CAMERA DI COMMERCIO
CUNEO

GUIDA
AI CONCORSI A PREMI
DISCIPLINATI DAL D.P.R. 430/2001

INDICE:

1. INTRODUZIONE Pag. 2
2. CONCORSI A PREMIO: DEFINIZIONE E SCOPO Pag. 2
3. MANIFESTAZIONI A PREMIO ESCLUSE E VIETATE Pag. 3
4. SOGGETTI DEI CONCORSI A PREMIO Pag. 5
5. ADEMPIMENTI RICHIESTI DAL MINISTERO Pag. 6
6. REGOLAMENTO DEL CONCORSO Pag. 7
7. CAUZIONE / FIDEJUSSIONE Pag. 8
8. RUOLO DELLA CAMERA DI COMMERCIO Pag. 9
9. INDIVIDUAZIONE DEI VINCITORI Pag. 10
10. CHIUSURA DEL CONCORSO A PREMI Pag. 10
11. ASPETTI FISCALI Pag. 11
12. CONTROLLI E SANZIONI Pag. 11
13. VIOLAZIONI E SANZIONI Pag. 12

1 INTRODUZIONE

Il D.P.R. n. 430 del 26 ottobre 2001 “Regolamento concernente la revisione organica della disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio, nonché delle manifestazioni di sorte locali ai sensi dell’art. 19, comma 4, della legge 27 dicembre 1997, n. 449” ha introdotto una rilevante semplificazione alla disciplina delle manifestazioni a premio prevedendo, tra le novità, l’obbligo della comunicazione preventiva al Ministero delle imprese e del made in Italy MIMIT (ex Ministero dello sviluppo economico) in luogo del provvedimento autorizzatorio e l’individuazione, nel notaio o nel funzionario responsabile della Camera di Commercio, del garante della regolarità delle procedure di assegnazione dei premi.

Successivamente, con la Circolare 28 marzo 2002 n. 1/AMTC “Prime indicazioni esplicative ed operative in merito alla nuova disciplina sulle manifestazioni a premio (D.P.R. n. 430 del 26 ottobre 2001)”, il Ministero ha fornito in modo organico sia note illustrative ed esplicative sulla nuova disciplina normativa, sia le prime indicazioni operative in merito all’azione amministrativa che lo stesso è chiamato a svolgere, definendo, altresì, lo schema tipo dei moduli da utilizzare per le comunicazioni previste dal Regolamento.

In data 26 luglio 2010 è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale il Decreto interdirigenziale del 5 luglio 2010 che ha cambiato i termini di comunicazione dei Concorsi a premio al Ministero: a far data dal 25 agosto 2010 è in vigore l'obbligo di comunicazione al Ministero almeno 15 giorni prima della data di inizio della manifestazione a premio.

Il servizio telematico Prema on-line è l'unico canale di trasmissione per la comunicazione preventiva di svolgimento al Ministero.

2 CONCORSI A PREMIO: DEFINIZIONE E SCOPO

Le manifestazioni a premio sono eventi commerciali cui viene ricollegata la promessa (riconducibile alla fattispecie della promessa al pubblico disciplinata dagli artt. 1989 e ss. del codice civile) di un premio a fronte dell’acquisto o non del prodotto o del servizio e si dividono in “concorsi” ed “operazioni” a premio.

Le operazioni a premio prevedono l’obbligo di acquisto e/o vendita del prodotto promozionato ed il premio promesso viene conferito a tutti i partecipanti che soddisfano un determinato requisito (raccolta punti, acquisto di determinati quantitativi di beni, ecc.).

I concorsi a premio non richiedono l’obbligo di acquisto o vendita di prodotti o servizi ed i premi promessi vengono attribuiti solo ad uno o ad alcuni partecipanti.

Sono considerati concorsi a premio le manifestazioni pubblicitarie in cui l'attribuzione dei premi offerti dipende:

a) dalla sorte: l’individuazione dei vincitori può avvenire mediante estrazione appositamente organizzata oppure può farsi riferimento ad altra estrazione (es. il lotto) o modalità di assegnazione (es. abbinamento ad un risultato sportivo);

b) da qualsiasi congegno (meccanico, elettronico, ecc.) le cui caratteristiche consentano di affidare unicamente all'alea la designazione dei vincitori dei premi promessi;

