

DELIBERA N. 317/24/CONS

**ORDINANZA INGIUNZIONE ALLA SOCIETÀ GIGSBURG SERVICES OU PER
LA VIOLAZIONE DELL'ARTICOLO 1, COMMA 545, LEGGE 11 DICEMBRE
2016, N. 232 (LEGGE DI BILANCIO 2017)
(CONTESTAZIONE N. 18/23/DSDI -PROC.34-GC)**

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio del 11 settembre 2024;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante “*Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità*”;

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*”, come modificato, da ultimo, dal decreto legislativo 24 marzo 2024, n. 48, recante “*Disposizioni correttive al decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 207, di attuazione della direttiva (UE) 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio dell’11 dicembre 2018, che modifica il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante il 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, a norma del 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*”;

VISTA la delibera n. 410/14/CONS, del 29 luglio 2014 e, in particolare, l'Allegato A, recante “*Testo del regolamento di procedura in materia di sanzioni amministrative e impegni*” (di seguito, “*Regolamento*”), come modificato, da ultimo, dalla Delibera n. 286/23/CONS, dell'8 novembre 2023 e l'Allegato 1 in calce al Regolamento stesso recante “*Rateizzazioni delle sanzioni amministrative pecuniarie – Istruzioni per gli Operatori*”;

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*”;

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. 434/22/CONS;

VISTE le segnalazioni ricevute, e in particolare quelle pervenute in data 13 luglio 2023 (prot. Agcom n. 0187724) con la quale segnalava la presenza, anche presso il sito web www.gigsberg.com, di una consistente quantità di biglietti in vendita per i concerti di Taylor Swift del 13 e il 14 luglio 2024, a prezzi superiori a quelli dei rivenditori autorizzati, e in data 31 luglio 2023 (prot. Agcom n. 0203556) e 3 agosto 2023 (prot. Agcom n. 0208232), nelle quali si rappresentava la presenza di titoli di accesso a concerti del gruppo Coldplay da tenersi a Roma nei giorni 12-13-15-16 luglio 2024, anche sulla piattaforma www.gigsberg.com;

VISTO l'atto di contestazione n. 18/23/DSDI del 10 ottobre 2023, recante “*Contestazione alla società Gigsberg Services OU per la violazione dell'articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017)*”, la cui notifica è alla sede legale della società Gigsberg Services OU (“Gigsberg” o “la Società”) è stata perfezionata in data 26 febbraio 2024;

VISTA la nota (prot. Agcom n. 0084043) del 20 marzo 2024 con la quale Gigsberg ha presentato istanza di accesso agli atti del procedimento, riscontrata dall'Autorità con note prott. Agcom nn. 0101617, 0101624 e 0101652 dell'8 aprile 2024;

VISTA l'istanza di proroga dei termini dell'art. 9 del Regolamento per la presentazione delle memorie difensive da parte della Società con già citata

comunicazione del 20 marzo 2024, accolta dall'Autorità con nota del 28 marzo 2024 (prot. Agcom n. 0094080), con la quale il termine è stato differito al 19 aprile 2024;

VISTE le memorie difensive trasmesse dalla Società in data 28 marzo 2024 (prot. Agcom n. 0093349), e 22 aprile 2024 (prot. Agcom n. 0114030);

VISTA la successiva richiesta di informazioni inviata alla Società in data 7 giugno 2024 (nota prot. Agcom n. 0159008) ai sensi dell'art. 7, comma 1 del Regolamento, riscontrata in data 9 luglio 2024 (nota prot. Agcom n. 0189181);

VISTA la nota (prot. Agcom n. 0207041) del 26 luglio 2024, con la quale la Direzione competente ha richiesto, per il tramite dell'Ufficio Corecom e Coordinamento Ispettivo, la collaborazione della Guardia di Finanza, ai sensi dell'art. 7, comma 1, del Regolamento, ai fini dell'espletamento della procedura di notifica del presente provvedimento di ordinanza-ingiunzione;

VISTA la nota (prot. Agcom n. 0212540) del 1 agosto 2024, con la quale è stata comunicata alla Società l'inizio della sospensione dei termini del procedimento a seguito della summenzionata richiesta di collaborazione alla Guardia di Finanza;

VISTO il riscontro della Guardia di Finanza trasmesso in data 29 agosto 2024 (prot. Agcom n. 0225470) nel quale viene confermata l'assenza di controllo da parte della società Gigsberg GmbH; gli approfondimenti complessivamente effettuati ai sensi dell'art. 7, comma 1, del Regolamento, hanno comportato una sospensione dei termini pari a 60 giorni, pertanto, il termine del procedimento è individuato nel 23 settembre 2024;

VISTA la nota (prot. Agcom n. 0206720) del 26 luglio 2024 con la quale è stato trasmesso all'Autorità garante della concorrenza e del mercato lo schema di provvedimento ai fini del concerto previsto dalla legge;

VISTA la nota dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato dell'8 agosto 2024 (prot. Agcom n. 0217361), con la quale quest'ultima ha espresso, ai sensi dell'articolo 1, comma 545, della legge 11 dicembre 2016, n. 232, il concerto sullo schema di ordinanza ingiunzione alla società Gigsberg Services OU trasmesso dall'Autorità;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

1. Il fatto, l'attività preistruttoria e la contestazione

In data 13 luglio 2023 (prot. n. 0187724) è pervenuta la segnalazione da parte di un utente privato, con la quale si segnalava la presenza, anche presso il sito web

www.gigsberg.com, di una consistente quantità di biglietti per i concerti di Taylor Swift, da tenersi a Milano il 13 e il 14 luglio 2024, a prezzi superiori a quelli dei rivenditori autorizzati, specificando come già in data 13 luglio 2023, alle ore 12:00, ora di inizio della vendita dei biglietti per gli eventi menzionati, alcuni utenti avessero osservato un rapido esaurimento dei biglietti nei canali primari.

Successivamente, con note del 31 luglio 2023 proveniente da uno studio legale (prot. n. 0203556) e del 3 agosto 2023 da parte dell'Associazione Unione per la Difesa dei Consumatori (prot. n. 0208232), si rappresentava – anche facendo riferimento a notizie di stampa – la presunta violazione delle norme relative al *secondary ticketing*, “*con la vendita di biglietti, accaparrati e sottratti al mercato, con prezzi fino a dieci volte superiori rispetto al costo nominale*”, per titoli di accesso a concerti del gruppo Coldplay da tenersi a Roma, presso lo Stadio Olimpico, nei giorni 12-13-15-16 luglio 2024, anche sulla piattaforma www.gigsberg.com.

A seguito delle suddette segnalazioni, l'Ufficio piattaforme, servizi digitali e *platform to business* (di seguito, “l'Ufficio”), ha avviato le attività di approfondimento pre-istruttorio, ai sensi dell'art. 3 del Regolamento. Nell'ambito di tale attività, sono state svolte ulteriori verifiche sul sito menzionato, dalle quali è emerso, *in primis*, che nel documento di termini e condizioni disponibile al sito www.gigsberg.com veniva indicato che per gli utenti utilizzando il sito dall'Europa, la società titolare responsabile della fornitura del servizio e quindi del sito stesso fosse Gigsberg Services OU, avente sede in Harju maakond, Tallinn, Roosikrantsi tn 2-788 K, Estonia.

La Società sopra identificata non risultava essere tra i soggetti titolari dei sistemi di emissione di titoli di accesso ai sensi del provvedimento dell'Agenzia delle entrate del 22 ottobre 2002, eppure emergeva evidenza della messa in vendita o comunque del collocamento di significative quantità di biglietti sul sito menzionato, anche a prezzi notevolmente superiori rispetto a quelli nominali. A titolo esemplificativo, a seconda degli eventi scrutinati, i rincari potevano variare da una maggiorazione di circa il 20% fino ad un prezzo 15 volte superiore rispetto al prezzo nominale.

In particolare, sono stati rinvenuti biglietti per 33 eventi da tenersi sul territorio italiano, relativi ai seguenti artisti:

- 1) Taylor Swift, 13 luglio 2024, Milano;
- 2) Taylor Swift, 14 luglio 2024, Milano;
- 3) The Weeknd, 26 luglio 2023, Milano;
- 4) The Weeknd, 27 luglio 2023, Milano;
- 5) Andrea Bocelli, 29 luglio 2023, Lajatico;
- 6) Stefano Bollani, 29 luglio 2023, Altipiano Montasio;
- 7) Balanchine e Petipa, 29 luglio 2023, Napoli;
- 8) Balanchine e Petipa, 30 luglio 2023, Napoli;

- 9) Morricone Film History, 29 luglio 2023, Varese;
- 10) Eros Ramazzotti, 3 agosto 2023, Taormina;
- 11) Coldplay, 12 luglio 2024, Roma;
- 12) Coldplay, 13 luglio 2024, Roma;
- 13) Coldplay, 15 luglio 2024, Roma;
- 14) Coldplay, 16 luglio 2024, Roma;
- 15) Blink 182, 6 ottobre 2023, Bologna;
- 16) Depeche Mode, 23 marzo 2024, Torino;
- 17) Depeche Mode, 28 marzo 2024, Milano;
- 18) Depeche Mode, 30 marzo 2024, Milano;
- 19) L. Einaudi, 30 novembre 2023, Milano;
- 20) L. Einaudi, 1 dicembre 2023, Milano;
- 21) L. Einaudi, 2 dicembre 2023, Milano;
- 22) L. Einaudi, 3 dicembre 2023, Milano;
- 23) L. Einaudi, 5 dicembre 2023, Milano;
- 24) L. Einaudi, 6 dicembre 2023, Milano;
- 25) L. Einaudi, 8 dicembre 2023, Milano;
- 26) L. Einaudi, 9 dicembre 2023, Milano;
- 27) L. Einaudi, 10 dicembre 2023, Milano;
- 28) L. Einaudi, 11 dicembre 2023, Milano;
- 29) L. Einaudi, 13 dicembre 2023, Milano;
- 30) L. Einaudi, 14 dicembre 2023, Milano;
- 31) L. Einaudi, 15 dicembre 2023, Milano;
- 32) L. Einaudi, 16 dicembre 2023, Milano;
- 33) L. Einaudi, 17 dicembre 2023, Milano.

