

MANIFESTAZIONI A PREMI - CESSIONI GRATUITE

Nell'ambito delle Manifestazioni a Premi è prevista la costituzione di un Fondo che servirà per attenuare gli oneri fiscali legati alla cessione gratuita nell'ambito di manifestazioni a premi. Le imprese potranno inserire le spese per il materiale informatico e didattico, per le esigenze di istruzione delle istituzioni scolastiche, degli asili nido, delle strutture di assistenza sociale sia privati che enti religiosi.

Il giveaway sui social sotto lo scacco delle regole dei concorsi – Il Sole 24 Ore del 06-01-2021

La normativa che regola i concorsi a premi in Italia è molto complessa, vi è da seguire un iter burocratico per niente facile e quando si parla di concorsi on line, pur non essendo previste nel Dpr norme specifiche, è bene sapere che di fatto esistono ulteriori stringenti regole stabilite dal Ministero dello Sviluppo Economico che ne appesantiscono ancora di più l'organizzazione.

Il giveaway è fondamentalmente un gioco tra azienda e consumatori che prevede l'erogazione di prodotti in premio, generalmente quelli che l'azienda stessa vuole promuovere, il tutto su una piattaforma social in cui i premi vengono attribuiti in base alla sorte o in base ad azioni che richiedono l'abilità dei consumatori, per questo motivo i giveaway vengono equiparati ai «concorsi a premi con estrazione» venendo quindi assoggettati alla disciplina del Dpr 26 ottobre 2001, numero 430 recante il «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, numero 449».

A tal proposito è successo che una semplice erogazione di prodotti in cambio di like sui social sia stata multata perchè non avrebbe rispettato le regole procedurali di un concorso a premi.

Lo Studio Rossi & Martin da anni si occupa di organizzazione di Concorsi a Premio e offre assistenza alle aziende, ai privati, alle piccole realtà che intendano promuovere i loro brand e abbiano bisogno di difendersi da situazioni di questo genere.

Articolo riportato nel rispetto ai sensi dell'art. 70 L. Diritto Autore

Quanto costa organizzare un concorso a premi

Quanto costa organizzare un concorso a premi con ROSSI & MARTIN

TARIFFARIO DELL'UFFICIO DI CONSULENZA MANIFESTAZIONI A PREMI ROSSI & MARTIN

Concorso a premi semplice a partire da **1.500 euro**

Operazione a premi semplice a partire da **1.000 euro**

telefona subito (**0187 722272 – 0521 223260 – 340 7053450**) o invia subito una email (**carlorossi@infogiur.com**) per maggiori informazioni o per iniziare subito la tua pratica

i prezzi indicati si intendono comprensivi di:

- delega e domiciliazione presso lo Studio;
- pratica per il versamento della cauzione o per il rilascio della fideiussione assicurativa;
- redazione del regolamento;
- comunicazione al Ministero modelli PREMA C0/1 e PREMA OP/1 per via telematica con firma digitale;
- rispetto della normativa sulla privacy nella raccolta delle partecipazioni;
- assistenza per l'estrazione e la premiazione;
- verbale di chiusura del concorso;

– assistenza fiscale.

– fino a 15 comunicazioni telefoniche/e-mail/fax ulteriori (normalmente sufficienti ai fini della pratica di deposito).

quanto costa organizzare un concorso a premi

I costi sopra indicati non comprendono: – il costo della fideiussione assicurativa (a parte da 250 euro circa con il nostro broker); – il costo della camera di commercio per le varie verbalizzazioni (250 euro circa).

Nella valutazione economica del costo di organizzazione di un concorso a premi bisogna calcolare inoltre la ritenuta sul valore dei premi (25%) e l'indetraibilità dell'iva sui premi stessi.

Quanto costa organizzare un concorso a premi all'estero

per l'estero i costi possono variare molto a seconda dei Paesi. Per l'estero abbiamo prestato assistenza a partire da **1.000/1.500 euro** in casi semplici.

Servizi opzionali:

1. gestione tecnica/informatica del concorso con nostro partner specializzato in realizzazione siti Internet e piattaforme sms per concorsi a premio.