c) dall'abilità o dalla capacità dei concorrenti chiamati ad esprimere giudizi o pronostici relativi a determinate manifestazioni sportive, letterarie, culturali in genere o a rispondere a quesiti o ad eseguire lavori la cui valutazione è riservata a terze persone o a speciali commissioni;
d) dall'abilità o dalla capacità dei concorrenti di adempiere per primi alle condizioni stabilite dal regolamento, purché le modalità dell'assegnazione dei premi siano oggettivamente riscontrabili e i concorrenti che non risultino vincitori possano partecipare all'assegnazione di ulteriori premi.
Rientrano tra i concorsi a premio tutte quelle iniziative che utilizzano sistemi meccanici, elettrici od elettronici e/o sistemi di telefonia e di telecomunicazione, e con l'ausilio di appositi programmi (software) o modelli matematici non manomettibili, assicurano comunque la garanzia della massima casualità nel conferimento del premio. Anche le manifestazioni in cui il meccanismo di assegnazione del premio è costituito da una operazione di abrasione, cancellatura, sollevamento di materiale ricoprente od altro sistema che ne consente il "rintracciamento immediato" (c.d. "cancella e vinci", "scopri e vinci", "gratta e vinci" etc.) possono rientrare tra i concorsi a premio.
Quando invece il conferimento del premio promesso è subordinato all'abilità o alla capacità del partecipante, possono essere ritenuti concorsi quelli in cui il concorrente deve:

a) prevedere, attraverso l'espressione di un pronostico su schede già predisposte,l'esito di avvenimenti e/o manifestazioni culturali, sportive future od anche i numeri che saranno estratti nei giochi del lotto, superenalotto e simili;

b) eseguire opere, lavori, elaborati o tenere comportamenti che debbano essere sottoposti alla valutazione di apposite giurie o commissioni o al preventivo giudizio di un soggetto dalla ditta appositamente incaricato.

Lo scopo delle manifestazioni a premio (concorsi ed operazioni a premio) è, come testualmente recita il comma 1 dell'articolo 1 del Regolamento, quello di "favorire la conoscenza di prodotti, servizi, ditte, insegne, marchi o la vendita di determinati prodotti o la prestazione di servizi aventi, comunque, fini anche in parte commerciali".
Nel fine "anche in parte commerciale" vi rientrano quelle iniziative che, pur costituite da eventi di carattere non commerciale (es. sportive, culturali, etc.) presentano un evidente collegamento tra promessa di un premio e l'immagine della ditta, del marchio o di un prodotto commerciale.

3 MANIFESTAZIONI A PREMIO ESCLUSE E VIETATE

Qualunque sia la meccanica o la modalità di vincita stabilita nel regolamento della manifestazione, la partecipazione ai concorsi e alle operazioni a premio deve essere assolutamente gratuita, salvo le ordinarie spese di spedizione o telefoniche necessarie ai fini della partecipazione stessa.
Non è possibile richiedere ai partecipanti all'iniziativa il pagamento di qualsivoglia somma ai fini della partecipazione all'evento stesso.
È inoltre vietata la diretta maggiorazione del prezzo del prodotto o servizio promozionato.
L'art. 6 del Regolamento prevede una serie di esclusioni.
Non si considerano manifestazioni (concorsi e operazioni) a premio:

a) i concorsi indetti per la produzione di opere letterarie, artistiche o scientifiche, nonché per la presentazione di progetti o studi in ambito commerciale o industriale, nei quali il conferimento del premio all'autore dell'opera prescelta ha carattere di corrispettivo di prestazione d'opera o rappresenta il riconoscimento del merito personale o un titolo d'incoraggiamento nell'interesse della collettività;

b) le manifestazioni nelle quali è prevista l'assegnazione di premi da parte diemittenti radiotelevisive a spettatori presenti esclusivamente nei luoghi ove si svolgono le manifestazioni stesse, sempreché l'iniziativa non sia svolta per promozionare prodotti o servizi di altre imprese; per le emittenti radiofoniche si considerano presenti alle manifestazioni anche gli ascoltatori che intervengono alle stesse attraverso collegamento radiofonico, ovvero qualsivoglia altro collegamento a distanza;

c) le operazioni a premio con offerta di premi o regali costituiti da sconti sul prezzo dei prodotti e dei servizi dello stesso genere di quelli acquistati o da sconti su un prodotto o servizio di genere diverso rispetto a quello acquistato, a condizione che gli sconti non siano offerti al fine di promozionare quest'ultimo, o da quantità aggiuntive di prodotti dello stesso genere;