Pertanto, sulla base dell'attività di vigilanza svolta, con atto n. 18/23/DSDI del 10 ottobre 2023, recante “*Contestazione alla società Gigsberg Services OU per la violazione dell’articolo 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232 (legge di bilancio 2017)*”, il Direttore della Direzione Servizi Digitali ha accertato e contestato le presunte violazioni sopra elencate alla società Gigsberg Services OU.

Un primo tentativo di notifica di detto atto di contestazione è stato espletato in data 11 ottobre 2023 (nota prot. n. 0258571), ma la spedizione è risultata inesitata, avendo

L'Autorità ricevuto, in data 1 dicembre 2023, restituzione del plico raccomandato inviato. Pertanto, la Direzione Servizi Digitali ha richiesto alla Guardia di Finanza, con nota prot. n. 0328546 del 21 dicembre 2023, di fornire supporto per individuare l'indirizzo corretto di spedizione. La Guardia di Finanza ha fornito riscontro alla richiesta con nota prot. n. 0022577 del 24 gennaio 2024, fornendo l'indirizzo aggiornato della Società presso il punto di contatto costituito da Wisor Group, Narva mnt 5, 10117, Tallin (Harju Maakond, Kesklinna Linnaosa), Estonia. A seguito del citato approfondimento, l'atto di contestazione è stato inviato per mezzo di un servizio di spedizioni internazionale (nota prot. n. 0036949 del 7 febbraio 2024) e correttamente notificato in data 26 febbraio 2024.

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, ma la Società non si è avvalsa di tale facoltà.

1. L'accesso agli atti e le memorie difensive

La Società ha presentato istanza di accesso atti con nota prot. n. 0084043 del 20 marzo 2024, e contestualmente ha presentato istanza di proroga dei termini per la presentazione di scritti difensivi. La proroga è stata concessa con nota prot. n. 0094080 del 28 marzo 2024 (termine esteso fino al 19 aprile 2024) e l'accesso agli atti è stato espletato tramite invio di documenti con posta elettronica certificata, in tre distinti invii (note prott. nn. 0101617, 0101624 e 0101652 dell'8 aprile 2024).

La società ha presentato due distinte memorie, inviate con note prott. n. 0093349 del 28 marzo 2024, e 0114030 del 22 aprile 2024.

1.1. La posizione della Società

Nelle memorie difensive presentate la Società ha fornito diverse argomentazioni riguardanti, *in primis*, il profilo soggettivo, nonché alcune considerazioni di diritto, relative alle competenze dell'Autorità, all'interpretazione della Legge e alla compatibilità di detta normativa con il quadro giuridico europeo. Inoltre, la parte ha proposto alcune notazioni relative a profili di fatto, focalizzate sull'asserito ruolo passivo della Società Gigsberg in qualità di *hosting provider* e sulla mancata emergenza, dal quadro istruttorio, di un fenomeno di vero e proprio bagarinaggio.

1.1.1. Profilo soggettivo

La Società sostiene innanzitutto di non essere la titolare del sito www.gigsberg.com e di non essere la fornitrice del servizio offerto. Secondo la Società, il fatto che l'Autorità abbia rinvenuto, a pag. 18 del documento di Termini e Condizioni del sito www.gigsberg.com l'indicazione che "For the *European acquiring these Terms of Use* ("*Terms*") *represent a legally binding agreement between Gigsberg Services OU, Harju maakond, Tallinn, Roosikrantsi tn 2-788 K, Estonia*" (enfasi aggiunta) attesta solamente l'esistenza di un rapporto privatistico con gli utenti del sito al quale è applicabile la legge della Repubblica di Cipro, ma non dimostrano che la società Gigsberg Services OU sia la controllante del sito. La Società afferma pertanto la propria completa estraneità rispetto

all'attività di messa in vendita e/o collocazione indicate nell'atto di contestazione notificato.

1.1.2. Considerazioni di diritto

La Società sostiene che l'Autorità difetti del potere sanzionatorio del presunto illecito contestato, atteso che Gigsberg Services OU ha sede in Estonia, il sito risulta avere dominio spagnolo, e che non risulta agli atti istruttori che sia stata effettuata mediante il sito una qualsiasi operazione con utente finale italiano. Pertanto - argomenta la Società – l'Autorità non ha provato la presenza di un qualsiasi criterio di collegamento delle condotte ad essa contestate con il territorio italiano, non potendosi questo individuare nel mero fatto che gli spettacoli oggetto dei biglietti contestati abbiano luogo in Italia. Infatti, tale è solo il luogo di esecuzione di un servizio la cui obbligazione sta in capo all'organizzatore/artista e che può non coincidere, sia con il diverso luogo in cui si perfeziona la cessione del titolo rivenduto dagli utenti, sia con il diverso luogo di prestazione dell'eventuale servizio di intermediazione che una piattaforma *online* può svolgere.

Secondariamente, la Società ha formulato alcune considerazioni sulla presunta interpretazione eccessivamente restrittiva della Legge da parte dell'Autorità. La Società ha infatti argomentato che, secondo l'interpretazione letterale della norma, questa punisce la “*vendita o qualsiasi altra forma di collocamento*”, espressione nella quale l'utilizzo del termine “*altra*” indica che il legislatore abbia limitato l'ambito di applicazione del divieto alle sole forme di collocamento con effetto equivalente alla “*vendita*”, ovvero con l'effettiva cessione del titolo (ad esempio, con il baratto con titoli diversi di maggior valore). Sarebbe quindi stato diverso punire la “*vendita o qualsiasi forma di collocamento*”, espressione che avrebbe comportato un'estensione dell'ambito di applicazione a qualsiasi forma di collocamento anche se non avente in sostanza l'effetto di una vendita, come nel caso di un soggetto che si adoperi per intermediare e promuovere la vendita da parte di un terzo. Pertanto, l'interpretazione adottata dall'Autorità, ovvero che l'intermediazione sia vietata se non autorizzata, sarebbe troppo restrittiva.

In terzo luogo, la Società argomenta che la Legge ritenuta violata appare inapplicabile, in quanto contrastante con i principi e le norme fondamentali dell'Unione Europea in materia di libera circolazione e libera concorrenza. Tale questione, sostiene la Società, è già stata sottoposta dal Consiglio di Stato alla Corte di Giustizia Europea, sebbene non esaminata nel merito solo in quanto la Società in quella sede coinvolta non aveva sede nell'Unione Europea. La Società ritiene infatti che debba essere ricordato il principio secondo il quale - per le prestazioni provenienti da uno Stato membro - opera il divieto di introdurre restrizioni alla libera prestazione dei servizi di cui tratta la direttiva 2000/31/CE (Corte di Giustizia dell'Unione Europea, sez. VII, 27 aprile 2023, C-70/22). In aggiunta, il Consiglio di Stato (sez. VI, 5 dicembre 2023, n. 10510) ha, inoltre, rilevato che la disciplina di cui all'art. 1, comma 545, legge 11 dicembre 2016, n. 232, ha rilievo dirimente solo “*in mancanza di operatività della disciplina unionale evocata*”, cioè solo in relazione a condotte poste in essere da chi non abbia sede in un Paese membro. Dalle

argomentazioni sopra prodotte, a giudizio della Società discende che le disposizioni dell'ordinamento nazionale in contrasto con l'ordinamento europeo debbano essere disapplicate dall'Amministrazione, ricadendo in capo all'Autorità in indirizzo l'obbligo di disapplicare la disciplina italiana contrastante con la disciplina unionale.

