

CONCORSI E MANIFESTAZIONI A PREMIO

di **Claudio Venturi**

Sommario: - 1. Riferimenti normativi. - 2. I contenuti della nuova normativa. - 3. I concorsi e le operazioni a premio. - 3.1. *Le manifestazioni a premio.* - 3.2. *I concorsi a premio.* - 3.3. *Le operazioni a premio.* - 3.4. *I premi.* - 3.5. *Le manifestazioni escluse.* - 4. I soggetti promotori e i rispettivi adempimenti. - 4.1. *I soggetti promotori.* - 4.2. *Gli adempimenti a carico dei promotori.* - 5. La cauzione. - 6. L'individuazione dei vincitori nei concorsi a premio. - 7. I compiti delle Camere di Commercio. - 8. La modulistica. - 9. Il potere sanzionatorio. - 10. Gli aspetti tributari.

1. Riferimenti normativi

- **L. 27 dicembre 1997, n. 449** (Suppl. Ord. alla G.U. n. 302 del 30 dicembre 1997): Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica. **Art. 19, comma 4.**

- **D.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430** (G.U. n. 289 del 13 dicembre 2001): Regolamento concernente la revisione organica della disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio, nonché delle manifestazioni di sorte locali, ai sensi dell'articolo 19, comma 4, della legge 27 dicembre 1997, n. 449.

- **Circolare del Ministero delle attività produttive 28 marzo 2002 n. 1/AMTC** - Prime indicazioni esplicative ed operative in merito alla nuova disciplina sulle manifestazioni a premio (pubblicata nel Suppl. Ord. alla G.U. n. 85 del 11 aprile 2002).

- **Circolari e Risoluzioni dell'Agenzia delle Entrate:**

- Circolare Ministero delle Finanze 2 luglio 1997, n. 188/E/6/5679
- Circolare Ministero delle Finanze 31 dicembre 1997, n. 335/E/1535
- Nota Ministero delle Finanze 12 febbraio 1998, n. 10190/1998
- Circolare Ministero delle Finanze 24 marzo 1998, n. 89/E/6/44265
- Risoluzione Agenzia delle Entrate 27 giugno 2001, n. 94/E/2001/91105
- Circolare Agenzia delle Entrate 12 aprile 2002, n. 32/E
- Risoluzione Agenzia delle Entrate 22 novembre 2002, n. 368

2. I contenuti della nuova normativa

Le manifestazioni a premio, che consistono in concorsi ed operazioni a premio di ogni specie, sono promesse di premi al pubblico dirette a favorire, nel

territorio dello Stato, la conoscenza di prodotti, servizi, ditte, insegne, marchi oppure la vendita di determinati prodotti o la prestazione di servizi, aventi comunque fini anche in parte commerciali.

Il premio ha lo scopo di invogliare all'acquisto o alla vendita del prodotto o del servizio reclamizzato o di richiamare l'attenzione sull'impresa promotrice dell'iniziativa e sui prodotti o servizi da essa offerti.

Le nuove regole sulle manifestazioni a premio, dettate dal D.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, sono **in vigore dal 12 aprile 2002**.

Il nuovo assetto normativo sulla manifestazioni a premio opera una rilevante semplificazione rendendo più snello il sistema disciplinato fino ad oggi dal R.D.L. n. 1933 del 19 ottobre 1938, convertito nella legge 5 giugno 1939, n. 973 (art. 43-62), e dal regolamento di attuazione approvato con R.D. n. 1077 del 25 luglio 1940 (artt. 105-145).

Si è avviata così una revisione organica della disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio, nonché delle manifestazioni di sorte locali e si è ufficializzato il passaggio delle attività di controllo dall'Agenzia delle Entrate al Ministero delle Attività Produttive (Concorsi ed Operazioni a Premio) e ai Comuni (Manifestazioni di sorte locali).

In pratica, le competenze sono ora così ripartite: all'Agenzia delle Entrate l'aspetto tributario delle manifestazioni a premio e al Ministero delle Attività Produttive i controlli relativi alla tutela del consumatore e della fede pubblica.