[Nota bene: sono esclusi dalla disciplina anche le formule c.d. "compri tre, paghi due". In proposito, la circolare ha chiarito che la quantità di prodotto aggiunto deve considerarsi tale solo se è simile nel "genus" al prodotto in vendita, anche se esso può presentare differenziazioni minime in ordine alla composizione, al formato o allo stato fisico]

c-bis) le manifestazioni nelle quali, a fronte di una determinata spesa, con o senza soglia d'ingresso, i premi sono costituiti da buoni da utilizzare su una spesa successiva nel medesimo punto vendita che ha emesso detti buoni o in un altro punto vendita facente parte della stessa insegna o ditta;

[Nota bene: il Ministero delle imprese e del made in Italy, con propria nota esplicativa del 20/11/14, ha precisato che l'esclusione trova applicazione per le sole operazioni a premio e che si riferisce sia ai "buoni acquisto", sia ai "buoni sconto", laddove la promozione e la spesa che danno diritto all'assegnazione del buono possono essere indifferentemente riferite ad un unico prodotto o servizio, a più prodotti e servizi, ovvero all'intera spesa effettuabile nei punti vendita interessati]

d) le manifestazioni nelle quali i premi sono costituiti da oggetti di minimo valore(*), sempreché la corresponsione di essi non dipenda in alcun modo dalla natura o dall'entità delle vendite alle quali le offerte stesse sono collegate;

[Nota bene: anche la distribuzione di campioni gratuiti, se non direttamente subordinata all'acquisto di determinati prodotti, è un'attività promozionale esclusa]

e) le manifestazioni nelle quali i premi sono destinati a favore di enti od istituzioni dicarattere pubblico o che abbiano finalità eminentemente sociali o benefiche.

(*) condizione necessaria e sufficiente perché non si configuri la manifestazione a premio, è che il premio promesso di minimo valore non sia conferito a seguito dell'acquisto di un determinato prodotto, al fine di incentivarne la vendita, o non sia legato ad un determinato valore di acquisto,

prescindendo dalla natura del bene acquistato. Nella nozione di valore minimo rientrano quei prodotti offerti in omaggio ai consumatori ed il cui valore commerciale sia effettivamente modesto (bandierine, lapis e, in genere, piccoli gadget).
Rientrano nelle esclusioni, inoltre, le manifestazioni sportive in genere, purché non vengano promessi premi agli spettatori per aumentare l'affluenza nei luoghi di svolgimento delle manifestazioni stesse.
L'art. 8 del DPR 430/2001 elenca le manifestazioni vietate.
Non è consentito lo svolgimento di manifestazioni a premio, quando:

a) il loro congegno non garantisce la pubblica fede e la parità di trattamento e diopportunità per tutti i partecipanti, in quanto consente al soggetto promotore o a terzi di influenzare l'individuazione dei vincitori oppure rende illusoria la partecipazione alla manifestazione stessa (ad es. promettere il premio "fino adesaurimento" o utilizzare criteri non obiettivi di valutazione);

b) vi è elusione del monopolio statale dei giochi e delle scommesse per la mancanzadi reali scopi promozionali, in quanto il prezzo richiesto è superiore al valore commerciale del bene il cui acquisto costituisce il presupposto per la partecipazione alla manifestazione a premio;

c) vi è turbamento della concorrenza e del mercato in relazione ai principi comunitari(ad es. offrire un omaggio di valore eccessivo rispetto a quello del prodotto posto in vendita, inducendo il consumatore ad acquistare quel prodotto esclusivamente per il regalo offerto ed alterando, così, le regole della concorrenza);

d) si promozionano prodotti per i quali sussistono divieti o limitazioni alla pubblicità o ad altre forme di comunicazione commerciale (ad es. prodotti da fumo o farmaceutici);

e) sono violate le disposizioni del DPR 26 ottobre 2001, n. 430, tranne quelle di cuiall'art. 10, comma 1 (riguardanti la comunicazione preventiva del concorso al Ministero delle imprese e del made in Italy e i relativi allegati).

È altresì vietata ogni sorta di lotteria, tombola, riffa e pesca o banco di beneficenza nonché ogni altra manifestazione avente analoghe caratteristiche (materia che la legge riserva allo Stato ed i cui controlli rientrano nella competenza della Guardia di Finanza). Sono, tuttavia, consentite le manifestazioni di sorte locali promosse da enti morali, associazioni e comitati senza fini di lucro o da partiti e movimenti politici, secondo le modalità e nel rispetto degli adempimenti previsti dagli artt. 13 e 14 del DPR 430/2001.

