

Biglietti on line - Antitrust: il Codice del Consumo si deve applicare anche in assenza di contestazioni dei consumatori e le informazioni sulla garanzia devono essere in italiano

21 Giugno 2017
Simona Loprete

Premessa

L'Antitrust ha ritenuto la pratica commerciale attuata da Seatwave Ltd scorretta ai sensi degli articoli 20 e 22 del Decreto Legislativo 6 settembre 2005 n. 206 (Codice del Consumo) e, vietandone la continuazione, ha irrogato una sanzione amministrativa pecuniaria pari a centonovantamila euro.

Negli ultimi anni il fenomeno del **secondary ticketing** ha assunto dimensioni rilevanti: in Italia la questione è stata portata alla luce grazie alle proteste dei consumatori da cui sono stati tratti i clamorosi servizi dello show televisivo "Le Iene".

L'entità del fenomeno ha spinto, in prima battuta, il Governo a ritenere necessario un intervento legislativo per cui l'11 novembre 2016 ha presentato un emendamento alla legge di bilancio che vieta l'attività di rivendita da parte di soggetti diversi dagli organizzatori degli spettacoli e dai titolari di biglietterie automatizzate autorizzate, al quale però non è seguito il relativo decreto attuativo.

Quasi contestualmente la SIAE ha proposto, in occasione di uno dei concerti dei Coldplay, un ricorso d'urgenza avanti il Tribunale Civile di Roma che ha accolto il procedimento inibendo la rivendita dei biglietti sulle principali piattaforme di secondary ticketing.

Di recente poi è intervenuta l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato che ha emesso **provvedimenti**, oltre che nei confronti di Ticketone, anche **nei confronti di una serie di professionisti che operano nel mercato secondario della compravendita on line di biglietti per eventi.**

Il provvedimento contro la società Seatwave, ulteriore conferma dell'attuale lotta al bagarinaggio on line, è uno di questi.

Fatto

A partire dal mese di giugno 2016 l'Antitrust disponeva l'acquisizione di informazioni sul sito *www.seatwave.it* ed in seguito avviava un procedimento istruttorio nei confronti del professionista il quale avrebbe omesso di comunicare all'utente alcuni elementi essenziali del servizio offerto diffondendo, in questo modo, un messaggio pubblicitario quanto meno ingannevole e impedendo al consumatore una scelta di natura commerciale consapevole.

Gli accertamenti effettuati sul sito internet in particolare rilevavano che l'informativa fornita al cliente mancava, sin dal primo contatto, di due dati fondamentali:

i) l'indicazione del valore facciale del biglietto messo in vendita dal rivenditore ufficiale sul mercato primario;

ii) l'indicazione del posto e/o della fila a cui il biglietto dà diritto di accesso in occasione dell'evento.

Infine, l'esito dell'istruttoria consentiva di accertare la sussistenza di profili di scorrettezza anche rispetto alla prospettata assicurazione facoltativa *Ticket Cover Premium* diretta a coprire le spese per l'acquisto del biglietto nel caso in cui l'acquirente non possa più partecipare all'evento o nel caso l'evento venga cancellato. Le condizioni contrattuali di questa garanzia infatti erano visibili in una sezione, segnalata tramite un link, interamente in lingua inglese.

Il professionista presentava una memoria difensiva nella quale contestava la configurabilità a suo carico di una pratica commerciale scorretta anche alla luce del fatto che i consumatori non avevano mai sollevato delle lamentele rispetto all'incompletezza delle informazioni presenti sul sito stesso e che effettivamente sul sito *seatwave* venivano scambiati un numero limitato di biglietti.

Nello specifico, per quanto riguarda il valore facciale del biglietto sosteneva che quest'ultima indicazione si trovava nella *checkout page* e che da metà marzo 2017 aveva reso l'informazione prima della conferma della fase di acquisto.

Quanto alla collocazione del posto, il professionista evidenziava che anche in questo caso il rivenditore doveva essere ritenuto responsabile della completezza delle informazioni perché Seatwave funge esclusivamente da piattaforma di scambio fra terzi rivenditori che decidono autonomamente il prezzo di vendita del biglietto e il consumatore che desidera acquistare il biglietto stesso. E in più precisava che si sarebbe impegnato a modificare la procedura di vendita prevedendo come obbligatorio l'inserimento da parte del venditore del numero di posto.

Rispetto alla garanzia *Ticket Cover Premium* sottolineava che il contenuto delle relative condizioni contrattuali era di fatto già consultabile nella sezione *FAQ* e che, ad ogni modo, aveva programmato di esprimere i termini e le condizioni contrattuali in lingua italiana entro la fine di marzo 2017.

Decisione dell'Antitrust

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha considerato la **pratica commerciale** posta in essere da Seatwave **contraria alla diligenza professionale, idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio e**, pertanto, **scorretta ai sensi degli articoli 20 e 22 del Codice del Consumo**.

