

Informazioni generali

N. 1) D. - L'atto 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 redatto con particolari formalità e deve essere a tempo determinato? E' consentita la subdelega ?

R. - 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.

La delega può riguardare una o più operazioni della manifestazione a premio.

E' vietato per un soggetto delegato conferire delega a terzi anche se vi è consenso del delegante. Spetta invece al delegante, eventualmente, procedere direttamente ad attribuire delega di specifiche fasi a soggetti diversi.

N. 2) D. - Esiste un albo delle agenzie di promozione/pubblicità delegabili?

R. - Non esiste alcun albo delle agenzie di promozione.

N. 3) D. - Quali soggetti possono essere promotori di una manifestazione a premio?

R. - Premesso che promotore è il soggetto nel cui interesse, in tutto o in parte commerciale, è svolta la manifestazione a premio, poichè esso, attraverso la promessa di premi, consegue un vantaggio economico derivante dalla conoscenza del proprio marchio, della propria ditta, della propria insegna, dei propri prodotti o dalla vendita degli stessi, legittimati a svolgere le manifestazioni a premio sono esclusivamente i soggetti iscritti nel Registro delle imprese e non le persone fisiche, anche se titolari di partita I.V.A..

Le associazioni senza fini di lucro, i comitati, gli enti morali, le Onlus possono espletare esclusivamente manifestazioni di sorte locale con le modalità ed i limiti di cui agli articoli 13 e 14 del citato d.P.R. n. 430/2001. Al di là del *nomen iuris* e dell'oggetto sociale principale di natura culturale, ricreativa, etc. che caratterizza tali enti, essi possono risultare promotori di manifestazioni a premio qualora siano comunque iscritti nel Registro imprese. Infatti, come chiarito con circolare n. 3407/C a firma del Ministro dell'ex Ministero dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato (oggi Ministero sviluppo economico), le associazioni, le fondazioni e gli altri soggetti collettivi che esercitano un'attività di impresa in via esclusiva o principale devono iscriversi nel Registro imprese.

Le iniziative, aventi carattere di manifestazione a premio, svolte da soggetti che non rientrano nelle succitate categorie sono vietate e sottoposte ad una sanzione amministrativa pecuniaria da una a tre volte l'IVA sul montepremi posto in palio.

Rimangono ferme le ipotesi di esclusione di cui alla lettera e), comma 1, del citato d.P.R. n. 430/2001 quando le manifestazioni hanno finalità eminentemente sociali o benefiche.

N. 4) D. - Qualora un'impresa estera intenda organizzare in Italia una manifestazione a premio può, in alternativa all'istituto della rappresentanza fiscale, avvalersi del sistema di identificazione diretta ?

R. – Sì, in quanto l'art. 35-ter del d.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633, come modificato dal decreto legislativo 19 giugno 2002, n. 191, ha introdotto l'istituto dell'identificazione diretta, di cui però può avvalersi esclusivamente il soggetto non residente, ma appartenente ad un altro Stato membro UE ovvero ad un Paese terzo con cui l'Italia abbia stipulato accordi che consentano una cooperazione amministrativa, per assolvere in proprio gli obblighi ed esercitare i diritti in materia di Iva. In assenza di accordo tra il Paese terzo e l'Italia dovrà trovare applicazione l'istituto della rappresentanza fiscale.

N. 5) D. – Un'impresa estera può svolgere una manifestazione a premio in territorio italiano? Deve presentare comunicazione in Italia? La manifestazione a premio può coinvolgere più Paesi ?

R. – Anche le imprese estere possono svolgere manifestazioni a premio in Italia ma, in ossequio al principio della territorialità sancito dall'art. 1, comma 6, del d.P.R. n. 430/2001 e, per consentire agli organi amministrativi della Repubblica italiana di espletare attività di controllo istituzionale sul corretto andamento delle iniziative premiali, occorre distinguere.

Le imprese aventi sede legale in uno degli Stati appartenenti all'Unione Europea applicano la normativa propria di quello Stato mentre l'Italia vigilerà ai soli fini della tutela degli interessi dei consumatori. Ciò in ossequio alla disciplina in materia di commercio elettronico di cui al decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70 e ss.mm.ii..

Le imprese aventi sede legale in uno Stato non appartenente all'Unione Europea devono invece nominare il rappresentante fiscale in Italia o avvalersi dell'istituto dell'identificazione diretta, di cui al decreto legislativo n. 191/2002, sempre che, in tal ultimo caso, l'Italia abbia stipulato accordo di cooperazione amministrativa, al fine di adempiere secondo la normativa italiana in materia di manifestazioni a premio.

N. 6) D. – Il server di cui si avvale il sito Internet dell'impresa promotrice per lo svolgimento di una manifestazione a premio deve essere ubicato necessariamente in territorio italiano ?

R. – Fermo restando che per le imprese aventi sede legale nella UE trova applicazione quanto detto nella precedente FAQ n. 5, se un'impresa estera (cioè non appartenente alla UE) o ubicata in Italia intende svolgere in territorio italiano una manifestazione a premio avvalendosi di una piattaforma cloud o comunque di un server allocato all'estero per quanto riguarda la raccolta dei dati di partecipazione, è necessario che utilizzi un sistema di *mirroring* (non sono ammessi sistemi analoghi), fermo restando che le fasi eliminatorie e le operazioni di individuazione dei vincitori/assegnazioni premi attraverso un software devono necessariamente avvenire su server allocato in Italia. In via esemplificativa deve essere allocato in territorio nazionale il software che permette di gestire sistemi di preferenza, sistemi randomici di individuazione, sistemi di interazione tra utenti, sistemi che sfruttano abilità di gioco.

L'osservanza di tali indicazioni consente la partecipazione anche dal resto del mondo.

N. 7) D. – Qualora un’impresa intenda utilizzare un social network con server allocato all’estero quali regole deve seguire ?

R. – Nel caso in cui, per partecipare ad un concorso a premio, l'unico canale di partecipazione sia il social network (con server estero) questi deve essere associato e per il Ministero non hanno valore le dichiarazioni di esonero di responsabilità del social riportate sulle loro pagine.

In presenza di più canali, invece, non è necessaria l’associazione del social quando coloro che intendono partecipare al concorso a premio al momento dell’inizio del concorso risultino già iscritti al social network. E’ evidente, in tal caso, che il soggetto promotore o suo delegato debbano verificare che l’iscrizione prima della data di inizio del concorso risponda al vero, sicchè si suggerisce di scrivere nel regolamento che il promotore/delegato si riserva il diritto di chiedere ai partecipanti e/o vincitori, in qualsiasi momento della manifestazione a premio, la prova dell’iscrizione al social network prima della data di inizio del concorso a premio e che, qualora essa non sia fornita, il partecipante e/o vincitore verrà escluso. Qualora dovessero pervenire segnalazioni circa il fatto che un partecipante in realtà si sia iscritto dopo la data di inizio, ne risponderà direttamente l’impresa non avendo garantito la pari opportunità per tutti i partecipanti, ciò che darà luogo ad un’ipotesi di manifestazione vietata, specificamente sanzionata.

Se poi in una fase della meccanica si favorisce la partecipazione tramite il social network rispetto ad altri canali di partecipazione, in tal caso il social network va associato. Per Facebook, nel caso in cui la meccanica consentisse la partecipazione/registrazione solo attraverso Fb connect (quindi senza opzione aggiuntiva mail e password), sarà necessario che il partecipante sia iscritto a Facebook prima della data di inizio del concorso e che i dati personali estratti dall’archivio di Fb siano in automatico registrati su server allocato in Italia.

In ossequio al principio della territorialità sancito dall’art. 1, comma 6, del d.P.R. n. 430/2001 ma – allo stesso tempo - al fine di non pregiudicare l’attività promozionale delle imprese, la divisione consente alle stesse, in caso di piattaforma cloud o comunque di server allocato all’estero, di utilizzare anche applicazioni di terzi soggetti, quali ad esempio la funzione "Mi piace", così come l’archiviazione dei dati di partecipazione al concorso e degli eventuali contenuti caricati dagli utenti (foto, elaborati, video, etc.) purchè per tali azioni sia previsto l’utilizzo di sistemi *mirroring* (e non sistemi analoghi). A tal fine, nel regolamento del concorso il soggetto promotore specificherà espressamente la propria assunzione di responsabilità qualora, in caso di contestazioni, non sia in grado di dimostrare che il sistema abbia funzionato correttamente e che eventuali pregiudizi siano dipesi da causa a lui non imputabile. Conseguentemente il promotore dovrà presentare - tra i documenti che vengono trasmessi al Ministero – una perizia che contenga i seguenti elementi: generalità dell’esperto; generalità del committente; descrizione sommaria delle specificità del concorso quali denominazione, durata, estensione territoriale, principi generali della meccanica di svolgimento; il luogo in cui è residente il sistema utilizzato (software, etc.), con particolare riguardo alle esigenze di territorialità richieste dall’art. 1, comma 6, del d.P.R. n. 430/2001; le eventuali “ordinarie spese di partecipazione” di cui all’art. 1, comma 5, del d.P.R. n. 430/2001; dichiarazione di essere o meno lo sviluppatore/produttore del sistema; descrizione generale del sistema; descrizione particolareggiata dei suoi elementi; metodi di intervento adottati nell’effettuazione delle prove; analisi dei problemi riscontrati; ipotesi su eventuali geni delle situazioni critiche; eventuali conseguenze accadute o prevedibili; eventuali soluzioni proposte; giudizio finale sul sistema nel suo complesso con

particolare riguardo alle dichiarazioni di sicurezza e non manomettibilità richieste dal d.P.R. n. 430/2001 e dalla circolare n. 1/AMTC del 2002, al fine di garantire il rispetto dei principi indicati dall'art. 8, comma 1, lett. a) del citato decreto.