4 SOGGETTI DEI CONCORSI A PREMIO

I soggetti legittimati a promuovere manifestazioni a premio sono imprese produttrici o commerciali, fornitrici o distributrici dei beni o dei servizi promozionati, nonché le organizzazioni rappresentative dell'associazionismo economico tra imprese costituite sotto forma di consorzi e di società anche cooperative.
Possono indire manifestazioni a premio anche imprese estere che non hanno sede stabile in Italia, attraverso un proprio rappresentante residente nel territorio dello Stato, nominato ai sensi dell'art. 17 D.P.R. 633/1972 (rappresentante fiscale).

Le manifestazioni a premio possono essere svolte anche da due o più soggetti: in questo caso vige il "principio di solidarietà" per cui questi sono responsabili in solido, con le conseguenze previste dagli articoli 1292 e ss. del codice civile, per le obbligazioni assunte nei confronti dei promissari e anche per il pagamento delle eventuali sanzioni loro comminate.
La responsabilità solidale non si estende ai rivenditori dei prodotti o dei servizi promozionati che non hanno concorso all'organizzazione della manifestazione.
Le ditte promotrici possono nominare un soggetto delegato (agenzie di promozione od operatori professionali) a rappresentarli in tutti gli adempimenti amministrativi relativi alle manifestazioni (prestazione della cauzione, comunicazione preventiva, conservazione dei documenti, ecc.).
I destinatari delle manifestazioni a premio sono i consumatori finali, fruitori del prodotto
o servizio promozionato, ma anche i rivenditori, gli intermediari, i concessionari, i collaboratori e lavoratori dipendenti che professionalmente cooperano nel processo di vendita, ancorché non assumano la veste di alienanti nel contratto di compravendita. Nella previsione legislativa è caratterizzante solo la circostanza che il soggetto con il suo
acquisto o con la sua intermediazione nello scambio abbia determinato la commercializzazione di prodotti o di servizi.

5 ADEMPIMENTI RICHIESTI DAL MINISTERO

I soggetti che intendono svolgere un concorso a premio devono darne comunicazione, almeno 15 giorni prima dell'inizio (N.B. 15 gg. di calendario, escludendo il giorno del concorso), al Ministero delle imprese e del made in Italy mediante compilazione e trasmissione on line di apposito modello PREMA CO/1, fornendo altresì:

- il Regolamento del concorso con le indicazioni operative;
- la documentazione comprovante l'avvenuto versamento della cauzione (o fideiussione bancaria o assicurativa) a garanzia dei premi promessi.

Non occorre richiedere autorizzazioni.
Anche le comunicazioni ulteriori rispetto a quelle di avvio del concorso a premi, qualora siano riferite ad aspetti del concorso o del suo regolamento che modificano le caratteristiche sostanziali del concorso, devono essere trasmesse almeno 15 giorni prima dei loro effetti.
Le comunicazioni preventive di svolgimento di manifestazioni a premio devono essere trasmesse al Ministero delle imprese e del made in Italy attraverso il SERVIZIO TELEMATICO PREMA ON LINE.
Occorre disporre di firma digitale e connettersi al Servizio informatico Prema on-line, attivo sul dominio http://www.impresa.gov.it
NOTA BENE: il Ministero è l'organo di controllo e vigilanza sulle manifestazioni a premio per cui occorre rivolgersi ai recapiti sopra indicati in caso di dubbi o domande particolari sulla normativa o sul tipo di concorso che si intende svolgere.

6 REGOLAMENTO DEL CONCORSO

Prima di iniziare una manifestazione a premi i promotori predispongono un apposito regolamento (artt. 10 e 11, DPR 430/2001). Il Regolamento del concorso deve contenere:

- l'indicazione del soggetto o dei soggetti promotori;
- la durata: obbligatoria, non deve superare un anno dal momento in cui l'iniziativa viene resa pubblica e vi devono rientrare tutte le fasi, compresa l'individuazione dei vincitori o il termine ultimo per richiedere il premio;
- l'ambito territoriale in cui si svolge (intero territorio italiano o parte di esso, compresa la Repubblica di San Marino);
- le modalità di svolgimento della manifestazione;
- la natura dei premi in palio (**);
- il valore indicativo dei singoli premi messi in palio, riferito al loro valore orientativo o prevalente di mercato (e non di costo) o, nel caso di premi realizzati appositamente per quella specifica iniziativa, al valore di un qualsiasi prodotto similare;
- il termine della consegna dei premi (massimo 6 mesi dalla data di assegnazione); - l'Ente (o gli Enti) del Terzo Settore ETS al/i quale/i devolvere i premi eventualmente non richiesti o non assegnati, diversi da quelli rifiutati.

