

**DELIBERA N. 102/20/CONS**

**ORDINANZA INGIUNZIONE ALLA SOCIETA' MYWAYTICKET SA PER LA  
VIOLAZIONE DELL'ARTICOLO 1, COMMA 545, LEGGE 11 DICEMBRE 2016,  
N. 232 (LEGGE DI BILANCIO 2017)  
(CONTESTAZIONE N. 1/19/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 prot. n. 138266 del 29 marzo 2019, prot. n. 163437 del 12 aprile 2019, prot. n. 175696 del 19 aprile 2019, prot. n. 175815 del 19 aprile 2019, prot. n. 184293 del 29 aprile 2019, prot. n. 200620 del 10 maggio 19, prot. n. 208321 del 15 maggio 2019);

VISTA la nota del 31 maggio 2019 dell'Agenzia delle Entrate sulla titolarità di sistema di emissione di titoli di accesso (prot. Agcom. n. 237156);

VISTA la nota del 4 giugno 2019 della Guardia di finanza – Nucleo Speciale beni e servizi – concernente il supporto per lo svolgimento dell'attività di contrasto al fenomeno di *secondary ticketing* (prot. Agcom. n. 242107);

VISTA la nota del 4 giugno 2019 della Polizia postale e delle comunicazioni concernente il monitoraggio in relazione al contrasto al fenomeno di *secondary ticketing* (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. 1/19/DSD del 2 luglio 2019, recante “*Contestazione alla società Mywayticket SA per la violazione dell'articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017)*”;

VISTA la nota prot. Agcom. n. 289790, del 3 luglio 2019, con cui è stato notificato l'atto di contestazione e accertamento n. 01/19/DSD “*Contestazione alla società*”

*Mywayticket SA per la violazione dell'articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017)" al liquidatore della società Mywayticket SA;*

VISTA la nota prot. Agcom. n. 290125, 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. 01/19/DSD "*Contestazione alla società Mywayticket SA per la violazione dell'articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017)" e la successiva notifica alla Società in data 15 luglio 2019;*

VISTO l'accesso agli atti svolto dalla Società MyWayTicket in data 3 settembre 2019;

VISTA la nota con cui la Società Mywayticket SA ha trasmesso la propria memoria difensiva (prot. Agcom n. 394332 del 18 settembre 2019);

VISTA la nota prot. Agcom n. 408005, 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;*

VISTA la nota prot. Agcom n. 523103, del 4 dicembre 2019, recante "*Contestazione alla società MyWayTicket SA per la violazione dell'articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017)". Sospensione termini del procedimento";*

VISTA la nota prot. Agcom n. 552147, del 23 dicembre 2019, con la quale, ai sensi dell'art. 7, comma 1, del Regolamento n. 581/15/CONS, sono state richieste informazioni alla società Mywayticket SA e, contestualmente, è stata comunicata la sospensione dei termini del procedimento;

VISTA la nota con la quale la Società Mywayticket SA ha riscontrato la richiesta di informazioni prot. Agcom n. 552147, del 23 dicembre 2019 (prot. Agcom n. 22263 del 17 gennaio 2020);

VISTA la nota prot. Agcom n. 24757, del 20 gennaio 2020, con la quale è stata comunicata la sospensione dei termini di cui alla nota prot. Agcom n. 552147 del 23 dicembre 2019 ai sensi dell'art. 7, comma 5, del Regolamento n. 581/15/CONS;

VISTO il provvedimento presidenziale n. 4/20/PRES del 22 gennaio 2020, recante "*Approvazione dello schema di ordinanza ingiunzione alla Società Mywayticket SA per la violazione dell'articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017) (contestazione n. 1/19/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 delibera 12/20/CONS del 27 gennaio 2020 recante “*Ratifica del provvedimento presidenziale n. 4/20/PRES recante “Approvazione dello schema di ordinanza ingiunzione alla Società Mywayticket SA per la violazione dell’articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017) (contestazione n. 1/19/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 prot. Agcom n. 37498 del 27 gennaio 2020, recante “*Concerto ex art. 1, comma 545, della legge n. 232/2016: trasmissione dello schema di ordinanza ingiunzione alla Società Mywayticket SA per la violazione dell’articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (Procedimento sanzionatorio avviato con contestazione n. 1/19/DSD)*”, inviata all’Autorità garante della concorrenza e del Mercato;

VISTA la nota prot. Agcom 38632 del 28 gennaio 2020 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 12/20/CONS alla società;

VISTA la delibera dell’Autorità garante della concorrenza e del Mercato del 25 febbraio 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 Mywayticket trasmesso dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*” (prot. Agcom 88480 del 27 febbraio 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, nonchè, 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, purchè senza finalità commerciali”.*

Nell'arco temporale marzo-maggio 2019, sono pervenuti all'Autorità numerosi esposti nei confronti del sito “MyWayTicket.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 MyWayTicket, 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. 1/19/DSD, del 2 luglio 2019, recante “*Contestazione alla società Mywayticket SA per la violazione dell'articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017)*”, e notificato alla parte in data 15 luglio 2019, il Direttore della Direzione sviluppo dei servizi digitali e della rete ha accertato che la società MyWayTicket SA (di seguito, MWT):