Invece, le fasi eliminatorie e le operazioni di individuazione dei vincitori/assegnazioni premi attraverso un software devono necessariamente avvenire su server allocato in Italia. In via esemplificativa deve essere allocato in territorio nazionale il software che permette di gestire sistemi di preferenza, sistemi randomici di individuazione, sistemi di interazione tra utenti, sistemi che sfruttano abilità di gioco.

Si richiamano le linee guida fornite dal Garante per la privacy in data 19 marzo 2015 circa il trattamento di dati personali per profilazione on line che ricorda l'obbligo per le società dell'informazione (rif. decreto legislativo n. 70/2003 e ss.mm.ii.) e pertanto per le imprese promotrici di richiedere, ai sensi dell'art. 13 del Codice privacy di cui al decreto legislativo n. 196/2003, espresso consenso: 1° alla profilazione dei dati personali (cioè analisi ed elaborazione di informazioni relative a utenti o clienti, al fine di suddividere gli interessati in "profili", ovvero in gruppi omogenei per comportamenti o caratteristiche più specifici, con l'obiettivo di pervenire all'identificazione inequivoca del singolo utente ovvero del terminale e per il suo tramite, anche del profilo, appunto, di uno o più utilizzatori di quel dispositivo); 2° al trattamento dei dati per le finalità esclusivamente di partecipazione alla manifestazione a premio. I due consensi devono comunque essere sempre espressi per ogni manifestazione a premio organizzata da una stessa impresa che si avvalga di un social network. Ovviamente, relativamente al 1° consenso l'utente dovrà essere reso pienamente edotto della modalità di conferma delle manifestazioni di volontà già espresse, in qualità di utente non autenticato, in precedenti manifestazioni a premio. Tale regola si applica comunque a tutti i concorsi che utilizzano piattaforme informatiche. In caso di partecipazione attraverso Fb connect l'impresa deve specificare nel regolamento che la partecipazione sarà sottoposta al doppio consenso da parte del consumatore - uno relativo alla profilazione e l'altro al rilascio del consenso privacy.

N. 8) D. - Quando si configura l'associazione di imprese nelle manifestazioni a premio ?

R. - 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 altre 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 o marchio.

Configurandosi l'associazione, tutti i soggetti sono responsabili in solido per le obbligazioni assunte nei confronti dei promissari e per il pagamento delle sanzioni.

Quando tuttavia uno specifico rivenditore plurimarche mette in promozione un determinato prodotto, in linea generale non deve associare l'impresa produttrice, fermo restando che occorrerà verificare in concreto se gli effetti pubblicitari dell'iniziativa premiale determinino uno specifico interesse commerciale anche per il produttore.

N. 9) D. - Le Camere di Commercio sono legittimate a chiedere alle imprese o ai soggetti delegati tutta la documentazione inerente i concorsi a premio ?

R. - L'art. 9 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 demanda ai notai o alle Camere di Commercio competenti per territorio le funzioni di verbalizzazione delle operazioni inerenti i concorsi a premio. Pertanto, nell'esercizio delle loro funzioni di garanti della fede pubblica, tali soggetti sono legittimati a richiedere alle imprese o ai soggetti delegati, oltre alla documentazione prescritta per gli adempimenti, anche quegli atti che ritengono utile esaminare, sia nella fase di ausilio per la compilazione dei quadri di cui si compone il servizio telematico Prema on line quando occorre effettuare comunicazione ai sensi dell'art. 10 del citato d.P.R. n. 430/2001, sia per coadiuvare il Ministero nell'attività di controllo.

Premi

N. 10) D. - Come deve essere interpretato il concetto di minimo valore al fine di escludere l'iniziativa dalla normativa sui concorsi e le operazioni a premio ?

R. - La lettera d), comma 1, dell'art. 6 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 si riferisce alle manifestazioni a premio che conferiscono come premi piccoli omaggi ai consumatori, sempre che essi non siano assegnati a seguito dell'acquisto di un determinato prodotto al fine di incentivarne la vendita o non siano legati ad un determinato valore di acquisto prescindendo dalla natura del bene acquistato.

Quanto alla nozione di *minimo valore* e al suo ambito applicativo, si ritiene possa considerarsi superata l'interpretazione fornita con circolare 28 marzo 2002, n. 1/AMTC, a firma del Ministro, che aveva rinviato all'esemplificazione contenuta nell'art. 107 del Regolamento sui servizi del lotto approvato con regio decreto legge 25 luglio 1940, n. 1077 nella parte in cui detto valore era assimilato a quello del lapis, della bandierina, del calendario e di oggetti ad essi simili.

Infatti, con parere pervenuto al Ministero prot. 0089655 del 10 marzo 2017, l'Agenzia delle Entrate ha chiarito che, *"in base alla normativa fiscale....., i premi corrisposti nell'ambito di iniziative promozionali attraverso estrazioni oppure ulteriori parametri, sono soggetti, in linea di principio alla applicazione della ritenuta a titolo di imposta se di ammontare complessivo superiore a 25,82 euro , nel caso in cui i premi assegnati non superino la soglia di 25,82 euro, gli stessi non devono essere assoggettati al regime delle ritenute di cui all'art. 30, comma 1, del D.P.R. n. 600 del 1973. Di converso, qualora nel corso del periodo di imposta vengano corrisposti allo stesso soggetto premi che, seppure di valore unitario pari o inferiore ad euro 25,82, sommati fra loro oltrepassino tale soglia, sarà necessario applicare la ritenuta (del 25 per cento) sull'intero ammontare dei premi corrisposti."*

Conseguentemente, in linea generale può affermarsi, alla luce del parere fornito dall'Amministrazione competente in materia fiscale sulle manifestazioni a premio, che iniziative premiali che non prevedano – quale condizione di partecipazione – l'acquisto di uno o più prodotti, rientrano nell'ipotesi di esclusione succitata solo qualora il singolo premio assegnato ad un partecipante sia pari o inferiore a euro 25,82 ed il soggetto promotore dell'iniziativa non potrà consentire che una stessa persona vinca più di un premio superando quel valore (euro 25,82) nel medesimo periodo di imposta corrispondente all'anno solare.

In assenza di specificazioni, si ritiene applicabile l'interpretazione più restrittiva che considera il valore dei premi posti in palio al lordo dell'IVA così come l'applicabilità dell'ipotesi di esclusione solo nel caso in cui tutti i premi siano di valore non superiore ad eu 25,82.

N. 11) D. - Cosa è necessario specificare nel regolamento di svolgimento di una manifestazione a premio quando i premi consistono in viaggi ?

R. – Con sentenza del 18 ottobre 2012 la Corte di Giustizia Europea si è pronunciata sul significato del punto 31 Allegato I della direttiva 2005/29/CE relativo alle pratiche commerciali sleali.

In particolare, in tema di viaggi il giudice ha affermato che è necessario fornire al consumatore un'informazione chiara e comprensibile, vietando inoltre di porre a carico dello stesso azioni che altrimenti non avrebbe compiuto, compreso il sostenimento di costi anche irrisori. Conseguentemente, l'indirizzo della divisione è quella di specificare nel regolamento di svolgimento di un concorso a premio quanto più possibile, ed in particolare il periodo di durata del viaggio (data di partenza e di ritorno) e luogo di partenza, se il soggiorno prevede esclusivamente un bed&breakfast oppure una mezza pensione o una pensione completa. Il giudice europeo evidenzia inoltre che rilevante è la terminologia adoperata dalle imprese. Pertanto, se nel regolamento si fa parla di viaggio, il premio non può escludere le spese di trasporto per recarsi nella località del soggiorno e rientrare, a meno che non venga utilizzato il termine "soggiorno". Va poi chiarito nel regolamento se le spese di trasporto per recarsi dalla propria abitazione alla stazione dei treni o dell'aeroporto e ritornare alla propria abitazione siano a carico dell'impresa o del consumatore. In tale ultimo caso, se non specificato, esse rimangono a carico del promotore. Sono invece sempre a carico dell'impresa promotrice le spese assicurative e aeroportuali cioè quelle voci di cui si compone il biglietto di trasporto, che – se mancanti – renderebbero illusorio il premio.

Nel caso in cui tra la data di assegnazione del premio (individuazione del vincitore) e la data di fruizione del viaggio intercorra un lasso di tempo non superiore a trenta giorni, tenuto conto dei tempi burocratici per il disbrigo delle pratiche necessarie ad ottenere i documenti di partenza (visti, documenti di identità, passaporti) e non rendere illusorio il premio vinto, sarebbe anche opportuno per i soggetti promotori, al fine di non incorrere in possibili contenziosi con i vincitori, curare direttamente il rilascio dei documenti. Ciò non costituisce un obbligo per le imprese ma una mera facoltà che la divisione ritiene di rappresentare alla luce delle segnalazioni pervenute nel tempo.