In sintesi, il nuovo Regolamento:

- 1) sancisce l'abolizione del sistema autorizzatorio e la conseguente introduzione (peraltro, solo per i concorsi) dell'obbligo della comunicazione;
- 2) attribuisce, ex novo, poteri di vigilanza e controllo al Ministero delle attività produttive;
- 3) individua il notaio o il funzionario responsabile della Camera di Commercio, o suo delegato, quale garante della regolarità della procedura dell'assegnazione dei premi;
- 4) estende anche alle imprese non residenti in Italia la possibilità di svolgere le manifestazioni a premio per il tramite di rappresentanti fiscali e consente alle imprese promotrici residenti in Italia di delegare tutti gli adempimenti ad agenzie di promozione o a soggetti con specifiche competenze nella materia;
- 5) offre la possibilità, finora esclusa, a più imprese in associazione tra loro di promuovere operazioni a premio che prevedono la raccolta di prove d'acquisto da parte di consumatori;
- 6) amplia la durata delle operazioni a premio portandola da uno a cinque anni;
- 7) consente, difformemente dalla normativa previgente, che anche i beni immobili possano formare oggetto di premio;
- 8) dispone la devoluzione alle Onlus (non più agli organi di protezione sociale dei Comuni) dei premi non richiesti o non assegnati.

3. I concorsi e le operazioni a premio

3.1. Le manifestazioni a premio

Lo scopo delle **manifestazioni a premio**, come testualmente recita il comma 1 dell'articolo 1 del Regolamento, è 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".

Le manifestazioni a premio si dividono in "**concorsi**" ed "**operazioni**" a premio. A distinguerle è: l'obbligatorietà dell'acquisto e/o della vendita del prodotto promosso, nelle operazioni a premio; l'alea, l'abilità, la capacità personale od altra eventualità nei concorsi a premio.

In particolare, si realizza **l'operazione a premio** quando, a seguito dell'acquisto o vendita di un prodotto, viene conferito a tutti i partecipanti il premio promesso; **il concorso a premio**, invece, quando un'iniziativa commerciale prevede che, con o senza l'acquisto del prodotto e/o del servizio, il premio è attribuito solo ad alcuni dei partecipanti.

La **durata massima** dei concorsi a premio è di un anno; mentre la durata delle operazioni a premio è prevista nel termine di 5 anni (art. 1, comma 3).

In base alla nuova normativa viene abbandonato il precedente "regime autorizzatorio", passando:

- per i concorsi all'obbligo della "comunicazione";
- per le operazioni alla redazione e conservazione del regolamento autocertificato presso la stessa ditta promotrice.

3.2. I concorsi a premio

Secondo quanto stabilito all'art. 2 del Regolamento in commento sono considerati "concorsi a premio" le manifestazioni pubblicitarie in cui l'attribuzione dei premi offerti, ad uno o più partecipanti ovvero a terzi, anche senza alcuna condizione di acquisto o vendita di prodotti o servizi, dipende:

- a) dalla sorte, sia che l'estrazione dei vincitori sia organizzata appositamente, sia che si faccia riferimento ad altra estrazione o ad altra designazione che dipende comunque dalla sorte;
- b) da qualsiasi congegno, macchina od altro, le cui caratteristiche consentano di affidare unicamente all'alea la designazione del vincitore o 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, come precisato nella Circolare del Ministero delle attività produttive n. 1 del 2002, 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 nel tenere comportamenti che debbano essere sottoposti alla valutazione di apposite giurie o commissioni o al preventivo giudizio di un soggetto dalla ditta appositamente incaricato.