2. [registrazione dei marchi relativi al concorso a premi](#)

puoi risparmiare qualche euro gestendo direttamente tu la parte legale e fiscale del tuo concorso o della tua operazione a premi oppure affidarti a "consulenti" non abilitati alla consulenza legale professionale: risparmierai pochi euro ma non avrai la tranquillità che solo l'assistenza di professionisti abilitati ed esperti ti può garantire.

facciamo consulenza per l'organizzazione di concorso e operazioni a premi dal 2004 con passione, per questo siamo

efficienti ed economici.



quanto costa organizzare un concorso a premi – con Rossi & Martin è semplice ed economico

Consulenza Concorsi a Premi ROSSI & MARTIN

Consulenza concorsi a premi

Consulenza concorsi a premi Rossi & Martin

telefona subito (0187 722272 – 0521 223260 – 340 7053450) o invia subito una email (carlorossi@infogiur.com) per maggiori informazioni o per iniziare subito la tua pratica

ROSSI & MARTIN consulenza concorsi a premi è composto da avvocati dello studio legale Rossi & Martin che operano nel settore delle manifestazioni a premi (concorsi e operazioni) già dal 2004, soprattutto per le pratiche di organizzazione delle manifestazioni ma anche per

l'impugnazione delle sanzioni. Prestiamo consulenza per l'organizzazione di concorsi ed operazioni a premi oltre che in tutta Italia anche nell'Unione Europea ed in tutto il mondo grazie alla rete di consulenti e domiciliatari.



Avvocato Carlo Rossi
concorsi e operazioni a
premi



Avvocato Luigi Martin assistenza
fiscale manifestazioni a premi

quanto costa la nostra consulenza? [clicca qui e vedi le nostre tariffe](#)

ci occupiamo di concorsi a premi dal 2004 per passione, per questo siamo efficienti ed economici

Per assisterti nella organizzazione del tuo concorso a premi lavoriamo dai nostri uffici di **Parma** e **La Spezia** ed operiamo, con clienti di tutta Italia e di tutto il mondo, su due livelli:

Italia (concorsi nazionali): operiamo per clienti di tutta Italia e di tutto il mondo direttamente con tutte le camere di commercio italiane e con il [Ministero dello Sviluppo Economico](#) con sede a Roma

Esteri (concorsi a premi internazionali): operiamo per clienti di tutta Italia e di tutto il mondo direttamente con le Autorità competenti dei singoli Stati e attraverso i nostri colleghi domiciliatari nei vari Paesi.

Quindi con il nostro Ufficio di consulenza per manifestazioni a premi siamo in grado di assisterti ovunque si trovi la tua impresa. Normalmente le pratiche sono risolte interamente per

posta elettronica e telefono, ma se preferisci potrai recarti presso un nostro ufficio (Parma o La Spezia) o chiederci di raggiungerti presso la sede della tua impresa.

Il nostro Ufficio Consulenza concorsi a premi in Italia opera per le seguenti province

Abruzzo	L'Aquila
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Teramo
	Pescara
	Chieti
Basilicata	Potenza
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Matera
Calabria	Cosenza
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Catanzaro
	Reggio di Calabria
	Crotone
	Vibo Valentia
Campania	Caserta
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Benevento
	Napoli
	Avellino
	Salerno
Emilia-Romagna	Piacenza
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Parma
	Reggio nell'Emilia
	Modena
	Bologna
	Ferrara
	Ravenna
	Forli' - Cesena

	Rimini
Friuli-Venezia Giulia	Udine
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Gorizia
	Trieste
	Pordenone
Lazio	Viterbo
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Rieti
	Roma
	Latina
	Frosinone
Liguria	Genova
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Savona
	La Spezia
	Imperia
Lombardia	Milano
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Como
	Sondrio
	Varese
	Bergamo
	Brescia
	Pavia
	Cremona
	Mantova
	Lecco
	Lodi
Marche	Pesaro e Urbino
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Ancona
	Macerata
	Ascoli Piceno