N. 12) D. - E' consentita la consegna di un bene mobile registrato nei pubblici registri a prescindere dall'immatricolazione ?

R. - Sì, purchè il bene non transiti nella pubblica via.

N. 13) D. - Esiste un obbligo temporale entro cui le imprese devono comunicare la vincita ai partecipanti ? E' consentito alle imprese prevedere che il premio debba essere fruito entro tempi ristretti ?

R. - Il d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 nulla prevede al riguardo. Tuttavia è opportuno scegliere il canale di comunicazione almeno analogo a quello utilizzato come strumento di diffusione della manifestazione a premio e adottare modalità che assicurino al vincitore di ricevere notizia della vincita. A tal fine, se il regolamento prevede che la comunicazione avvenga tramite telefono, sarà anche necessario specificare che le telefonate siano distribuite nell'arco dell'intera giornata con ripetizione per almeno un congruo numero di giorni anche non consecutivi ma intervallati ed in fasce orarie diverse. Allo stesso modo, al fine di dare prova di aver

provveduto a comunicare le vincite, è opportuno che l'impresa sia in grado di dimostrare di aver effettuato più tentativi telefonici.

Il promotore potrà definire in regolamento il tempo di fruizione del premio, fatto salvo il principio di ragionevolezza per il quale si dovrà tener conto della natura del premio messo in palio. A tal fine, in caso di premio che implichi una somministrazione nel tempo, l'impresa promotrice dovrà prestare una garanzia che si protragga fino ad un anno successivo alla scadenza della stessa somministrazione trasmettendo lettera al vincitore, che dovrà essere firmata per accettazione, nella quale sia esplicitata l'assunzione dell'obbligazione a carico dell'impresa.

N. 14) D. - Un'impresa promotrice che intende organizzare un concorso a premio avvalendosi della facoltà di rivalsa, quali procedure deve seguire per inviare la dovuta comunicazione dei premi alternativi posti in palio ?

R. - Per comunicare tramite il servizio telematico Prema on line l'elenco dei premi alternativi nel caso di concorsi per i quali il promotore intenda avvalersi della facoltà di rivalsa prevista dall'art. 30 del d.P.R. 29 settembre 1973, n. 600, modificato dall'art. 19, comma 2, della legge 27 dicembre 1997, n. 449, si può utilizzare il quadro F - Premi (art. 4) - del modello suddetto, indicando nelle varie caselle le tipologie di premi fra loro alternativi (es.: televisore/lavatrice/frigorifero, etc.) e, quali relativi importi netti, i costi medi di mercato dei premi di valore maggiore, sui quali andrà calcolata la cauzione prevista dall'art. 7 del suindicato d.P.R. n. 430/2001.

N. 15) D. - E' possibile prevedere nel regolamento di una manifestazione a premio che il vincitore doni alla ONLUS il suo premio ?

R. - Premesso che questa è ipotesi diversa da quella indicata all'art. 10, comma 5, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, la donazione del premio alla ONLUS da parte del vincitore è possibile, sempre che tale eventualità sia contemplata nel regolamento e che il premio vinto sia un bene o un servizio per il quale non sussista il divieto indicato dall'art. 4 del citato d.P.R. n. 430/2001. Conseguentemente, è vietato consegnare alla ONLUS una somma di denaro che sia pari al valore del premio oggetto di donazione.

La volontà di donare il proprio premio deve essere espressa dal vincitore con una dichiarazione alla quale sia allegata copia di valido documento di identità del sottoscrittore donante.

Anche il premio donato alla ONLUS sarà sottoposto al regime fiscale sulle manifestazioni a premio.

N. 16) - D. E' possibile devolvere i premi non ritirati o non assegnati ad una ONLUS diversa da quella indicata nel regolamento di svolgimento del concorso a premio ? E' possibile dare premi diversi da quelli previsti nel regolamento di svolgimento del concorso a premio ? I premi da devolvere possono rientrare nella disponibilità del soggetto promotore in caso di rifiuto da parte della ONLUS ?

R. - La scelta di una ONLUS deve essere espressa in regolamento. Tuttavia, è consentito sostituire una ONLUS con un'altra, purchè la modifica al regolamento sia trasmessa al Ministero prima del termine del concorso a premio. Se la sostituzione dovesse essere effettuata in un momento successivo alla conclusione

dell'assegnazione dei premi, il notaio/funziionario camerale dovrà prenderne atto nel verbale di chiusura.

Tenuto conto delle finalità perseguite dalle ONLUS, si consente di sostituire i premi con altri aventi almeno lo stesso valore che possano essere ritenuti utili alle esigenze delle medesime ONLUS, ma è assolutamente vietato conferire denaro.

Nel caso in cui la ONLUS prescelta non accetti i premi non richiesti o non assegnati, il soggetto promotore dovrà necessariamente individuare un'altra ONLUS anche tenendo conto della natura dei premi e degli scopi specificamente perseguiti dall'organizzazione.

N. 17) D. – In considerazione della devoluzione dei premi alla ONLUS, ai sensi dell'art. 10, comma 5, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, cosa si intende per premio “non richiesto” , “non assegnato”, “rifiutato” ? Quando i premi consistono in viaggi oppure in biglietti per assistere a spettacoli o eventi sportivi come deve essere considerato l'eventuale loro “non utilizzo” da parte dei vincitori ?

Si definisce **non richiesto** il premio per il quale il partecipante che abbia vinto non invii i documenti richiesti per confermare la vincita o non lo ritiri per compiuta giacenza. E' **rifiutato** il premio alla consegna del quale il vincitore dichiara espressamente per iscritto di non accettarlo.

Si considera **assegnato**, anche se non ritirato, il premio il cui costo di acquisto sia sostenuto dal promotore e rimanga a suo carico anche in caso di mancato utilizzo da parte del vincitore, quali ad esempio viaggio acquistato ma non fruito, biglietto per assistere a specifiche partite di calcio o spettacoli non ritirato al botteghino, etc..

Il premio **non è assegnato** quando il vincitore non è correttamente identificato (a causa di dati anagrafici incompleti o non corretti) e/o qualora il numero di partecipanti al concorso sia inferiore al numero dei premi in palio.

N. 18) D. – Esiste un fac-simile di verbale di chiusura che tenga conto delle formalità previste dalla legge notarile ?

R. - Premesso che, come già chiarito in altra FAQ, l'intervento del notaio va formalizzato con atto pubblico, sia esso riferito ad estrazioni intermedie sia alla chiusura della manifestazione a premio, si rimanda al fac-simile di processo verbale di cui alla circolare n. 1/AMTC del 28 marzo 2002 e si riporta qui di seguito uno schema di verbale di chiusura dei concorsi a premio adeguato alle formalità previste per tali tipologie di atti dalla legge notarile 16 febbraio 1913, n. 89 e successive modificazioni, elaborato dal Consiglio Nazionale del Notariato su iniziativa del Ministero **(N.B. sono state sostituite le denominazioni ormai superate con quelle attualmente vigenti).**

(REPERTORIO N.) (RACCOLTA N.)

VERBALE DI CHIUSURA CONCORSO A PREMIO

(esempio – tipo elaborato con la collaborazione dell'Ordine Nazionale del Notariato)

NUMERO IDENTIFICATIVO M.I.S.E. (non obbligatorio).

(REPUBBLICA ITALIANA)

L'anno duemila....., il giorno X del mese di X in X, via X alle ore X
Avanti a me (*Dott. X, Notaio in X con studio in via X iscritto presso il Collegio dei Distretti Notarili di X senza assistenza dei testimoni per espressa e concorde rinuncia del comparente e mia*) **ovvero** (Funzionario responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica della Camera di Commercio di X o suo delegato)
è presente:

X il quale interviene al presente verbale nella sua qualità di X della Ditta: "X", con sede in X, via X, iscritta presso il Registro delle Imprese di X al n. X, Codice Fiscale: X e partita I.V.A. X;

(*comparente, della cui personale identità io Notaio sono certo, che*) in merito alla manifestazione a premio da essa promossa e denominata X, mi esibisce:

- il/i regolamento/i che qui si allega/no sotto la/e lettera/e "A" ovvero (*trovasi allegato/i sotto la/e lettera/e "X" all'atto del Notaio X di X in data X rep. n. X*);
- il/i verbale/i di assegnazione dei premi redatto/i in datale X dal (Notaio X di X rep. n. X)

ovvero (Funzionario), che in copia qui si allegano sotto la/e lettera/e "X"; e mi richiede di procedere alla stesura del verbale di chiusura della suddetta manifestazione a premio.

Aderendo alla richiesta, io (*Notaio*) **ovvero** (Funzionario)

PROCEDO

alla stesura del verbale di chiusura della manifestazione a premio.

