da qualificare le caratteristiche dei biglietti acquistabili. Ne deriva che il modello di *business* della piattaforma ha come obiettivo primario la promozione di singoli eventi, con la finalità di massimizzare il numero dei biglietti venduti, come si evincerà chiaramente anche dalle attività di seguito descritte. Infatti, dal punto di vista promozionale, l’impatto emotivo sull’immaginario del consumatore è stimolato molto di più se viene messo in promozione l’evento, piuttosto che la disponibilità di un singolo biglietto.

L’interesse a massimizzare le vendite è dimostrato anche dalla messa in campo di una *massiccia operazione di promozione* della vendita di biglietti con una strategia multi-

piattaforma, attraverso l'utilizzo - a fini promozionali - di diversi e numerosi canali di pubblicizzazione e promozione, tra cui il *social network Facebook*: attraverso la pagina www.facebook.com/stubhub è possibile, infatti, avere accesso all'offerta di biglietti per eventi, acquistabili tramite reindirizzamento al sito *web* per la definizione della transazione.

D'altronde, essendo il *business* basato sugli incassi da commissioni e da vendite di spazi pubblicitari (a sua volta legati al successo del sito in termini di utenti raggiunti) è chiaro che la Società abbia l'interesse a massimizzare le proprie commissioni del [omissis] sul prezzo finale di vendita del biglietto e gli altri ricavi derivanti dalla vendita di pubblicità sul proprio sito, attraverso la massimizzazione del prezzo finale del biglietto e del numero delle transazioni commerciali.

Risulta infatti evidente che la commissione che incassa la piattaforma su ciascuna vendita, essendo calcolata in percentuale sul prezzo finale, aumenta l'incentivo per la stessa a far convergere acquirenti e venditori su prezzi di vendita inflazionati o comunque superiori al prezzo nominale del titolo, in modo da massimizzare il ricavo unitario incassato dalla piattaforma su ciascuna vendita conclusa. Allo stesso modo, la massimizzazione del numero di transazioni aumenta i ricavi da vendita di spazi pubblicitari che, nel 2018, sono stati pari a 15 milioni di dollari, a fronte di ricavi netti da transazioni (ovvero incassi da commissioni) pari a 1.068 milioni di dollari.

Oltre alle attività di ottimizzazione e di promozione delle offerte di vendita dei biglietti per eventi, durante il processo di vendita Stubhub fornisce, inoltre, puntuali servizi finalizzati alla conclusione e al buon esito della transazione commerciale, come dichiarato dalla stessa società, la quale ha chiarito di fornire supporto agli utenti con diverse modalità: “*email, modulo di contatto online, chat e, in modalità outbound, via telefono*”. Inoltre, “*per garantire il buon esito della transazione*” (enfasi aggiunta), è previsto un sistema di fornitura di biglietti sostitutivi/rimborso/credito utilizzabile per un futuro acquisto nel caso i biglietti acquistati non siano consegnati in tempo, non siano validi per l'ingresso o siano diversi da quelli acquistati. Se l'evento viene anticipato o posticipato, viene offerta all'utente la possibilità di rimborso.

Per assicurare tutto ciò, “*le somme versate dagli utenti acquirenti non sono trasferite agli utenti venditori al momento della vendita del biglietto ma sono trattenute su un conto dedicato*” della Società (enfasi aggiunta).

I servizi sopra descritti costituiscono elementi essenziali dell'esecuzione del contratto di vendita: la Società, infatti, è parte attiva e fondamentale per la conclusione della transazione commerciale, dal momento che, come comunicato dalla stessa, i clienti vengono supportati tramite “*email, chat live e telefono*” (enfasi aggiunta) e, sempre a garanzia degli utenti, le somme versate dagli acquirenti vengono trattenute su un conto dedicato della Società e versate al venditore previa verifica che l'operazione sia andata a buon fine.

In fase di perfezionamento della vendita, infine, la società – oltre a trattenere sul proprio conto bancario il prezzo pagato dall’acquirente per il biglietto – ricava per sé una cospicua commissione (che concorre a determinare il prezzo finale di vendita), pari al [omissis].

Pertanto, tutti gli elementi di fatto raccolti nel corso del procedimento, e fin qui descritti, dimostrano che l’attività di Stubhub non consiste semplicemente nella memorizzazione dei dati degli utenti e nel relativo trattamento tecnico, passivo ed automatico degli stessi, ma si concretizza in un intervento diretto – fornito anche con il supporto di personale umano – volto a definire tutti gli elementi fondamentali della transazione commerciale, fino al perfezionamento della vendita.