1.1.3. Considerazioni di fatto

Oltre alle considerazioni di diritto, la Società ha prodotto alcune considerazioni di fatto, precisando che www.gigsberg.com è una piattaforma che si limita unicamente ad ospitare gli annunci inseriti da utenti terzi, senza modificarli o incidere altrimenti su di essi e senza che il suo gestore abbia alcun potere di controllo sui prezzi indicati dai terzi. L'attività svolta dal titolare della piattaforma è asseritamente un'attività meramente tecnica e automatica, senza alcun controllo sulle informazioni trasmesse o memorizzate dai terzi che usufruiscono del servizio per mettere in vendita i biglietti. Tale considerazione è – asseritamente - confermata dai contenuti del documento di “Termini e Condizioni” disponibile sul sito, nei quali:

- è specificato che l'uso del sito è vietato se l'utente è una persona a cui sono vietati i Servizi di Transazione secondo le leggi del paese in cui risiede o da cui utilizza il sito, e viene chiarito che il venditore *“deve rispettare tutte le leggi e regolamenti applicabili (...) quando elenca, vende e consegna i biglietti”*;
- si esplicita che il sito è un mero “marketplace”, affermando che *“Gigsberg non è proprietaria e/o non possiede i biglietti venduti sul sito, né acquista, vende o trasferisce alcuna proprietà o possesso dei Biglietti, limitandosi Gigsberg a fornire ai Venditori la possibilità di elencare i Biglietti in vendita”*;
- con riferimento alla definizione dei prezzi si circostanzia che *“il Venditore (e non Gigsberg) fissa i prezzi dei Biglietti. Tutti i Biglietti venduti sul Sito sono venduti sul mercato secondario e i loro prezzi possono superare il valore nominale”*;
- con riferimento alla responsabilità di caricamento dei dati, viene specificato che l'utente (e non Gigsberg) può *“caricare dati, testo, grafiche, fotografie e altro materiale, informazioni e altri contenuti”*;

La Società sostiene che sia dimostrato il ruolo passivo di quest'ultima, mentre secondo la giurisprudenza relativa a casi analoghi (Cons. St., sez. VI, 13 settembre 2022, n. 7949), la vendita o altra forma di collocamento dei biglietti effettuata da soggetti diversi dai titolari dei sistemi di emissione sono comportamenti punibili solo se e nella misura in cui l'*hosting provider* non solo ospita le proposte di vendita sulla piattaforma da esso gestita, ma si adopera anche in modo da controllare l'attività di vendita, financo manipolando i dati forniti dagli utenti, acquisendo anche la proprietà o comunque entrando in (giuridico) possesso del prodotto da vendere. Inoltre, quest'ultima dovrebbe essere a perfetta conoscenza dell'illecito che viene perpetrato dall'utente venditore, senza intervenire in alcun modo per evitarlo.

Con riferimento a quest'ultimo punto, la Società afferma che pur essendo pervenute ad AGCOM diverse segnalazioni, queste non sono mai state trasmesse tempestivamente al soggetto ritenuto responsabile, cosicché non è stato consentito di intervenire nell'immediatezza per evitare l'illecito. Tale circostanza, ad opinione della Società, esclude la responsabilità del titolare della piattaforma e, in ogni caso, rende manifestamente sproporzionata una sanzione che superi oltremodo i corrispettivi per i servizi di *hosting provider*.

Inoltre, la Società fornisce un'analisi su alcuni degli eventi contestati, argomentando che il rapporto tra la numerosità dei biglietti messi in vendita sul sito www.gigsberg.com, rispetto al numero di posti disponibili nelle *venues* di riferimento, mostra delle percentuali - oscillanti tra lo 0,01% e il 3%, - che appaiono fisiologiche, ovvero non indicative di un'attività di bagarinaggio e quindi compatibili con la messa in vendita di biglietti da parte di terzi in modo occasionale.

Infine, la Società fornisce alcune osservazioni di dettaglio circa l'asserita incompletezza, per alcuni eventi, della documentazione istruttoria, con particolare riferimento alla mancanza dell'evidenza dei prezzi praticati dai rivenditori primari autorizzati, quali - tra gli altri - 2 eventi tenutisi al Teatro San Carlo di Napoli, 14 eventi dell'artista Ludovico Einaudi, nonché un evento di Andrea Bocelli del 29 luglio 2023 a Lajatico, e 3 date del tour dei Depeche Mode del 23, 28 e 30 marzo 2024.

2. L'attività istruttoria e le valutazioni dell'Autorità

Prima di presentare compiutamente le risultanze dell'attività istruttoria e le conseguenti valutazioni, appare opportuno procedere, in via preliminare, ad una sintetica ricostruzione del quadro normativo di riferimento allo scopo di chiarire quali siano le condotte che il legislatore considera illecite. Tale ricostruzione è utile anche per chiarire su quale lettura della norma si fondi l'interpretazione della normativa adottata dall'Autorità, affatto restrittiva, revocata in dubbio nelle considerazioni di diritto formulate dalla Società.

La Legge prevede infatti (art. 1, comma 545) 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).

Dalla lettura della norma sopra dettagliata emerge con chiarezza come la “vendita e qualsiasi altra forma di collocamento” dei titoli di accesso ad eventi di spettacolo svolta da soggetti diversi dai rivenditori autorizzati integri una fattispecie illecita. Resta salva la possibilità di rivendita ad un prezzo uguale o inferiore a quello nominale di titoli di accesso ad attività di spettacolo da parte da una persona fisica in modo occasionale, purché senza finalità commerciali.

Sul punto, si richiama il significato letterale della nozione di “collocamento”, tipicamente applicata nell’ambito del diritto dei mercati finanziari (si veda il Testo unico delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria, d.lgs. 24 febbraio 1998, n. 58 e ss.mm.ii.), che si riferisce alle attività di intermediazione, svolte esclusivamente da soggetti autorizzati, riguardanti la compravendita di titoli finanziari. Più precisamente, la fattispecie del collocamento di titoli finanziari prevede che i soggetti autorizzati contattino gli investitori potenzialmente interessati all’acquisto di titoli finanziari attraverso le reti di distribuzione (sportelli bancari, promotori finanziari, ecc.), nell’ambito di un’offerta standardizzata che si costruisce sulla base di un accordo con il soggetto emittente (o offerente) il titolo finanziario stesso. Il collocamento, inoltre, si riferisce alla proposta da parte degli intermediari di titoli già emessi sul mercato, che vengono successivamente venduti, mentre si parla di “sottoscrizione” con riferimento ai titoli che vengono immessi per la prima volta sul mercato.¹

Nel caso della Legge, anche alla luce della richiamata normativa in materia di mercati finanziari, risulta del tutto evidente come la nozione di “collocamento” comprenda al proprio interno proprio le attività di “intermediazione” relative alla rivendita di titoli di accesso ad attività di spettacolo, le quali, stando al dato letterale della norma, risultano pertanto vietate se svolte professionalmente in assenza di autorizzazione.

Questa interpretazione della Legge appare coerente con le modifiche apportate dalla successiva legge 30 dicembre 2018, n. 145, recante “*Bilancio di previsione dello Stato per l’anno finanziario 2019 e bilancio pluriennale per il triennio 2019-2021*”, che, all’articolo 1, commi 1099-1100, ha introdotto i commi da 545-bis a 545-quinquies. In particolare:

- al comma 545-bis viene disposto che, dal 1° luglio 2019, i titoli di accesso ad attività di spettacolo in impianti con capienza superiore a 5.000 spettatori siano nominali ed è disciplinata la corrispondente procedura di cambio del nominativo;

¹ La spiegazione completa di quanto sinteticamente richiamato è accessibile al par. 5 del seguente link: <https://www.consob.it/web/investor-education/i-singoli-servizi-di-investimento#5> ;

- al comma 545-quater viene introdotta e disciplinata l'unica attività di intermediazione consentita per la rivendita dei titoli già acquistati sul mercato primario, da svolgersi nel rispetto della Legge e delle condizioni ivi previste, che può essere svolta esclusivamente da “*i siti internet di rivendita primari, i box office autorizzati o i siti internet ufficiali dell'evento*”;
- al comma 545-quinquies viene previsto che - salva l'ipotesi di cessione autorizzata del titolo d'ingresso nominativo, secondo le modalità previste dai commi 545-bis a 545-quater - nel caso di diversità tra il nominativo dell'acquirente e quello del soggetto che intende usufruirne i titoli di accesso sono annullati senza alcun rimborso.

Con la modifica sopra dettagliata è stato quindi esplicitato dal Legislatore che tanto la vendita primaria di titoli di accesso a eventi di spettacolo, quanto la rivendita secondaria (di titoli di accesso già in precedenza acquistati), possono avvenire unicamente attraverso l'intermediazione gestita dai “*titolari di sistemi di emissione di biglietti*”.

Per “*titolari di sistemi di emissione di biglietti*” si intendono esclusivamente i soggetti cui è stata concessa un'autorizzazione dall'Agenzia delle entrate ai sensi del provvedimento della stessa Agenzia del 22 ottobre 2002, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 258 del 4 novembre 2002, e s.m.i. recante “*Autorizzazione al rilascio delle carte di attivazione relative a sistemi di emissione di titoli di accesso e di riconoscimento di idoneità di apparecchiature*”.

L'autorizzazione è concessa a fronte della conformità dei sistemi di emissione dei titoli di accesso al decreto del Ministero delle finanze del 13 luglio 2000 concernente norme di attuazione delle disposizioni recate dagli articoli 6 e 18 del decreto legislativo 26 febbraio 1999, n. 60, riguardante le caratteristiche degli apparecchi misuratori fiscali, il contenuto e le modalità di emissione dei titoli di accesso per gli intrattenimenti e le attività spettacolistiche. Il menzionato decreto prevede, segnatamente, che il sistema impiegato per l'emissione dei biglietti sia dotato di un algoritmo che permette la generazione e apposizione di un “*sigillo fiscale*” che consente la registrazione univoca delle transazioni, comunicate con cadenza giornaliera all'Agenzia delle entrate al fine del calcolo delle imposte dovute sul valore nominale dei titoli emessi.

Le misure tecniche di dettaglio sono contenute nel provvedimento dell'Agenzia delle Entrate del 27 giugno 2019 adottate a valle del procedimento di notifica alla Commissione Europea. Al capo III del provvedimento in parola, segnatamente ai punti 6.3 e 6.4, vengono espressamente declinati i parametri tecnici della procedura di cambio nominale dei titoli di accesso (6.3) e della procedura di intermediazione per la rivendita (6.4).