I premi posti in palio sono stati conferiti secondo le modalità previste nel Regolamento e di seguito riportate:

con estrazione a sorte di n. X premi

(o)

con utilizzo di congegno, macchina, supporto magnetico o altro X (specificare) X di n. X premi;

(o)

per valutazione di giuria o commissione costituita da X di n. X premi;

(o)

altro (**specificare**) di n. X premi;

HO VERIFICATO:

- la perizia, effettuata e resa, in data X dal signor X, qualifica X, relativa al meccanismo utilizzato per l'assegnazione dei premi (art. 9, comma 1, d.P.R. n. 430/2001) che qui si allega sotto la lettera "X";

(o)

- la dichiarazione sostitutiva di atto notorio, redatta ai sensi del d.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445, relativa all'inserimento di titoli vincenti tra quelli non vincenti, resa in data X dal signor X (specificare la funzione ricoperta, art. 9, comma 2, d.P.R. n. 430/2001) che qui si allega sotto la lettera "X";

- che in data X è stata prestata cauzione, che il comparente dichiara commisurata all'effettivo valore dei premi posti in palio, di Euro X (art. 9, comma 3, d.P.R. n. 430/2001) mediante:

* deposito provvisorio in denaro o titoli (**indicare gli estremi**);

(o)

* fidejussione bancaria (**indicare gli estremi**).

Il rappresentante della Ditta promotrice X del concorso a premio in oggetto, signor X mi consegna l'elenco dei vincitori che qui si allega sotto la lettera "X" ed ATTESTA

- l'effettiva consegna, in data/e X dei premi ai vincitori;

(o)

- la messa a disposizione, in data/e X alla/e Organizzazione/i non lucrativa/e di utilità sociale (**specificare quale/i X**) dei premi non assegnati e/o non richiesti;

nonché mi consegna il modello CO/2 debitamente compilato che si allega al presente verbale sotto la lettera "X".

(Il comparente mi esonera dalla lettura degli allegati dichiarando di averne esatta conoscenza)

Copia del presente verbale sarà trasmessa a cura ("del Notaio" **ovvero** "del Funzionario" **ovvero** "della Ditta") al Ministero dello sviluppo economico - Direzione generale per il mercato, la concorrenza, il consumatore, la vigilanza e la normativa tecnica – Divisione X – Manifestazioni a premio. La stesura del presente verbale e le contestuali operazioni terminano alle ore X.

(Richiesto, io Notaio, ho ricevuto il presente atto che ho letto al comparente, il quale a mia interpellanza lo ha dichiarato pienamente conforme a verità ed alla sua volontà e con me lo firma in calce, unitamente agli allegati come per legge.

Consta di X fogli dattiloscritti da persona di mia fiducia su X intere pagine e quanto sin qui della presente X).

N.B.: Le parti in corsivo si applicano al verbale redatto da Notaio".

Si suggerisce comunque al notaio o funzionario camerale, in relazione all'esercizio delle funzioni che ad essi sono demandate, di assumere a verbale la dichiarazione del soggetto delegato a rappresentare il promotore se, relativamente allo specifico concorso a premio sia a conoscenza di fatti o atti con particolare riguardo ad eventuali contestazioni e/o provvedimenti sanzionatori emessi dal Ministero dello sviluppo economico o da altra Pubblica Autorità. Le anomalie riscontrate personalmente dal notaio o funzionario camerale andranno evidenziate dallo stesso.

N. 19) D. - Come può comportarsi una Camera di Commercio che, per scarso numero di dipendenti chiamati a svolgere le funzioni di responsabile della tutela del consumatore ai sensi dell'art. 9 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, non è in grado di assicurare la presenza nelle fasi di assegnazione dei premi ?

R. - Fermo restando che il Segretario generale della Camera di Commercio deve attestare la causa di impossibilità ad assicurare la presenza dei suoi dipendenti mediante atto da trasmettere al Ministero, le Camere di Commercio delle province limitrofe potrebbero stipulare una convenzione affinché le funzioni vengano comunque svolte da funzionari camerale. Tuttavia la normativa offre anche la possibilità di rivolgersi ad un soggetto diverso, quale il notaio.

N. 20) D. - Nel regolamento di una manifestazione a premio deve essere specificato il valore indicativo dei singoli premi messi in palio? Per valore, si intende il prezzo d'acquisto o il prezzo di mercato ?

R. - Per valore indicativo del premio, così come previsto dall'art. 11 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, **deve intendersi il valore orientativo o prevalente di mercato e non il prezzo d'acquisto per l'impresa promotrice.**

N. 21) D. - Si chiede di conoscere il valore del premio oggetto della cauzione dovuta

R. - Nel regolamento, così come disposto dall'art. 11 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, va segnalato il *valore indicativo* del premio, individuato, come spiega la circolare del 28 marzo 2002, n. 1/AMTC nel *valore orientativo o prevalente* di mercato.

Il medesimo valore, rapportato all'epoca di avvio della manifestazione, è altresì, elemento da indicare sul servizio telematico Prema on line, e costituisce parametro cui fare riferimento per la prestazione della cauzione.

Pertanto, ai sensi dell'art. 7 del d.P.R. n. 430/2001, il valore da assumere quale imponibile della cauzione è il valore indicativo **al lordo di ogni altro onere** e al netto dell'onere fiscale.

N. 22) D. - E' possibile per il notaio o il funzionario della Camera di Commercio territorialmente competente prendere parte alle operazioni di assegnazione dei premi di cui all'art. 9, comma 1, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 ?

R. - L'art. 9, comma 1, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 prevede che ogni fase di assegnazione dei premi avvenga *alla presenza* di un notaio o di un responsabile della tutela del consumatore. Pertanto, la figura di garanzia non può rientrare tra i soggetti che eseguono le operazioni di assegnazione, anche perché la funzione che è loro richiesta dal legislatore è quella di verbalizzare ciò che in un determinato momento accade.

N. 23) D. - Come deve interpretarsi la disposizione contenuta all'art. 9, comma 1, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 ?

R. - La disposizione di cui all'art. 9, comma 1, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 secondo cui "*nei concorsi a premio ogni fase dell'assegnazione dei premi è effettuata alla presenza di un notaio o del funzionario responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica*" riveste il carattere della generalità, per cui essa è applicabile a tutti i casi in cui, predeterminato il momento di individuazione del vincitore, si proceda all'assegnazione dei premi con qualsiasi mezzo (manuale, meccanico, elettronico, con sistemi di telefonia, con software, con modelli matematici, etc..) o valutazione di terzi.

E' evidente che, in presenza di modalità per le quali il premio viene assegnato all'atto della partecipazione attraverso sistemi diversi quali *instant win*, di rinvenimento immediato del premio del tipo "cancella e vinci", etc.) che, per loro stessa natura e, relativamente ai tempi e modi di effettuazione, escludono *tout court* la presenza del garante della fede pubblica, non se ne richiederà l'intervento.

Al fine di non gravare eccessivamente le imprese e sempre che il sistema utilizzato sia in grado di tracciare tutte le operazioni svolte, la presenza del notaio/funzionario camerale può essere evitata in tutte le fasi di eliminazione, fermo restando che quelle identificabili come semifinale e finale devono essere presenziate dal garante della fede pubblica.

N. 24) D. - Quando deve intervenire il notaio o funzionario camerale per gli adempimenti di cui all'art. 9 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 qualora la meccanica utilizzata nel concorso a premio sia del tipo *instant win* in presenza di sistemi automatici di individuazione dei vincitori ?

R. - Qualora l'assegnazione dei premi e relativo abbinamento dei vincitori avvenga con modalità casuali utilizzando un sistema (software e/o hardware) che è programmato per assegnare le vincite in un arco temporale definito, al di là

dell'esistenza di una perizia tecnica che attesti la non manomettibilità del sistema, il notaio/funziionario camerale può intervenire anche prima del momento finale in cui il garante della fede pubblica certifichi l'elenco dei vincitori. Infatti spetta a tali soggetti verificare la correttezza, in ogni fase, degli adempimenti relativi all'assegnazione dei premi.

Pur tuttavia, riconoscendo che i costi di intervento sono a carico dei soggetti promotori, le Camere di Commercio o i notai dovrebbero ragionevolmente evitare di porre a loro carico oneri finanziari superiori rispetto alle previsioni e limitare gli interventi a quelli configurati effettivamente necessari a verificare la correttezza negli adempimenti posti in essere circa la meccanica dei concorsi.

N. 25) D. - Quando la meccanica del concorso a premio è del tipo *rush & win* è possibile prevedere che anche i vincitori, che per primi hanno adempiuto alle condizioni stabilite dal regolamento, possano partecipare all'assegnazione di ulteriori premi ? Tali ulteriori premi devono avere necessariamente un valore inferiore a quelli vinti dalla prima categoria di vincitori ? Infine, viene considerato *rush & win* anche il momento della selezione di persone che adempiano per primi ad una determinata condizione, necessaria per la partecipazione al concorso stesso, limitando di fatto la manifestazione a premio ad un numero determinato di concorrenti ?

R. - L'art. 2, comma 1, lett. d), del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 nulla specifica circa le questioni evidenziate nel quesito. Pertanto, è possibile prevedere che anche i vincitori, che per primi abbiano adempiuto alle condizioni stabilite dal regolamento, partecipino all'assegnazione di ulteriori premi di valore superiore o inferiore a quelli vinti dalla prima categoria di vincitori.

Non è invece considerata *rush & win* la meccanica secondo la quale coloro che adempiono per primi vengono solo ammessi a partecipare al concorso che, conseguentemente, sarà limitato ad un numero specifico di concorrenti.

N. 26) D. - Si considera concorso a premio, sottoposto alla disciplina del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, l'iniziativa commerciale che promuove la vendita di un prodotto con la promessa di un premio consistente in un bene o servizio da corrispondere ad ogni acquirente qualora si verifichi un determinato evento (ad esempio la squadra italiana vinca i Mondiali di calcio) ?