3.3. Le operazioni a premio

Sono, invece, considerate "operazioni a premio", secondo quanto stabilito nel successivo art. 3, le manifestazioni pubblicitarie che prevedono:

- a) le offerte di premi a tutti coloro che acquistano o vendono un determinato quantitativo di prodotti o di servizi e ne offrono la documentazione raccogliendo e consegnando un certo numero di prove documentali di acquisto, anche su supporto magnetico;
- b) le offerte di un regalo a tutti coloro che acquistano o vendono un determinato prodotto o servizio;
- c) un diverso prodotto o servizio a prezzo scontato a tutti coloro che, dietro presentazione di un determinato numero di prove d'acquisto e mediante un contributo di spesa, acquistano uno o più prodotti o servizi oggetto della promozione.

Anche in questo caso si è in presenza di un'operazione a premio, dal momento che non è tanto lo sconto che rileva e qualifica il tipo di iniziativa quanto il diritto a poter partecipare ad altra vendita con offerta di regalo, o quote di regalo, soggetta alla disciplina delle operazioni a premio. Infatti, in queste operazioni il destinatario dell'iniziativa non fruisce di alcuno sconto sul prodotto promosso ed è obbligato ad effettuare un secondo acquisto il cui vantaggio, anche in termini di sconto, costituisce il regalo del primo.

E per costituire regalo, il prodotto o servizio in premio dovrà essere ceduto ad un prezzo scontato; in tale ottica l'articolo 3, comma 2, del Regolamento prescrive che il contributo da richiedersi all'acquirente non dovrà essere superiore al 75% del costo del prodotto o del servizio oggetto del secondo acquisto sostenuto dal promotore al netto dell'imposta sul valore aggiunto.

Lo stesso comma 2 quindi stabilisce che il "premio consiste nello sconto di prezzo rappresentato dalla differenza tra il valore normale del bene offerto e il contributo richiesto".

3.4. I premi

Elemento fondante per ogni tipo di manifestazione promozionale è la **promessa di un "premio"** per il partecipante, premio che ha lo scopo precipuo di invogliare all'acquisto o alla vendita del prodotto o servizio reclamizzato o, comunque, di richiamare l'attenzione sull'impresa, di produzione o di commercio, promotrice dell'iniziativa e sui prodotti o servizi da essa offerti sul mercato.

L'articolo 4 del Regolamento stabilisce in cosa possono consistere i premi messi in palio dal promotore della manifestazione e quali beni sono tassativamente esclusi.

Tra i premi ammessi rientrano genericamente tutti i "beni" (ivi compresi, quindi, anche i beni immobili in precedenza esclusi), gli sconti di prezzo e i documenti di legittimazione di cui all'articolo 2002 C.C..

Relativamente ai documenti di legittimazione di cui all'art. 2002 del Codice civile, occorre precisare che essi sono costituiti da quei titoli che, a differenza dei titoli di credito, sono atti ad individuare l'avente diritto ad una prestazione ed a facilitare la prova per la sua individuazione o a consentire il trasferimento del diritto senza l'osservanza delle forme proprie della cessione, potendosi dimostrare il diritto anche con altri mezzi di prova.

Rientrano tra essi il biglietto del teatro, del cinema, del treno, della lotteria, la bolletta del lotto ecc.

Sono invece tassativamente esclusi tra i premi oggetto delle manifestazioni in primo luogo il denaro e poi i titoli dei prestiti pubblici e privati, le azioni, le quote di capitale societario e dei fondi comuni di investimento, le polizze di assicurazione sulla vita.

Una menzione espressa, tra i premi consentiti, hanno le giocate del lotto e i biglietti delle lotterie nazionali, premi per i quali è prevista, rispettivamente ai commi 2 e 3 dell'articolo 4 del Regolamento, una specifica disciplina.

3.5. Le manifestazioni escluse

L'articolo 6 del Regolamento elenca una serie di manifestazioni ed operazioni a premio che "non si considerano concorsi e operazioni a premio". Essi sono:

- 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 di emittenti radiotelevisive** a spettatori presenti esclusivamente nei luoghi ove si svolgono le manifestazioni stesse, sempreché l'iniziativa non sia svolta per promuovere 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 promuovere quest'ultimo, o da quantità aggiuntive di prodotti dello stesso genere;
- 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;
- e) le manifestazioni nelle quali **i premi sono destinati a favore di enti od istituzioni di carattere pubblico** o che abbiano finalità eminentemente sociali o benefiche.