La Legge, quindi, ha identificato come unici intermediari nell'attività di rivendita dei titoli di ingresso, i titolari dei sistemi di emissione dei biglietti e, in particolare, i siti internet di rivendita primari, i box office autorizzati e i siti internet ufficiali dell'evento, prevedendo come remunerazione per tale servizio “*la possibilità di addebitare congrui*”

costi relativi unicamente alla gestione della pratica di intermediazione e di modifica dell'intestazione nominale”.

Con le modifiche apportate nel 2018 apportati alla Legge e i successivi provvedimenti amministrativi di dettaglio è stato, dunque, rafforzato l'apparato di garanzia introdotto, di tal che è pacificamente possibile osservare che la Legge vieta l'attività di intermediazione non autorizzata, sanzionando (con sanzioni amministrative pecuniarie da 5.000 euro a 180.000 euro) i soggetti diversi dai titolari dei titoli di accesso ad attività di spettacolo ed inibendo il proseguimento di detta attività.

Tale interpretazione è stata peraltro sposata anche dal Consiglio di Stato nella citata sentenza n. 10510/23, laddove, al par. 7.5, viene chiarito come la Legge preveda un obbligo di autorizzazione o comunque il possesso di sistemi di emissione e di una certificazione concessa da autorità pubbliche per svolgere l'attività di vendita o intermediazione sul mercato secondario. Specifica infatti il Collegio, riferendosi proprio all'attività di intermediazione, che “[...] la disposizione di legge applicata nella specie vieta espressamente e direttamente proprio tale attività, svolta da Viagogo all'evidenza con finalità commerciali (come reso chiaro dal compenso dalla stessa società appellante percepito in relazione ad ogni singola transazione)”(enfasi aggiunta).

2.1. Informazioni fornite dalla Società

Con nota prot. n. 0159008 del 7 giugno 2024, è stata indirizzata alla Società una richiesta di informazioni, ai sensi dell'art. 7, comma 1 del Regolamento, volta a chiarire alcune considerazioni di fatto e di diritto svolte nelle memorie difensive. La Società ha risposto a tale richiesta con nota prot. n. 0189181 del 9 luglio 2024.

Con riferimento alla richiesta di fornire specifiche informazioni su quale fosse l'entità che gestisce il sito www.gigsberg.com, la Società ha affermato che, da quanto risulta dal sito stesso, quest'ultimo è riconducibile alla società Gigsberg GmbH, Gewerbestrasse 5, 6330 Cham, Svizzera, la quale risulta fornitrice dei relativi servizi. Per quanto riguarda invece la richiesta di specifici dati societarie e contabili, Gigsberg ha affermato che non esistono rapporti tra lei stessa e la Società Gigsberg GmbH con sede in Svizzera, aggiungendo che la creazione della Società Gigsberg Services OU è avvenuta [*omissis*

].

Sono state poi richieste alcune informazioni sul giro d'affari prodotto dal sito www.gigsberg.com e sul funzionamento dello stesso. Con riferimento al fatturato generato dal sito, la Società ha risposto di non disporre dei dati necessari per stimare tale grandezza, mentre sui meccanismi di funzionamento dello stesso, la Società ha affermato di non essersi mai occupata della registrazione degli utenti, dell'aggregazione dei dati caricati e dell'indicizzazione, così come dell'arricchimento dei dati tramite inserzione di

messaggi, *alert* o notifiche, né di fornire un servizio clienti o di *marketing* attraverso il sito menzionato.

Tuttavia, la Società ha ritenuto di dover rispondere alla richiesta di fornire informazioni sull'eventuale presenza di notifiche relative alle restrizioni sulla vendita secondaria di biglietti in alcune normative nazionali, sostenendo che queste vengono visualizzate in modo ben visibile durante i processi di elenco e acquisto dei biglietti.

Infine, con riferimento alle richieste di fornire dettagli sui meccanismi di pagamento dei servizi offerti dal sito e sulle commissioni applicate, la Società Gigsberg ha specificato che, con riferimento ai pagamenti, le modalità variano a seconda delle normative rilevanti. Ad esempio, il processo di acquisto su www.gigsberg.co.uk è diverso da quello su www.gigsberg.com. Nel Regno Unito, l'Autorità di regolamentazione richiede che siano resi noti il nome del venditore e l'intera somma da addebitare al cliente fin dall'inizio del processo, mentre altri Paesi consentono di aggiungere commissioni e pagamenti aggiuntivi in un momento successivo del processo di pagamento.

Le transazioni, per quanto noto a Gigsberg Services OU, [*omissis*

]. I pagamenti possono avvenire in vari modi: carte di credito/debito, bonifici bancari e Apple Pay. [*omissis*

].

Infine, con riferimento alla consistenza delle commissioni applicate sul sito la Società ha affermato che al prezzo di vendita del biglietto viene applicata una commissione del 10% a carico dell'inserzionista e una commissione del 23% a carico dell'acquirente. Queste commissioni sono destinate a coprire i costi operativi della piattaforma.

2.2. Valutazioni dell'Autorità: profilo soggettivo

L'affermazione della Società di non essere la titolare del sito www.gigsberg.com e di non essere la fornitrice del servizio offerto appare smentita dalla lettura del documento di Termini e Condizioni ("documento T&C") acquisito agli atti del procedimento.

Infatti, all'art. 1, denominato "Acceptance of Terms", viene specificato chiaramente:

“These Terms of Use (“Terms”) represent a legally binding agreement between Gigsberg GmbH, of Gewerbestrasse 5, 6330 Cham, Svizzera [...], user of the website at <https://gigsberg.com> [...] and between you as a buyer or seller of Tickets [...] and govern the step and procedures that take place in a transaction process between Buyer and Seller through the Website and services relating to the secondary market ticket sale made available by Gigsberg to the user of the Website (“the Services”).“*

E’ quindi chiaramente detto che il servizio di *secondary ticketing* è reso disponibile (“*made available*”) da Gigsberg, e che il documento di T&C governa i passi e le procedure delle transazioni, che costituiscono parte fondamentale del servizio offerto, le quali avvengono proprio tramite il sito www.gigsberg.com. L’asterisco evidenziato richiama la dicitura presente a pag. 18 del documento T&C che recita appunto “*For the European acquiring these Terms of Use (“Terms”) represent a legally binding agreement between Gigsberg Services OU, Harju maakond, Tallinn, Roosikrantsi tn 2-788 K, Estonia*”, chiarendo che, per gli utenti europei che navigano il sito, l’entità “Gigsberg”, citata al menzionato art. 1, che fornisce il servizio di *secondary ticketing* agli utenti finali (“*secondary market ticket sale made available by Gigsberg to the user of the Website*”) è proprio la società Gigsberg Services OU, avente sede in Estonia.

In aggiunta, all’art. 2 del documento T&C, denominato “*Description of the Services*” si chiarisce che “*Gigsberg provides the Services through its Website located at <https://gigsberg.com> [...]*” l’utilizzo del pronome possessivo “*its*” con riferimento al sito esplicita quindi il legame di possesso e/o proprietà che la Società Gigsberg Services OU ha del sito, attraverso il quale ha quindi la responsabilità di fornire il servizio di *secondary ticketing* agli utenti europei.

2.3. Considerazioni di diritto

Rimandando alle considerazioni già svolte in precedenza con riferimento all’asserita interpretazione restrittiva della Legge adottata dall’Autorità, si passa ad analizzare le successive questioni portate all’attenzione dalla Società, ovvero il collegamento con il territorio italiano dell’attività svolta nonché il presunto contrasto della Legge nazionale con il quadro normativo eurounitario.

Per quanto riguarda il collegamento con il territorio italiano, l’evidenza raccolta in fase istruttoria ha mostrato come, oltre alla presenza nel sito di un’abbondante offerta di biglietti relativi ad artisti italiani o comunque di eventi tenuti sul territorio italiano da artisti internazionali, vi sono altri indicatori di un tale collegamento. Gli indicatori considerati, sui quali è stata raccolta l’evidenza in fase istruttoria, sono ispirati a quelli indicati nel Considerando n. 8 del Regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio del 19 ottobre 2022 relativo a un mercato unico dei servizi digitali e che

modifica la direttiva 2000/31/CE (“Regolamento DSA”), i quali sono relativi però alla verifica di un sostanziale collegamento con l’Unione Europea.²

Ad esempio, la *homepage* del sito è disponibile anche in lingua italiana, così come il documento di *privacy policy*. Anche le *landing page* che scandiscono i vari passi e le procedure delle transazioni, sia per caricare i dettagli dei biglietti offerti dagli inserzionisti che per acquistare tali biglietti, sono disponibili in italiano e le transazioni possono essere concluse con la moneta avente corso legale in Italia, ovvero l’euro. Infine, le ricevute di pagamento sono anch’esse fornite in italiano agli utenti che utilizzano il sito dall’Italia.

