

la Repubblica

Fondatore Eugenio Scalfari

ANNO 42 - N. 273 IN ITALIA € 2,00 con "D" + "DLUI" CON L'ITALIANO - CONOSCERE E USARE UNA LINGUA FORMIDABILE € 7,90

SABATO 18 NOVEMBRE 2017

ACQUISTI SU YOUTUBE E CON UN'APP

Al concerto con il fai da te per beffare il caro-ticket

LUIGI BOLOGNINI

L'ESTATE dei concerti è lontana ma, dopo gli scandali delle rivendite online, fioccano le novità per gli acquisti dei biglietti. In Italia arriva il colosso Ticketmaster. Una app dovrebbe contrastare il bagarinnaggio virtuale. E nel mercato entra anche Youtube.

A PAGINA 25

Stili di vita

Il caso. Dopo gli scandali delle rivendite online un'app e YouTube entrano nel mercato dei concerti

Caccia al biglietto

Basta bagarini, ora l'acquisto è fai da te

LUIGI BOLOGNINI

MILANO. L'estate dei concerti è ancora lontana, ma sono già cominciate le grandi manovre, con i primi annunci di date: allo stadio di San Siro a Milano per ora ufficiali Negramaro, Cesare Cremonini e la coppia Fedez e J-Ax, all'ippodromo di Firenze Foo Fighters, Guns N'Roses, Iron Maiden e Ozzy Osbourne. E ricomincia lo stress del comune mortale che vorrebbe godersi una serata di musica dal vivo. Comprare un biglietto online sembra facile, poi si fanno tante scoperte. C'è una prevendita riservata ai fan club o ai possessori di una certa carta di credito. L'acquisto per tutti è a una certa ora spaccata e bastano tre minuti per vaporizzare 80 mila posti (è successo con One Direction e Coldplay a San Siro). E dopo tutto questo ecco l'unica chance rimasta: il secondary ticketing, il bagarino virtuale (ma tutt'altro che virtuale) che — per motivi misteriosi — riesce a spazzolare una gran quantità di tagliandi per poi rivenderli ai fan con prezzi lievitati a dismisura. Senza contare che solo una volta allo stadio puoi scoprire che il biglietto è falso. Per questo le grandi manovre in corso riguardano anche le prevendite.

La prima novità riguarda i siti di vendita legale. Ticketmaster, una delle società più grandi al mondo nel settore, finora non era presente in Italia, malgrado sia nello stesso gruppo di Live Nation, importantissimo promoter. Di un suo sbarco da noi si vociferava da gennaio, quando il marchio era comparso nel registro nazionale delle imprese, ma solo ora è stato ufficializzato. La prima operazione è stata la messa in vendita dei biglietti della manifestazione estiva di punta del 2018, *Firenze Rocks*, dal 14 al 17 giugno. Per ora però Live Nation continua a vendere i biglietti anche tramite Ticketone, rivenditore con cui — come tutti gli altri promoter italiani — aveva un contratto di esclusiva, l'accordo "Panischi", scaduto a luglio dopo 15 anni. Ticketone resta partner di tutti, ma non più in monopolio. Si attende il calo di prezzi che di solito segue all'arrivo di libero mercato e concorrenza.

Ticketmaster ha appena fatto partire un'altra innovazione, che non riguarda an-

cora l'Italia: negli Usa i biglietti adesso sono acquistabili anche su YouTube. Basta guardare un video musicale di un cantante per trovarci un link che reindirizza a Ticketmaster. Se avrà successo, sarà presto introdotto in tutto il mondo.

Quanto al secondary ticketing, per contrastarlo è stato appena presentato il sito (e app) Mticket, che promette sicurezza nell'acquisto e nel trasferimento dei biglietti, che istantaneamente appaiono sullo schermo del telefonino e vengono associati al numero con un codice a barre e con un sigillo fiscale per certificarne l'autenticità. Lì si può comunque cedere a chicchessia con un clic, e contro il bagarinaggio si possono li-

mitare il numero dei tagliandi acquistabili da una singola scheda Sim, e seguire tutti i passaggi, pronti a fare verifiche o annullare tutto. Una piattaforma inventata da Marketing Multimedia (MMM Group), azienda che nel 1996 mise online Ticket.it, la prima biglietteria su internet. «Dal 2014 al 2016 — spiega l'amministratore delegato Roberto Silva Coronel citando dati Siae — il mercato dei biglietti per spettacoli ed eventi è aumentato del 13%, il fatturato delle società di ticketing del 46 e il valore dei biglietti trasfatti dalle aziende del 74, raggiungendo 1,1 miliardi di euro. Però c'è sostanzialmente un duopolio, cui sfugge solo l'8%. Il nostro obiettivo è disintermediare il settore, consentire la vendita diretta da parte degli organizzatori». Dopo aver avuto gli ok formali da Agenzia delle Entrate e Siae, le prime vendite di biglietti riguardano eventi extra-musicali come il Salon du chocolat a Milano. Ma sono in corso contatti con promoter per partire sul serio anche coi concerti.