R. - Sì ed il montepremi dovrà essere calcolato presuntivamente. Qualora però l'evento favorevole non si realizzi, al fine di scongiurare la caratteristica dell'illusorietà del premio, il soggetto promotore dovrà prevedere almeno un premio del medesimo valore calcolato presuntivamente, da assegnare con estrazione tra tutti i partecipanti.

E' vietato prevedere come premio il rimborso in denaro del bene o servizio acquistato in promozione, ammettendosi esclusivamente la consegna di buoni del valore corrispondente.

N. 27) D. - E' necessario prevedere nel regolamento di svolgimento di un concorso a premio che le spese di immatricolazione e l'IPT relative ad un bene mobile registrato (autovettura, scooter, ecc.) siano a carico del soggetto promotore ?

R. – Sì, alla luce della sentenza della Corte di Giustizia Europea del 18 ottobre 2012 secondo cui non possono essere posti a carico del consumatore i costi, anche irrisori, pur se il premio sia di rilevante ammontare. Tenuto conto, invece, che l'assicurazione e l'imposta di bollo variano a seconda di condizioni soggettive di colui al quale viene intestato il bene mobile registrato, si può sostenere che tali voci possano rimanere a carico del vincitore.

Nel caso in cui il vincitore sia residente all'estero, il soggetto promotore è tenuto, in luogo del pagamento delle spese di immatricolazione e IPT, ad assicurare la consegna presso la residenza del vincitore.

N. 28) D. – E' possibile prevedere nel regolamento di svolgimento di una manifestazione a premio che le spese per la consegna del premio siano a carico del vincitore ?

R. – No, ciò non è conforme alla pronuncia della Corte di Giustizia Europea avvenuta con sentenza del 18 ottobre 2012 secondo cui non possono essere posti a carico dei consumatori costi, anche se irrisori, pur se il premio sia di rilevante ammontare.

N. 29) D. – E' possibile prevedere nel regolamento di svolgimento di una manifestazione a premio che le spese per recarsi a vedere una mostra, un film o un concerto, in quanto si sia vinto il relativo biglietto di ingresso, siano a carico del vincitore ?

R. – Si è possibile, tenuto conto della pronuncia della Corte di Giustizia Europea avvenuta con sentenza del 18 ottobre 2012 secondo la quale occorre analizzare la natura del premio messo in palio e la terminologia utilizzata in regolamento per descrivere lo stesso. Nel caso in questione, trattandosi di vincita di biglietto di ingresso, le spese di trasporto per recarsi nel luogo ove si svolgerà l'evento possono essere messe a carico del consumatore ma se nulla è stato specificato in regolamento, i costi rimarranno a carico dell'impresa promotrice. E' evidente tuttavia che le spese di trasporto non debbano essere superiori al valore del biglietto, poiché in tal caso si configurerebbe un'ipotesi di illusorietà del premio messo in palio.

Cauzione

N. 30) – D. – Qual è il soggetto beneficiario della cauzione ? La cauzione è sempre dovuta e in quale misura ? Qual è la procedura di restituzione ?

R. - Il soggetto beneficiario della cauzione, da prestarsi secondo le modalità previste dall'art. 7, comma 3, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, è il Ministero dello sviluppo economico (Direzione generale per il mercato, la concorrenza, il consumatore, la vigilanza e la normativa tecnica - Divisione X - Manifestazioni a premio).

Essa non è dovuta esclusivamente per le operazioni a premio ove il premio viene conferito contestualmente all'acquisto del bene. Invece, in un concorso a premio, anche in caso di rinvenimento immediato del premio posto in palio, il promotore è obbligato a prestare cauzione.

L'impresa promotrice sarà obbligata a garantire i premi posti in palio anche se in possesso dei beni costituenti premio, prodotti in proprio, acquistati o già detenuti per altro motivo.

La cauzione, da prestarsi esclusivamente mediante fidejussione bancaria o assicurativa o con deposito provvisorio in denaro, va riferita al valore orientativo o prevalente di mercato del bene o del servizio costituente il premio e non al valore di costo.

Ove non sia possibile stabilire all'origine il valore complessivo dei premi da assegnare, la cauzione dovuta (pari al 20% per le operazioni a premio e al 100% per i concorsi a premio, il tutto al netto dell'IVA) va calcolata presuntivamente tenendo conto di analoghe precedenti manifestazioni a premio o del trend di vendite fino ad allora svolte aumentato di una certa percentuale in virtù degli effetti che l'iniziativa premiale potrà portare in termini di vendite.

In particolare, per il versamento in contanti o in titoli occorre rivolgersi alla Banca d'Italia – Ragionerie dello Stato territorialmente competenti (luogo ove ha sede il soggetto promotore o delegato). Il deposito in denaro dovrà essere di tipo provvisorio e non definitivo, così come indicato dall'art 173, comma 1, lett. e) delle Istruzioni tecniche del 2007 sul funzionamento delle Tesorerie provinciali dello Stato. In caso di deposito definitivo, in quanto sottoposto a regole diverse anche per ciò che concerne il recupero della somma, il soggetto promotore o delegato ha l'onere di richiedere la rettifica alla Ragioneria dello Stato ed eventuali problemi non saranno imputabili al Ministero dello sviluppo economico che è solo beneficiario della garanzia.

La cauzione dovrà essere trasmessa, mediante il servizio telematico Prema on line, operativo presso il Ministero, contestualmente agli altri documenti, purchè essi siano digitalizzati e sui files così formati sia apposta la firma digitale.

Il provvedimento di svincolo della cauzione, firmato digitalmente dal dirigente della Divisione X è trasmesso via PEC (posta elettronica certificata) alla Ragioneria dello Stato competente e di ciò viene data contestuale comunicazione al soggetto promotore o delegato che potrà recarsi presso gli sportelli della Ragioneria con la quietanza originale, al fine di recuperare la somma di denaro prestata come cauzione.

Per le fidejussioni, gli istituti bancari o le compagnie di assicurazione hanno l'onere di apporre sull'atto fideiussorio la clausola di svincolo automatico una volta decorso il termine di efficacia della garanzia. Conseguentemente, si invita le imprese a vigilare preventivamente affinché le fidejussioni contengano tale previsione onde evitare di essere poi obbligate al pagamento di ulteriori premi pur decorso il periodo di efficacia della succitata garanzia.

N. 31) D. – E' legittimo per un istituto di credito, in assenza di un provvedimento formale di svincolo da parte del Ministero, continuare a chiedere al promotore la corresponsione del premio per le annualità successive alla scadenza ?

R. – Per il combinato disposto degli articoli 1 e 7 del d.P.R 26 ottobre 2001, n. 430, la cauzione deve recare una data di efficacia non inferiore ad un anno, successivo alla conclusione della manifestazione, conclusione che avviene per i concorsi a premio nel giorno in cui sono individuati i vincitori mentre per le operazioni a premio il giorno ultimo per richiedere i premi. Decorso l'anno succitato senza che il Ministero ne abbia richiesto l'incameramento nei casi previsti, essa deve intendersi svincolata.

Per i soli concorsi a premio la fidejussione si intende svincolata anche prima del più generale termine di scadenza, trascorsi 180 giorni dalla data di trasmissione, al Ministero, del processo verbale di chiusura del concorso a premio di cui all'art. 9, comma 4, del citato decreto.

Verificatesi le sopradette condizioni, anche in assenza di uno specifico provvedimento ministeriale, deve intendersi decaduta ogni e qualsiasi efficacia della garanzia prestata, per cui nessun'altra pretesa potrà essere avanzata nei confronti del soggetto

obbligato, sia dal parte del Ministero che dei soggetti garanti (istituti bancari e compagnie di assicurazione).

Gli istituti bancari o le compagnie di assicurazione hanno pertanto l'onere di apporre sull'atto fidejussorio la clausola di svincolo automatico per decorrenza del termine di efficacia della garanzia. Conseguentemente, si invita le imprese a vigilare preventivamente affinché le fidejussioni contengano tale previsione onde evitare di essere poi obbligate al pagamento di ulteriori premi pur decorso il periodo di scadenza della suddetta garanzia.

N. 32) D. - Lo svincolo automatico della cauzione, di cui all'ultimo capoverso del comma 3 dell'art. 7 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, rilasciata a garanzia dell'effettiva consegna dei premi, decorsi 180 giorni dalla data di trasmissione al Ministero del processo verbale di chiusura, vale sia per le fidejussioni che per i depositi in denaro presso le Ragionerie dello Stato?

R. - La disposizione si applica solo alle fidejussioni. A tal fine si invita le imprese a vigilare affinché gli istituti bancari o le compagnie assicurative inseriscano nell'atto la clausola secondo la quale: *“La presente fideiussione si intende valida ed operante fino al(almeno dodici mesi dalla data di scadenza della manifestazione)..., oppure trascorsi 180 giorni dalla data di trasmissione al Ministero dello sviluppo economico del processo verbale redatto ai sensi del dell'art. 9, comma 4, d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, da cui risulti la regolare chiusura della manifestazione, termini decorsi i quali e senza che ci sia pervenuta Vs. richiesta di escussione a mezzo raccomandata A/R, sarà da intendersi nulla e priva di efficacia anche senza la materiale restituzione del presente atto”*.