Con riferimento all’asserita mancata compatibilità della Legge con il quadro normativo eurounitario, occorre subito specificare che la normativa primaria disciplina alcuni aspetti del mercato secondario per prevenire e combattere un determinato tipo di attività, ovvero il cd. *secondary ticketing* di tipo “speculativo”, il quale è il prodotto di un complesso sistema che crea sul mercato una “scarsità artificiale” di biglietti, per un determinato evento o una serie di questi, per poi rivenderli a prezzo maggiorato al pubblico. Altri fenomeni, come la vendita secondaria effettuata da privati, senza fini commerciali, comunque ad un prezzo inferiore o pari a quello nominale, sono invece leciti.

Il fenomeno del *secondary ticketing* speculativo, che con lo sviluppo delle piattaforme *online* ha raggiunto dimensioni globali, origina principalmente in due fattori: 1) la disponibilità e l’utilizzo di strumenti elettronici (“bot”) in capo ai “bagarini digitali”, in grado di acquistare velocemente grandi quantità di biglietti dal canale *online* e 2) la disponibilità di piattaforme *online* aventi scala globale, come quella gestita dalla Società, caratterizzate da un’apparenza e un funzionamento che per l’utente sono molto simili ai canali ufficiali, e che possono garantire un alto volume di traffico da un significativo numero di utenti unici anche grazie a posizioni di “ranking” ottimale nei principali motori di ricerca e una strategia multi-piattaforma di promozione e distribuzione dei biglietti.

² Detto Considerando recita infatti: “*Il suddetto collegamento sostanziale con l’Unione dovrebbe considerarsi presente quando il prestatore di servizi è stabilito nell’Unione o, in mancanza di tale stabilimento, quando il numero di destinatari del servizio in uno o più Stati membri è significativo in relazione alla rispettiva popolazione, o sulla base dell’orientamento delle attività verso uno o più Stati membri. L’orientamento delle attività verso uno o più Stati membri può essere determinato sulla base di tutte le circostanze del caso, tra cui fattori quali l’uso di una lingua o di una moneta generalmente usata nello Stato membro in questione, la possibilità di ordinare prodotti o servizi oppure l’utilizzo di un pertinente dominio di primo livello. L’orientamento delle attività verso uno Stato membro potrebbe anche desumersi dalla disponibilità di un’applicazione nell’apposito negozio online (app store) nazionale, dalla fornitura di pubblicità a livello locale o in una lingua usata nello Stato membro in questione o dalla gestione dei rapporti con la clientela, ad esempio la fornitura di assistenza alla clientela in una lingua generalmente parlata in tale Stato membro. Un collegamento sostanziale dovrebbe essere presunto anche quando le attività di un prestatore di servizi sono dirette verso uno o più Stati membri ai sensi dell’articolo 17, paragrafo 1, lettera c), del regolamento (UE) n. 1215/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio(6). Per contro, la mera accessibilità tecnica di un sito web dall’Unione non può, di per sé, essere considerata come costitutiva di un collegamento sostanziale con l’Unione.*” (enfasi aggiunta)

In sintesi, la Legge di Bilancio introduce due prescrizioni che hanno l'obiettivo di frenare le pratiche speculative sopra descritte:

1. Il primo strumento è la limitazione dei soggetti che possono prestare attività di intermediazione. In particolare, l'intermediazione può essere svolta da soggetti autorizzati, ovvero dai siti internet di rivendita primari, i box office autorizzati o i siti internet ufficiali dell'evento e tale attività dev'essere finalizzata alla rivendita dei biglietti al valore nominale agli utenti, a condizione che per l'attività di intermediazione siano addebitati agli utenti unicamente congrui costi relativi unicamente alla gestione della pratica di intermediazione e di modifica dell'intestazione nominale;

2. Il secondo strumento è la previsione di un tetto ai prezzi dei biglietti rivenduti sul mercato secondario. Tale disciplina prevede che il prezzo del biglietto dev'essere uguale o inferiore al prezzo nominale. Nel caso in cui ad effettuare il cambio di nominativo sia un sito internet di rivendita primario, un box office autorizzato o il sito internet ufficiale dell'evento, il prezzo finale può includere congrui costi relativi unicamente alla gestione della pratica di intermediazione e di modifica dell'intestazione nominale;

E' opportuno specificare che l'autorizzazione è concessa a fronte del soddisfacimento di specifici parametri tecnici, consistenti in particolare nella conformità dei sistemi di emissione dei titoli di accesso al decreto del Ministero delle finanze del 13 luglio 2000 concernente norme di attuazione delle disposizioni recate dagli articoli 6 e 18 del decreto legislativo 26 febbraio 1999, n. 60, riguardante le caratteristiche degli apparecchi misuratori fiscali, il contenuto e le modalità di emissione dei titoli di accesso per gli intrattenimenti e le attività spettacolistiche.

A riprova della compatibilità della Legge applicata con il quadro eurounitario, si sottolinea che le misure tecniche di dettaglio che disciplinano gli strumenti descritti ai punti 1) e 2) dalla Legge sono contenute nel provvedimento dell'Agenzia delle Entrate del 27 giugno 2019. E' importante richiamare che tale provvedimento è stato adottato a valle del procedimento di notifica alla Commissione Europea che ne ha, dunque, ratificato l'ammissibilità rispetto al diritto europeo. Al capo III del provvedimento in parola, segnatamente ai punti 6.3 e 6.4, vengono infatti espressamente declinati i parametri tecnici della procedura di cambio nominale dei titoli di accesso (6.3) e della procedura di intermediazione per la rivendita (6.4).³

2.4. Considerazioni di fatto

La Società nelle proprie memorie difensive ha introdotto delle considerazioni di fatto relativamente a 3 profili principali: 1) l'asserita assenza di un ruolo attivo della piattaforma www.gigsberg.com in qualità di *hosting provider* 2) l'osservazione che le percentuali di biglietti in vendita in detto sito, rispetto a quelli disponibili nelle *venues* di svolgimento dei vari eventi, fossero fisiologiche e quindi non indicative di un'attività di

³ <https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/web/guest/provvedimento-del-27-giugno-2019>

bagarinaggio e 3) l'asserita incompletezza, per alcuni eventi, della documentazione pre-istruttoria, atta a dimostrare l'attività illecita contestata.

Con riferimento al punto 2), si rimanda a quanto prima esplicitato con riferimento alla portata del divieto introdotto dalla Legge e le sue successive modificazioni. In particolare, dalla lettura sistematica della norma emerge con chiarezza come la “*vendita e qualsiasi altra forma di collocamento*” non autorizzata dei titoli di accesso ad eventi di spettacolo svolta con finalità commerciali da soggetti diversi dai rivenditori autorizzati integri una fattispecie illecita, indipendentemente dalla quantità – giudicabile come “*fisiologica*” o meno - di biglietti intermediati. La Legge ha infatti identificato come unici intermediari nell'attività di rivendita dei titoli di ingresso, i titolari dei sistemi di emissione dei biglietti e, in particolare, i siti internet di rivendita primari, i box office autorizzati e i siti internet ufficiali dell'evento, prevedendo come remunerazione per tale servizio “*la possibilità di addebitare congrui costi relativi unicamente alla gestione della pratica di intermediazione e di modifica dell'intestazione nominale*” (enfasi aggiunta).

L'unica attività che la Legge considera “fisiologica” e quindi non illecita, riguarda la possibilità di rivendita ad un prezzo uguale o inferiore a quello nominale di titoli di accesso ad attività di spettacolo da parte da una persona fisica in modo occasionale, purché senza finalità commerciali. In questo caso, considerando che la Società non è una persona fisica, non effettua in modo occasionale ma bensì continuativo tale attività, e la porta avanti con finalità commerciale – come dimostra l'applicazione percentuale di commissioni a ciascuna transazione avvenuta sul sito – tale eccezione non può applicarsi.

Con riferimento all'asserito ruolo meramente passivo della Società, al contrario, dall'analisi istruttoria svolta emerge come quest'ultima, utilizzando sia risorse umane che tecniche, essa effettua attività di uso, modifica, indicizzazione, organizzazione, catalogazione, aggregazione, valutazione, e promozione dei contenuti caricati, anche attraverso tecniche di valutazione comportamentale degli utenti per aumentarne la fidelizzazione, determinando l'effetto, in sostanza, di completare e arricchire in modo non passivo la fruizione dei contenuti. Tali parametri costituiscono indicatori - cosiddetti “*indici di interferenza*” - in base ai quali, secondo la giurisprudenza, è possibile ravvisare una condotta attiva del soggetto (cfr., tra gli altri, Cassazione Civile Sent. n. 39763 del 19 marzo 2019 e n. 7708 del 3 dicembre 2021).

Al riguardo, la Suprema Corte di Cassazione (Cassazione Civile, sentenza n. 7708/2019) ha precisato infatti che “*(l)a figura dell'hosting provider attivo va ricondotta alla fattispecie della condotta illecita attiva di concorso. [...] Gli elementi idonei a delineare la figura o "indici di interferenza" da accertare in concreto ad opera del giudice del merito, sono – a titolo esemplificativo e non necessariamente tutte compresenti – le attività di filtro, selezione, indicizzazione, organizzazione, catalogazione, aggregazione, valutazione, uso, modifica, estrazione o promozione dei contenuti/ operate mediante una gestione imprenditoriale del servizio, come pure l'adozione di una tecnica di valutazione comportamentale degli utenti per aumentarne la fidelizzazione: condotte che abbiano, in sostanza, l'effetto di completare ed arricchire in*

modo non passivo la fruizione dei contenuti da parte di utenti indeterminati» (enfasi aggiunta) .