La norma, come ha precisato la Circolare n. 1 del 2002, si riferisce ad alcune forme di iniziative premiali che, presentando scopi non esclusivamente o prevalentemente di natura commerciale, sono pertanto da ritenersi eccezioni al principio generale che vuole assoggettate alla normativa tutte le manifestazioni a premio che perseguono finalità in tutto o in parte commerciali.

Rientrano nelle esclusioni di cui alla **lettera a)**, anche le manifestazioni sportive in genere, purché non vengano promessi premi agli spettatori per aumentare l'affluenza nei luoghi ove esse vengano svolte.

Rispetto alla normativa precedente, una nuova fattispecie di esclusione è quella che si ritrova alla **lettera b)**, nella parte in cui non si considera concorso a premio l'iniziativa pubblicitaria, riconducibile per la sua strutturazione al gioco-spettacolo, posta in essere da emittenti radiotelevisive qualora l'assegnazione dei premi promessi sia limitata ai soli spettatori presenti nello studio ove essa ha svolgimento. Vale a dire che, quand'anche l'iniziativa promozionale abbia diffusione nazionale, essa non assume i contorni della manifestazione a premio nel caso in cui il premio sia esclusivamente destinato agli spettatori intervenuti presso lo studio stesso.

Il tutto ad una condizione imprescindibile: **la manifestazione non deve avere come fine specifico la promozione di prodotti o servizi di imprese diverse dall'emittente.**

Alla **lettera c)** viene poi indicata un'altra ipotesi di iniziative escluse dal novero delle operazioni a premio assoggettate alla nuova disciplina regolamentare. Si tratta in particolare di operazioni con offerta di premi o regali costituiti da sconti sul prezzo qualora essi siano conferiti per l'acquisto di prodotti o servizi dello stesso genere di quelli acquistati o di genere diverso, ma a condizione che essi non siano offerti per promuovere la vendita del prodotto acquistato, ovvero quando il premio sia costituito da quantità aggiuntiva del prodotto oggetto della promozione.

Infatti, perché lo sconto non costituisca premio è necessario che la facilitazione offerta faccia riferimento al prodotto oggetto della promozione; in altri termini la condizione è che a ricevere un beneficio in termini di vendita sia il prodotto che si acquista a prezzo pieno e non quello a prezzo scontato. Per cui, qualora il prodotto scontato appartenga allo stesso genere del bene acquistato a prezzo pieno sarà soddisfatta la condizione e l'iniziativa non è da ritenersi assoggettata alla norma.

Costituiscono beni dello stesso genere quei prodotti aventi caratteristiche merceologiche simili o elementi costitutivi comuni che possano indifferentemente ed ampiamente sostituirsi tra loro.

Parimenti non è da considerare operazione a premio l'iniziativa in cui la promessa di sconto riguarda un bene di genere diverso da quello acquistato ma, nel contempo, nulla sia posto in essere per facilitare la vendita di quest'ultimo.

Da ultimo, va esclusa dall'assoggettabilità alla nuova disciplina, l'iniziativa promozionale in cui l'offerta concessa all'acquirente di un prodotto o di un determinato quantitativo di prodotto consiste in una quantità aggiuntiva di prodotto dello stesso genere (es. c.d. "compri tre, paghi due").

La norma chiarisce definitivamente 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.

Altro caso di esclusione è quello previsto dalla **lettera d)** ù, che non considera concorsi e operazioni "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 sono collegate".

Condizione necessaria e sufficiente perché, qualora il premio offerto sia di minimo valore, la promozione non venga a configurarsi come manifestazione a premio è che esso 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.

La **distribuzione di campioni gratuiti** se non direttamente subordinata all'acquisto di determinati prodotti è pertanto un'attività promozionale esclusa dal campo di applicazione del Regolamento.