- 1) ha messo in vendita titoli di accesso ad attività di spettacolo senza essere titolare dei sistemi per la loro emissione;
- 2) ha messo in vendita, sul sito *web* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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 11/06/19 di Vasco Rossi;
- 14) ha messo in vendita, sul sito *web* “MyWayTicket.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;
- 15) ha messo in vendita, sul sito *web* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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* “MyWayTicket.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;
- 20) ha messo in vendita, sul sito *web* “MyWayTicket.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;
- 21) ha messo in vendita, sul sito *web* “MyWayTicket.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;
- 22) ha messo in vendita, sul sito *web* “MyWayTicket.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;
- 23) ha messo in vendita, sul sito *web* “MyWayTicket.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;
- 24) ha messo in vendita, sul sito *web* “MyWayTicket.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;
- 25) ha messo in vendita, sul sito *web* “MyWayTicket.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 Eros Ramazzotti;
- 26) ha messo in vendita, sul sito *web* “MyWayTicket.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;
- 27) ha messo in vendita, sul sito *web* “MyWayTicket.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;
- 28) ha messo in vendita, anche attraverso il rimando dalla pagina del *social network* [www.facebook.com/mywayticket](http://www.facebook.com/mywayticket) al sito *web* della società, biglietti per eventi ad un prezzo maggiorato rispetto al prezzo nominale dei medesimi biglietti venduti 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, con memoria difensiva del 18 settembre 2019 (prot. Agcom n. 394332), ha evidenziato le motivazioni per cui ritiene infondati gli addebiti contestati. Successivamente alla richiesta di informazioni del 23 dicembre 2019 (prot. Agcom n. 552147), la Società ha fornito ulteriori elementi in data 17 gennaio 2020 (prot. Agcom n. 22263).

La società, in particolare, ha sottolineato che il procedimento è stato avviato in relazione ad un periodo successivo alla messa in liquidazione della stessa, che le attività di *marketing* erano interrotte da febbraio 2019, che le attività in generale erano interrotte dal 30 luglio 2019 e che, a partire dal 4 agosto 2019, si era proceduto alla chiusura definitiva del proprio sito web e della corrispondente pagina facebook (pur essendo tuttora esistente – benchè inattivo – il gruppo facebook della stessa pagina). Inoltre, l'esercizio del 2018 è stato chiuso con una passività pari a [omissis] e, nel periodo oggetto di contestazione, sulla stessa piattaforma sono state effettuate transazioni per valore totale (inclusivo di Prezzo del biglietto e commissioni MWT) di euro [omissis], importo che risulta irrisorio rispetto a quanto contestato, anche con riferimento all'importo della sanzione calcolata in misura ridotta, ai sensi dell'art. 16 della legge 689/81.

Con riferimento all'attività svolta, MWT ha sostenuto di non svolgere, né aver mai svolto, attività di vendita massiva di biglietti per eventi. Secondo quanto asserito dalla Società, la sua attività si è limitata a mettere a disposizione una piattaforma di incontro tra potenziali venditori e acquirenti ai fini della rivendita di biglietti, legittimamente acquistati presso i rivenditori autorizzati e rimessi in vendita dai terzi in modo occasionale e individuale.

Più nel dettaglio, l'attività svolta da MWT sul proprio sito consisteva nel mettere a disposizione del pubblico uno spazio che permetteva a soggetti terzi lo scambio di biglietti per eventi, spettacoli e manifestazioni musicali e sportivi. Tale attività, a detta della Società, è paragonabile a quella svolta, in modo ben più ampio, in termini di prodotti e di numeri, da altri *marketplaces*, quali, a titolo esemplificativo, *e-bay*, che permettono a chi è titolare a qualsiasi titolo di un bene, di proporlo in vendita ad un numero indefinito di destinatari, stabilendo autonomamente il prezzo sulla base del valore allo stesso attribuito dal mercato. I potenziali acquirenti potevano quindi confrontare le offerte del *marketplace* con quelle presenti in altri *marketplaces*, punti vendita e rivenditori *online*.

La Società afferma che, come comunicato in modo trasparente sul sito, le vendite sono state effettuate, in modo indipendente, da terzi estranei alla Società; per tale motivo, non potendo verificare in anticipo la correttezza delle informazioni inserite dal venditore,

MWT ha messo a disposizione degli utenti specifiche garanzie volte ad assicurare la correttezza delle transazioni effettuate sul Sito. A titolo esemplificativo, era previsto che il pagamento al soggetto venditore, dell'importo dallo stesso richiesto, venisse effettuato solo a seguito della data effettiva dell'evento. In mancanza di fruizione (a titolo esemplificativo: per la mancata consegna del biglietto, per la vendita di un biglietto non valido o, comunque, per l'eventuale non correttezza di ciascuna delle informazioni sul biglietto fornite dal venditore), l'acquirente veniva rimborsato dell'intero importo indicato dal venditore.

