

# **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

---

# Delega concorso a premi – Rossi & Martin consulenza per imprese e agenzie pubbлицitarie

## Delega concorso a premi – **ROSSI & MARTIN** consulenza per agenzie pubbлицitarie e imprese

Grazie alla delega da parte del promotore e alla domiciliazione presso il nostro Studio, oltre a provvedere all'espletamento di tutte le pratiche amministrative necessarie per la regolarità della manifestazione a premi, conserviamo tutti i documenti necessari, da esibire in caso di controlli da parte delle Autorità competenti, presso lo Studio di B.go Ronchini n. 3 a Parma.

Per realizzare un concorso a premi ovunque tu sia affidati a **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

Delega concorsi a premi

Il nostro studio è delegato da oltre 10 anni ad occuparsi della parte burocratica dei concorsi e delle operazioni a premi.

Delega concorsi a premi nei casi di promozioni organizzate da

## agenzie pubblicitarie

La delega viene sempre sottoscritta dal promotore, tuttavia spesso i nostri clienti non sono direttamente i promotori (cioè le aziende che con il concorso a premi pubblicizzano i propri prodotti/servizi) ma le agenzie pubblicitarie incaricate dal promotore di realizzare la promozione.

In questi casi, per mantenere l'indubbia prevalenza del rapporto promotore – agenzia pubblicitaria mettiamo nella delega sia l'agenzia pubblicitaria che gli avv.ti Carlo Rossi e Luigi Martin. Quindi il promotore (cliente dell'agenzia) delega direttamente l'agenzia, insieme ai professionisti legali specificamente incaricati di provvedere alle parti legali/burocratiche della procedura. In questo modo, oltre a mantenere il rapporto promotore – agenzia anche per la pratica burocratica, l'agenzia dimostra di mettere in mano le questioni legali/burocratiche a degli avvocati specializzati. Normalmente la fatturazione avviene da parte nostra nei confronti dell'agenzia, comunque se richiesto può avvenire anche direttamente nei confronti del promotore.

## Delega concorso a premi

Il servizio comprende:

domiciliazione presso lo Studio; pratica per il versamento della cauzione o per il rilascio della fideiussione assicurativa; redazione del regolamento; pubblicazione su Internet del regolamento; comunicazione al Ministero modelli PREMA CO/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.

Per vedere il dettaglio di tutti questi servizi vai alla

pagina [come fare un concorso a premi](#)

Delega concorso a premi

Nel nostro lavoro professionale siamo sempre in contatto con il competente [Ministero dello Sviluppo Economico](#)

Per realizzare un concorso a premi ovunque tu sia affidati a **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

Delega concorso a premi



Delega concorso a premi  
– affida la pratica legale/burocratica del concorso a premi agli avvocati Rossi & Martin e pensa solo alla promozione commerciale

---

**Come fare un concorso a**

# premi? Rossi & Martin consulenza per agenzie pubblicitarie e imprese

## Come fare un concorso a premi – **ROSSI & MARTIN** consulenza per agenzie pubblicitarie e imprese

Come fare un concorso a premi?

Per realizzare un concorso a premi ovunque tu sia affidati a **ROSSI & MARTIN**

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

provvediamo al disbrigo di tutta la pratica per l'organizzazione della manifestazione a premio, con possibilità di delega integrale e domiciliazione.

Il servizio comprende:

- [delega e domiciliazione presso lo Studio;](#)
- [pratica per il versamento della cauzione o per il rilascio della fideiussione assicurativa;](#)
- [redazione del regolamento;](#)
- [pubblicazione su Internet 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.

Abbiamo esperienza sia in materia di concorsi tradizionali che di concorsi a premio via SMS e via Internet e Facebook, nonché gratta e vinci.

I nostri Clienti sono sia le aziende che promuovono direttamente il concorso sia le agenzie di pubblicità che per conto del Cliente ci delegano la parte legale/amministrativa del concorso.

Come fare un concorso a premi?

Le questioni sono tante e la normativa complessa, ma con Rossi & Martin diventa tutto semplice e potrai pensare solo all'aspetto pubblicitario e di marketing.

Come fare un concorso a premi?

La cauzione per la garanzia dei premi, la redazione e pubblicazione del regolamento con tutti i requisiti di legge, la comunicazione del regolamento al Ministero per lo Sviluppo Economico, l'estrazione dei vincitori o le altre modalità di identificazione dei vincitori (gratta e vinci, Facebook, etc.), la verbalizzazione della consegna dei premi ai vincitori e la chiusura del concorso, nonché gli aspetti fiscali. Un vero rompicapo, ma se ci deleghi facciamo tutto noi e tu puoi pensare solo agli aspetti pubblicitari e commerciali della promozione.

Come fare un concorso a premi?

Per realizzare un concorso a premi ovunque tu sia affidati a  
**ROSSI & MARTIN**

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



Come fare un concorso a premi con Rossi & Martin, telefona subito 0521 223260 – 0187 732272 e iniziamo la pratica

---

## Normativa concorsi a premi

**Normativa concorsi a premi – ROSSI & MARTIN** Consulenza per agenzie pubblicitarie e imprese

La normativa concorsi a premi è regolata dal dpr 430/01 (dpr n. 430 del 26 ottobre 2001).