Quanto alla nozione di "valore minimo" ed al suo ambito applicativo va ricordato che ha costituito un riferimento l'esemplificazione contenuta nell'art. 107 del regolamento sui servizi del lotto approvato con R.D.L. 25 luglio 1940, n. 1077 nella parte in cui esso assimila detto valore a quello del lapis, della bandierina, del calendario e di oggetti ad essi simili.

Attualmente, data l'evoluzione del mercato e dei consumi, non si può non prendere in considerazione un criterio interpretativo più ampio ed elastico, facendo riferimento anche a tutta una serie di piccoli gadget che, in genere, sono offerti come omaggi ai consumatori ed il cui valore commerciale sia effettivamente modesto e comunque tale da considerare realmente un gadget il premio rispetto al valore del prodotto o del servizio offerto.

Non sono contemplate nei casi di esclusione, e quindi sono assoggettate alla disciplina delle manifestazioni a premi, quelle iniziative promozionali basate sulla raccolta di sconti praticati dalle ditte sui singoli atti d'acquisto variamente documentati (figurine, buoni, etichette, punti, etc..) e che al raggiungimento di un determinato importo, danno diritto alla riduzione di prezzo sull'acquisto di altro prodotto o alla acquisizione gratuita di altro bene.

Da ultimo va considerata l'esclusione introdotta dal Regolamento e prevista alla **lettera e)**, in base alla quale non sono da considerarsi manifestazioni a premio quelle in cui la destinazione dei premi è fatta a favore di enti o istituzioni di carattere pubblico oppure quelle che perseguono scopi eminentemente sociali o benefici.

4. I soggetti promotori e i rispettivi adempimenti

4.1. I soggetti promotori

I soggetti promotori sono:

- Le imprese produttrici e commerciali (se non residenti in Italia tramite un rappresentante residente nel territorio dello Stato)
- Le organizzazioni rappresentative dell'associazionismo economico tra imprese costituite sotto forma di consorzi e società, anche cooperative

I soggetti promotori possono delegare delle Agenzie di promozione o degli operatori professionali a rappresentarli in tutti gli adempimenti.

I concorsi e le operazioni a premio possono essere effettuati anche da imprese non residenti nel territorio nazionale, tramite un rappresentante residente nel territorio dello Stato, nominato con le modalità e gli effetti di cui all' articolo 17 del DPR n. 633/1972.

I promotori possono delegare ad agenzie di promozione o ad operatori professionali il potere di rappresentarli in tutti gli adempimenti relativi alle manifestazioni, compresa la domiciliazione e la conservazione di tutta la documentazione nel territorio dello Stato, nonché il versamento della cauzione prevista per legge.

4.2. Gli adempimenti a carico dei promotori

Le principali innovazioni introdotte con il Regolamento riguardano sicuramente gli adempimenti amministrativi a carico dei promotori, a partire ovviamente dall'eliminazione dell'autorizzazione amministrativa per lo svolgimento delle manifestazioni.

L'articolo 10, comma 1, del Regolamento dispone che i soggetti che intendono svolgere un concorso a premio devono darne comunicazione, prima dell'inizio, al Ministero delle attività produttive, fornendo altresì il regolamento della manifestazione e la documentazione dell'avvenuta prestazione della cauzione dovuta.

La **comunicazione** di svolgimento del concorso a premi, così come il processo verbale di chiusura, come disposto dal Regolamento, va redatta su degli **appositi modelli** predisposti dal Ministero delle attività produttive.

Mentre per i concorsi a premio il Regolamento prescrive l'invio di una apposita preventiva comunicazione al Ministero delle attività produttive, per le operazioni a premio lo stesso Regolamento, al comma 3 dell'articolo 10, pone a carico dei promotori solo l'obbligo della redazione di un **apposito regolamento della manifestazione**, che deve essere "autocertificato" con dichiarazione sostitutiva di atto notorio resa dal rappresentante dell'impresa promotrice, o suo delegato.

Il regolamento "autocertificato" deve essere conservato presso la sede dell'impresa promotrice per tutta la durata della manifestazione e per i dodici mesi successivi alla sua conclusione.