Alla luce degli elementi sopra riportati, si evince che il ruolo di Stubhub, oltre a non potersi assolutamente configurare come passivo e puramente tecnico, integri un rapporto più forte di quello di semplice intermediazione, inteso come attività che mette in relazione “qualificata” le due parti della compravendita. Come sopra riportato, alle parti è infatti fatto divieto espresso di entrare in contatto diretto, dovendo riferirsi, per tutta la transazione a Stubhub. La quale, di conseguenza, non solo opera come “agente” per il perfezionamento del pagamento ma, essendo l’unica legittimata ad inviare materiale promozionale proprio è di fatto l’unico soggetto con cui si interfacciano acquirente e venditore durante tutto il processo di vendita, fino all’esecuzione della stessa.

Il rapporto fra proprietario del biglietto e Stubhub può, per i motivi suesposti, configurarsi come rapporto di mandato senza rappresentanza. La piattaforma, infatti (a seguito dell’espressione di volontà del venditore di voler alienare il biglietto), svolge tutte le attività relative alla transazione e finalizzate alla conclusione della vendita e relativa esecuzione: fornisce supporto ad acquirente e venditore (non potendo questi due soggetti entrare in contatto e non essendo, quindi, la scelta dell’acquirente in capo al proprietario del biglietto); garantisce il pagamento dell’acquirente e l’effettiva corresponsione del prezzo al venditore, trasferendone il valore al mandante proprietario, decurtato della percentuale spettante alla stessa piattaforma e delle spese di spedizione, solo a seguito di specifiche verifiche (tramite un meccanismo predisposto e implementato da Stubhub). In altri termini, il contratto di mandato si perfeziona con la manifestazione del proprietario del biglietto dell’intenzione di vendere il titolo avvalendosi della piattaforma, che fa sorgere in capo a Stubhub l’obbligo di vendere, per conto del proprietario, a determinate condizioni e di trasferire gli effetti del contratto (e cioè il prezzo corrisposto) in capo al mandante. Al riguardo, seppur si sostenesse che il mandato si svolge grazie a strumenti automatici, tale circostanza – oltre a non essere vera, come sopra dimostrato – sarebbe comunque irrilevante, in quanto tali strumenti sono comunque tutti scelti, predisposti e resi operanti dalla piattaforma Stubhub, che è il soggetto che garantisce la conclusione della vendita e ne cura la relativa esecuzione.

Oltre a quanto sopra riportato, dagli approfondimenti istruttori è emerso che sul sito della Società non vi era alcuna menzione/precisazione circa l’impossibilità e/o il divieto imposto dalla legge per il venditore di offrire in vendita biglietti a prezzi superiori rispetto

al costo nominale del biglietto, ma addirittura la Società favoriva, in alcuni casi, attraverso il suggerimento di *range* di prezzo, la vendita a prezzo maggiorato, in violazione di legge, nonostante la Società avesse piena consapevolezza dell'illecito compiuto.

Infatti, nel Bilancio del 2018¹, nel Capitolo dedicato ai “*risk factor*”, si legge espressamente “*Our tickets business is subject to regulatory, competitive and other risks that could harm this business. Our tickets business, which includes StubHub, is subject to numerous risks, including:*

- *Some jurisdictions, in particular jurisdictions outside the United States, prohibit the resale of event tickets (anti-scalping laws) at prices above the face value of the tickets or at all, or highly regulate the resale of tickets, and new laws and regulations or changes to existing laws and regulations imposing these or other restrictions could limit or inhibit our ability to operate, or our users’ ability to continue to use, our tickets business.* (enfasi aggiunta)
- *Regulatory agencies or courts may claim or hold that we are responsible for ensuring that our users comply with these laws and regulations*”. (enfasi aggiunta)

E ancora:

- *Lawsuits alleging a variety of causes of actions have in the past, and may in the future, be filed against StubHub by venue owners, competitors, ticket buyers, and unsuccessful ticket buyers. Such lawsuits could result in significant costs and require us to change our business practices in ways that negatively affect our tickets business*” (enfasi aggiunta).