### **Cosa si intende per manifestazioni a premio**

Per la normativa concorsi a premi anzitutto le manifestazioni a premio si distinguono in operazioni e concorsi.

Le operazioni a premio sono quelle che prevedono un premio per tutti coloro che acquistano un determinato quantitativo di prodotti o servizi, e ne offrono la documentazione,

raccogliendo e consegnando un certo numero di prove documentali di acquisto (anche su supporto magnetico), nonché le offerte di un regalo a tutti coloro che acquistano o vendono un determinato prodotto o servizio. Rientrano inoltre fra le operazioni a premio anche quelle nelle quali, all'acquirente di uno o più prodotti o servizi promozionali, viene offerta in premio la possibilità di ottenere, previa presentazione di un numero determinato di prove di acquisto, ma con l'aggiunta di un contributo di spesa, un diverso prodotto o servizio a prezzo scontato. In questo caso la nuova normativa prevede che il contributo di spesa non deve essere superiore al 75 % del costo del prodotto o servizio.

Nei concorsi a premio, invece, secondo la normativa concorsi a premi, l'attribuzione dei premi offerti dipende dalla sorte o dall'abilità dei candidati. In particolare, il concorso può prevedere che il vincitore sia designato meramente a sorte, oppure che quest'ultimo possa interagire con la propria abilità all'assegnazione del premio, come nel caso di adempiere per primi una determinata attività, rispondere esattamente a quesiti o eseguire lavori (la cui valutazione è riservata a terze persone o a speciali commissioni).

### **I soggetti promotori**

Le manifestazioni a premio, per la normativa concorsi a premi, possono essere organizzate dalle imprese produttrici o distributrici dei beni o servizi promozionati.

Possono essere effettuate anche dalle organizzazioni rappresentative dell'associazionismo economico costituite sotto forma di consorzi e società anche cooperative.

### **Delega ad agenzie di promozione ed operatori professionali**

Secondo la normativa concorsi a premi i soggetti promotori possono delegare agenzie di promozione, od operatori professionali (come lo studio ROSSI & MARTIN), a rappresentarli in tutti gli adempimenti relativi alle manifestazioni, compresa la domiciliazione e la conservazione di tutta la documentazione, nonché a prestare la cauzione

necessaria a garantire l'operazione.

### **I concorrenti**

Le manifestazioni a premio possono essere svolte non solo a favore di consumatori finali, ma anche di rivenditori, intermediari, concessionari, collaboratori e dipendenti. In questi casi i premi possono essere previsti anche in relazione alle vendite effettuate.

La partecipazione alle manifestazioni a premio deve essere gratuita, salvo il contributo per le necessarie spese di spedizione e/o telefoniche.

### **I premi**

Per la normativa concorsi a premi i premi possono consistere in beni, servizi, sconti di prezzo o buoni per ottenere beni o servizi.

Sono vietati i premi consistenti in danaro, titoli pubblici e privati, nonché quote societarie, fondi comuni di investimento e polizze assicurative sulla vita.

Sono escluse dalla regolamentazione (e quindi ne è libera l'organizzazione) le operazioni con premi costituiti da sconti o quantità aggiuntive su prodotti e servizi dello stesso genere di quelli acquistati, e con premi consistenti in sconti su prodotti differenti, quando gli sconti non siano offerti al fine di promuovere il prodotto acquistato.

### **Procedura di premiazione**

Nei concorsi l'assegnazione dei premi deve essere effettuata alla presenza di un notaio o del responsabile della tutela del consumatore della camera di commercio.

I premi non richiesti o non assegnati devono essere devoluti a organizzazioni non lucrative, previamente indicate nel regolamento del concorso.

Il notaio o il funzionario verificano la regolarità del procedimento e redigono processo verbale delle operazioni.

Nessuna supervisione del notaio o del funzionario, invece, è prevista per l'assegnazione dei premi nelle operazioni a premio.

## **Gli adempimenti per effettuare la manifestazione**

Per rispettare la normativa concorsi a premi se si intende svolgere un concorso a premio è necessario darne comunicazione, quindici giorni prima dell'inizio, al Ministero dello Sviluppo Economico, attraverso compilazione di appositi moduli.

Insieme alle comunicazioni è necessario presentare il regolamento del concorso e la documentazione comprovante l'avvenuto versamento della cauzione.

Per le operazioni a premio, invece, non è necessaria la comunicazione, ma è sufficiente redigere il regolamento, autocertificato con dichiarazione sostitutiva di atto notorio, che va conservato presso la sede dell'impresa per tutta la durata della manifestazione e per i 12 mesi successivi alla sua conclusione (va comunque fatta la comunicazione relativa alla fideiussione a garanzia dei premi).

Questi adempimenti, si ricorda, possono essere legittimamente delegati ad operatori professionali del settore.