Come anticipato, l'attività istruttoria svolta nell'ambito del procedimento in oggetto ha evidenziato il ruolo attivo svolto dalla Società nel processo di vendita o comunque di collocamento dei titoli di accesso ad eventi tramite la propria piattaforma, attraverso:

- a) l'uso, la modifica, l'indicizzazione, l'organizzazione, la catalogazione e l'aggregazione dei contenuti caricati dagli utenti;
- b) l'arricchimento con valutazioni proprie delle offerte di biglietti caricate sul sito da parte degli inserzionisti, anche attraverso l'uso di tecniche di *marketing* comportamentale, la raccolta dei dati dei clienti anche al fine di fidelizzarli e la promozione delle offerte su scala globale;
- c) la definizione di alcuni tra i principali parametri economici e giuridici della transazione;
- d) la gestione esclusiva della transazione fino alla sua finalizzazione, arrivando a vietare la possibilità che inserzionista ed acquirente si contattino direttamente nel corso della compravendita.⁴

Tutte queste attività vengono svolte da Gigsberg tramite una gestione imprenditoriale del servizio su scala globale, trattenendo per sé – al momento del perfezionamento della vendita – una commissione calcolata in base ad un valore percentuale, divisa tra gli inserzionisti (10%) e gli acquirenti (23%) sul prezzo finale del biglietto. Sulla base degli elementi acquisiti nel corso dell'istruttoria, la Società risulta pertanto svolgere un ruolo attivo ed esclusivo nel completamento di tutte le fasi delle transazioni afferenti alla compravendita dei biglietti che avvengono sul sito www.gigsberg.com.

2.4.1. Uso, modifica, indicizzazione, organizzazione, catalogazione ed aggregazione delle offerte di biglietti caricate sul sito da parte degli inserzionisti.

Dagli approfondimenti svolti sul sito www.gigsberg.com emerge come il formato degli annunci presenti sulla piattaforma sia standardizzato e come i dati caricati dagli inserzionisti per la compilazione degli annunci (ad esempio, quelli relativi alla descrizione dei biglietti posti in vendita) siano oggetto di un intervento editoriale a cura della Società, quindi la piattaforma non offre solamente un'infrastruttura tecnica per la pubblicazione delle offerte e la gestione del processo di vendita.

⁴ In particolare, all'art. 8 delle Seller Policies del documento di T&C viene specificato, con riferimento agli inserzionisti "You are not allowed to use the Buyer's information provided to you for any purpose but for delivering the Tickets sold through the website", mentre all'art. 5 della stessa sezione viene addirittura specificato che "You are not allowed to include in the envelope delivered to the Buyer, in addition to the Ticket, any material that has not been supplied or approved directly by Gigsberg, such as but of course not limited to any promotional materials of any nature".

Nell'ambito dell'attività istruttoria svolta è stato infatti riscontrato che i dati di descrizione dei biglietti caricati dagli utenti inserzionisti - i quali si limitano all'inserimento di caratteristiche fisiche del biglietto (ad esempio, se disponibile su supporto cartaceo o elettronico, riferito a quale settore e fila di posti dell'arena, se caratterizzato da buona visibilità ecc..) - sono poi aggregati, catalogati e organizzati dalla Società sia nell'*homepage* del sito www.gigsberg.com che nelle *landing page* dello stesso. In particolare, su tutto il sito le offerte di singoli biglietti sono aggregate per "evento", e non in liste di annunci di singoli titoli di accesso.

Tali eventi sono poi indicizzati in *homepage* principalmente secondo il criterio della vicinanza geografica all'utente ("Trending events in Italy") e alla popolarità dei *performer* ("Artisti popolari"). Pertanto, la gestione degli eventi appare effettuata in modo dinamico ovvero, partendo dalla base dati fornita dagli utenti, gli stessi vengono gestiti, presentati e filtrati con diverse modalità nelle varie sezioni della piattaforma.

L'attività di organizzazione e indicizzazione dei dati caricati dagli inserzionisti da parte Gigsberg Services OU non si limita a quanto sopra descritto, ma si estende alla configurazione a definizione dei "pacchetti" di vendita dei biglietti stessi. Infatti, all'art. 1 delle Seller Policies del documento di T&C viene specificato che è vietato vendere biglietti che non siano consecutivi.

Dal punto di vista più generale, l'aspetto che più viene in rilievo è il fatto che la piattaforma non si limita a raccogliere i dati di compilazione offerti dagli inserzionisti, ma effettua un'azione di manipolazione delle offerte, aggregandole in funzione delle richieste, andando pertanto ben oltre il tipico servizio fornito da *marketplace* puri, nel quale l'*hosting provider* si limita ad agevolare l'incontro delle parti al fine di facilitare le transazioni o le comunicazioni tra utenti terzi, fornendo un sito internet con specifiche funzionalità a ciò finalizzate, senza tuttavia esercitare alcun controllo editoriale o avere conoscenza preventiva dei dati memorizzati dai terzi.

Tale attività di aggregazione e manipolazione delle offerte risulta evidente laddove l'utente può selezionare il numero di biglietti e il settore desiderato (peraltro in gran parte dei casi con grande disponibilità di posti contigui), in modo del tutto analogo alla modalità di acquisto sui canali primari, senza avere alcuna contezza dell'esistenza di un unico inserzionista ovvero di più inserzionisti che hanno messo in vendita quei biglietti.

2.4.2. Attività di valutazione, fidelizzazione e promozione delle offerte

Il ruolo attivo della Società, nel processo di vendita o comunque di collocamento dei titoli di accesso agli spettacoli, si manifesta anche attraverso lo svolgimento di una serie di operazioni che determinano un arricchimento dei contenuti caricati, come la valutazione delle offerte e la loro promozione.

A titolo di esempio, dagli approfondimenti istruttori svolti è emerso che, nel processo di caricamento delle inserzioni relative ai biglietti gli utenti possono beneficiare della predisposizione di liste già precompilate di eventi, mentre nel procedimento di acquisto i contenuti caricati dagli utenti sono arricchiti tramite l'inserimento di mappe

delle *venues* degli eventi. Inoltre, talvolta sono presenti accorgimenti, inseriti a valle di precise scelte editoriali ed architetture di funzionamento del sito, tipiche del *marketing* comportamentale, volte a facilitare, indirizzare e velocizzare l'acquisto tramite tecniche di "spinta gentile" ("*nudging*"). A titolo di esempio, sono presenti notifiche di "conto alla rovescia" nel processo di acquisto. Tale tipo di interfaccia persegue l'obiettivo di indurre all'acquisto il consumatore, rappresentando il carattere esclusivo del prodotto destinato per tale ragione ad esaurirsi rapidamente.

Inoltre, dall'analisi del documento di *privacy policy* disponibile sul sito, si evidenzia come la piattaforma raccolga dati sull'attività di acquirenti e inserzionisti, anche a scopo di fidelizzazione. In particolare, gli approfondimenti istruttori svolti mostrano come la Società Gigsberg raccolga informazioni tecniche sull'accesso (quali indirizzo IP, contenuti oggetto della navigazione), sulla posizione del dispositivo elettronico utilizzato e dati relativi all'esperienza dell'utente, riguardanti ad esempio le pagine visitate e il tempo di permanenza sul sito. Da quanto riportato nel documento di *privacy policy* della Società si evidenzia come tali dati raccolti vengano utilizzati, fra le altre cose, anche per "[...] migliorare l'esperienza personalizzata del Sito per tutti i nostri visitatori" nonché "per adattare il sito web alle tue preferenze personali"⁵.

Infine, dagli approfondimenti svolti risulta come tali attività di promozione delle offerte a partire dai dati caricati dagli utenti siano svolte a livello globale, tramite strategie di promozione. Infatti, negli *step* finali del processo di inserzione degli annunci relativi ai biglietti, la piattaforma specifica che è incluso un servizio di *marketing*, affidato a Google.

2.4.3. Altre attività relative alla definizione delle transazioni

Dall'analisi documento di T&C disponibile sul sito www.gigsberg.com e degli altri elementi raccolti nel corso dell'attività istruttoria, emerge quindi come la Società intervenga in alcune attività che definiscono i principali parametri giuridici ed economici della transazione. In particolare, la società Gigsberg risulta occuparsi di:

- provvedere alla registrazione degli utenti, siano essi acquirenti o inserzionisti (art. 7 doc. T&C);
- configurare un processo di caricamento delle offerte di biglietti (art. 12 doc. T&C);
- procedere al perfezionamento della transazione dal punto di vista finanziario, gestendo tutte le fasi del pagamento (art. 15 doc. T&C);
- fornire un servizio di assistenza clienti.

2.4.4. Ulteriori approfondimenti sulle attività svolte dalla società Gigsberg

⁵ Pag. 5 del documento di *privacy policy* (all. 2).

Gli ulteriori approfondimenti istruttori hanno fornito indicazioni circa il grado di controllo e conoscenza che la Società esercita sui contenuti caricati dagli utenti, nonché sulla consapevolezza del proprio ruolo attivo svolto attraverso la piattaforma.

Si evidenzia infatti come sia la stessa società Gigsberg, nel proprio documento di T&C, e in particolare all'art. 10, a chiarire che è nei suoi diritti modificare ed “editare” i contenuti caricati dagli utenti, specificando che *“Gigsberg does not claim ownership of any user content. However, by sending and/or creating user content and/or by using the services you grant Gigsberg a non-exclusive, royalty-free, perpetual license of an all worldwide rights to share, use, edit, modify, include, incorporate adapt, record and reproduce such user content [...]”* (enfasi aggiunta). Pertanto, il processo di arricchimento dei dati caricato dagli utenti, che ne caratterizza il ruolo attivo, è ammesso dalla stessa Società.