Molise	Campobasso
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Isernia
Piemonte	Torino
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Vercelli
	Novara
	Cuneo
	Asti
	Alessandria
	Biella
	Verbano-Cusio-Ossola
Puglia	Foggia
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Bari
	Taranto
	Brindisi
	Lecce
Sardegna	Sassari
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Nuoro
	Cagliari
	Oristano
Sicilia	Trapani
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Palermo
	Messina
	Agrigento
	Caltanissetta
	Enna
	Catania
	Ragusa
	Siracusa
Toscana	Massa-Carrara

consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Lucca
	Pistoia
	Firenze
	Livorno
	Pisa
	Arezzo
	Siena
	Grosseto
	Prato
Trentino-Alto Adige	Bolzano
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Trento
Umbria	Perugia
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Terni
Valle d'Aosta	Aosta
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	
Veneto	Verona
consulenza concorsi a premi e operazioni a premi	Vicenza
	Belluno
	Treviso
	Venezia
	Padova
	Rovigo



consulenza concorsi a premi

Semplificazione per le manifestazioni a premi con vincite in buoni acquisto



semplificazioni operazioni a
premio buoni sconto

Semplificazione per le manifestazioni a premi con vincite in buoni acquisto

La legge di conversione del DL 91/2014 (*Disposizioni urgenti per ... il rilancio e lo sviluppo delle imprese...*) ha previsto

che non sono soggette alla disciplina delle manifestazioni a premio le iniziative in cui i premi consistono in buoni da usarsi presso lo stesso punto vendita (o comunque presso un punto vendita della stessa catena).

La norma non è molto chiara, si parla genericamente di buoni, non specificando se si tratti di buoni acquisto o di buoni sconto, nel dubbio penserei che si tratti di entrambi.

La norma è ancora più dubbia per un altro aspetto. Nel nuovo caso di esclusione/semplicazione si fa riferimento genericamente alle **“manifestazioni a premio”**. Il termine manifestazioni, per il d.p.r. 430/01 comprende sia le operazioni a premio che i concorsi a premio. Quindi alla lettera la nuova semplificazione dovrebbe riguardare anche i concorsi, con la conseguenza che se in un concorso a premi mettessi in palio un buono acquisto da un milione di euro presso il mio stesso punto vendita (o della mia catena), non dovrei soggiacere alle procedure e alle garanzie della normativa sui concorsi (garanzia di elargizione della vincita, notaio, etc.). Abbastanza curiosa come conclusione, e sicuramente in contraddizione con le tutele per i consumatori che il legislatore ha voluto garantire con la normativa del d.p.r. 430/01.

Probabilmente si tratta di una svista dovuta a scarsa preparazione e precisione di chi ha redatto la norma che verosimilmente si vuole intendere applicabile solo alle operazioni a premio. Nel dubbio meglio attendere chiarimenti dal Ministero dello Sviluppo Economico prima di pensare ad una estensione anche ai concorsi.

Qui sotto la norma per esteso

LEGGE 11 agosto 2014, n. 116 di conversione con modifica del D.l. 91/2014 Dopo l'articolo 22 sono inseriti i seguenti:
«Art. 22-bis. – (Semplificazioni nelle operazioni promozionali). – 1. All'articolo 6, comma 1, del regolamento

di cui al decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 2001, n. 430, dopo la lettera c) e' inserita la seguente: "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".

80.000 euro di multa per aver organizzato un gioco su Facebook

La incredibile storia di 80.000 euro di multa per aver organizzato un gioco su Facebook

Il Ministero per lo Sviluppo Economico ha ritenuto che il gioco (totalmente gratuito senza scopo di lucro) violasse la normativa sulle manifestazioni a premio commerciali e lo ha sanzionato con una multa di 80.000 euro, multa annullata dal Tribunale di Roma dopo il ricorso prentato da Carlo Rossi & Partners

Un giovane (lo chiameremo con un nome di fantasia, "Mario"), nel 2012, per divertimento ed hobby, dal computer di casa, ha pubblicato un sito web ed una pagina su Facebook ove raccoglieva elenchi di iniziative promozionali di aziende

terze (campioni ed omaggi gratuiti, concorsi operazioni e altro).

Mario con questa iniziativa voleva, quale consumatore, fornire un servizio gratuito informativo nei confronti di altri consumatori. In particolare nelle iniziative segnalate molto spesso le aziende offrivano campioni omaggio dei propri prodotti. A riprova della bontà delle segnalazioni Mario chiedeva ai propri utenti e followers di pubblicare su Facebook una foto dei campioni omaggio ottenuti, al fine di dare conferma del fatto che le aziende segnalate avessero effettivamente inviato gli omaggi. In cambio, per rendere più interessante questa iniziativa (totalmente gratuita e "hobbistica"), ha destinato a proprie spese alcuni gadget in regalo a chi effettuava più segnalazioni.