E a proposito di promoter, quello che più sta lottando contro il secondary ticketing, Claudio Trotta di Barley Arts, è reduce dalla sperimentazione del biglietto nominale per il concerto dei Queen a Bologna: «Un enorme successo, 11 mila tagliandi che hanno sgominato i bagarini. La battaglia è lunga, ma questo, e la smaterializzazione del biglietto, è il futuro, il modo per avere prezzi bassi. Il costo di un evento deve essere equo, e noi ci mettiamo del nostro, contenendo i costi di servizio dentro il 15% dei diritti di prevendita. Gli spettatori non vanno spremuti. Sto studiando a 360 gradi tutti i presenti sul mercato per capire chi fa la lotta solo a parole e chi invece cerca davvero l'innovazione e tutela il pubblico. Per questo ora agisco con tre partner, Ticketone, Vivaticket e Do it yourself. Esclusive non ne do più a nessuno».

Domanda finale: servirà tutto questo? Tanto, si spera. Ma sarà difficile, o impossibile stroncare il bagarinaggio, fino a quando ci sarà gente disposta a pagare 3 mila euro per vedere il proprio idolo dal vivo.

LE NOVITÀ



L'APP
Mticket è il sito e l'app appena lanciata: limite di acquisto per scheda sim, tracciabilità degli spostamenti dei tagliandi



L'AZIENDA
È sbarcato anche in Italia il colosso della vendita di biglietti online e affianca Ticketone dopo la fine del contratto di esclusiva



IL SERVIZIO
Tramite un accordo con Ticketmaster la piattaforma streaming per i videoclip offrirà l'acquisto diretto dei biglietti per i concerti





338 milioni di euro La spesa al botteghino

Nel 2016 in Italia sono stati spesi poco più di **338 milioni** di euro nell'acquisto di biglietti per i concerti. Nella cifra sono compresi eventi di musica classica, jazz e rock

13 milioni di spettatori Il totale degli ingressi

Lo scorso anno il totale degli ingressi (cioè il numero degli spettatori provvisti di un titolo d'ingresso) agli eventi musicali di ogni genere è stato pari a **13.160.928**

39.763 Il numero degli spettacoli

Nel 2016 il numero complessivo di live è stato di **39.763**, con un incremento dello **0,50%** rispetto all'anno precedente

2,87% La musica classica in crescita

I concerti di musica classica nel **2016** hanno fatto registrare un incremento del **2,87%**. In calo quelli di leggera (**-0,73%**) e jazz (**-2,30%**)

Stili di vita

Il caso. Dopo gli scandali delle rivendite online un'app e YouTube entrano nel mercato dei concerti

Caccia al biglietto

Basta bagarini, ora l'acquisto è fai da te

LUIGI BOLOGNINI

MILANO. L'estate dei concerti è ancora lontana, ma sono già cominciati le grandi manovre, con i primi annunci di date: allo stadio di San Siro a Milano per ora ufficiali Negramaro, Cesare Cremonini e la coppia Fedez e J-Ax, all'ippodromo di Firenze Foo Fighters, Guns N' Roses, Iron Maiden e Ozzy Osbourne. E ricomincia lo stress del comune mortale che vorrebbe godersi una serata di musica dal vivo. Comprare un biglietto online sembra facile, poi si fanno tante scoperte. C'è una prevendita riservata ai fan club o ai possessori di una certa carta di credito. L'acquisto per tutti è a una certa ora spaccata e bastano tre minuti per vaporizzare 80 mila posti (è successo con One Direction e Goldplay a San Siro). E dopo tutto questo ecco l'unica chance rimasta: il secondary ticketing, il bagarino virtuale (ma tutt'altro che virtuoso) che — per motivi misteriosi — riesce a spazzolare una gran quantità di tagliandi per poi rivenderli ai fan con prezzi lievitati a dismisura. Senza contare che solo una volta allo stadio puoi scoprire che il biglietto è falso. Per questo le grandi manovre in corso riguardano anche le rivendite.