## **Il regolamento**

Il regolamento, da predisporre per le manifestazioni a premio, deve contenere l'indicazione del soggetto promotore, della durata, dell'ambito territoriale, delle modalità di svolgimento della manifestazione, della natura e del valore indicativo dei singoli premi messi in palio, del termine di consegna, nonché delle organizzazioni non lucrative alle quali devolvere i premi non richiesti o non assegnati nei concorsi.

Il regolamento deve inoltre essere messo a disposizione del consumatore. Il materiale promozionale o informativo della manifestazione, se non contiene o non è accompagnato dal regolamento, deve riportare almeno le condizioni di partecipazione, la durata della manifestazione e, per i concorsi a premio, il valore complessivo dei premi messi in palio.

Sono consentiti i messaggi che, in relazione alle diverse caratteristiche dei mezzi audiovisivi e degli spazi utilizzati, non contengano tutte le indicazioni richieste,

fatto salvo l'obbligo di rinvio specifico al regolamento, con indicazione delle modalità di acquisizione o di consultazione. Così prevede la normativa concorsi a premi.

### **La cauzione**

Per garantire l'effettiva corresponsione dei premi promessi, la normativa concorsi a premi prevede che chi intende svolgere sia un concorso che un'operazione a premio, deve prestare una cauzione.

Nei concorsi la cauzione sarà pari al valore complessivo dei premi promessi, nelle operazioni invece sarà pari al 20 % del valore dei premi.

Sempre nelle operazioni, la cauzione non sarà necessaria se il premio è consegnato al momento dell'acquisto del prodotto promosso.

La cauzione, a favore del Ministero delle attività produttive, ha scadenza non inferiore ad un anno dalla conclusione della manifestazione, e può essere prestata, oltre che con deposito in denaro, in titoli di Stato o garantiti dallo Stato, anche con fidejussione bancaria o assicurativa.

La cauzione verrà incamerata dal Ministero in caso di violazioni riscontrate dal notaio o dal funzionario nella consegna dei premi, o a seguito di mancata corresponsione degli stessi, denunciata dai partecipanti.

### **Durata e termini**

I concorsi devono avere una durata non superiore ad un anno, mentre le operazioni a premio non superiore a cinque anni dalla data dell'inizio degli stessi.

I premi, per la normativa concorsi a premi, devono essere consegnati entro sei mesi dalla conclusione della manifestazione o dalla data di richiesta degli stessi.

### **Manifestazioni vietate**

Sono vietate le manifestazioni che non garantiscano la pubblica fede e la parità di trattamento e di opportunità per tutti i partecipanti.

Sono vietate anche le manifestazioni che non abbiano scopo

promozionale , e che quindi vadano a ledere il monopolio di Stato su giochi e scommesse.

Non sono consentite le manifestazioni che turbino la concorrenza in relazione ai principi comunitari.

Sono vietate, infine, manifestazioni a premio relative a prodotti per i quali è vietata la pubblicità. Così prevede la normativa concorsi a premi.

### **Sanzioni**

Le sanzioni in caso di violazione della normativa concorsi a premi, sono differenziate in base alla gravità delle irregolarità commesse e prevedono anche la pubblicazione del provvedimento sanzionatorio stesso a spese del promotore secondo le modalità stabilite dal Ministero dello Sviluppo Economico.

L'intero impianto sanzionatorio è stato rivisto ed in parte inasprito dal Decreto legge n. 39/2009 convertito con modificazioni nella legge n. 77/2009.

In sintesi, per la normativa concorsi a premi sono previste delle sanzioni in caso di organizzazione di un concorso a premi vietato, in caso di mancata o tardiva comunicazione al Ministero dell'avvio della manifestazione a premi, ed in caso di svolgimento del concorso secondo modalità differenti rispetto a quanto comunicato al Ministero.

In caso di effettuazione di concorsi ed operazioni a premio di cui e' vietato lo svolgimento si applica la sanzione amministrativa da euro 50.000,00 ad euro 500.000,00. La sanzione e' raddoppiata nel caso in cui i concorsi e le operazioni a premio siano continuati quando ne e' stato vietato lo svolgimento.

La sanzione e' 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 inoltre 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. La notizia dell'erogazione della sanzione è pubblicata a spese del soggetto promotore.

Nel caso di effettuazione di concorsi senza invio della comunicazione al Ministero, è prevista la sanzione amministrativa da 2.065,83 a 10.329,14 Euro (ridotti del 50 % per la comunicazione tardiva, effettuata comunque prima della contestazione).

Nel 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 Euro.

Le sanzioni sono ridotte a un sesto del massimo se pagate entro 30 giorni dalla notifica.

**Non è necessario che ti studi la normativa concorsi a premi: per le pratiche burocratiche previste dalla normativa concorsi a premi ovunque tu sia affidati allo studio di avvocati **ROSSI & MARTIN**.**

Lavoriamo in continuo contatto con il competente [Ministero dello Sviluppo Economico](#)

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



normativa concorsi a premi –

per la pratica legale-  
burocratica affidati a ROSSI  
& MARTIN

---

## **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 ed 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](http://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](http://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'inseriente 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).