Il Ministero per lo Sviluppo Economico, sempre nel 2012, venuto al corrente di questa iniziativa, la ha ritenuta una violazione della normativa sui concorsi a premio commerciali/pubblicitari, ed ha emesso la incredibile sanzione di 80.000 euro. Mario, incredulo, si è visto improvvisamente la vita rovinata da una multa ministeriale per aver organizzato una innocua e gratuita iniziativa dal computer di casa. Roba da far impallidire pure Kafka.

Il giovane, disperato, si è visto così costretto a rivolgersi ad un avvocato. La somma della multa è stata quindi ridotta, dallo stesso Ministero, a 50.000 euro dopo le memorie difensive presentate dagli avvocati di Mario agli uffici che hanno emesso la sanzione.

E' stato quindi necessario, per uscire da questo incubo, che Mario, sempre tramite i propri avvocati, presentasse ricorso al Tribunale di Roma, competente per le sanzioni emesse dal Ministero. Il Tribunale di Roma finalmente, con sentenza depositata all'inizio di febbraio 2014, accogliendo in toto le argomentazioni degli avvocati, ha annullato la sanzione ed ha pure condannato il Ministero a rifondere le spese legali a Mario nella misura di 5.000 euro.

Mario se la è cavata, ma dopo anni di disperazione, e per aver combattuto fino all'ultimo, insieme ai suoi avvocati, contro

una burocrazia che definire kafkiana è un immeritato eufemismo. Qualcun altro avrebbe potuto scegliere altre soluzioni, come troppo spesso, recentemente, purtroppo accade.

Concorsi a premio – oltre dieci anni di consulenza in tutta Italia e all'estero

Ogni anno in Italia vengono realizzate moltissime manifestazioni a premio pubblicitarie.

Si tratta di iniziative con le quali le imprese, per promuovere la vendita dei propri prodotti, offrono dei premi ai consumatori, sia a sorte (concorsi a premi – ad es. compra la bibita X e partecipi all'estrazione di un viaggio alle Maldive) che a seguito di raccolta punti (operazioni a premio – es. compra 10 confezioni di biscotti Y e avrai diritto a ricevere una teiera).

Queste iniziative devono rispettare tutta una serie di procedure legali e burocratiche che spesso scoraggiano non solo le imprese ma anche le agenzie di pubblicità. Quindi in molti decidono di affidare la parte burocratica a legale ad esperti in materia, concentrando i propri sforzi solo sulla parte creativa e commerciale.

Carlo Rossi & Partners si è inserita in questo settore di consulenza oltre dieci anni fa.

Infatti, la prima operazione a premi realizzata con la consulenza dello studio Rossi & Martin è stata avviata il 14 marzo 2003.

Da allora decine di imprese e di agenzie di pubblicità, sia italiane che straniere, si sono rivolte a Carlo Rossi & Partners per farsi assistere nelle pratiche burocratiche e

legali per realizzare i propri concorsi a premio pubblicitari. Dalla redazione del regolamento del concorso, al controllo della correttezza del materiale pubblicitario, all'assistenza nell'individuazione dei vincitori fino alla soluzione di questioni di ogni tipo con i consumatori partecipanti al concorso e con le autorità competenti, Carlo Rossi & Partners ha seguito e continua a seguire le imprese e le agenzie di pubblicità passo a passo nei propri progetti promozionali. Con questa esperienza decennale, oggi lo studio Carlo Rossi & Partners è un punto di riferimento per imprese e agenzie di pubblicità che vogliono farsi assistere da professionisti legali per garantire la qualità legale e formale delle proprie iniziative promozionali.

FAQ Ministero Sviluppo Economico CONCORSI A PREMIO

Le FAQ pubblicate dal Ministero dello Sviluppo Economico in materia di manifestazioni a premio ai sensi del dpr 430/01

DOMANDE GENERALI

Esiste un albo delle agenzie di promozione/pubblicità delegabili?

Non esiste alcun albo delle agenzie di promozione.

Aggiungiamo noi: per i profili legali (regolamento, etc.) e fiscali è consigliabile rivolgersi ad un avvocato e/o ad un dottore commercialista

Gli atti di delega che l'impresa rilascia ad un soggetto per lo svolgimento di una o più fasi delle operazioni relative ad

una manifestazione a premio deve essere redatta con particolari formalità e deve essere a tempo determinato ?