(**) i premi messi in palio possono consistere in beni (anche immobili), servizi, sconti di prezzo, documenti di legittimazione di cui all'articolo 2002 del codice civile (biglietti del teatro, cinema, treno, ecc.), giocate del lotto e biglietti delle lotterie nazionali. Non possono costituire premio: il denaro, i titoli dei prestiti pubblici e privati, i titoli azionari, le quote di capitale societario e dei fondi comuni di investimento e le polizze di assicurazione sulla vita.

Il regolamento, datato e firmato, inviato al Ministero, deve essere lo stesso, in termini di contenuto, di quello messo a disposizione dei partecipanti per la consultazione e reso facilmente e rapidamente accessibile.

Eventuali modifiche al regolamento dei concorsi sono notificate al Ministero con le stesse modalità della comunicazione del regolamento medesimo, ovvero mediante invio di nuovo modello PREMA CO/1 e nel rispetto del termine di almeno 15 giorni prima che le modifiche (sostanziali) producano i loro effetti.

E' vietato pubblicizzare e svolgere concorsi a premio in difformità dal regolamento, e sue eventuali modifiche, depositato presso il Ministero delle imprese e del made in Italy.

Il materiale promozionale o informativo, se non contiene o non è accompagnato dal regolamento della manifestazione, deve riportare almeno il tipo di manifestazione, la sua durata, le condizioni di partecipazione, nonché il valore complessivo dei premi messi in palio.

Sono consentiti messaggi pubblicitari che, in relazione alle diverse caratteristiche dei mezzi audiovisivi e degli spazi utilizzati, non contengono tutte le indicazioni richieste, fatto salvo l'obbligo di rinvio specifico al regolamento, con indicazione delle modalità di acquisizione o di consultazione dello stesso da parte dei promissari.

In ogni caso la comunicazione commerciale, nel rispetto delle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole di cui al D.Lgs. 25 gennaio 1992, n. 74, deve essere chiara e corretta e non deve contenere indicazioni lacunose o non veritiere tali da ingenerare nel consumatore un'idea errata sul prodotto o servizio offerto in premio.

7 CAUZIONE / FIDEJUSSIONE

Al fine di garantire la corresponsione dei premi promessi, i soggetti che intendono svolgere una manifestazione a premio devono prestare cauzione (tramite deposito in Tesoreria Provinciale dello Stato o fidejussione bancaria o assicurativa in bollo e con firma autenticata) a favore del Ministero delle imprese e del made in Italy (art. 7, DPR 430/2001). La scadenza non deve essere inferiore ad almeno un anno dalla conclusione della manifestazione (data dell'individuazione dei vincitori) e deve essere prestata per un valore pari al 100 per cento del totale generale del montepremi in palio al netto di IVA (come risultante dal modello PREMA CO/1 – Quadro F – premi), ottenuto dalla somma dei valori orientativi o prevalenti di mercato (e non di costo) dei beni costituenti i premi o, per i premi realizzati appositamente per quella specifica iniziativa, dalla somma dei valori di prodotti similari.

Nei casi in cui non sia possibile stabilire sin dall'origine il valore complessivo dei premi da assegnare (ad es. vincita del "carrello della spesa"), lo stesso è determinato in via presuntiva sulla base dei risultati di analoghe manifestazioni effettuate in precedenza e della stima delle vendite attese dei beni o dei servizi promozionati.

Per la predisposizione della fidejussione ci si può rivolgere direttamente agli istituti bancari o alle società di assicurazione.

Se invece si vogliono versare contanti o titoli di Stato o da questo garantiti, occorre rivolgersi alla Tesoreria Provinciale dello Stato, presso la Banca d'Italia della provincia ove ha sede amministrativa la ditta o la residenza il soggetto delegato.

La cauzione prestata va adeguata qualora, in base all'andamento della manifestazione, l'importo originario si riveli non sufficiente a garantire la corresponsione dei premi (come, ad es., se viene aumentato il numero o il valore dei premi promessi) o la durata del concorso viene prorogata rispetto a quanto inizialmente preventivato (nel rispetto, comunque, del limite consentito per i concorsi di 1 anno).