La consapevolezza della Società circa l'illecito commesso attraverso la vendita di biglietti ad un prezzo superiore al prezzo nominale è ulteriormente confermata, con i fatti, dalla Società stessa: da quanto emerso negli approfondimenti istruttori, infatti, successivamente all'avvio del procedimento sanzionatorio, la Società ha inserito, in una schermata del processo di vendita, la dizione “*nel rispetto della normativa italiana, non è consentito vendere a un prezzo superiore al valore nominale del biglietto*”. Tuttavia, si rileva anche che tale informazione è stata posizionata in una fase avanzata del processo di vendita e, oltretutto, in posizione non immediatamente visibile al venditore. Si ritiene, quindi, che l'inserimento di tale comunicazione non sia efficace al fine della prevenzione degli illeciti, anche perché si configura come una indicazione del tutto isolata e difficilmente accessibile, a differenza di altre indicazioni che vanno in direzione diversa, tra cui quella visibile nella *home page* iniziale per i venditori che recita “*“Fissa il prezzo: non sei sicuro di quanto valgano? Ti aiuteremo a stabilire il prezzo”*”.

Da tutto quanto appena illustrato, si ritiene che la Società abbia operato una scelta pienamente consapevole nel non conformarsi alla normativa nazionale.

Si può infatti ragionevolmente ipotizzare che il mancato adeguamento alle disposizioni di legge possa derivare dal modello di *business* della Società e da quanto dalla stessa

¹ Annual Report pursuant to section 13 or 15(d) of the securities exchange Act of 1934 for the fiscal year ended December 31, 2018.

asserito nei bilanci, laddove ha ammesso che *“these or other restrictions could limit or inhibit our ability to operate”* e che *“Lawsuits alleging a variety of causes of actions have in the past, and may in the future, be filed against StubHub by venue owners, competitors, ticket buyers, and unsuccessful ticket buyers. Such lawsuits could result in significant costs and require us to change our business practices in ways that negatively affect our tickets business”* (enfasi aggiunta). Ciò è dimostrato anche dal tardivo inserimento sul sito stubhub.it della dizione *“nel rispetto della normativa italiana, non è consentito vendere a un prezzo superiore al valore nominale del biglietto”* che però, come indicato sopra, è posta in posizione difficilmente accessibile agli utenti, con il risultato, quindi, di non rendere edotti gli utenti, in modo chiaro e trasparente, della normativa di riferimento.

Che la Società fosse in grado di informare gli utenti circa la violazione di legge, derivante dalla vendita del biglietto a prezzo superiore al prezzo nominale è inoltre confermato dal fatto che, come riportato sempre nei Bilanci, la Società dà conto di essere soggetta – negli USA – a specifici obblighi di tracciamento (a fini fiscali) per determinati pagamenti e a fornire numeri identificativi degli utenti e che *“our systems are able to meet these requirements”*. Ne deriva che la Società è ben in grado, su richiesta dalle Autorità competenti, di rispettare specifici obblighi di verifica e tracciabilità dei contenuti veicolati sul proprio sito.

3.3 L'applicazione del cumulo materiale

Si ritiene che la condotta, in violazione della medesima norma, imputabile a Stubhub, si configuri non come unica violazione, seppur frazionata nel tempo (sarebbe potuta essere se riconducibile alla vendita di biglietti per più date di uno stesso evento), ma come una pluralità di azioni, ripetute nel tempo e sì in violazione della medesima norma ma riconducibili ad eventi diversi con date diverse, pertanto da considerarsi realizzata con azioni plurime e distinte tra loro, così come riportato nell'atto di contestazione.

Sul punto, deve farsi riferimento a quanto previsto dall'Autorità nelle Linee Guida in materia di quantificazione delle sanzioni amministrative (delibera n. 265/15/CONS), laddove si specifica che *“per considerare un comportamento come unico, deve ricorrere il duplice requisito della contestualità degli atti e della unicità del fine o dell'effetto”* (cfr. Allegato A, punto 2).

Nel caso di specie, è certo che il fine delle attività (e il loro effetto) è quello di vendere sul mercato secondario biglietti di spettacoli in violazione del divieto di cui all'articolo 1, comma 545, della legge 11 dicembre 2016, n. 232. Tuttavia, non può non considerarsi che le azioni della società Stubhub hanno riguardato l'attività di messa in vendita di (numerosi) biglietti relativi a singoli, e distinti, eventi (concerto), programmati per lo svolgimento in date e, talvolta, orari differenti. Appare agevole, pertanto, ricondurre le violazioni a distinte e autonome condotte – e ciò tanto più in considerazione del fatto che, nei casi *de quibus*, viene comunque a mancare il secondo requisito, individuato come

necessario dalle citate Linee Guida ai fini della qualificazione della condotta come unitaria, ossia la “*contestualità degli atti*”.