La società prosegue illustrando *“tutti gli specifici comportamenti”* adottati al fine di rendere la propria attività conforme alla normativa vigente, anche sulla base di quanto rilevato e/o richiesto dall'AGCM nel corso del procedimento PS9960, conclusosi in data 21 ottobre 2015 e del procedimento PS10612, conclusosi in data 5 aprile 2017. In particolare, si specifica che, nel corso del procedimento AGCM PS9960, *“è stata modificata la propria piattaforma con riferimento alla procedura di acquisto, permettendo all'utente che ha selezionato la tipologia di manifestazione a cui è interessato: di scegliere tra un elenco di singoli eventi in cui sono indicati la data, l'orario, il luogo; di conoscere con esattezza il valore delle commissioni spettanti a MWT quale corrispettivi per l'intermediazione; di conoscere il prezzo dei biglietti che appare, fin dal primo contatto commerciale con il consumatore, comprensiva degli oneri aggiuntivi”*. Successivamente alla pubblicazione dell'atto di chiusura istruttoria nel procedimento PS9960, MWT ha provveduto a precisare nel Sito che le informazioni fornite dai venditori non possono essere verificate in anticipo dalla medesima MWT.

In aggiunta a quanto sopra, all'esito del procedimento PS10612, sono state adottate le seguenti misure, *“volte a porre fine alla pratica commerciale ritenuta scorretta dall'AGCM”*: 1) introduzione dell'indicazione del valore nominale dei biglietti messi in vendita sul Sito, indicato in corrispondenza ai relativi prezzi di rivendita; 2) indicazione del posto e fila dei biglietti.

La Società rileva poi come proprio l'AGCM abbia chiarito, nell'atto di chiusura dell'istruttoria PS10612, che *“MWT ha stabilito, in ottemperanza, di indicare il valore nominale dei biglietti messi in vendita sul sito, in corrispondenza ai relativi prezzi di rivendita”*, sottolineando come nel corso del procedimento in cui si richiedeva alla Società di informare in modo trasparente il consumatore in merito al valore nominale dei biglietti messi in vendita sulla piattaforma MWT, la L. 232/2016 era già ampiamente in vigore.

A tal riguardo, la società rileva altresì che *“nel corso di tale procedimento, non solo non è stato rilevato nulla in merito alla presunta illegittimità dell'attività di MWT, ma è stato addirittura richiesto di evidenziare il valore nominale, accanto a quello applicato dal venditore (inclusivo della commissione MWT, che non è stata a sua volta in alcun modo contestata)”*. La Società ricorda poi come i comportamenti oggetto di istruttoria presso

l'AGCM siano stati oggetto di parere dell'AGCOM, che ha ritenuto che *“il mezzo internet sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento, considerato che il consumatore, condizionato dalle informazioni diffuse tramite internet in relazione al servizio offerto dal professionista, potrebbe poi effettivamente procedere all'acquisto dei biglietti messi in vendita, sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione on line”*.

Ne consegue, secondo la Parte, che l'assenza di alcun rilievo da parte delle autorità competenti con riferimento alla normativa al tempo vigente ha senz'altro ingenerato in MWT un legittimo affidamento sulla correttezza del proprio operato.

La Società, sulla base di quanto riportato, ritiene dunque evidente, da una parte, di aver rivestito il ruolo di fornitrice di servizi informatici che permettono il lecito incontro tra soggetti venditori e soggetti acquirenti di biglietti per spettacoli di vario genere e, dall'altra, di aver sempre seguito in modo diligente e responsabile ai rilievi delle Autorità competenti con riferimento allo svolgimento della suddetta attività. Entrando ancora più nel dettaglio, la Società ritiene che la *“non imputabilità a MWT delle condotte ascritte deve essere acclarata anche con riferimento ad un ulteriore profilo, ossia con riguardo alla natura di mero intermediario svolta da MWT nell'ambito della propria attività di gestore del marketplace”*.

Secondo la medesima società, il modello di *business* di MWT - confermato per *tabulas* da tutta la comunicazione sul Sito e dalle stesse Condizioni generali di contratto - è quello di un mero intermediario, che fornisce *“servizi della società dell'informazione”* ai sensi delle Direttive 2015/15/UE e 2000/31/CE. A tal proposito, la Società ricorda che la Direttiva 2015/15/UE, richiamata dalla Direttiva 2000/31/CE, definisce un servizio della società dell'informazione come *“un servizio prestato a titolo oneroso, a distanza, per via elettronica e a richiesta individuale di un destinatario”* che, come acclarato dalla Corte di Giustizia dell'Unione europea, nell'ambito di un *marketplace* consiste nell'agevolare i rapporti tra i venditori e gli acquirenti. In quest'ottica, tramite il proprio *marketplace*, MWT erogava un servizio della società dell'informazione, gestendo una piattaforma elettronica che consentiva l'avvio di contatti fra consumatori che avessero, rispettivamente, acquistato biglietti sul *primary market* e intendessero venderli/comprarli sul *secondary market* nell'ambito di transazioni ammesse ai sensi dell'art. 1, co. 545 L. 232/2016. Nell'esercizio di tale attività, MWT centralizzava sul proprio sito *web* le offerte, mentre gli inserzionisti definivano autonomamente le tipologie di eventi, il numero di biglietti ed il prezzo delle transazioni.