RISPOSTA DEL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO:

Il d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 non prescrive una forma specifica per la redazione di una procura con cui si conferisce delega alla gestione di una o più fasi di una manifestazione a premio. Inoltre l'atto può anche avere periodo indeterminato: in tal caso produrrà i suoi effetti fino a che non intervenga nuova delega. Al Ministero deve essere trasmessa una copia conforme all'originale qualora la Divisione competente ne faccia richiesta.

Qualora una impresa estera intenda organizzare in Italia una manifestazione a premio può, in alternativa all'istituto della rappresentanza fiscale, avvalersi del sistema di identificazione diretta ?

RISPOSTA DEL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO:

No, in quanto le disposizioni sul sistema di identificazione diretta di cui al decreto legislativo 19 giugno 2002, n. 191 (che ha modificato l'art. 17 del d.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633), possono creare difficoltà per la piena riuscita dell'attività di controllo espletata dal Ministero. Pertanto, quando le imprese intendono svolgere in Italia una manifestazione a premio devono necessariamente avvalersi di un rappresentante fiscale anche se hanno fatto ricorso al sistema di identificazione diretta per le altre attività espletate in Italia.

Quando si configura l'associazione di imprese nelle manifestazioni a premio ?

RISPOSTA DEL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO:

L'associazione si configura quando due o più imprese, ciascuna per i propri fini in relazione alle attività economiche svolte in base all'oggetto sociale, promuovono la conoscenza di prodotti e/o di servizi e/o di ditte e/o di insegne e/o di

marchi e/o la vendita di determinati prodotti e/o di servizi aventi un fine, in tutto o in parte, commerciale. Pertanto, quando un prodotto viene venduto in determinati punti vendita oppure in determinate catene commerciali e non in altri ed i consumatori possono partecipare alla manifestazione a premio solo recandosi presso quei determinati esercizi commerciali si configura il caso dell'associazione.

Allo stesso modo ricorre la fattispecie quando nella denominazione della manifestazione a premio vi sia espresso riferimento ad una specifica insegna commerciale. Configurandosi l'associazione, tutti i soggetti sono responsabili in solido per le obbligazioni assunte nei confronti dei promissari e per il pagamento delle sanzioni.

Le Camere di Commercio sono legittimate a chiedere alle imprese o ai soggetti delegati tutta la documentazione inerente i concorsi a premio ?

RISPOSTA DEL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO:

In data 26 giugno 2009 è stato stipulato un Protocollo d'Intesa tra il Ministero dello sviluppo economico e Unioncamere allo scopo di potenziare l'attività di controllo sulle manifestazioni a premio. A tal fine, le Camere di Commercio competenti per territorio sono legittimate a richiedere alle imprese o ai soggetti delegati, oltre alla documentazione prescritta per gli adempimenti di cui all'art. 9 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 di cui tratta anche la circolare 28 marzo 2002, n. 1/AMTC, anche quegli atti che ritengono utile esaminare, sia nella fase di ausilio per la compilazione dei modelli di comunicazione da effettuare ai sensi dell'art. 10 del citato d.P.R. n. 430/2001 sia per coadiuvare il Ministero nell'attività di controllo.

Inoltre, una volta ricevuta autorizzazione del Garante per la privacy, i dati riferiti alle manifestazioni a premio inseriti nel sistema telematico PREMA ON LINE, operativo presso il Ministero, verranno messi a disposizione delle Camere di Commercio, ciò alla luce del succitato Protocollo d'Intesa.

SANZIONI PER I CONCORSI A PREMIO

SANZIONI PER I CONCORSI A PREMIO: non si ferma l'applicazione delle nuove sanzioni previste dal DL 39/2009 *le abnormi sanzioni previste dal DL 39/2009 continuano ad essere applicate nell'indifferenza generale mettendo in ginocchio numerose imprese. Da 50.000 a 500.000 euro di multa per chi non fa intervenire il notaio in una estrazione con premi del valore di poche decine di euro.*

25/11/2011

LE MODIFICHE APPROVATE NEL 2009 – 2010

La disciplina delle manifestazioni a premio è stata modificata dal decreto legge 28/04/2009 n. 39 (convertito in legge, n. 77/2009) e dal [decreto interdirigenziale del 5 luglio 2010](#) emanato dal Ministero dell'Economia e delle Finanze di concerto con il Ministero dello Sviluppo Economico.