La Circolare n. 1 del 2002, a proposito del regolamento "autocertificato", ha precisato che non essendo il promotore obbligato a darne preventiva comunicazione, per ovviare ad eventuali manomissioni o sostituzione del medesimo, le modalità in esso previste e la data certa di redazione dovranno essere certificate con una dichiarazione sostitutiva di atto notorio, che deve essere resa e sottoscritta dal promotore dinanzi al pubblico ufficiale sia esso notaio, cancelliere, segretario comunale od altro funzionario incaricato dal sindaco, considerato che si tratta di un atto che non viene acquisito da una pubblica amministrazione ma conservato unicamente dal dichiarante.

Tutte le successive modifiche apportate al regolamento andranno anch'esse certificate con le stesse modalità e conservate, unitamente al regolamento originario, dall'impresa promotrice.

Il regolamento della manifestazione a premio (concorso od operazione), che deve essere **messo a disposizione del consumatore** per una corretta informazione e che deve contenere tutte le condizioni utili alla partecipazione, costituisce l'elemento sostanziale a cui va rivolta la maggiore attenzione rappresentando, per la totalità dei destinatari, la promessa al pubblico di cui agli articoli 1989 e seguenti del codice civile e, per le istituzioni, cui è

demandata l'attività di controllo, l'espressione della volontà del promittente cui far riferimento per ogni valutazione che attenga al rispetto delle regole e alla loro eventuale violazione.

Sintetizzando, la nuova normativa prevede quanto segue:

A. Per i concorsi a premio:

- è necessaria una **comunicazione** preventiva al Ministero delle Attività Produttive (Modello PREMA CO/1);
- la consegna del premio deve avvenire entro sei mesi dalla conclusione dell'iniziativa o nel più breve termine indicato nel regolamento;
- la regolarità delle procedure di assegnazione dei premi è garantita da un notaio o da un funzionario della Camera di Commercio competente per territorio;
- il funzionario camerale, responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica o di un suo delegato, è presente nelle fasi di assegnazione dei premi, verifica la regolarità amministrativa dell'iniziativa, redige e trasmette al Ministero delle Attività Produttive il processo verbale di chiusura del concorso;
- eventuali richieste alla Camera di Commercio di Udine possono essere presentate sul modulo allegato.

B. Per le operazioni a premio:

- chi intende svolgere un'operazione a premio deve autocertificare, con **dichiarazione sostitutiva** di atto notorio resa dal legale rappresentante, il regolamento di disciplina dell'iniziativa e conservarlo nella sede legale per tutta la durata dell'operazione e per i 12 mesi successivi alla sua conclusione;
- la consegna del premio deve avvenire entro sei mesi dalla conclusione dell'iniziativa o nel più breve termine indicato nel regolamento.

C. In entrambi i casi la nuova normativa:

- il trasferimento dei poteri di vigilanza e di controllo dal Ministero dell'economia e delle finanze a quello delle Attività produttive;
- la possibilità di promuovere manifestazioni a premio anche da parte di imprese associate tra loro;
- l'estensione anche alle imprese estere, senza sede in Italia, della possibilità di effettuare manifestazioni a premio tramite di rappresentanti fiscali;
- la possibilità di delegare tutti gli adempimenti ad agenzie di promozione o ad operatori professionali;
- la possibilità di offrire, quali premi all'interno delle manifestazioni, anche beni immobili;
- l'obbligo di devolvere alle Onlus i premi non richiesti o non assegnati nell'ambito delle manifestazioni promosse.

5. La cauzione

A garanzia dell'effettiva corresponsione dei premi promessi il Regolamento, all'articolo 7, prevede e disciplina l'obbligo, posto a carico del soggetto che promuove la manifestazione, o del soggetto ad esso delegato, di **prestare una cauzione** in misura pari:

- se si tratta di concorso a premio, al 100 per cento del valore complessivo dei beni promessi, determinato ai fini dell'IVA (o dell'imposta sostitutiva, di cui all'art. 19, comma 8, della legge 449 del 1997, qualora esso sia esente o non imponibile IVA), o al prezzo dei biglietti delle lotterie nazionali o delle giocate del lotto, offerti in premio;
- se si tratta, invece, di operazione a premio, al 20 per cento del valore complessivo del montepremi previsto, così come determinato per i concorsi (la cauzione è esclusa se il premio è corrisposto unitamente al prodotto o servizio promosso).