La società precisa, inoltre, che *“i servizi forniti da MWT non si esaurivano nella mera messa a disposizione della piattaforma, ma includevano ulteriori servizi ancillari”* attinenti *“alla realizzazione del buon esito della transazione effettuata ed alla consegna*

*dei titoli oggetto di scambio. Il prezzo definito da venditore/acquirente risultava maggiorato del [omissis] proprio a titolo di corrispettivo dei servizi di marketplace che MWT metteva a disposizione degli utenti”.*

Stante il modello di *business* applicato, secondo la Società nel caso di MWT risultano dunque soddisfatti entrambi gli elementi richiesti dalla Corte di giustizia dell’Unione europea, al fine di poter affermare che l’attività svolta dal *marketplace* costituisca un mero servizio della società dell’informazione: nel caso di specie risulta, infatti, acclarato che “MWT non stabiliva alcuna offerta di biglietti sul *secondary market*, né esercitava alcuna influenza determinante sulle condizioni di vendita dei biglietti stessi”. In relazione all’attività effettivamente svolta in qualità di mero fornitore di “servizi della società dell’informazione”, vanno determinate dunque le eventuali responsabilità ascrivibili a MWT che non possono comunque, secondo la posizione espresso dalla Società, essere estese alle condizioni di compravendita dei biglietti, essendo queste determinate dall’autonomia degli utenti del *marketplace*.

La Società conclude, dunque, che dall’oggettiva qualificazione di MWT come mero fornitore di “servizi della società dell’informazione”, ai sensi della giurisprudenza richiamata, deriva la non imputabilità diretta al *marketplace* di alcuna violazione dell’art. 1, co. 545, L. 232/2016.

Fermo quanto sopra, la Società ritiene che, comunque, qualora l’Autorità ritenesse sussistenti le violazioni imputate a MWT 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”), si debba 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.

Nel caso di MWT, la Società ribadisce infatti che la sua condotta si limita alla gestione del *marketplace*, sul quale soggetti terzi (gli utenti del sito *web*) hanno realizzato le transazioni oggetto dell’atto di contestazione. In particolare, “MWT non ha posto in essere - in qualità di venditore/acquirente - i contratti di compravendita dai quali si ipotizza siano sorte le violazioni dell’art. 1, co. 545 L. 232/2016”. In altri termini, secondo la Società la condotta astrattamente imputabile a MWT si configurerebbe come “un’unica violazione”, considerato che essa andrebbe a coincidere con il modello di *business* e le condizioni generali disciplinanti il *marketplace*.

Ne consegue che la Società non ritiene legittimo - in quanto contrastante con lo stesso dettato normativo come chiarito dalla Linee Guida - imputare a MWT tante violazioni dell’art. 1, co. 545 cit., quanti sono gli eventi a cui asseritamente si riferirebbero i biglietti oggetto delle presunte transazioni vietate. “Un simile esito interpretativo, del resto, non

*trova fondamento neppure nell'art. 1, co. 545 cit., il quale - nel determinare la misura minima e massima della sanzione amministrativa pecuniaria - non fa riferimento all'eventuale pluralità degli eventi interessati, determinando per l'effetto l'arbitrarietà di ogni quantificazione fondata su tale inespresso criterio”.*

In ogni caso, prosegue la Società, pur nell'ipotesi in cui fosse ritenuta sussistente la violazione contestata, essa presenterebbe *“un minimo livello di gravità, oggettivamente misurabile in relazione al ridotto numero di biglietti scambiati dagli utenti sul marketplace nel periodo marzo-maggio 2019 oggetto di accertamento”.*

Inoltre, l'applicazione del minimo edittale si imporrebbe anche avuto riguardo alla situazione economica della Società, che si trova in stato di liquidazione, avendo registrato negli ultimi esercizi bilanci in perdita. Si tratta, dunque, di un'impresa in stato di totale *“dissesto finanziario”*, per la quale le stesse Linee Guida ritengono comunque applicabile il solo minimo edittale *“[a]nche a fronte di una violazione di media o elevata gravità”.*

La Società conclude, quindi, chiedendo all'Autorità, in via principale, di *“accertare la non imputabilità a MWT delle ventisei violazioni menzionate nell'Atto di contestazione e per l'effetto stabilire che MWT non è passibile delle sanzioni previste all'art. 1, commi 545 e 546 L. 232/2016”*; in via subordinata, *“nella denegata ipotesi in cui fosse accertata la responsabilità di MWT per le violazioni ascritte nell'Atto di contestazione, applicare la sanzione amministrativa pecuniaria di cui all'art. 1, co. 545 - previo cumulo giuridico delle condotte accertate - nel minimo edittale di legge. Con esclusione delle ulteriori sanzioni previste dall'art. 1, co. 546 L. 232/2016”.*

Nella documentazione integrative fornita dalla Società in data 17 gennaio 2020, 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; 2) tutte le maggiorazioni di prezzo applicate sul prezzo del biglietto, a qualunque titolo; 3) le modalità di organizzazione ed indicizzazione della *home page*; 4) la percentuale di biglietti venduti ad un prezzo pari al prezzo nominale relativa al periodo di riferimento e dettaglio delle transazioni relative agli eventi contestati.