Conseguentemente, in un'ottica di risparmio dei costi della Pubblica Amministrazione, l'ufficio non può accogliere richieste di rilascio dell'originale della cauzione, anche solo nella forma di lettera di svincolo.

Qualora invece la cauzione sia stata prestata mediante deposito in denaro presso le Ragionerie dello Stato territorialmente competenti, con provvedimento dirigenziale verrà dato nulla osta allo svincolo, sempre che sia pervenuto al Ministero il verbale di chiusura del concorso da cui risulti la regolarità nella consegna dei premi e comunque nello svolgimento dell'iniziativa. Rimane fermo quanto scritto in altra FAQ sulle modalità di svincolo e di recupero della somma depositata.

N. 33) D. - In caso di concorso a premio, qual è il termine ultimo per inviare la documentazione comprovante il pagamento della cauzione a garanzia dei premi promessi?

R. - Ai sensi del decreto interdirigenziale n. 2010/19313/giochi/LTT del 5 luglio 2010, concernente la disciplina delle comunicazioni delle manifestazioni a premio, in attuazione dell'art. 12, comma 1, lett. o) del decreto legge 28 aprile 2009, n. 39, convertito, con modificazioni, nella legge 24 giugno 2009, n. 77, il modello CO/1, il regolamento firmato in originale e la documentazione in originale comprovante l'avvenuto versamento della cauzione **devono essere trasmessi almeno quindici giorni prima della data di inizio** del concorso a premio. A tal fine si specifica che la data di inizio coincide con il giorno in cui ha inizio la pubblicità, vale a dire dal giorno in cui viene fatta la promessa al pubblico. L'inosservanza di tale termine concretizza una violazione sanzionata ai sensi dell'art. 124, comma 2, del regio decreto-legge 19

ottobre 1938, n. 1933, come sostituito in ultimo dall'art. 19, comma 5, lett. c) della legge 27 dicembre 1997, n. 449.

N. 34) D. - Per richiedere lo svincolo di una cauzione prestata per un'operazione a premio quali documenti occorre presentare al Ministero ?

R. - Il d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 nulla prescrive per le operazioni a premio. Pertanto è sufficiente la trasmissione di una dichiarazione sostitutiva di atto notorio resa ai sensi del d.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445 a mezzo della quale il soggetto promotore: *dichiara ai sensi del d.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445 sotto la propria responsabilità, consapevole delle responsabilità penali in cui può incorrere per dichiarazioni mendaci, che l'operazione a premio denominata ".....", che ha avuto svolgimento dal al si è regolarmente conclusa e che tutti i premi sono stati regolarmente consegnati ai vincitori che ne hanno fatto richiesta in tempo utile*". In caso di dichiarazione inoltrata per via telematica non è necessaria l'autentica della sottoscrizione se essa è firmata digitalmente dal soggetto promotore e ciò in conformità a quanto recita l'art. 65 del codice per l'amministrazione digitale. Se la dichiarazione non è in firma digitale ed è trasmessa tramite posta elettronica, ad essa deve essere allegata copia di valido documento d'identità del sottoscrittore.

Regolamento della manifestazione

N. 35) D. - Qual è il termine ultimo per inviare il regolamento del concorso a premio ed eventuali modifiche ?

R. - Ai sensi del decreto interdirigenziale n. 2010/19313/giochi/LTT del 5 luglio 2010, concernente la disciplina delle comunicazioni delle manifestazioni a premio, in attuazione dell'art. 12, comma 1, lett. o) del decreto legge 28 aprile 2009, n. 39, convertito, con modificazioni, nella legge 24 giugno 2009, n. 77, il regolamento firmato in originale e la documentazione in originale comprovante l'avvenuto versamento della cauzione devono essere trasmessi **almeno quindici giorni prima della data di inizio** del concorso a premio. Conseguentemente, trasmettere la predetta documentazione in tempo successivo concretizza una violazione sanzionata ai sensi dell'art. 124, comma 2, del regio decreto legge 19 ottobre 1938, n. 1933, come sostituito in ultimo dall'art. 19, comma 5, lett. c) della legge 27 dicembre 1997, n. 449.

La data di inizio coincide con il giorno a partire dal quale viene data pubblicità all'iniziativa premiale, vale a dire dal giorno in cui è diffusa la promessa al pubblico, anche se la data a partire dalla quale è possibile partecipare al concorso è successiva.

Le modifiche devono essere trasmesse al Ministero prima che esse esplicino i loro effetti.

Solo qualora tali ulteriori comunicazioni siano riferite ad aspetti del concorso o del suo regolamento che **modifichino le caratteristiche sostanziali della manifestazione** esse devono essere trasmesse entro i quindici giorni antecedenti alla data in cui le stesse esplicino effetti. L'inosservanza di tale termine concretizza una violazione sanzionata ai sensi dell'art. 124, comma 2, del regio decreto legge n.

1933/1938 come sostituito in ultimo dall'art. 19, comma 5, lett. c) della legge n. 449/1997.

N. 36) D. - In un concorso a premio ove i contributi sono sottoposti alla valutazione di un'apposita giuria, si chiede di conoscere il sistema che, nel rispetto delle disposizioni di cui al d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, sia a garanzia dell'anonimato dei concorrenti

R. - Avvalendosi della consolidata prassi amministrativa, formatasi negli anni in cui vigeva la disciplina sulle manifestazioni a premio regolata dal regio decreto legge 19 ottobre 1938, n. 1933, si ritiene che, al fine di garantire l'anonimato, con la maggiore probabilità di riuscita, nelle operazioni di valutazione di elaborati prodotti da destinatari di concorsi di abilità, il sistema più corretto sia quello della doppia busta, in uso anche nei pubblici concorsi. In particolare, il concorrente, predisposto l'elaborato in forma anonima e senza segno alcuno, lo imbusta in un plico, entro cui inserisce una busta piccola contenente un cartoncino recante le sue generalità. Prima di procedere alla valutazione dell'elaborato, si provvederà alla separazione della busta piccola dalla grande, apponendo su ambedue l'identica numerazione. Effettuata la valutazione, si abbinerà l'elaborato al nominativo rinvenibile nella busta piccola, che dovrà, pertanto, rimanere chiusa fino a quel momento (individuazione del vincitore). Nessun'altra modalità, diversa da quella sopra descritta, sembra, a parere della divisione, in grado di ottemperare al principio della tutela del pubblico affidamento.

N. 37) D. - Il regolamento di un concorso a premio va sottoscritto?

R. - Atteso che il regolamento della manifestazione a premio rappresenta l'esplicitazione della promessa al pubblico, di cui agli articoli 1989 e seguenti del codice civile, con la quale il soggetto promotore si obbliga nei confronti del promissario del premio, l'apposizione della sottoscrizione in calce ad esso è ora sostituita dalla firma digitale della documentazione trasmessa tramite il servizio telematico Prema on line.

N. 38) D. - Il regolamento di un'operazione a premio va sottoscritto ?

R. - Per le operazioni a premio il regolamento, da tenere depositato presso la sede dell'impresa, va redatto nella forma della dichiarazione sostitutiva di atto notorio (d.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445) con autentica di sottoscrizione da parte del notaio. Non sono consentite forme alternative di dimostrazione della data certa di stesura del regolamento in quanto la disposizione di cui all'art. 10, comma 3, del citato d.P.R. n. 430/2001 fa espresso riferimento alla dichiarazione sostitutiva di atto notorio. Inoltre la sottoscrizione del regolamento da parte di colui che è obbligato per legge consente al Ministero di verificare la legittimazione del soggetto che ha firmato, anche al fine di riscontrare che la persona che ha posto in essere gli adempimenti prescritti dalla normativa in materia sia quella legittimata ad effettuare la promessa al pubblico.

N. 39) D. Quali elementi deve contenere il materiale che pubblicizza una manifestazione a premio?

R. - Ai sensi dell'art. 11 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 il materiale pubblicitario della manifestazione, se non accompagnato dal regolamento, deve riportare, anche nel rispetto di quanto prescritto dal decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni, informazioni relative al tipo di manifestazione, alla sua durata, alle condizioni di partecipazione e, ove trattasi di concorso, al valore complessivo dei premi posti in palio.

In relazione all'adempimento di cui all'art. 10 del citato d.P.R. n. 430/2001 (avvenuta comunicazione al Ministero), si chiarisce che sul materiale promozionale **non deve essere riportata alcuna indicazione supplementare o dicitura che l'attesti.**

N. 40) D. - Il regolamento va compilato su modello apposito? Quali sono gli elementi che esso deve contenere? Come va messo a disposizione dei destinatari?

R. - Il regolamento va compilato liberamente, non essendo previsto alcun particolare modello. Va precisato che esso deve contenere tutti gli elementi di cui all'art. 11 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 e che il documento posto a disposizione dei destinatari deve corrispondere fedelmente a quello inviato al Ministero (per i concorsi) e/o conservato presso il promotore (per le operazioni a premio).

Il regolamento di svolgimento dei concorsi e delle operazioni a premio va reso accessibile e consultabile, senza oneri aggiuntivi per il destinatario dell'iniziativa, non solo nei luoghi ove si concretizza la partecipazione alla manifestazione, ma anche attraverso i media o con materiale promozionale, depliant, etc..

N. 41) D. - Nei regolamenti di svolgimento delle manifestazioni a premio è possibile deferire la competenza al giudice competente del luogo in cui ha sede il soggetto promotore ?