La cauzione va prestata a favore del Ministero delle Attività Produttive mediante:

- deposito in denaro o titoli di Stato o garantiti dallo Stato presso la Tesoreria provinciale oppure
- fideiussione bancaria o assicurativa in bollo, con firma autenticata

L'importo della cauzione verrà restituito alla ditta interessata o al soggetto delegato, ovvero la fideiussione sarà svincolata, entro il termine di un anno dalla conclusione della manifestazione, o, ancor prima, per i soli concorsi, trascorsi centoottanta giorni dalla data di trasmissione al Ministero delle attività produttive del processo verbale da cui risulti la regolare chiusura della manifestazione.

Lo svincolo del deposito cauzionale o della fideiussione bancaria o assicurativa verrà disposto dall'ufficio ministeriale competente.

6. L'individuazione dei vincitori nei concorsi a premio

L'individuazione dei vincitori deve essere effettuata alla presenza di un Notaio o del Responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica presente presso la Camera di Commercio, che procedono alla verbalizzazione delle operazioni.

In caso di utilizzo di congegni che richiedono competenze tecniche, è necessario acquisire la perizia di un esperto che attesta l'aleatorietà del meccanismo.

In caso di mescolamento di elementi vincenti e non, la ditta promotrice rende dichiarazione sostitutiva di atto notorio, attestando la conformità dell'operazione secondo quanto previsto nel regolamento.

7. I compiti delle Camere di Commercio

Abbiamo detto che tra le principali novità introdotte dal nuovo regolamento c'è quella che individua il notaio o il funzionario responsabile della Camera di Commercio, o suo delegato, quale garante della regolarità della procedura dell'assegnazione dei premi.

Al primo comma dell'art. 9 si stabilisce, infatti, che *“Nei concorsi a premio ogni fase dell'assegnazione dei premi è effettuata, con relativo onere a carico dei soggetti promotori, alla presenza di un notaio o del responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica competente per territorio di cui all'articolo 20, comma 2, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112, o di un suo delegato; se*

il congegno utilizzato per l'assegnazione dei premi richiede particolari conoscenze tecniche, il notaio o il pubblico ufficiale è affiancato da un esperto che rende apposita perizia”.

Il citato articolo 20, comma 2, del D.P.R. n. 112/1998 stabilisce che “*Presso le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura è individuato un responsabile delle attività finalizzate alla tutela del consumatore e della fede pubblica, ...*”.

8. La modulistica

L'articolo 10, comma 1, del D.P.R. n. 430/2001 prevede che i soggetti che intendono svolgere un concorso a premio ne devono dare comunicazione, prima dell'inizio, al Ministero delle attività produttive (M.A.P.) mediante la compilazione e l'invio di appositi moduli predisposti dallo stesso Ministero. Di tali modelli, il Ministero ha predisposto anche le relative istruzioni per la compilazione.

I modelli previsti, nella versione attuale 2.0 e in vigore dal 15 luglio 2004, sono i seguenti:

1. Modello PREMA CO/1

Comunicazione di svolgimento di concorso a premio.

Questo modello può essere utilizzato per:

- Comunicare lo svolgimento di un nuovo concorso a premio;
- Segnalare eventuali modifiche e/o integrazioni ai dati, inerenti il concorso a premio, già trasmessi all'ufficio del M.A.P.

2. Modello CO/PV

Schema verbale di chiusura di concorso a premio.

Questo modello rappresenta uno schema di massima riportante i principali adempimenti da svolgere durante le operazioni di chiusura di un concorso a premio.

3. Modello PREMA CO/2

Scheda informativa allegata a verbale di chiusura di concorso a premio.