A ben vedere, difatti, la messa in vendita avviene al momento della disponibilità del biglietto (quindi con tempi diversi) e i biglietti si riferiscono a eventi che si svolgono in date differenti e in relazione ai quali vengono venduti distinti – e spesso – numerosi biglietti (anche a distanza di mesi). Peraltro, nell’effettuare tale attività, la società svolge numerose attività *a latere* che rivelano un’autonoma e distinta volontà rispetto alle singole condotte in violazione e che, dunque, è corretto considerare separatamente.

4. Conclusioni

Sulla base di tutto quanto sopra riportato, si conclude come segue.

Con riferimento alle contestazioni relative alla: 1) messa in vendita sul sito *web* “stubhub.it” di titoli di accesso ad attività di spettacolo senza essere titolare dei sistemi per la loro emissione (contestazione n. 1 dell’atto di contestazione e accertamento 03/19/DSD) e alla 2) messa in vendita, attraverso il rimando dal *social* www.facebook.com/stubhub/ al sito *web* della società, di biglietti per eventi ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati (contestazione n. 37 dell’atto di contestazione e accertamento 03/19/DSD), si ritiene che esse non debbano essere presi in considerazione a fini della sanzione. Da un lato, infatti, il punto 1 della contestazione, relativo alla messa in vendita di titoli di accesso senza essere titolare di sistemi per la loro emissione è uno degli elementi costitutivi delle condotte contestate di cui ai successivi punti da 2 a 36. Dall’altro, sul punto 37 della contestazione si ritiene che la promozione dell’attiva sul *social network* www.facebook.com/stubhub non sia autonomamente sanzionabile, ma sia piuttosto un elemento suscettibile di incidere sulla gravità della lesione per il fatto di amplificare la diffusione delle proposte di vendita.

Diversamente, si è accertata la sussistenza delle violazioni relative alla messa in vendita, a prezzi maggiorati rispetto al prezzo nominale dei medesimi biglietti messi in vendita sui siti di vendita primari autorizzati, e dunque in violazione di legge, dei biglietti relativi ai 35 eventi di diversi artisti, così come riportati ai punti 2-36 dell’atto di contestazione e accertamento 3/19/DSD e indicati al paragrafo 1 del presente provvedimento.

Ciò di cui occorre tener conto, e solo ai fini della quantificazione della sanzione, è lo stato economico e l’assetto societario. Con riferimento ai dati di bilancio, risulta che, nel 2018, il valore totale delle transazioni effettuate su Stubhub a livello globale sia stato pari a 4 miliardi e 751 milioni di dollari, di cui 1 miliardo e 68 milioni di dollari sono stati i ricavi netti globali derivanti dalle commissioni. A questi, vanno aggiunti 15 milioni di ricavi

derivanti da vendite di pubblicità. Nella propria risposta del 20 gennaio 2020, la società ha dichiarato di non avere dati riferiti alle attività svolte dal sito italiano di Stubhub, essendo i dati elaborati a livello globale. Tuttavia, ha fornito una stima sui ricavi generati da commissioni sul sito stubhub.it nel 2019 pari a [omissis] dollari e ha dichiarato che il sito italiano [omissis]. Infine, si rileva che, nel 2019, Stubhub è stata acquisita da Viagogo per più di 4 miliardi di dollari in *cash*².

RITENUTO che, alla luce di quanto emerso nel corso del procedimento sanzionatorio, per le motivazioni sopra espresse, risultano accertate le violazioni relative alla messa in vendita a prezzi maggiorati rispetto al prezzo nominale per i 35 eventi così come riportati ai punti 2-36 dell'atto di contestazione e accertamento 3/19/DSD e indicati al paragrafo 1 del presente provvedimento;

RITENUTO che le suddette violazioni siano sanzionabili ai sensi dell'art.1, comma 545, della legge 11 dicembre 2016, n. 232;

CONSIDERATO quanto segue ai fini della determinazione della sanzione ai sensi dell'art.11 della legge n. 689/1981:

A. Gravità della violazione

La Società ha messo in vendita titoli di accesso sul proprio sito *web*, ad un prezzo superiore rispetto al prezzo nominale, in violazione dell'art. 1, comma 545, della legge 11 dicembre 2016, n. 232. Come sopra ampiamente dimostrato, la Società aveva piena consapevolezza di ciò che veniva venduto/acquistato sui propri canali, palesemente in violazione della vigente normativa in materia. La gravità è ancora più manifesta se si considera che la Società aveva piena contezza della normativa italiana e che ampliava la propria platea di utenti attraverso l'utilizzo di numerosi canali pubblicitari, incluso il canale *Facebook*, con lo scopo di massimizzare il volume di biglietti venduti.