Le modifiche riguardano:

1. Le **modalità e i termini di comunicazione** delle manifestazioni a premio
2. Le **sanzioni**

SCHEMA DELLE NOVITA':

- **Comunicazione telematica:** la comunicazione delle manifestazioni a premio avverrà esclusivamente per via telematica.
- **Termini per la comunicazione:** la comunicazione per i concorsi a premio deve avvenire almeno 15 giorni prima

dell'avvio (resta invariato il termine di comunicazione della fideiussione per le operazioni, cioè almeno un giorno prima dell'avvio).

– **Nuove sanzioni:** previste sanzioni da 50.000,00 a 500.000,00 euro per le manifestazioni vietate

Scadenze:

– dal **25/08/2010** per la comunicazione almeno 15 giorni prima dell'avvio del concorso

– dal **25/01/2011** per la comunicazione esclusivamente telematica

LA NUOVA MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Come riportato sopra, le modifiche riguardano le **modalità di comunicazione delle manifestazioni a premio** (esclusivamente per via telematica) e, solo per i concorsi, l'obbligo di effettuare la medesima comunicazione entro **15 giorni** prima dell'avvio.

L'invio telematico consiste nella compilazione di un apposito form presente sul sito www.impresa.gov.it in cui il promotore, od il soggetto delegato, si registra e si autentica mediante firma digitale ed inserisce direttamente i dati precedentemente caricati sul modello PREMA (lo stesso modulo ricalca quasi perfettamente la struttura dei modelli PREMA).

Fatto questo viene richiesto di allegare il regolamento del concorso e la documentazione attestante l'avvenuto versamento della cauzione. Si segnala che, qualora la cauzione sia prestata nella forma della fideiussione, quest'ultima deve tuttora essere inviata in forma cartacea in bollo con autentica notarile. Dalla scadenza sopra indicata (salvo proroghe), non si potrà più procedere all'invio cartaceo dei moduli PREMA e neppure all'invio mediante posta elettronica dei documenti firmati con firma digitale poiché detti invii

equivarranno al mancato invio e pertanto saranno sanzionati.

Fino al 25 gennaio 2011 sarà quindi possibile procedere all'invio secondo le modalità tradizionali oltre che con quelle telematiche, ma la comunicazione dovrà comunque essere inviata entro 15 giorni dalla data di inizio del concorso a premi.

Per quanto riguarda le **modifiche del regolamento dei concorsi** va fatta invece una distinzione:

– se le modifiche riguardano **“caratteristiche sostanziali del concorso”** sarà obbligatorio comunicarle entro il termine di 15 giorni antecedenti al loro effetto; e ciò in linea con la nuova regola prevista per la comunicazione del regolamento.

– se le modifiche **non** coinvolgono **“caratteristiche sostanziali del concorso”** non sarà obbligatorio rispettare il termine anticipatorio.

Considerata la dicitura piuttosto generica utilizzata dal legislatore non si esclude che potranno verificarsi casi di dubbia interpretazione per cui si ritiene opportuno inviare sempre le comunicazioni di modifica con 15 giorni di anticipo rispetto al loro effetto (salvo che il Ministero non indichi chiaramente quando una modifica può essere ritenuta **“non sostanziale”**).

Se al 25 gennaio 2011 il servizio per l'invio in forma non telematica del portale www.impresa.gov.it non fosse ancora attivo, l'obbligo dell'invio in modalità esclusivamente telematica sarà rinviato.

LE SANZIONI

Il **Decreto legge n. 39/2009** ha notevolmente inasprito le sanzioni per le manifestazioni **“vietate”**.

Le sanzioni relative alle manifestazioni a premi possono così sintetizzarsi:

– **Mancata comunicazione.** Per la mancata comunicazione è prevista la sanzione amministrativa da € 2.065,83 a € 10.329,14, che viene ridotta del 50% nel caso in cui la comunicazione sia stata inviata successivamente all'inizio del concorso, ma prima che sia stato constatato l'inadempimento. Queste sanzioni non sono state modificate dal DL 39/2009.

– **Svolgimento del concorso secondo modalità differenti rispetto al regolamento comunicato.** In caso di effettuazione del concorso con modalità difformi da quelle indicate nella comunicazione si applica la sanzione amministrativa da € 1.032,91 a € 5.164,57. Queste sanzioni non sono state modificate dal DL 39/2009.