Secondariamente, la Società appare consapevole del fatto che sulla propria piattaforma sono commercializzati ed intermediati notevoli quantità di biglietti relativi ad eventi da tenersi sul territorio italiano, anche con prezzi superiori rispetto al valore nominale. Tale conclusione appare evidente alla luce di alcuni elementi raccolti nel corso dell'attività istruttoria svolta. *In primis*, dall'analisi dell'art. 5 delle Seller Policies, denominato “Ticket Delivery”, emerge come la piattaforma effettui un controllo sui biglietti caricati dagli utenti. Nel passaggio citato si afferma infatti, a titolo di esempio, che *“If you do not possess the ticket on the website, you must upload a proof of your ownership of the ticket and the right to receive the ticket, that shall be verified by Gigsberg and listing of such ticket will be subject to Gigsberg confirmation before it can be uploaded on the website”* (enfasi aggiunta). Pertanto, se tale controllo viene effettivamente esercitato, Gigsberg dovrebbe avere contezza degli elementi principali e costitutivi del biglietto stesso (e.g.: l'effettiva esistenza dello stesso, l'afferenza ad un determinato evento, i posti a cui da accesso, il valore nominale ecc...).

Secondariamente, nel processo di caricamento delle offerte di biglietti all'interno del sito, in una delle caselle che occorre compilare per pubblicare l'inserzione, si richiede all'utente di specificare se ha un legame con l'organizzatore dell'evento o con la stessa Gigsberg. Tra le opzioni che possono essere selezionate dall'utente vi è quella di inserire che *“il venditore è Gigsberg o una società del Gruppo Gigsberg”* ammettendo pertanto la possibilità che quest'ultima venda direttamente biglietti acquisiti sul mercato, esercitando, oltre che un ruolo di “hosting attivo”, anche quello di “uploader” di biglietti raccolti dal mercato primario.

Infine, in una sezione del sito www.gigsberg.com è accessibile un servizio di affiliazione, (<https://www.gigsberg.com/affiliate-program>) nel quale si prospetta ai potenziali clienti la possibilità di offrire grandi quantità di biglietti a specifici target di pubblico. Il ruolo degli affiliati, in questo caso, consisterebbe nel dirigere traffico di utenti potenzialmente interessati sul sito www.gigsberg.com, in cambio di una sostanziale commissione sul prezzo finale del biglietto.

Pertanto, alla luce delle evidenze raccolte, emerge come la società Gigsberg gestisca una rilevante piattaforma sul mercato globale del *secondary ticketing*, e che, operando sia nell'intermediazione che nella vendita diretta di biglietti, ed intrattenendo rapporti commerciali diretti con dei partner affiliati a livello internazionale, sia pienamente a conoscenza e consapevole delle pratiche illecite commesse tramite la propria piattaforma. Inoltre, dal punto di vista strettamente intuitivo, poiché la remunerazione della Società è una funzione percentuale del prezzo di vendita dei biglietti praticato attraverso la piattaforma, il mancato impegno ad eliminare gli effetti delle condotte illecite relative alla vendita o al collocamento di notevoli quantità di biglietti ad un prezzo superiore a quello nominale, sembra rispondere ad una precisa strategia di massimizzazione del ricavo piuttosto che ad una assenza di conoscenza o consapevolezza dell'illecito commesso.

2.4.5. Sul ruolo attivo della piattaforma: considerazioni conclusive

Dalle evidenze istruttorie raccolte e riportate nei paragrafi precedenti, emerge chiaramente come la società Gigsberg sia in grado di controllare efficacemente tutti i passaggi dell'attività di vendita (registrazione utenti, caricamento delle offerte, pagamento, *marketing* ecc...), che sono gestiti direttamente dalla piattaforma o tramite società da essa delegate, arrivando financo a manipolare/riorganizzare i dati caricati dagli utenti tramite l'*editing* delle inserzioni, l'aggregazione delle offerte, e le tecniche di *nudging* che influenzano il processo di acquisto.

Il grado di consapevolezza della condotta violativa da parte della piattaforma risulta peraltro essere elevata, considerato che lo stesso modello di *business* dell'operatore, esteso su scala mondiale, prevede l'approfondita conoscenza del mercato degli eventi nazionali ed internazionali, fondandosi inoltre sulla massimizzazione dei ricavi in funzione del prezzo finale al quale vengono venduti i biglietti. Risulta quindi evidente che - dal comportamento messo in atto (la vendita o comunque il collocamento di biglietti a prezzi maggiorati) - la società Gigsberg abbia consapevolmente voluto trarre vantaggio. Inoltre, dagli approfondimenti istruttori svolti, è stato possibile verificare come la Società possa essere coinvolta anche nella vendita diretta di biglietti senza disporre delle necessarie autorizzazioni.

Pertanto, alla luce degli elementi acquisiti, emerge con sufficiente certezza che la società Gigsberg gestisce le transazioni dei suddetti titoli di accesso, circostanze queste tali da poter far deporre la sovra descritta attività quale vera e propria intermediazione commerciale vietata nel nostro ordinamento e da cui la Società risulterebbe trarre (illeciti) profitti.

2.4.6. Asserite carenze nella documentazione pre-istruttoria

Si rammenta che il materiale relativo alle evidenze raccolte con riferimento agli eventi oggetto delle osservazioni della Società è stato inviato a quest'ultima con nota prot. n. 0101652 del 8 aprile 2024 a seguito della richiesta di accesso agli atti. Il materiale

consiste in 5 allegati e l'evidenza che la Società ritiene carente ai fini probatori è quella inclusa negli allegati n. 3 e 5.

In particolare, con riferimento ad alcuni eventi la Società sostiene che il materiale raccolto mostri un numero molto piccolo di biglietti in vendita sul sito www.gigsberg.com con un prezzo superiore a quello nominale. La Società argomenta che il numero di biglietti documentati negli allegati sopra menzionati sia inferiore al numero di biglietti disponibili riportato nei verbali. In realtà, si tratta di un errore nella lettura del materiale. Infatti, visto che per ciascun evento l'algoritmo del sito mostra automaticamente prima i biglietti con i prezzi più bassi, rivelando via via quelli con prezzi crescenti, per economia procedimentale sono state raccolte le schermate esclusivamente dei prezzi minimi e di quelli massimi, in modo da ricostruire il *range* di prezzo rilevante. Per quanto riguarda il numero di biglietti disponibili per ciascun evento contenuto nei verbali, si precisa che tale numero è indicato dalla stessa piattaforma per ciascun evento ed è quindi documentato nelle schermate incluse negli allegati 3 e 5 sopra menzionati.

Un altro tipo di osservazione sottoposta dalla Società è stata l'asserita carenza di materiale che certificasse i prezzi nominali nel mercato primario di alcuni eventi, e in particolare di tre date dei Coldplay, due date dei Depeche Mode e tutte le date contestate di Ludovico Einaudi. Anche in questo caso però l'osservazione nasce da una incompleta lettura del materiale pre-istruttorio. Anche in questo caso infatti, per economia procedimentale, sono state raccolte le schermate dei prezzi del mercato primario relativamente al primo evento in ordine temporale dei tre artisti (evento Coldplay del 12 luglio, evento Depeche Mode del 23 marzo e evento Einaudi del 30 novembre), ed essendo gli eventi successivi identici sia per spettacolo proposto che, nel caso dei Coldplay e di Einaudi, per *location* di svolgimento, i prezzi sul mercato nominale sono da considerarsi uguali.

Infine, è opportuno notare che, in 3 casi le verifiche svolte sulle osservazioni della Società hanno effettivamente evidenziato la presenza di un errore materiale - consistente nella mancata inclusione nel materiale pre-istruttorio dell'evidenza rilevante - in particolare per gli eventi di Andrea Bocelli (Lajatico, 29 luglio 2023) e gli spettacoli del San Carlo di Napoli ispirati a Balanchine e Petipa (29 e 30 luglio 2023).

In conclusione, dall'analisi delle asserite carenze nel materiale nella documentazione pre-istruttorio, emerge che per errore materiale non sono state allegate al verbale le evidenze relative agli eventi di Andrea Bocelli del 29 luglio 2023 a Lajatico, nonché ai 2 eventi del Teatro San Carlo di Napoli del 29 e 30 luglio 2023. Pertanto, per tali eventi non debbono essere imputate condotte violative della Legge alla società Gigsberg Services OU.