La prima novità riguarda i siti di vendita legale. Ticketmaster, una delle società più grandi al mondo nel settore, finora non era presente in Italia, malgrado sia nello stesso gruppo di Live Nation, importantissimo promoter. Di un suo sbarco da noi si vociferava da gennaio, quando il marchio era comparso nel registro nazionale delle imprese, ma solo ora è stato ufficializzato. La prima operazione è stata la messa in vendita dei biglietti della manifestazione estiva di punta del 2018, Firenze Rocks, dal 14 al 17 giugno. Per ora però Live Nation continua a vendere i biglietti anche tramite Ticketone, rivenditore con cui — come tutti gli altri promoter italiani — aveva un contratto di esclusiva, l'accordo "Panischi", scaduto a luglio dopo 15 anni. Ticketone resta partner di tutti, ma non più in monopolio. Si attende il calo di prezzi che di solito segue all'arrivo di libero mercato e concorrenza.

Ticketmaster ha appena fatto partire un'altra innovazione, che non riguarda an-

cora l'Italia: negli Usa i biglietti adesso sono acquistabili anche su YouTube. Basta guardare un video musicale di un cantante per trovarci un link che reindirizza a Ticketmaster. Se avrà successo, sarà presto introdotto in tutto il mondo.

Quanto al secondary ticketing, per contrastarlo è stato appena presentato il sito (e app) Mticket, che promette sicurezza nell'acquisto e nel trasferimento dei biglietti, che istantaneamente appaiono sullo schermo del telefonino e vengono associati al numero con un codice a barre e con un sigillo fiscale per certificarne l'autenticità. Lì si può comunque cedere a chiacchierata con un clic, e contro il bagarinaggio si possono li-

mitare il numero dei tagliandi acquistabili da una singola scheda Sim, e seguire tutti i passaggi, pronti a fare verifiche o annullare tutto. Una piattaforma inventata da Marketing Multimedia (MMM Group), azienda che nel 1996 mise online Ticket.it, la prima biglietteria su internet. «Dal 2014 al 2016 — spiega l'amministratore delegato Roberto Silva Coronelli citando dati Siaa — il mercato dei biglietti per spettacoli ed eventi è aumentato del 13%, il fatturato delle società di ticketing del 46 e il valore dei biglietti transati dalle aziende del 74, raggiungendo 1,1 miliardi di euro. Però c'è sostanzialmente un duopolio, cui sfugge solo l'8%. Il nostro obiettivo è disintermediare il settore, consentire la vendita diretta da parte degli organizzatori». Dopo aver avuto gli ok formali da Agenzia delle Entrate e Siaa, le prime vendite di biglietti riguardano eventi extramusicali come il Salon du chocolat a Milano. Ma sono in corso contatti con promoter per partire sul serio anche coi concerti.

E a proposito di promoter, quello che più sta lottando contro il secondary ticketing, Claudio Trotta di Barley Arts, è reduce dalla sperimentazione del biglietto nominale per il concerto dei Queen a Bologna: «Un enorme successo. 11 mila tagliandi che hanno spornato i bagarini. La battaglia è lunga, ma questo, e la smaterializzazione del biglietto, è il futuro, il modo per avere prezzi bassi. Il costo di un evento deve essere equo, e noi ci mettiamo del nostro, contenendo i costi di servizio dentro il 15% dei diritti di prevendita. Gli spettatori non vanno spremuti. Sto studiando a 360 gradi tutti i presenti sul mercato per capire chi fa la lotta solo a parole e chi invece cerca davvero l'innovazione e tutela il pubblico. Per questo ora agisco con tre partner, Ticketone, Vivaticket e Do it yourself. Esclusive non ne do più a nessuno».

Domanda finale: servirà tutto questo? Tanto, si spera. Ma sarà difficile, o impossibile stroncare il bagarinaggio, fino a quando ci sarà gente disposta a pagare 3 mila euro per vedere il proprio idolo dal vivo.