– **Concorsi e operazioni a premio vietati.** In caso di effettuazione di concorsi ed operazioni a premio di cui è vietato lo svolgimento, a seguito della modifica introdotta dal DL n. 39/2009, si applica la sanzione amministrativa da € 50.000 a € 500.000. La sanzione è raddoppiata nel caso in cui i concorsi e le operazioni a premio siano continuati quando ne è stato vietato lo svolgimento. La sanzione è altresì applicabile nei confronti di tutti i soggetti che in qualunque modo partecipano all'attività distributiva di materiale di concorsi a premio e di operazioni a premio vietati. Il Ministero dello sviluppo economico dispone che sia data notizia al pubblico, a spese del soggetto promotore e attraverso i mezzi di informazione individuati dal Ministero stesso, dell'avvenuto svolgimento della manifestazione vietata.

Le manifestazioni vietate sono, ai sensi dell'art. 8 del D.p.r. n. 430/01, le manifestazioni in cui:

1. a) **il congegno** dei concorsi e delle operazioni a premio non garantisce la pubblica fede e la parità di trattamento e di opportunità 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;
2. b) vi è **elusione del monopolio** statale dei giochi e delle scommesse per la mancanza di 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;
 3. c) vi è **turbamento della concorrenza** e del mercato in relazione ai principi comunitari;
 4. d) vi è lo scopo di favorire la conoscenza o la vendita di **prodotti** per i quali sono previsti, da disposizioni legislative, divieti alla pubblicità o altre forme di comunicazione commerciale. Per i beni e servizi la cui pubblicità è vincolata, da disposizioni legislative, ad autorizzazioni o comunicazioni preventive, le manifestazioni a premio sono svolte solo dopo aver ottenuto il provvedimento di autorizzazione ovvero sono state effettuate le comunicazioni preventive;
 5. e) vi sono **violazioni delle disposizioni contenute nel DPR n. 430/01**, tranne quella relativa alla comunicazione del concorso.

Come si può notare l'ultimo caso indicato fa rientrare tra le manifestazioni vietate tutte le manifestazioni nelle quali vi sia una qualsiasi violazione del DPR n. 430/01 (tranne quelle relative alla comunicazione del concorso, per le quali è prevista una apposita sanzione). Uno degli esempi più ricorrenti è quello della mancata presenza del notaio o del funzionario della camera di commercio in caso di estrazioni o lavori di commissione per l'individuazione dei vincitori.

COMMENTO ALLE MODIFICHE INTRODOTTE DAL DL N. 39/2009

La modifica della procedura di comunicazione e delle sanzioni relative alle manifestazioni a premi (di seguito semplicemente "le modifiche") merita molte critiche, in particolare con riferimento all'incredibile aumento delle sanzioni.

1. **Collocazione delle modifiche.** Le modifiche sono contenute in un decreto sull'emergenza del terremoto in Abruzzo. Il decreto legge n. 39/2009 è infatti intitolato "*Interventi urgenti in favore delle popolazioni colpite dagli eventi sismici nella regione Abruzzo nel mese di aprile 2009 e ulteriori interventi urgenti di protezione civile*". Il legislatore ormai ci ha abituato a vedere inserite le norme più diverse in provvedimenti relativi a tutt'altre materie, ma trovare un intervento sulla normativa delle manifestazioni a premi in un provvedimento sul terremoto in Abruzzo sinceramente riesce ancora a sorprenderci non poco.
2. **Le finalità dichiarate delle modifiche.** L'art. 12 del DL 39/2009 dichiara che le modifiche alla procedura di comunicazione delle manifestazioni a premio e la modifica delle sanzioni per le manifestazioni vietate sono introdotte (insieme ad altre iniziative) "*al fine di assicurare maggiori entrate non inferiori a 500 milioni di euro annui a decorrere dall'anno 2009*". Quindi le modifiche, almeno alla lettera della legge, non sarebbero previste per garantire maggiori tutele ai consumatori (cioè i destinatari delle manifestazioni a premi), ma per assicurare maggiori entrate allo Stato. In altre parole si dice chiaramente che l'aggravamento delle sanzioni non è finalizzato a colpire con maggior efficacia un illecito considerato di particolare allarme sociale, ma è destinato semplicemente a rimpinguare le casse dello Stato a danno dei malcapitati operatori commerciali che non rispettino la normativa sulle manifestazioni a premio.
3. **L'abnormità delle sanzioni.** E' del tutto evidente come le sanzioni previste per le manifestazioni a premio vietate (cioè sanzione da 50.000 a 500.000 euro) possono essere, nella normalità dei casi, del tutto sproporzionate rispetto alla gravità della irregolarità che sono destinate a punire. Anzi, la parola "sproporzionato" in questo caso non è neppure idonea a