B. Opera svolta dall'agente per l'eliminazione o l'attenuazione delle conseguenze della violazione.

L'unica misura adottata dalla Società, successivamente alla contestazione delle violazioni, che – si rileva - non è stata neppure formalmente comunicata all'Autorità, è

²Si veda l'articolo dell'edizione online del New York Times "StubHub Sold to Smaller Rival Viagogo for Over \$4 Billion", del 25 novembre 2019, disponibile presso: <https://www.nytimes.com/2019/11/25/business/stubhub-viagogo-ebay-sale.html>

l'inserimento, nel proprio processo di vendita, della dizione “*nel rispetto della normativa italiana, non è consentito vendere a un prezzo superiore al valore nominale del biglietto*”. Tuttavia, si ritiene che tale informazione sia stata posizionata in una fase eccessivamente avanzata del processo di vendita e in posizione non immediatamente visibile al venditore. Si ritiene, pertanto, che tale misura, oltre ad essere stata inserita tardivamente rispetto alle contestazioni di cui al presente provvedimento, non sia sufficiente ed efficace per evitare gli illeciti, anche perché, nella restante parte del sito permangono informazioni – immediatamente e ripetutamente visibili - circa il supporto a definire il prezzo di vendita.

C. Personalità dell'agente

La Società era dotata di una struttura idonea a garantire una puntuale osservanza delle disposizioni di cui all'art. 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232.

D. Condizioni economiche dell'agente

In considerazione del fatto che la Società ha dichiarato, a livello globale nel 2018, un valore delle transazioni effettuate su Stubhub pari a 4 miliardi e 751 milioni di dollari, di cui 1 miliardo e 68 milioni di dollari derivanti dalle commissioni, cui vanno aggiunti 15 milioni di dollari di ricavi derivanti da vendite di pubblicità e non è stata in grado di produrre, per l'anno 2018, dati certificati sul fatturato delle transazioni effettuate sul sito stubhub.it, si ritiene che le condizioni economiche dell'agente siano tali da giustificare la complessiva misura della sanzione pecuniaria oggetto del presente provvedimento.

RITENUTO di dover determinare la sanzione amministrativa pecuniaria nella misura pari a euro 50.000 (cinquantamila/00) per ciascuna delle 35 condotte contestate sopra riportate, per un totale di euro 1.750.000 (unmilionesettecentocinquantamila/00 euro), ritenendola sufficientemente afflittiva in relazione agli usuali criteri per la determinazione della sanzione di cui all'art. 11 della legge n. 689/1981.

UDITA la relazione del Commissario Francesco Posteraro, relatore ai sensi dell'art. 31 del *Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità*;

ACCERTA

la violazione, da parte della società Stubhub INC (US 134689243L), con sede negli Stati Uniti d'America, 199 Fremont ST STE 300 – 94105-2245 San Francisco, dell'art. 1, comma 545, della legge 11 dicembre 2016, n. 232, e successive modifiche ed integrazioni;

ORDINA

alla medesima Società di pagare la somma complessiva di euro 1.750.000 (unmilionesettecentocinquantamila/00 euro) quale sanzione amministrativa pecuniaria per le violazioni accertate;

DIFFIDA

la medesima Società dal porre in essere ulteriori comportamenti in violazione delle disposizioni richiamate;

INGIUNGE

alla medesima Società di versare la predetta somma alla Sezione di Tesoreria Provinciale dello Stato di Roma, utilizzando il c/c n. 871012 con imputazione al capitolo 2379, capo X, bilancio di previsione dello Stato o mediante bonifico bancario utilizzando il codice IBAN IT5400100003245348010237900, evidenziando nella causale “*Sanzione amministrativa irrogata dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ai sensi dell’art. 1, comma 545 della legge 11 dicembre 2016, n. 232, con Delibera n. 103/20/CONS*”, entro trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, sotto pena dei conseguenti atti esecutivi a norma dell’articolo 27 della citata legge n. 689/81.

Entro il termine di 10 giorni dal versamento, dovrà essere inviata in originale, o in copia autenticata, a quest’Autorità quietanza dell’avvenuto versamento, indicando come riferimento la “*delibera n. 103/20/CONS*”.

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla notifica dello stesso.

La presente delibera è notificata alla parte e pubblicata sul sito *web* dell’Autorità.

Roma, 16 marzo 2020

IL PRESIDENTE
Angelo Marcello Cardani

IL COMMISSARIO RELATORE
Francesco Posteraro

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE *f.f*
Nicola Sansalone