4. Conclusioni

Sulla base di quanto sopra riportato, risulta confermata la violazione dell'articolo 1, comma 545, della legge n. 232/2016, relativamente a 30 eventi (trenta) eventi di spettacolo, qui elencati, senza essere titolare dei sistemi per la loro emissione anche ad

un prezzo superiore a quello nominale del mercato autorizzato primario, in violazione dell'art. 1, comma 545, della legge 11 dicembre 2016, n.232:

- 1) Taylor Swift, 13 luglio 2024, Milano;
- 2) Taylor Swift, 14 luglio 2024, Milano;
- 3) The Weeknd, 26 luglio 2023, Milano;
- 4) The Weeknd, 27 luglio 2023, Milano;
- 5) Stefano Bollani, 29 luglio 2023, Altipiano Montasio;
- 6) Morricone Film History, 29 luglio 2023, Varese;
- 7) Eros Ramazzotti, 3 agosto 2023, Taormina;
- 8) Coldplay, 12 luglio 2024, Roma;
- 9) Coldplay, 13 luglio 2024, Roma;
- 10) Coldplay, 15 luglio 2024, Roma;
- 11) Coldplay, 16 luglio 2024, Roma;
- 12) Blink 182, 6 ottobre 2023, Bologna;
- 13) Depeche Mode, 23 marzo 2024, Torino;
- 14) Depeche Mode, 28 marzo 2024, Milano;
- 15) Depeche Mode, 30 marzo 2024, Milano;
- 16) L. Einaudi, 30 novembre 2023, Milano;
- 17) L. Einaudi, 1 dicembre 2023, Milano;
- 18) L. Einaudi, 2 dicembre 2023, Milano;
- 19) L. Einaudi, 3 dicembre 2023, Milano;
- 20) L. Einaudi, 5 dicembre 2023, Milano;
- 21) L. Einaudi, 6 dicembre 2023, Milano;
- 22) L. Einaudi, 8 dicembre 2023, Milano;
- 23) L. Einaudi, 9 dicembre 2023, Milano;
- 24) L. Einaudi, 10 dicembre 2023, Milano;
- 25) L. Einaudi, 11 dicembre 2023, Milano;
- 26) L. Einaudi, 13 dicembre 2023, Milano;
- 27) L. Einaudi, 14 dicembre 2023, Milano;
- 28) L. Einaudi, 15 dicembre 2023, Milano;

29) L. Einaudi, 16 dicembre 2023, Milano;

30) L. Einaudi, 17 dicembre 2023, Milano.

Le evidenze istruttorie hanno quindi confermato come la società Gigsberg Services OU abbia svolto attività di messa in vendita o comunque di collocamento di titoli di accesso ad eventi di spettacolo, attraverso il sito www.gigsberg.com, anche a prezzi superiori a quelli nominali, senza essere titolare dei sistemi di emissione autorizzati;

RITENUTO pertanto che, alla luce di quanto emerso nel corso del procedimento, per le motivazioni sopra espresse, risultano accertate, in capo alla società Gigsberg Services OU, le violazioni dell'articolo 1, comma 545 della legge n. 232/2016, relative ai 30 eventi di spettacolo sopra elencati;

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

Con riferimento alla gravità della violazione, si osserva che il comportamento posto in essere dalla società Gigsberg Services OU deve ritenersi di grave in considerazione della rilevazione di numerosi episodi di violazione dell'art. 1, comma 545, della legge 11 dicembre 2016, n. 232 attraverso la messa in vendita o comunque il collocamento di titoli di accesso a spettacoli, anche a prezzo superiore rispetto a quello nominale, senza che la stessa sia titolare dei sistemi di emissione in base a quanto previsto dalla normativa.

Inoltre, si evidenzia che la vendita non autorizzata di biglietti nel mercato secondario cagiona consistenti danni ai beni giuridici espressamente tutelati dalla Legge, in quanto sottrae risorse al fisco, comporta costi ingiustificati a carico dei consumatori che acquistano i biglietti a prezzi maggiorati, riducendo di conseguenza le possibilità di accedere ad eventi culturali e spettacolistici di interesse, nonché produce degli indebiti vantaggi economici per Gigsberg Services OU, a scapito degli operatori autorizzati. Si rappresenta infine che la potenzialità lesiva delle condotte violative pare proporzionata anche alla consistenza della presenza sul mercato della piattaforma Gigsberg.

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

La Società a seguito della ricezione della contestazione n. 18/23/DSDI, non risulta abbia modificato sostanzialmente le proprie politiche commerciali illecite.

C. Personalità dell'agente

La Società appare essere 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

Ai fini della valutazione delle condizioni economiche dell'agente, deve sottolinearsi come la Società abbia risposto alla richiesta di informazioni formulata dall'Autorità di fatturato negli anni 2021, 2022 e 2023, e di non essere in grado di produrre delle stime relativamente al fatturato generato dal sito www.gigsberg.com per gli anni 2021, 2022 e 2023, pur essendo in grado di ricostruire puntualmente i valori delle commissioni su questo applicate per ogni transazione.

Non potendo quindi affidarsi alle informazioni fornite dalla Società, e non essendo accessibili dati di bilancio significativi della Società su database quali lo European Business Registry, è stata effettuata un'analisi delle informazioni disponibili su documenti accessibili da fonti aperte. Da tale verifica è stato possibile ricostruire come la piattaforma Gigsberg - secondo un rapporto del consorzio internazionale FEAT che si occupa di monitorare il fenomeno del *secondary ticketing* - sia uno dei "*key secondary ticketing marketplaces operating in Europe*", attivo dal 2018 su tutto il territorio europeo attraverso delle società basate appunto in Estonia ed in Svizzera.⁶ Inoltre, nell'analisi effettuata dalla Competition and Markets Authority ("CMA") del Regno Unito nel 2019 sulla fusione tra gli operatori Viagogo e StubHub ("Report CMA"), la piattaforma Gigsberg veniva individuata come terzo operatore di mercato nel Regno Unito, con una quota di mercato in un intorno del 5%.⁷

Presumibilmente, la struttura del mercato britannico ricalca molto quella del mercato europeo nel suo complesso e quindi anche di quello italiano, considerato che il principale fattore competitivo in questo mercato è il traffico che viene direzionato sui siti di *secondary ticketing* da motori di ricerca globali, sui quali le imprese di settore investono significative risorse monetarie per sponsorizzare le offerte dei propri biglietti. Avendo tali motori di ricerca dimensioni globali, è plausibile ritenere che la percentuale di traffico che ciascun sito è in grado di generare, rispetto ai siti concorrenti, è molto simile anche in paesi diversi.

Pertanto, pur non disponendo di dati di bilancio della Società, dalla ricostruzione effettuata emerge comunque che la Società opera una piattaforma di dimensione globale, attiva sul mercato europeo fin dal 2018, e sul quale agisce con successo, quantomeno in qualità di terzo operatore per quota di mercato;

RILEVATO in applicazione delle citate linee guida sulla quantificazione delle sanzioni, e alla luce delle considerazioni sopra svolte, anche con riferimento alla

⁶ Si veda pag. 4 del FEAT Policy position paper on the Digital Services Act, disponibile al link : <https://www.feat-alliance.org/wp-content/uploads/2020/10/DSA-Position-Paper-October-2020-2.pdf>

⁷ Si veda la tabella 7.1 a pag. 80 del report disponibile al seguente link: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/601940a6d3bf7f70c3a495d1/v_sh_finalreport .pdf

posizione di mercato della Società, che le condotte illecite oggetto del presente procedimento e contestate alla parte non integrano una condotta unitaria, non ricorrendo nel caso di specie il duplice requisito della contestualità degli atti e della unicità del fine o dell'effetto, di talché trova applicazione il criterio del cumulo materiale delle sanzioni amministrative;

RITENUTO pertanto, alla luce dei criteri sopra illustrati di cui all'art. 11 della legge n. 689/1981, di dover determinare la sanzione nella misura pari al doppio del minimo edittale, pari a euro 10.000,00 (diecimila/00), per ciascuna delle 30 (trenta) condotte violative accertate;

RITENUTO, pertanto, di dover determinare complessivamente la sanzione nella misura di euro 300.000,00 (trecentomila/00), pari a euro 10.000,00 (diecimila/00), per ciascuna delle 30 (trenta) condotte accertate, secondo il principio del cumulo materiale delle sanzioni amministrative;

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

ACCERTA

la violazione, da parte della società Gigsberg Services OU, avente sede presso il Wisor Group, Narva mnt 5, 10117, Tallin (Harju Maakond, Kesklinna Linnaosa), Estonia, dell'art. 1, comma 545, della legge 11 dicembre 2016, n. 232, e successive modifiche ed integrazioni in relazione ai 30 eventi sopra elencati;

ORDINA

alla medesima società Gigsberg Service OU, gestore del sito www.gigsberg.com di pagare la somma complessiva di euro 300.000,00 (trecentomila/00), per le violazioni 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, riservandosi, nel caso di accertamento di ulteriori violazioni successive alla notifica del presente provvedimento, di procedere con le ulteriori misure ai sensi dell'art.1, commi 545 della legge 11 dicembre 2016, n. 232;

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 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. 317/24/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. 317/24/CONS*”.

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla notifica dello stesso. La Società ha facoltà di chiedere il pagamento rateale della somma dovuta, entro e non oltre 30 giorni dalla data di notifica della presente delibera, mediante istanza da presentare all’Autorità attraverso posta elettronica certificata all’indirizzo agcom@cert.agcom.it, secondo le modalità previste dall’Allegato 1 recante “*Rateizzazioni delle sanzioni amministrative pecuniarie – Istruzioni per gli Operatori*” in calce all’Allegato A alla Delibera n. 410/14/CONS, come modificato da ultimo dalla Delibera n. 286/23/CONS. L’istanza di rateizzazione è indirizzata al Servizio programmazione, bilancio e digitalizzazione.

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

Roma, 11 settembre 2024

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Antonello Giacomelli

Per attestazione di conformità a quanto deliberato
IL SEGRETARIO GENERALE
Giulietta Gamba