Con riferimento al dettaglio delle attività svolte a supporto e a garanzia delle transazioni, la Società ha precisato che *“i clienti venivano supportati tramite email ([info@mywayticket.it](mailto:info@mywayticket.it) e [supporto@mywayticket.it](mailto:supporto@mywayticket.it)) e via chat live (accessibile dal sito [www.mywayticket.it](http://www.mywayticket.it) alla sezione contatti) volti principalmente a concordare le modalità e luogo di consegna dei biglietti, principalmente nei casi di acquisti effettuati in prossimità della data dell'evento”.* L'iter di acquisto prevedeva poi che l'acquirente acquistava con carta di credito, *paypal* o bonifico bancario e saldava l'intero importo al momento dell'acquisto (con bonifico entro 24/48 ore dalla prenotazione). Al momento

del pagamento l'acquirente poteva scegliere se inserire la *MWT Guarantee* che prevedeva il rimborso immediato (previo invio del biglietto al mittente) al netto delle commissioni di servizio applicate, in caso di eventi annullato. Le modalità di pagamento prevedevano che *“tutte le somme transitavano sul conto della Società. Il venditore riceveva il pagamento a partire da 10 giorni lavorativi dopo l'evento tramite bonifico o paypal. In caso di problemi verificati, l'acquirente riceveva rimborso tramite storno su carta di credito, paypal o tramite bonifico bancario”*.

Circa le maggiorazioni di prezzo, la Società ha precisato, rispetto a quanto già indicato, di applicare una *“commissione pari al [omissis] del costo totale dei biglietti”* (escluse spese di spedizione) cui si aggiungevano [omissis].

Con riferimento alle attività di indicizzazione ed organizzazione della *home page*, la Società ha chiarito di procedere all'aggiornamento sulla base dei cambiamenti imposti da Google (non più di una volta l'anno) e all'indicizzazione *“in linea con la pubblicazione del sito”*. In particolare, *“il personale di back office della società organizzava i contenuti secondo l'importanza dell'evento e con lo stesso criterio venivano scelti gli eventi e la loro posizione sul sito. Gli aggiornamenti venivano effettuati in linea con la disponibilità di nuovi eventi e biglietti”*.

Infine, con riferimento alla percentuale di biglietti venduti ad un prezzo pari al prezzo nominale relativa al periodo di riferimento e al dettaglio delle transazioni relative agli eventi contestati, la Società ha dichiarato che *“non risultano vendite sul proprio sito al prezzo nominale durante il periodo di riferimento”* ed ha fornito il dettaglio dei prezzi di vendita relativo agli eventi contestati (con le specifiche del prezzo nominale, del prezzo di vendita finale e delle commissioni incassate).

### **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 della norma 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, purchè senza finalità commerciali" (enfasi aggiunta).*

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

- 1) la vendita o qualsiasi altra forma di collocamento di biglietti effettuata da un 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 di tali reti.

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 in 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 e garantire l'ordine pubblico”*, 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.

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, infine, da quanto dichiarato dalla stessa Società nel corso del procedimento.

Si evidenzia sin d'ora che i punti 1 e 28 della contestazione 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, esso è uno degli elementi costitutivi delle condotte contestate di cui ai successivi punti da 2 a 27. Quanto al punto 28 della contestazione, si ritiene che la promozione dell'attiva sulla pagina del *social network* [www.facebook.com/mywayticket](http://www.facebook.com/mywayticket) 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, elemento di cui, nel caso di specie, non si terrà conto in considerazione della situazione economica dell'agente.

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 26 eventi di diversi artisti come descritti nell'atto di contestazione e riportati al par. 1 del presente provvedimento.

### ***3.1. Attività svolta da MyWayTicket 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 MWT 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 con chiarezza che MWT non si limitava 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, MWT interveniva attivamente ed estensivamente durante tutte le fasi della transazione commerciale, fino alla sua conclusione, trattenendo per sé – al momento del perfezionamento della vendita – una cospicua commissione, pari al [omissis] del prezzo finale del biglietto, imputando all'acquirente le spese di spedizione e trattenendo su un proprio conto bancario, infine, il valore corrisposto dall'acquirente per l'acquisto del biglietto (per riversarlo al venditore solo a seguito di precise verifiche).