Qualora in un determinato arco di tempo si intendano effettuare più manifestazioni, è possibile costituire una "cauzione cumulativa", alla quale verranno imputati, in diminuzione e fino alla sua concorrenza, gli importi dei montepremi relativi ai diversi concorsi che man mano vengono effettuati.

Per i concorsi a premio la cauzione/fidejussione si intende svincolata, anche prima del termine di scadenza, trascorsi 180 giorni dalla data di trasmissione al Ministero delle imprese e del made in Italy del processo verbale di chiusura della manifestazione.

Il Ministero dispone l'incameramento totale o parziale della cauzione qualora dal verbale di chiusura del concorso risultino commesse violazioni relative alla consegna dei premi.

8 RUOLO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Il D.P.R. 26 ottobre 2001 n. 430, all'art. 9 stabilisce che nei concorsi a premio ogni fase relativa all'individuazione dei vincitori deve essere effettuata, con relativo onere a carico dei soggetti promotori, alla presenza di un soggetto "pubblico", Notaio o Funzionario camerale, nella persona del Responsabile della Tutela del consumatore e della fede pubblica competente per territorio, o di un suo delegato, allo scopo di garantire la regolarità delle procedure e la conformità alle disposizioni del regolamento del concorso.

I soggetti che intendano avvalersi dell'operato della Camera di Commercio debbono presentare la relativa richiesta di intervento corredata dalla seguente documentazione:

- copia di un documento di identità in corso di validità;
- copia del Modello PREMA CO/1 inviato al Ministero delle Imprese e del Made in Italy e della relativa ricevuta;
- copia del regolamento del concorso inviata al ministero;
- copia del versamento della cauzione/fideiussione inviata al ministero;
- *in caso di delega ai sensi dell'art. 5 comma 3 D.P.R. 430/2001*: copia della delega al soggetto delegato (preferibilmente firmata digitalmente);
- *in caso di gestione digitale del concorso:* copia della dichiarazione sostitutiva di atto notorio rilasciata dall'esperto informatico inviata la ministero;
- *in caso di Istant Win*: copia della dichiarazione sostitutiva di atto notorio rilasciata dal promotore (o suo delegato) relativa all'inserimento dei titoli vincenti tra quelli non vincenti inviata la ministero.

- In sede di verbalizzazione andrà prodotta la seguente documentazione:
  - delega al rappresentante (in caso di delega ad un rappresentante per la firma dei verbali e e/o del modello PREMA CO/2);
  - dichiarazione sostitutiva di atto notorio che attesti il regolare adempimento di tutte le operazioni necessarie alla realizzazione del concorso;

  e inoltre nel caso di verbalizzazione della chiusura del concorso:
  - dichiarazione sostitutiva di atto notorio che attesti la regolare consegna dei premi ai legittimi vincitori e/o la loro devoluzione ad un Ente avente la qualifica giuridica di ETS (Ente del Terzo Settore);
  - prove di consegna: i documenti di trasporto, le ricevute firmate dai vincitori o le quietanze che dimostrano l'effettiva consegna dei premi - per premi virtuali: buoni spesa digitali, codici sconto o viaggi, le relative e-mail di invio o le conferme di prenotazione;
  - dichiarazione sostitutiva di atto notorio di accettazione dei premi da parte dell'ETS in caso di devoluzione;
  - modello PREMA CO/2: la scheda informativa dettagliata che riepiloga i dati del promotore, del rappresentante e l'elenco completo di tutti i premi assegnati e consegnati.

9 INDIVIDUAZIONE DEI VINCITORI

Tutte le fasi di individuazione dei vincitori vengono ufficializzate attraverso la stesura di un verbale di assegnazione, datato e sottoscritto dal soggetto promotore (o soggetto delegato) e dal funzionario camerale incaricato.

Il promotore di iniziative pubblicitarie può liberamente scegliere, per l'attribuzione dei premi, il meccanismo più rispondente alle esigenze della manifestazione.

In caso di gestione digitale del concorso, occorre che un "esperto qualificato" renda apposita perizia tecnica a garanzia dell'affidabilità dello strumento software utilizzato (art. 9, c. 1, DPR 430/2001).