R. - Nulla prescrive in tal senso il d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430. Tuttavia, al fine di non gravare eccessivamente sul consumatore che ha partecipato all'iniziativa premiale, si ritiene necessario che il giudice competente debba essere quello del luogo di residenza o di domicilio del consumatore, in analogia a quanto disposto dall'art. 63 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni, per ciò che concerne i contratti negoziati fuori dagli esercizi commerciali.

Modalità di svolgimento

N. 42) D. - Per identificare e riconoscere le confezioni del prodotto promozionato e quindi permettere al consumatore di partecipare ad un concorso a premio, è necessario stampare un codice gioco numerico sempre diverso? Può essere "a vista" sulle confezioni ?

R. - Il codice gioco che identifica ogni confezione deve essere sempre posizionato **in modo nascosto** e quindi, preferibilmente, all'interno della confezione. E' possibile posizionare il codice all'esterno della confezione ma, per impedire una facile lettura del codice sulla confezione, lo stesso deve essere coperto da una verniciatura removibile dal consumatore o da altri accorgimenti quali lembi a strappo, etc..

N. 43) D. - Quali sono i dati, reperibili sullo scontrino, che è necessario chiedere al partecipante in presenza di un concorso a premio?

R. - Premessa la necessità di identificare in modo univoco ogni atto di acquisto e l'obbligatorietà di annullare i dati identificativi dello stesso dopo il primo utilizzo, i dati reperibili sullo scontrino richiesti al consumatore devono garantire sempre il rispetto delle regole di identificazione e annullabilità.

In questo senso per la partecipazione al concorso deve, quindi, essere richiesto un dato o un insieme di dati che identifichino lo scontrino utilizzato in modo univoco.

Es: l'importo della spesa sostenuta comprensiva dei decimali, il giorno e l'ora, compresi i minuti di emissione dello scontrino, l'indicazione esplicita del prodotto acquistato (cosiddetto "scontrino parlante"), il numero di scontrino ed eventualmente il numero di Matricola Fiscale (*MF*), se il punto vendita è dotato di misuratore fiscale, garantiscono l'assoluta univocità di quello scontrino. Il numero di Matricola Fiscale (*MF*) presente su ogni scontrino può essere composto da lettere + numeri oppure solo dai numeri. Qualora un concorso preveda la partecipazione mediante telefonata è sufficiente richiedere i soli numeri presenti dopo la sigla MF. Tali indicazioni devono essere seguite anche in presenza di concorsi a premio con vincita immediata via SMS.

N. 44) D. - E' legittimo chiedere al partecipante il solo codice a barre EAN presente sulle confezioni quale prova di acquisto per partecipare ai concorsi e alle operazioni a premio ? Oppure è possibile richiedere il codice a barre EAN unitamente al numero di telefono del partecipante, annullando l'insieme di dati EAN + numero telefonico dopo la prima partecipazione ?

R. - Nessuna delle due ipotesi menzionate risulta idonea. Il codice a barre EAN non identifica in modo univoco il singolo atto di acquisto di un prodotto. L'associazione del codice a barre EAN al numero di telefono del partecipante è anch'essa una modalità non accettabile poichè l'atto di acquisto deve essere identificato in quanto tale e non collegato alla persona che lo effettua.

N. 45) D. - Nell'ambito di un concorso a premio realizzato in due fasi del tipo fase 1 con vincita immediata ad esempio "apri e vinci", "telefona e vinci", etc. e fase 2 con estrazione finale, è possibile richiedere al consumatore, che non risulti vincente nella fase 1, di inviare una prova o più prove di acquisto ad una casella postale per partecipare all'eventuale estrazione finale - fase 2 - unicamente dei premi eventualmente non assegnati nella fase precedente?

R. - Sì, è possibile a patto che venga ben specificato nel regolamento della manifestazione che l'estrazione finale è da considerarsi eventuale, in quanto si tratterebbe solo di una ri-assegnazione dei premi eventualmente non assegnati. In questo senso risulta, pertanto, libera la scelta del consumatore se aderire alla seconda fase dell'iniziativa che potrebbe non assegnare alcun premio.

N. 46) D. - Un'impresa che intende realizzare un concorso a premio con vincita immediata nel quale il consumatore risultato vincente deve chiamare un numero a tariffa agevolata (del tipo 166/199/899) per scegliere il modello del premio vinto (il premio in palio può essere scelto tra vari tipi e colori) e per ricevere le informazioni su come ottenerlo, può utilizzare un numero a tariffa agevolata per gestire l'assistenza post - vincita di un consumatore ? Inoltre l'impresa promotrice può porre a carico dei vincitori i costi di consegna (trasporto) dei premi ?

R. - Ribadito che al partecipante non vanno, di regola, addebitati costi che non siano quelli relativi all'acquisto del prodotto o del servizio che si vuole promuovere, salvaguardando quindi il principio della gratuità di cui all'art 1, comma 5, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, appare evidente che ad un consumatore risultato vincitore nell'ambito di un concorso a premio non deve essere richiesta alcuna ulteriore operazione (compresa quella di trasporto) con costo a suo carico per scegliere e/o ottenere il premio vinto.

N. 47) D. - Come ci si deve comportare nel caso in cui i tagliandi del tipo "gratta e vinci", prodotti in un concorso a premio, dovessero risultare insufficienti e, quindi, non conferibili fino al termine finale previsto ?

R. - Relativamente al periodo di tempo ancora utile dovranno essere prodotti ulteriori tagliandi vincenti e non vincenti nelle proporzioni determinate preventivamente allo svolgimento del concorso, recanti premi di valore e natura analoghi.

Anche in questa occasione occorrerà procedere al preventivo mescolamento di tutti i titoli vincenti e non, redigendo apposita dichiarazione sostitutiva di atto notorio di cui all'art. 9, comma 2, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430.

La cauzione già prestata andrà pertanto integrata proporzionalmente e modificato il regolamento.

N. 48) D. - In presenza di sistemi automatici di individuazione dei vincitori si chiede quando sia configurabile la meccanica del tipo *instant win*

R. - Un concorso a premio si svolge con modalità a rinvenimento casuale quando è utilizzato un sistema (software e/o hardware) che è programmato per assegnare le vincite in un arco temporale definito, nel senso che il consumatore che partecipa al concorso immettendo i dati richiesti tramite telefono, sms o Internet viene a conoscenza della vincita nell'attimo in cui il sistema lo individua come vincitore.

Al contrario, tutte le volte in cui i dati sono inseriti dai partecipanti ma vengono elaborati ai fini di una graduatoria o di un'estrazione la cui formazione avviene ad opera del software in un momento anche non predeterminato, in tal caso la meccanica del concorso a premio in presenza di sistemi automatici di individuazione dei vincitori non è di tipo *istant win*.

N. 49) D. - Configura una disparità di trattamento per i consumatori la scelta di un'impresa di voler utilizzare Internet come unico canale di comunicazione di una manifestazione a premio ?

R. - No, in quanto rientra nelle strategie di marketing di un'impresa scegliere attraverso quali canali svolgere l'iniziativa premiale. In tal caso però è necessario che l'impresa utilizzi lo stesso strumento per comunicare le vincite, salva la possibilità di prevedere ulteriori mezzi di comunicazione.

Adempimenti amministrativi

N. 50) D. - In merito alla tempestività della presentazione al Ministero della documentazione relativa allo svolgimento di un concorso a premio (regolamento e documento di cauzione), si chiede che valore hanno le disposizioni di cui all'art. 10, comma 1, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 secondo cui i promotori dei concorsi a premio "... ne danno comunicazione, prima dell'inizio, al Ministero delle attività produttive (ora Ministero dello sviluppo economico) mediante compilazione e trasmissione di apposito modulo..."; il punto 9.1, comma 3, della circolare 28 marzo 2002, n. 1/AMTC, secondo il quale: "È consentito ... svolgere un concorso a premio dopo l'invio della prescritta comunicazione, nulla disponendo la norma in ordine ai tempi intercorrenti tra il suo invio e l'inizio della manifestazione", nonché le Istruzioni per la compilazione dei modelli, allegata alla circolare 28 marzo 2002, n. 1/AMTC, dove al punto 3.4 Termini di presentazione si legge "Il modello ... e la documentazione allegata ... dovranno pervenire al MAP prima dell'inizio della manifestazione.". Predisposti gli adempimenti amministrativi, sono determinati i tempi per poter dare inizio ad una manifestazione a premio ?

R. - Sia l'art. 10 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 sia la circolare 28 marzo 2002, n. 1/AMTC sia le Istruzioni per la compilazione dei modelli devono intendersi superati dall'entrata in vigore del decreto interdirigenziale n. 2010/19313/giochi/LTT del 5 luglio 2010, concernente la disciplina delle comunicazioni delle manifestazioni a premio, in attuazione dell'art. 12, comma 1, lett. o) del decreto legge 28 aprile 2009, n. 39, convertito, con modificazioni, nella legge 24 giugno 2009, n. 77, secondo cui il modello di comunicazione, il regolamento di svolgimento del concorso a premio e la documentazione comprovante l'avvenuto versamento della cauzione devono essere trasmessi al Ministero dello sviluppo economico - Direzione generale per il mercato, la concorrenza, il consumatore, la vigilanza e la normativa tecnica - Divisione X - Manifestazione a premio almeno quindici giorni precedenti alla data di inizio del concorso a premio. A tal fine si specifica che la data di inizio della manifestazione coincide con il giorno a partire dal quale si dà pubblicità cioè viene diffusa la promessa al pubblico.