Entrando nel dettaglio di tutte le attività svolte da MWT, che accompagnavano le varie fasi della compravendita fino al perfezionamento della stessa, è dimostrato come – in fase iniziale – il sito di MWT promuovesse la presentazione delle offerte di vendita dei biglietti, tramite la predisposizione di schermate con fotografie e messaggi che incitavano

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 precedevano la conclusione della transazione commerciale esemplificavano, 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. Da quanto sopra illustrato, deriva che il modello di *business* della piattaforma aveva 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 dimostrata anche dall'utilizzo del *social network* Facebook, utilizzato a fini promozionali: attraverso la pagina [www.facebook.com/mywayticket](http://www.facebook.com/mywayticket) era possibile, infatti, interagire in tempo reale con una *chat*, nonché acquistare direttamente un biglietto per un evento tramite un bottone che recitava "Acquista Ora" il quale rimandava al sito *web* per la definizione della transazione.

Oltre alle attività di ottimizzazione e di promozione delle offerte di vendita dei biglietti per eventi, durante il processo di vendita MWT forniva puntuali servizi finalizzati alla conclusione e al buon esito della transazione commerciale, come dichiarato dalla stessa società, la quale afferma che "*I servizi forniti non si esaurivano nella mera messa a disposizione della piattaforma, ma includevano ulteriori servizi ancillari che attengono alla realizzazione del buon esito della transazione effettuata ed alla consegna dei titoli oggetto di scambio*" (enfasi aggiunta).

Tali servizi, definiti come ancillari dalla società, costituiscono, in realtà, elementi essenziali dell'esecuzione del contratto di vendita: la società, infatti, è risultata parte attiva della transazione commerciale, dal momento che, come comunicato dalla stessa, "*i clienti venivano supportati tramite email ([info@mywayticket.it](mailto:info@mywayticket.it) e [supporto@mywayticket.it](mailto:supporto@mywayticket.it)) e via chat live (accessibile dal sito [www.mywayticket.it](http://www.mywayticket.it) alla sezione contatti) volti principalmente a concordare le modalità e luogo di consegna dei biglietti, principalmente nei casi di acquisti effettuati in prossimità della data dell'evento*" (enfasi aggiunta).

L'*iter* di acquisto prevedeva, poi, che l'acquirente pagasse con carta di credito, *paypal* o bonifico bancario e saldasse l'intero importo al momento dell'acquisto (con bonifico entro 24/48 ore dalla prenotazione). Al momento del pagamento, l'acquirente poteva scegliere se inserire la *MWT Guarantee*, che prevedeva il rimborso immediato (previo invio del biglietto al mittente) al netto delle commissioni di servizio applicate in caso di eventi annullati. Inoltre, "tutte le somme transitavano sul conto della Società. Il venditore riceveva il pagamento a partire da 10 giorni lavorativi dopo l'evento tramite bonifico o paypal. In caso di problemi verificati, l'acquirente riceveva rimborso tramite storno su

*carta di credito, paypal o tramite bonifico bancario” (enfasi aggiunta). È la stessa Società, con tali dichiarazioni, a far rilevare che il prezzo di ciascuna vendita veniva consegnato proprio dalla stessa piattaforma al venditore, previa verifica che l’operazione fosse 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 – tratteneva per sé una cospicua commissione (che concorrevano a determinare il prezzo finale di vendita), pari al [omissis] del prezzo del biglietto, oltre a computare le varie spese di spedizione.

Oltre alla descrizione di tutte le fasi di vendita dei biglietti sulla piattaforma di MWT, è poi emersa un’altra serie completa di attività che dimostrano la partecipazione – umana e attiva – alle attività del sito. Ci si riferisce, in particolare, alle modalità di gestione del sito stesso, laddove la stessa Società dichiara di *“procedere all’aggiornamento sulla base dei cambiamenti imposti da Google (non più di una volta l’anno) e all’indicizzazione “in linea con la pubblicazione del sito” e che “il personale di back office della società organizzava i contenuti secondo l’importanza dell’evento e con lo stesso criterio venivano scelti gli eventi e la loro posizione sul sito. Gli aggiornamenti venivano effettuati in linea con la disponibilità di nuovi eventi e biglietti”* (enfasi aggiunta).

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

Non solo. Dalle verifiche effettuate anche per il tramite della Polizia postale, è emerso che sul sito *“non vi è alcuna menzione/precisazione circa l’impossibilità da parte del venditore di proporre prezzi superiori al costo nominale del biglietto, ovvero dell’obbligo da parte dello stesso di vendere il proprio tagliando ad un prezzo uguale o inferiore a quello nominale dell’evento, così come imposto dalla normativa vigente”*.

D’altronde, si ritiene che la società non avesse interesse a comunicare quanto sopra, avendo al contrario l’interesse a massimizzare il prezzo finale di vendita ed il numero delle transazioni commerciali, in considerazione della commissione del [omissis] trattenuta dalla stessa sul prezzo finale del biglietto e delle altre spese applicate. 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, aumentando quindi il grado di interferenza attiva e quindi di responsabilità di MWT nella definizione delle transazioni economiche.