Innanzitutto, secondo l'Antitrust, ai fini della configurabilità di una pratica commerciale scorretta, a nulla vale l'eccezione del Professionista che nega l'applicazione delle **norme del Codice del Consumo** per l'assenza di segnalazioni specifiche da parte dei consumatori. Le disposizioni in tema di pubblicità ingannevole infatti, **tutelando una fase prodromica rispetto a quella negoziale, si riferiscono alle ipotesi di pericolo della libera e corretta determinazione del consumatore**.

Nel merito, secondo l'Antitrust sono state accertate **omissioni informative rilevanti** da parte del Professionista. Da un lato, **l'impossibilità di conoscere la differenza fra il valore nominale e il prezzo di vendita del biglietto sul sito di Seatwave, influenza in misura significativa la scelta d'acquisto del consumatore che non sarà in grado di valutare correttamente l'offerta e la sua effettiva convenienza**. Dall'altro lato, lo stesso rischio si presenta a causa della **carente informativa in relazione alla seat location**.

Infine con riguardo ai diritti contrattuali esercitabili dal consumatore in caso di stipula della Ticket Cover Premium, l'Antitrust osserva che **l'esplicazione di termini e condizioni contrattuali solo in lingua inglese non è idonea a far percepire chiaramente il reale contenuto e ed i termini dell'offerta al consumatore che sarà indotto in errore o comunque condizionato nella propria scelta.**

Tutte queste considerazioni hanno condotto l'Antitrust a disporre una **sanzione di centonovantamila euro e a vietare la diffusione e la continuazione della pratica commerciale scorretta, imponendo l'assunzione di iniziative idonee.**

Ricordiamo che avverso il provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio.

Per consultare il provvedimento clicca [qui](#).

(Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Provvedimento 5 aprile 2017, n. 26538)

Premessa

L'Antitrust ha ritenuto la pratica commerciale attuata da Seatwave Ltd scorretta ai sensi degli articoli 20 e 22 del Decreto Legislativo 6 settembre 2005 n. 206 (Codice del Consumo) e, vietandone la continuazione, ha irrogato una sanzione amministrativa pecuniaria pari a centonovantamila euro.

Negli ultimi anni il fenomeno del **secondary ticketing** ha assunto dimensioni rilevanti: in Italia la questione è stata portata alla luce grazie alle proteste dei consumatori da cui sono stati tratti i clamorosi servizi dello show televisivo "Le Iene".

L'entità del fenomeno ha spinto, in prima battuta, il Governo a ritenere necessario un intervento legislativo per cui l'11 novembre 2016 ha presentato un emendamento alla legge di bilancio che vieta l'attività di rivendita da parte di soggetti diversi dagli organizzatori degli spettacoli e dai titolari di biglietterie automatizzate autorizzate, al quale però non è seguito il relativo decreto attuativo.

Quasi contestualmente la SIAE ha proposto, in occasione di uno dei concerti dei Coldplay, un ricorso d'urgenza avanti il Tribunale Civile di Roma che ha accolto il procedimento inibendo la rivendita dei biglietti sulle principali piattaforme di secondary ticketing.

Di recente poi è intervenuta l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato che ha emesso **provvedimenti**, oltre che nei confronti di Ticketone, anche **nei confronti di una serie di professionisti che operano nel mercato secondario della compravendita on line di biglietti per eventi.**

Il provvedimento contro la società Seatwave, ulteriore conferma dell'attuale lotta al bagarinaggio on line, è uno di questi.

Fatto

A partire dal mese di giugno 2016 l'Antitrust disponeva l'acquisizione di informazioni sul sito www.seatwave.it ed in seguito avviava un procedimento istruttorio nei confronti del professionista il quale avrebbe omesso di comunicare all'utente alcuni elementi essenziali del servizio offerto diffondendo, in questo modo, un messaggio pubblicitario quanto meno ingannevole e impedendo al consumatore una scelta di natura commerciale consapevole.

Gli accertamenti effettuati sul sito internet in particolare rilevavano che l'informativa fornita al cliente mancava, sin dal primo contatto, di due dati fondamentali:

- i) l'indicazione del valore facciale del biglietto messo in vendita dal rivenditore ufficiale sul mercato primario;
- ii) l'indicazione del posto e/o della fila a cui il biglietto dà diritto di accesso in occasione dell'evento.

Infine, l'esito dell'istruttoria consentiva di accertare la sussistenza di profili di scorrettezza anche rispetto alla prospettata assicurazione facoltativa *Ticket Cover Premium* diretta a coprire le spese per l'acquisto del

biglietto nel caso in cui l'acquirente non possa più partecipare all'evento o nel caso l'evento venga cancellato. Le condizioni contrattuali di questa garanzia infatti erano visibili in una sezione, segnalata tramite un link, interamente in lingua inglese.

Il professionista presentava una memoria difensiva nella quale contestava la configurabilità a suo carico di una pratica commerciale scorretta anche alla luce del fatto che i consumatori non avevano mai sollevato delle lamentele rispetto all'incompletezza delle informazioni presenti sul sito stesso e che effettivamente sul sito *seatwave* venivano scambiati un numero limitato di biglietti.