LE NOVITÀ



L'APP
Mticket è il sito e l'app appena lanciata: limite di acquisto per scheda sim, tracciabilità degli spostamenti dei tagliandi



L'AZIENDA
È sbarcato anche in Italia il colosso della vendita di biglietti online e affianca Ticketone dopo la fine del contratto di esclusiva



IL SERVIZIO
Tramite un accordo con Ticketmaster la piattaforma streaming per i videoclip offrirà l'acquisto diretto dei biglietti per i concerti

338 milioni di euro
La spesa al botteghino

Nel 2016 in Italia sono stati spesi poco più di **338 milioni** di euro nell'acquisto di biglietti per i concerti. Nella cifra sono compresi eventi di musica classica, jazz e rock

13 milioni di spettatori
Il totale degli ingressi

Lo scorso anno il totale degli ingressi (cioè il numero degli spettatori previsti di un titolo d'ingresso) agli eventi musicali di ogni genere è stato pari a **13.160.528**

39.763

Il numero degli spettacoli
Nel 2016 il numero complessivo di live è stato di **39.763**, con un incremento dello **0,50%** rispetto all'anno precedente

2,87%
La musica classica in crescita

I concerti di musica classica nel 2016 hanno fatto registrare un incremento del **2,87%**. In calo quelli di leggera (**-0,73%**) e jazz (**-2,30%**)

L'ANTEPRIMA/AL CERN, TRA PARTICELLE E CORPI IN MOVIMENTO: IL DOCUMENTARIO ALLA RICERCA DELLA BELLEZZA NASCOSTA

Scienziati e artisti nel laboratorio dell'invisibile

DALLA NOSTRA INVIATA
ELENA DUSI

GENEVRA. Immaginare l'invisibile: è quel che accomuna scienziati e artisti. Oltre — è la battuta maligna che circola al Cern — al dover spiegare a cosa serve il proprio lavoro. All'Organizzazione Europea per la Ricerca Nucleare, a Ginevra, fisici delle particelle e artisti si sono ritrovati a parlare una stessa lingua, all'anteprima del documentario di Valerio Jalongo *Il senso della bellezza, arte e scienza al Cern*, proiettato il 21 e 22 novembre in Italia. In alcune sale ci saranno gli scienziati dell'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare per rispondere al pubblico (l'elenco su www.ilsensodellabellezza-iffilm.it).

«Dal 2011 ogni anno il Cern accoglie

quattro artisti per tre mesi, affiancandoli a uno scienziato mentore» spiega Monica Bello, spagnola, responsabile del programma Arts@Cern. Molti di loro si raccontano nel film di Jalongo, in una danza di corpi e particelle, note e risonanze, galassie e caverne, come quelle — gigantesche — che ospitano gli esperimenti di Lhc, il Large Hadron Collider. Esperimenti, spiega nel documentario il fisico Paolo Giubellini «che sono simili alle grandi cattedrali gotiche, in cui il lavoro minuzioso di migliaia di persone si fonde in un unicum enorme e meraviglioso». Arte e fisica, spiega il regista, sono in fondo alle prese con la stessa domanda: «Come possiamo conoscere la natura?». In questo Lhc è «una macchina poetica» sostiene Jalongo.



IL DOCUFILM
Un fotogramma da "Il senso della bellezza, arte e scienza al Cern" in Italia il 21 e 22 novembre

«Il dialogo fra artisti e scienziati è sempre andato bene» racconta Bello. «L'unica barriera è la matematica. Dove iniziano le equazioni, la comprensione finisce». Eppure, sottolinea Luis Alvarez-Gaumé, fisico teorico, «a livello subatomico non c'è altro che la matematica, per provare a capire». Fino all'800 i cinque sensi potevano bastarci. «Poi è arrivata la meccanica quantistica» racconta Gian Francesco Giudice, coordinatore dei teorici del Cern. «I suoi paradossi sembrano contraddire la realtà. Ma invece sono la realtà. Non ci resta allora che «provare a usare l'immaginazione» sorride Gaumé. «Ma ci accorgiamo che la natura ne ha così tanta più di noi». Per la prima volta, «la fisica si ritrova senza una via maestra, alla ricerca di nuove direzioni» ammet-

te Nessi.

Da dove veniamo? Che siamo? Dove andiamo? È la copia del quadro di Gaudin che John Ellis, decano dei teorici, ha nella sua stanza. «Mi ricorda tutti i giorni perché vengo al lavoro» sarride. In quel «velluto nero» che è la trama del cosmo Jalongo, conclude col chiedersi cosa sia «quella bellezza nascosta di cui siamo alla ricerca». «È una simmetria, ma imperfetta» precisa Michelangelo Mangano, fisico teorico. «Perché se fosse perfetta sarebbe paralizzante, non ti darebbe modo di cambiare le cose». Tutti i tessitori di tappeti, conferma Jalongo, includevano un piccolo difetto nelle loro trame. Avevano paura che la perfezione intrappolasse le loro anime per l'eternità.

© IFFILM