Alla luce degli elementi sopra riportati, si evince che il ruolo di MWT, 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. E a nulla rileva l’obiezione della Società secondo la quale “MWT non ha posto in essere - in qualità di venditore/acquirente - i contratti di compravendita dai quali si ipotizza siano sorte le violazioni dell’art. 1, co. 545 L. 232/2016”. Il rapporto fra proprietario del biglietto e MWT può infatti configurarsi come rapporto di mandato senza rappresentanza. La piattaforma, infatti (a seguito dell’espressione di volontà del venditore di voler alienare il biglietto a un determinato prezzo), svolge tutte le attività relative alla vendita: individua l’acquirente (la cui scelta non è dunque in capo al proprietario del biglietto); cura la spedizione; trasferisce il prezzo del biglietto al mandante proprietario, decurtato della percentuale spettante alla stessa piattaforma e delle spese di spedizione (tramite un meccanismo predisposto e implementato da MWT); inoltre, garantisce l’effettiva corresponsione del prezzo a seguito della vendita anche in caso d’inadempimento dell’acquirente. 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 MWT l’obbligo di vendere 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 MWT.

L’illiceità e sistematicità delle condotte poste in essere dalla Società è infine confermato anche dai dati forniti dalla stessa da cui emerge che, nel periodo di riferimento, “non risultano vendite sul proprio sito al prezzo nominale” e che tutti i biglietti venduti relativi ai singoli eventi accertati e contestati dall’Autorità sono stati venduti ad un prezzo superiore al prezzo nominale, con percentuali di rincaro da un minimo del [omissis] ad un massimo del [omissis].

### ***3.2. Il rapporto tra i procedimenti AGCM e il procedimento AGCOM***

Con riferimento ai già richiamati procedimenti AGCM e al “legittimo affidamento” asserito dalla Società, si rileva in primo luogo che AGCM e AGCOM sono Autorità ben distinte, con competenze evidentemente diverse. Nei casi richiamati dalla Società, ciò è chiaramente evidente essendo i procedimenti AGCM PS10612 e PS9960 avviati per pratiche commerciali scorrette ai sensi del *Codice del consumo*. In particolare, il procedimento di AGCM PS10612 concerneva “il comportamento posto in essere dal professionista in relazione alla prospettazione ed alla fornitura del servizio di compravendita on line di biglietti per eventi. Più precisamente, le contestazioni mosse dall’Autorità hanno investito la diffusione, attraverso il predetto sito internet, di contenuti pubblicitari ingannevoli o comunque omissivi con riferimento alla natura, alle qualifiche e ai diritti del professionista, al contenuto dell’obbligazione che lo stesso assume effettivamente a fronte dell’acquisto del biglietto da parte del consumatore, alla sussistenza e alle modalità di esercizio dei diritti contrattuali di quest’ultimo, nonché alle

*condizioni economiche, alle specifiche caratteristiche qualitative e alla complessiva convenienza dell'acquisto". La violazione contestata dall'AGCM aveva dunque chiaramente ad oggetto esclusivamente le disposizioni degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo, "in quanto contraria alla diligenza professionale ed idonea a indurre in errore il consumatore medio nella misura in cui il sito [www.mywayticket.it](http://www.mywayticket.it) difettava di una chiara, completa e tempestiva informativa in relazione al valore facciale del biglietto fino al mese di marzo 2017 e difetta di una chiara e completa informativa in relazione alla seat location".*

D'altronde, non poteva di certo sfuggire alla Società la differenza tra le competenze delle due Autorità e l'entrata in vigore della legge n. 232/2016, che attribuiva – diversamente dai procedimenti in corso presso l'AGCM – specifiche competenza all'AGCOM in merito all'applicazione dell'art. 1, comma 545, L. 232/2016.

A nulla vale, dunque, neanche il riferimento al parere espresso dall'AGCOM con riferimento al citato procedimento AGCM, e richiesto da quest'ultima sulla base del fatto che la pratica commerciale oggetto del suddetto provvedimento era stata diffusa attraverso mezzi di telecomunicazione, parere nel quale AGCOM sottolineava come *"il mezzo internet sia uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale oggetto del procedimento, considerato che il consumatore, condizionato dalle informazioni diffuse tramite internet in relazione al servizio offerto dal professionista, potrebbe poi effettivamente procedere all'acquisto dei biglietti messi in vendita, sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione on line"*.

A tal proposito, ribadendo che le contestazioni mosse dall'AGCM hanno investito la diffusione, attraverso il predetto sito *internet*, di contenuti pubblicitari ingannevoli, è evidente che il provvedimento AGCM PS10612, che MWT richiama, ha ad oggetto un profilo rilevante distinto dal presente provvedimento, che è invece circoscritto alla violazione delle disposizioni di cui all'art.1, comma 545, legge 232/2016.

Si può a maggior ragione affermare, allora, per quanto sopra dettagliato, non solo la manifesta conoscenza da parte di MWT della illiceità della propria condotta, ma anche l'aggravante dell'inerzia rispetto al perpetrarsi di quest'ultima, considerata l'influenza del mezzo *internet* nei confronti dei consumatori, così come declinata dall'AGCOM con il proprio parere.