Nello specifico, per quanto riguarda il valore facciale del biglietto sosteneva che quest'ultima indicazione si trovava nella *checkout page* e che da metà marzo 2017 aveva reso l'informazione prima della conferma della fase di acquisto.

Quanto alla collocazione del posto, il professionista evidenziava che anche in questo caso il rivenditore doveva essere ritenuto responsabile della completezza delle informazioni perché *Seatwave* funge esclusivamente da piattaforma di scambio fra terzi rivenditori che decidono autonomamente il prezzo di vendita del biglietto e il consumatore che desidera acquistare il biglietto stesso. E in più precisava che si sarebbe impegnato a modificare la procedura di vendita prevedendo come obbligatorio l'inserimento da parte del venditore del numero di posto.

Rispetto alla garanzia *Ticket Cover Premium* sottolineava che il contenuto delle relative condizioni contrattuali era di fatto già consultabile nella sezione *FAQ* e che, ad ogni modo, aveva programmato di esprimere i termini e le condizioni contrattuali in lingua italiana entro la fine di marzo 2017.

Decisione dell'Antitrust

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha considerato la **pratica commerciale** posta in essere da *Seatwave* **contraria alla diligenza professionale, idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio e, pertanto, scorretta ai sensi degli articoli 20 e 22 del Codice del Consumo.**

Innanzitutto, secondo l'Antitrust, ai fini della configurabilità di una pratica commerciale scorretta, a nulla vale l'eccezione del Professionista che nega l'applicazione delle **norme del Codice del Consumo** per l'assenza di segnalazioni specifiche da parte dei consumatori. Le disposizioni in tema di pubblicità ingannevole infatti, **tutelando una fase prodromica rispetto a quella negoziale, si riferiscono alle ipotesi di pericolo della libera e corretta determinazione del consumatore.**

Nel merito, secondo l'Antitrust sono state accertate **omissioni informative rilevanti** da parte del Professionista. Da un lato, **l'impossibilità di conoscere la differenza fra il valore nominale e il prezzo di vendita del biglietto sul sito di *Seatwave*, influenza in misura significativa la scelta d'acquisto del consumatore che non sarà in grado di valutare correttamente l'offerta e la sua effettiva convenienza.** Dall'altro lato, lo stesso rischio si presenta a causa della **carente informativa in relazione alla *seat location*.**

Infine con riguardo ai diritti contrattuali esercitabili dal consumatore in caso di stipula della *Ticket Cover Premium*, l'Antitrust osserva che **l'esplicazione di termini e condizioni contrattuali solo in lingua inglese non è idonea a far percepire chiaramente il reale contenuto e ed i termini dell'offerta al consumatore che sarà indotto in errore o comunque condizionato nella propria scelta.**

Tutte queste considerazioni hanno condotto l'Antitrust a disporre una **sanzione di centonovantamila euro e a vietare la diffusione e la continuazione della pratica commerciale scorretta, imponendo l'assunzione di iniziative idonee.**

Ricordiamo che avverso il provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio.

Per consultare il provvedimento clicca [qui](#).

(Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Provvedimento 5 aprile 2017, n. 26538)

TAG: *bagarinaggio, biglietti, secondary ticketing, Diritto commerciale, Diritto dei consumatori, Diritto della concorrenza e della pubblicità, Diritto delle nuove tecnologie e delle comunicazioni*

Avvertenza

La pubblicazione di contributi, approfondimenti, articoli e in genere di tutte le opere dottrinarie e di commento (ivi comprese le news) presenti su Filodiritto è stata concessa (e richiesta) dai rispettivi autori, titolari di tutti i diritti morali e patrimoniali ai sensi della legge sul diritto d'autore e sui diritti connessi (Legge 633/1941). La riproduzione ed ogni altra forma di diffusione al pubblico delle predette opere (anche in parte), in difetto di autorizzazione dell'autore, è punita a norma degli articoli 171, 171-bis, 171-ter, 174-bis e 174-ter della menzionata Legge 633/1941. È consentito scaricare, prendere visione, estrarre copia o stampare i documenti pubblicati su Filodiritto nella sezione Dottrina per ragioni esclusivamente personali, a scopo informativo-culturale e non commerciale, esclusa ogni modifica o alterazione. Sono parimenti consentite le citazioni a titolo di cronaca, studio, critica o recensione, purché accompagnate dal nome dell'autore dell'articolo e dall'indicazione della fonte, ad esempio: Luca Martini, La discrezionalità del sanitario nella qualificazione di reato perseguibile d'ufficio ai fini dell'obbligo di referto ex art 365 cod. pen., in "Filodiritto" (<https://www.filodiritto.com>), con relativo collegamento ipertestuale. Se l'autore non è altrimenti indicato i diritti sono di Inforomatica S.r.l. e la riproduzione è vietata senza il consenso esplicito della stessa. È sempre gradita la comunicazione del testo, telematico o cartaceo, ove è avvenuta la citazione.