In presenza, invece, di modalità di assegnazione dei premi attraverso il sistema del rinvenimento immediato mediante abrasione, cancellatura, strappo, ecc., sul titolo di partecipazione, il promotore, preliminarmente allo svolgimento del concorso, deve rilasciare una dichiarazione sostitutiva di atto notorio resa ai sensi del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445 dalla quale risulti il numero totale delle schede predisposte, il numero di quelle vincenti e non vincenti, il loro mescolamento e l'avvenuto inserimento di tutte le schede vincenti nei prodotti oggetto della promozione.

10 CHIUSURA DEL CONCORSO A PREMI

Il momento finale del concorso è costituito dall'effettiva consegna dei premi a vincitori e dalla eventuale devoluzione ad un Ente del Terzo Settore ETS (ex Onlus) dei premi non richiesti o non assegnati (diversi da quelli rifiutati).

Consegna dei premi:

Il periodo massimo per la consegna dei premi è di sei mesi dalla conclusione della manifestazione (data entro cui il premio è assegnato). Se il regolamento prevede tempi di consegna inferiori e vi sono imprevisti che causano ritardi, il promotore deve portare a conoscenza dei destinatari dei premi, con lettera raccomandata, i motivi che hanno determinato il ritardo.

Il premio consegnato deve corrispondere per natura e valore a quello indicato nel regolamento.

E' consentita una consegna diversa da quella indicata solo quando il destinatario, durante lo svolgimento della manifestazione, ne sia stato preventivamente e tempestivamente informato o quando è impossibile consegnare i premi inizialmente promessi, per colpa non imputabile o per impossibilità sopravvenuta.

In questo caso, a tutela della fede pubblica, il promotore deve prevedere premi sostitutivi della stessa natura e almeno di pari valore.

Il promotore dovrà essere in possesso di documentazione comprovante la consegna dei premi, la quale potrà essere, a scelta del promotore, di natura diversa a secondo della tipologia della manifestazione.

Potrà eventualmente essere richiesto al vincitore il rilascio di una dichiarazione liberatoria.

Devoluzione dei premi all'ETS:

Disposta dall'articolo 10, comma 5, del Regolamento, va effettuata, decorsi sei mesi dalla conclusione del concorso o un termine inferiore se previsto, nel caso in cui, per qualsiasi motivo, la vincita del premio non è stata aggiudicata a nessuno dei partecipanti oppure se i premi assegnati non sono stati richiesti dagli aventi diritto.
L'adempimento della devoluzione si intenderà assolto in presenza di un'offerta formale da parte del soggetto promotore ed una altrettanto formale accettazione da parte della organizzazione beneficiaria dei premi.
Una volta ottenuta tale accettazione, potrà procedersi alla redazione del verbale di chiusura anche in assenza del ritiro materiale dei premi da parte dell'ETS, in caso di espressa scelta di quest'ultimo.
Rifiuto al ritiro dei premi
In caso di espresso rifiuto dell'ETS alla proposta di devoluzione dei premi non assegnati durante il concorso, occorre individuare un ETS alternativo.
In caso, invece, di espresso rifiuto dei vincitori al ritiro dei premi loro assegnati durante il concorso, i premi possono rimanere nella disponibilità del soggetto promotore.
Verbale di chiusura:
Espletate le suddette operazioni, il Notaio o il Funzionario camerale redigono il processo verbale di chiusura della manifestazione: nel certificare la chiusura del concorso, sul verbale occorre dare riscontro della documentazione di cui al Punto 8, dell'elenco dei vincitori risultante dal/i verbale/i di estrazione/assegnazione dei premi; della Dichiarazione sostitutiva consegna premi e, in caso di devoluzione, della Dichiarazione sostitutiva accettazione premi.
Il verbale di chiusura deve evidenziare anche le eventuali anomalie riscontrate nello svolgimento o nella conclusione del concorso a premi.
La documentazione verificata dal Notaio o dal Funzionario camerale in sede di verbale di chiusura, deve essere conservata presso la ditta promotrice o il soggetto delegato per il periodo prescritto dalla legge, per i successivi eventuali controlli.
Come da prassi, le schede o altri documenti di partecipazione potranno essere conservati a cura della ditta promotrice o del soggetto delegato.
Spetta alle Imprese promotrici trasmettere al Ministero delle imprese e del made in Italy il verbale di chiusura, utilizzando il servizio Prema-on line e la firma digitale, unitamente alla compilazione telematica del Modello PREMA CO/2.