rendere l'idea di quanto queste sanzioni siano del tutto avulse, estranee, assurde, per punire eventuali irregolarità in una manifestazione a premi. Ad esempio, per meglio comprendere l'irragionevolezza delle sanzioni, se il titolare di un negozio di alimentari decidesse di promettere in premio ad estrazione un intero prosciutto fra tutti coloro che ne acquistano almeno un etto entro un determinato termine, e il titolare di questo negozio, magari ignorando la normativa sui concorsi a premio, non rispettasse le norme procedurali (es. oltre a non effettuare la comunicazione non chiedesse l'intervento del notaio o del funzionario della camera di commercio), la sanzione minima per lui sarebbe di 50.000 euro, "roba" da fargli chiudere bottega! Per cosa? Per una iniziativa pubblicitaria irregolare! Si pensi che per il commercio di stupefacenti (benché si tratti di ipotesi "penali" per le quali sono previste ovviamente anche pesanti pene detentive) le sanzioni pecuniarie vanno da 26.000 a 260.000 euro, cioè praticamente la metà di quelle previste per le manifestazioni a premio.

4. **L'attività distributiva.** La nuova normativa prevede che la sanzione per manifestazione vietata (cioè da € 50.000 a € 500.000) è altresì applicabile nei confronti di tutti i soggetti che in qualunque modo partecipano all'attività distributiva di materiale di concorsi a premio e di operazioni a premio vietati. Quindi oltre all'incredibile sproporzione della sanzione, si prevede che questa dovrà essere applicata non solo al promotore, ma anche a coloro che **"in qualunque modo partecipano all'attività distributiva di materiale"** relativo alla manifestazione. Quindi applicando alla lettera la legge se l'inservente del salumiere portasse le cartoline relative al sopra menzionato concorso del prosciutto ad una cliente della bottega, questo inservente sarebbe passibile di una sanzione minima di 50.000 euro. Immaginiamo che questo non fosse quello che aveva in

mente chi ha scritto questa infelice norma, ma la lettera della legge è così strutturata:

La sanzione: cioè la sanzione da 50.000 a 500.000 euro

è altresì applicabile nei confronti di

tutti i soggetti: non è fatta alcuna distinzione, quindi si dovrebbe intendere qualsiasi persona fisica e giuridica, dalla grande società distributrice, al piccolo negoziante, al fattorino;

che in qualunque modo: anche qui non è fatta alcuna distinzione, quindi si dovrebbe ritenere valida qualsiasi modalità di partecipazione alla distribuzione, dalla messa a disposizione di una catena di vendita fino all'inserimento che consegna materialmente il materiale ai clienti;

partecipano all'attività distributiva di materiale: anche per l'attività distributiva non si specifica cosa si debba intendere, e alla lettera si potrebbe ritenere attività distributiva, come detto, anche la consegna del "materiale" al cliente da parte dell'ultimo dei commessi;

di concorsi a premio e di operazioni a premio vietati: ricordiamo che per concorso od operazione a premi vietati si deve intendere qualsiasi manifestazione a premio, anche di valore, durata e diffusione limitati, che violi una delle disposizioni contenute nel DPR 430/01 (es. mancata presenza del notaio all'estrazione di un concorso).

Probabilmente con questa riforma si volevano colpire gravi fenomeni di violazione del monopolio statale dei giochi e delle scommesse, tuttavia per incapacità o grande disattenzione (o peggio per dolo) di chi ha predisposto queste norme, le sanzioni (da 50.000 a 500.000 euro) sono di portata generale e possono colpire indistintamente ed in pari misura tanto il grande imprenditore senza scrupoli, che cerca facili guadagni violando il monopolio di Stato sui giochi, quanto il

piccolo commerciante che vorrebbe incrementare le vendite del proprio negozio al dettaglio con piccola estrazione a sorte senza presenza del notaio (ed in mezzo ci sono tantissimi casi di onesti operatori commerciali che per una semplice svista potrebbero vedere gravemente compromessa la propria attività se dovessero incappare in queste elevatissime sanzioni).