Questo modello viene compilato in fase di chiusura di un concorso a premio e viene allegato al verbale di chiusura (mod. CO/PV)

4. Modello PREMA OP/1

Comunicazione di cauzione prestata per operazioni a premio.

Questo modello può essere utilizzato per:

- Comunicare gli estremi della cauzione prestata a fronte di una nuova operazione a premio;
- Segnalare eventuali modifiche e/o integrazioni ai dati, inerenti l'operazione a premio, già trasmessi all'ufficio del M.A.P.

9. Il potere sanzionatorio

Il soggetto titolare del potere sanzionatorio è il Ministero delle attività produttive cui compete il **controllo su tutte le manifestazioni a premio** (sia che si tratti di "concorsi" che di "operazioni").

La Circolare n. 1 del 2002, a fini meramente esemplificativi, ha riportato nel seguente specchio le violazioni e le relative sanzioni così come previste dalle vigenti norme (art. 124, R.D.L. 19 ottobre 1938, n. 1933, così come modificato dall'art. 19, comma 5, lett. b), della L. 27 dicembre 1997, n. 449).

Tavola n. 1

| Violazione | Sanzione | Adempimenti |
|---|---|--|
| Effettuazione di manifestazioni vietate | Da una a tre volte l'ammontare dell'IVA dovuta per un importo comunque non inferiore a Euro 2.582,28. | Pubblicazione, a spese del promotore, attraverso i mezzi di comunicazione individuati dal Ministero, dell'avvenuto svolgimento della manifestazione vietata. |
| Continuazione della manifestazione quando ne è vietato lo svolgimento | Sanzione precedente raddoppiata | |
| Effettuazione di concorsi a premio senza invio della comunicazione o comunicazione priva del regolamento o della documentazione comprovante l'avvenuto versamento della cauzione. | Da Euro 2.065,83 a Euro 10.329,14 | |
| Comunicazione inviata successivamente all'inizio della manifestazione, ma prima della constatazione di eventuali violazioni. | Riduzione al 50% della sanzione prevista | |
| Effettuazione del concorso con modalità difformi da quelle indicate nella comunicazione e nel regolamento ad esso allegato. | Da Euro 1.032,91 a Euro 5.164,57 | |

10. Gli aspetti tributari

L'articolo 19, comma 1, della legge 27 dicembre 1997, n. 449 ha stabilito l'indetraibilità dell'IVA relativa all'acquisto o all'importazione dei beni e servizi utilizzati per l'effettuazione delle manifestazioni.

Nel caso in cui si tratti di premi non imponibili ai fini dell'imposta sul valore aggiunto, le ditte promotrici dovranno versare, ai sensi del comma 8

dell'articolo 19, un'imposta sostitutiva pari al 20% del prezzo d'acquisto degli stessi.

Il versamento continuerà ad essere effettuato al concessionario della riscossione, utilizzando il modello F24.

Inoltre, per i concorsi e per quei premi derivanti da operazione a premio assegnati a soggetti per i quali gli stessi assumono rilevanza reddituale è dovuta la ritenuta alla fonte prevista dall'art. 30 del D.P.R. 29 settembre 1973, n. 600, nella misura del 25% del valore dei premi con facoltà di rivalsa.

Il versamento dovrà essere eseguito presso la Tesoreria Provinciale dello Stato entro il giorno sedici del mese successivo a quello in cui è maturato il diritto al conseguimento dei premi (art. 3, comma 2, lettera g, e art. 8, comma 1, n. 1, del D.P.R. 29 settembre 1973, n. 602), ovvero mediante versamento sul conto corrente postale intestato alla medesima tesoreria, con imputazione al capo VI, capitolo 1028/art. 4, oppure con modello F24, indicando il codice tributo 1048.

Non è obbligatoria l'applicazione della ritenuta nel caso in cui il valore complessivo dei premi assegnati nel periodo d'imposta dal sostituto al medesimo beneficiario non superi l'importo di euro 25,82.