



UNC
CONSUMATORI.IT

Concerto U2, sold out dopo pochi minuti

18 Gennaio 2017



Biglietti già esauriti sul sito del rivenditore ufficiale allo scoccare della vendita online, ma allo stesso tempo disponibili a **prezzi molto elevati** sui siti di “secondary ticketing”.

E' successo di nuovo qualche giorno fa **per il concerto degli U2, biglietti già esauriti** in brevissimo tempo dall'apertura della vendita. Ci risiamo con il cosiddetto “secondary ticketing”. Un problema che in Italia e non solo sembra non trovare una soluzione come testimoniano le continue **segnalazioni dei consumatori ai nostri sportelli ogni volta che si apre una vendita online per un evento.**

Un mercato parallelo che in assenza di precise legislazioni in materia non fa altro che crescere generando guadagni spropositati a danno degli utenti. Un biglietto di un concerto può, infatti, raggiungere il **doppio del prezzo** sul mercato “secondario” a danno dei fan più sfegatati disposti a tutto pur di vedere dal vivo il proprio idolo.

Biglietti sold out in pochi secondi

Non sono bastate le **segnalazioni all'Antitrust e le continue denunce dei consumatori** che, qualche giorno fa, sono **andati esauriti in pochi minuti anche i biglietti per il concerto degli U2** come era successo il 7 ottobre scorso per il **concerto dei Coldplay a San Siro**, in programma il 3 luglio, dopo la cosiddetta “pre-sale” riservata ai possessori di **American Express** e agli iscritti al portale di Live Nation Italia, organizzatore dello show, la vendita libera dei biglietti, anche in quella occasione, si era dimostrata una beffa per i **tantissimi fan della band inglese che si sono visti sparire davanti agli occhi tutti i tagliandi in pochissimi minuti.**

Stessa storia per il **concerto di Bruce Springsteen**, con oltre 40mila tagliandi venduti nel giro di 1 minuto e clamoroso il caso per il **concerto dei Red Hot Chili Peppers** che ha visto migliaia di persone rimanere a mani vuote nonostante fossero **da ore online per acquistare il prezioso tagliando.**

I fatti si riaccendono sul **bagarinaggio 2.0** che nell'era digitale è reso possibile da software sofisticati in grado di acquistare velocemente migliaia di biglietti, lasciando i fan a bocca asciutta. L'Unione Nazionale Consumatori è in prima linea da tempo su questo tema e più volte ha **chiesto all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato di**

verificare eventuali pratiche scorrette a danno del consumatore, tanto che lo scorso maggio ha **denunciato Ticketone alla stessa Autorità**. Leggi i comunicati **ANTITRUST: Unc chiede verifiche su TicketOne S.p.A. per l'acquisto di biglietti online**, **MUSICA: concerto U2, sold out dopo pochi minuti**, **MUSICA: Unc risponde a TicketOne**

Controlli informatici inadeguati

Nel concreto, sembrerebbe che per acquistare online sulla piattaforma TicketOne sia richiesta una procedura di sicurezza inadeguata (ad esempio la compilazione del codice di sicurezza Captcha, tipicamente utilizzato per verificare la natura del soggetto che sta operando dall'altra parte dello schermo). Questa mancanza di un software identificativo "intelligente" dell'utente da parte della società TicketOne S.p.A. potrebbe tradursi in una **grave disparità di trattamento a danno del consumatore**, permettendo a coloro che usano robot informatici di acquistare in brevissimo tempo grandi quantità di biglietti che poi vengono rivenduti **a prezzi molto più alti**.

TicketOne in quest'ultima occasione ha dichiarato che non è stata rilevata la presenza di software automatici di acquisto. Ma quello che la nostra Unione chiede da tempo è che siano previsti dei **test captcha, con domande intelligenti** e non solo con numeri o lettere da riconoscere (del tipo "tra 2 6 11 8 quale numero è dispari?", "quale numero è maggiore tra 2 6 11 8?") e l'invio di email per verificare la validità dell'indirizzo di posta elettronica utilizzato per la creazione dell'account utente e per avere la password per accedere alla piattaforma e procedere all'acquisto. **Inoltre nella vendita non dovrebbe essere favorito chi ha acquistato in precedenza biglietti per altri concerti** e, quindi, è già cliente della piattaforma. Si tratta di impedire a questi ultimi di avere una procedura semplificata e più rapida grazie all'inserimento di un nome utente e di password.

Se non si prederanno precauzioni velocemente secondo le stime, questo mercato **secondario aumenterà nei prossimi quattro anni del 20%** e non riguarderà più solo il mondo dei concerti, ma investirà anche lo sport, in particolare il calcio.

Un mercato in espansione

Un mercato che non si arresta proprio in mancanza di procedure certificate e che in Italia esiste dai tempi dei Beatles. Era il 1965 quando i prezzi dei tagliandi arrivarono a costare dalle 5.000 alle 7.000 lire -una cifra elevata per l'epoca- e ancora negli anni Settanta quando la "questione biglietti" divenne un fatto politico con slogan come **"riprendiamoci la musica"**.

Ma da allora nulla è cambiato, anzi la tecnologia ha reso questa pratica più facile e veloce. E' giusto pretendere che gli operatori online facciano la loro parte per evitare questi abusi?

Per maggiori informazioni o per la consulenza dei nostri esperti contatta lo [sportello generico](#) sul nostro sito internet

Autore: Rebecca Manacorda

Data: 18 gennaio 2017