Da quanto detto, deriva la radicale infondatezza della tesi, sostenuta dalla Società, anche della formazione del "legittimo affidamento", derivante dalla conclusione dei procedimenti AGCM. Nessun affidamento legittimo può originare, infatti, da una prassi non solo palesemente illegittima, né dalle decisioni di una Autorità indipendente (quale l'AGCM) che incide su profili nettamente distinti da quelli di altra Autorità (come, nel caso di specie, l'AGCOM). In altre parole, i procedimenti sono marcatamente differenti e volti alla cura di interessi nettamente distinti, proprio in base al mandato legislativo: essere legittimati in base a un profilo normativo non consente di contenere, a valle, una condotta libera e assoluta, come la Parte lascerebbe intendere. Se così fosse, sarebbero

vanificate le delicate funzioni di controllo *ex post* e di regolazione che contraddistinguono, rispettivamente, l'AGCM e l'AGCOM. Siamo allora in presenza di fattispecie e competenze ben distinte tra due Autorità, di cui la Parte non può non essere consapevole, e da cui non può generarsi alcun affidamento legittimo in ordine alla propria condotta.

### **3.3. L'applicazione del cumulo materiale**

Si ritiene che la condotta, in violazione della medesima norma, imputabile a MWT, si configura 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 MWT hanno riguardato l'attività di messa in vendita di (numerose) 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 ha svolto 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 quanto sopra riportato, si conclude come segue.

Con riferimento alle contestazioni relative alla: 1) messa in vendita sul sito *web* “MyWayTicket.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 01/19/DSD) e alla 2) messa in vendita, attraverso il rimando dal *social* [www.facebook.com/mywayticket](http://www.facebook.com/mywayticket) 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. 28 dell'atto di contestazione e accertamento 01/19/DSD), si ritiene che esse non debbano essere prese 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 27. Dall'altro, sul punto 28 della contestazione si ritiene che la promozione dell'attiva sul *social network* [www.facebook.com/mywayticket](http://www.facebook.com/mywayticket) 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 26 eventi di diversi artisti, così come riportati ai punti 2-27 dell'atto di contestazione e accertamento 1/19/DSD, e richiamati nel par. 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. Sul punto, si ritiene che i provvedimenti sanzionatori debbano essere irrogati anche se la società destinataria è già in stato di liquidazione o addirittura sottoposta a procedura fallimentare: in tali ipotesi, infatti, la sopravvenienza dello stato di liquidazione o del fallimento del trasgressore rispetto alla commissione della violazione non fa perdere alla competente autorità amministrativa il potere di determinare l'ammontare della sanzione pecuniaria mediante l'emanazione dell'ordinanza ingiunzione prevista dall'art. 18 della legge 24 novembre 1981, n. 689, essendo tale atto volto ad accertare, anche nei termini quantitativi, il debito pregresso del soggetto in liquidazione o fallito (cfr. Cass. civ., sez. III, 18 maggio 2000, n. 6459).

**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 26 eventi così come riportati ai punti 2-27 dell'atto di contestazione e accertamento 1/19/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 e dei relativi prezzi sia nominali che finali di vendita, palesemente in violazione della vigente normativa in materia. La gravità è ancora più manifesta se si considera che la Società, pur avendo tutti gli strumenti per informare gli utenti del divieto imposto dalla legge, non ha mai inserito nel proprio sito alcuna menzione o precisazione circa l'illiceità della vendita ad un prezzo superiore al prezzo del biglietto nominale così come disposto dalla legge n. 232/2016, art. 1, comma 545.

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

La Società ha dichiarato l'interruzione delle attività di *marketing* da febbraio 2019, delle altre attività dal 30 luglio 2019 e la chiusura definitiva, a partire dal 4 agosto 2019, del proprio sito *web* e della corrispondente pagina *facebook*.

#### **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 della passività, pari a [omissis], dichiarata a bilancio 2018, 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 al minimo edittale (euro 5.000 – cinquemila) per ciascuna delle 26 condotte contestate sopra riportate, per un totale di euro 130.000 (centotrentamila/00), ritenendola sufficientemente afflittiva in relazione agli usuali criteri di 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 MyWayTicket SA (CHE-422.139.364), con sede in Svizzera in via Cantonale n. 4 – 6537 Grono, presso la Società “J. EMME CONSULTING SAGL – CHE-116.219.119”, dell'art. 1, comma 545, della legge 11 dicembre 2016, n. 232, e successive modifiche ed integrazioni;

### **ORDINA**

alla medesima Società di pagare la sanzione complessiva di euro 130.000 (centotrentamila/00) per la violazione dell'art. 1, comma 545, della legge 11 dicembre 2016, n. 232.

### **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, del Bilancio di previsione dello Stato o mediante bonifico bancario utilizzando il codice IBAN IT 540 01000 03245 348 0 10 2379 00, 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. 102/20/CONS*”, entro 30 giorni dalla notificazione del presente provvedimento, sotto pena dei conseguenti atti esecutivi a norma dell'art.27 della citata legge n. 689/1981.

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. 102/20/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