11 ASPETTI FISCALI

Le problematiche fiscali delle manifestazioni a premio sono state chiarite dal Ministero dell'Economia e delle Finanze con la circolare n. 32/E del 12.4.2002.

12 CONTROLLI E SANZIONI

L'attività di controllo sul corretto svolgimento delle manifestazioni a premio è attribuita al Ministero delle imprese e del made in Italy, mentre rimane di competenza dell'Amministrazione

finanziaria il controllo sugli adempimenti di natura fiscale. Il Ministero effettua controlli a campione d'ufficio sulle manifestazioni, oppure su segnalazione di soggetti interessati.

13 VIOLAZIONE E SANZIONE

Il Ministero, entro 90 giorni decorrenti dall'accertamento della violazione, notifica all'impresa promotrice e a quelle associate il processo verbale di sanzione pecuniaria.
L'impresa può far pervenire scritti difensivi e/o chiedere di essere ascoltata.
Il procedimento, descritto dalla legge 24/11/1981, n. 689 e successive modificazioni ed integrazioni, si conclude con l'emissione dell'ordinanza-ingiunzione o con l'archiviazione.
- Omesso invio della comunicazione di svolgimento della manifestazione:
Qualora venisse effettuato un concorso a premio senza invio della comunicazione di svolgimento (CO1) si applica la sanzione da€ 2.065,83 a € 10.329,14.
- Ritardo nell'invio della comunicazione di svolgimento della manifestazione:
Qualora la comunicazione di svolgimento (CO1) venisse inoltrata dopo il termine di 15 giorni antecedenti la data di inizio della manifestazione o qualora la documentazione inviata fosse incompleta si applica la sanzione da € 2.065,83 a € 10.329,14.
- Ritardo nell'invio della comunicazione di svolgimento della manifestazione ma prima che il Ministero contesti la violazione:

Qualora la comunicazione (CO1) fosse inviata successivamente alla data di inizio del concorso ma prima che il Ministero delle imprese e del made in Italy abbia contestato la violazione, la sanzione prevista è quella per omesso invio della comunicazione di svolgimento della manifestazione ma ridotta del 50%, pertanto la sanzione irrogata è quella da € 1.032,92 a € 5.164,57.

- Effettuazione del concorso con modalità difformi da quelle contenute nel regolamento:

Nel caso in cui fosse effettuato un concorso con modalità difformi da quelle previste nel regolamento dell'iniziativa si applica la sanzione da € 1.032,91 a € 5.164,57.

Si precisa che, per effetto della Legge 689/1981, tutte le suddette sanzioni sono ridotte ad un 1/6 del loro importo massimo qualora il pagamento venga effettuato entro il termine di 30 giorni dalla data della notifica del Ministero delle imprese e del made in Italy.

- Sanzioni per manifestazione vietata:

Nel merito delle sanzioni per manifestazioni vietate, ossia quelle previste dall'art. 8 del DPR 430/2001, dobbiamo fare una distinzione in base alla tipologia di manifestazioni vietata:

Violazione dell'art. 8 lettera b)

In caso di elusione del monopolio statale dei giochi e delle scommesse, la sanzione da applicare è quella da 50.000€ a 500.000€

La sanzione si applica a tutti i soggetti che partecipano all'attività distributiva del materiale ed è raddoppiata nel caso in cui il promotore prosegua l'iniziativa quando ne è stato vietato lo svolgimento.

- Violazione dell'art. 8 lettere a), c), d), e):

In caso di violazione di una delle ipotesi ricomprese nelle lettere a), c), d), e) la sanzione da applicare è quella da uno a tre volte l'ammontare dell'Iva dovuta.

La sanzione comunque avrà un importo non inferiore a 2.582,28€.

La sanzione è raddoppiata nel caso in cui il promotore prosegua l'iniziativa quando ne è stato vietato lo svolgimento.

- La sanzione accessoria:

Nell'ipotesi di sanzione per manifestazione vietata è prevista una ulteriore sanzione, accessoria, che consiste nell'obbligo della pubblicazione, a spese del promotore, del provvedimento sanzionatorio.

Il promotore è dunque obbligato a comunicare al pubblico, attraverso i mezzi di comunicazione individuati dal Ministero delle imprese e del made in Italy in proporzione al livello di gravità della violazione, alla congruenza con i mezzi di comunicazione utilizzati per l'iniziativa e al livello di diffusione dell'iniziativa stessa, dell'avvenuto svolgimento di una manifestazione vietata.