N. 51) D. - In merito alla tempestività della presentazione al Ministero della documentazione relativa allo svolgimento di un'operazione a premio (mod. OP/1 e documento di cauzione), si chiede che valore ha il punto 9.2, comma 3, della circolare 28 marzo 2002, n. 1/AMTC, secondo il quale: "Appare opportuno rammentare che, così come i concorsi, anche per le operazioni a premio il regolamento va redatto anteriormente alla data di inizio dello svolgimento della promozione"

R. - Rinviando ad altra FAQ la questione dei termini di adempimento per i concorsi a premio, per quanto riguarda le operazioni a premio nulla prescrive il decreto interdirigenziale n. 2010/19313/giochi/LTT del 5 luglio 2010, e pertanto gli adempimenti possono avvenire **entro il giorno precedente** a quello in cui ha inizio la manifestazione. A tal fine, è necessario che l'autentica della sottoscrizione della dichiarazione sostitutiva di atto notorio del regolamento ed il deposito della stessa presso la sede dell'impresa avvengano in data antecedente a quella in cui ha inizio l'operazione a premio.

N. 52) D. - Considerato che il decreto interdirigenziale n. 2010/19313/giochi/LTT del 5 luglio 2010 prescrive che la documentazione

relativa ad un concorso a premio sia trasmessa al Ministero nei quindici giorni precedenti alla data di inizio della manifestazione, il silenzio dell'Amministrazione equivale a silenzio-assenso?

R. - No, in quanto il regime autorizzatorio è stato abrogato dall'art. 19, comma 4, lett. b), della legge 27 dicembre 1997, n. 449 che ha introdotto l'istituto della comunicazione. Trattandosi di legge delega non è consentito agli atti normativi emanati sulla base della suddetta legge travalicare i limiti da essa posti. Pertanto il Ministero potrà esercitare l'attività di controllo in qualsiasi momento, anche successivo alla data di inizio del concorso a premio e fino al momento in cui effettua l'esame del verbale di chiusura.

N. 53) D - Attraverso quali canali è possibile effettuare comunicazione dei concorsi a premio e trasmissione del modello OP/1 comprovante il versamento della cauzione ?

R - L'impresa o il soggetto delegato possono effettuare tali adempimenti esclusivamente tramite il servizio telematico Prema on - line accessibile dall'indirizzo Internet www.impresainungiorno.it a cui si accede attraverso un apposito sistema di autenticazione digitale.

In caso di utilizzo di altri canali di comunicazione l'impresa o il soggetto delegato risulteranno inadempienti per violazione dell'art. 10, comma 1, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 sanzionata ai sensi del primo periodo del comma 2 dell'art. 124 del regio decreto legge 19 ottobre 1938, n. 1933, come in ultimo sostituito dall'art. 19, comma 5, della legge 27 dicembre 1997, n. 449.

Qualora il servizio telematico sia inattivo le comunicazioni possono pervenire mediante posta elettronica, all'indirizzo m.premio@mise.gov.it, purchè i documenti siano in firma digitale. L'inattività del servizio, attestata dal sistema telematico, deve risultare da apposita informazione che si suggerisce di stampare ed allegare ai documenti da inoltrare per la comunicazione.

N. 54) D. - E' obbligatoria la registrazione dei verbali di assegnazione/individuazione vincitori e di chiusura redatti dal notaio?

R. - La questione è stata oggetto di richiesta di parere al Consiglio Nazionale del Notariato che, con le note nn. 3219 del 22 novembre 2002 e 11695 del 5 febbraio 2003, ha specificato che sono soggette a registrazione, ai sensi del d.P.R. n. 131/1986, sia il verbale di constatazione (leggasi di assegnazione) sia il verbale di chiusura del concorso a premi di cui all'art. 9, comma 4, del citato d.P.R. n. 430/2001.

N. 55) D. - Quale valore deve attribuirsi al codice identificativo di un concorso od operazione a premio ?

R. - Il codice identificativo è un banale numero d'ordine attribuito dal Ministero (punto 12 della circolare 28 marzo 2002, n. 1/AMTC) alle comunicazioni di svolgimento delle manifestazioni a premio, all'atto della loro assunzione in carico, ai soli fini di una migliore gestione della loro rintracciabilità per il conseguente disbrigo della relativa pratica. Lo stesso non possiede dunque alcuna diversa funzione, né di

preventiva o susseguente autorizzazione allo svolgimento dell'iniziativa né di un giudizio di regolarità della medesima.

N. 56) D. - L'obbligo di devolvere i premi non assegnati o non richiesti alle organizzazioni non lucrative di utilità sociale vale solo in caso di concorsi a premio ?

R. - Sì. Si precisa, a tal fine, che l'Agenzia delle ONLUS, istituita con il d.P.C.M. del 26 settembre 2000, è stata soppressa a seguito dell'entrata in vigore dell'art. 8, comma 23, decreto legge 2 marzo 2012, n. 16, convertito, con modificazioni, nella legge 26 aprile 2012, n. 44 e le sue funzioni sono state trasferite al Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

N. 57) D. - Il mod. CO/2 può essere redatto in tempi diversi rispetto al verbale di chiusura ?

R. - Le operazioni di chiusura dei concorsi a premio sono disciplinate dall'art. 9 del d.P.R. 26 ottobre 2001, 430. In particolare, il comma 4 del medesimo articolo stabilisce che il notaio o il responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica presso la Camera di Commercio competente per territorio redige apposito processo verbale contenente tutte le operazioni relative all'individuazione dei vincitori, all'effettiva assegnazione dei premi o alla eventuale devoluzione degli stessi alle ONLUS.

Il processo verbale con cui viene certificata la chiusura del concorso è redatto secondo lo schema di cui al mod. CO/PV e trasmesso unitamente alla scheda informativa (mod. CO/2) al Ministero (v. circolare del 28 marzo 2002, n. 1 AMTC).

L'utilizzo del sistema telematico Prem@online, per la trasmissione al Ministero di tutta la documentazione inerente il concorso a premio, comporta il superamento dell'adempimento della contestualità nella redazione dei suindicati atti e la trasmissione del documento CO/PV in formato digitale (file originario firmato digitalmente dal promotore e dal notaio/funziionario camerale, oppure documento cartaceo digitalizzato e firmato digitalmente dal promotore). Il verbale di chiusura dovrà essere comunque trasmesso come file allegato nell'apposita sezione al form CO/2.

N. 58) - D. - Per quanto tempo deve essere conservata la documentazione relativa ad una manifestazione a premio conclusa ?

R. - Il d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 nulla stabilisce al riguardo. Pertanto, gli atti amministrativi dovranno essere conservati fino a che i vincitori possono far valere i propri diritti di fronte ad un giudice, oppure fino all'esito di procedimenti giurisdizionali civili, penali, amministrativi attivati a seguito di azioni legali. Invece, gli atti aventi carattere fiscale dovranno essere lasciati a disposizione fino al 31 dicembre del quarto anno successivo a quello della presentazione della dichiarazione IVA relativa al periodo in cui sono considerate effettuate le prestazioni di servizi rilevanti ai fini dell'applicazione dell'IVA o dell'imposta sostitutiva, oppure fino alla definizione dell'eventuale accertamento.

Esclusioni

N. 59) D. – Quando la produzione di un’opera letteraria, artistica o scientifica o uno studio o un progetto può essere richiesta da un soggetto economico a terzi senza configurare il premio all’autore dell’opera prescelta come vincita di un concorso a premio ?

R. – La nota ministeriale del 20 novembre 2014, prot. n. 0205930, consultabile sul sito istituzionale del Ministero, fornisce alcune indicazioni sulla portata della lettera c-bis) introdotta dal decreto legge 24 giugno 2014, n. 91, convertito, con modificazioni, nella legge 11 agosto 2014, n. 116 (cosiddetto “decreto competitività”). Innanzitutto la partecipazione non deve implicare il preventivo acquisto di un bene o servizio prodotto e/o venduto dal soggetto economico promotore dell’iniziativa.

In secondo luogo, pur non potendo effettuare valutazioni di merito sul contenuto dei contributi, non deve trattarsi di generici lavori o prestazioni non aventi caratteristiche artistiche, letterarie, scientifiche.

In terzo luogo, i premi devono configurarsi alternativamente corrispettivo di prestazione d’opera, riconoscimento del merito personale, titolo di incoraggiamento nell’interesse della collettività.

In particolare, quando l’iniziativa prevede un premio che costituisce corrispettivo di prestazione d’opera, la nota chiarisce che possano rientrarvi i casi in cui *“le imprese promotrici promettono di acquistare o si riservano comunque di utilizzare le opere prodotte”*. In tal caso è evidente la prevalenza della finalità commerciale/industriale, cioè propria dell’impresa, su quella promozionale di cui all’art. 1, comma 1, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430.

Qualora prevalga il riconoscimento del merito personale sul valore effettivo del premio la pubblicità dell’iniziativa deve far emergere la rilevanza nazionale o internazionale del riconoscimento che sarà conferito ai vincitori. Rientrano nella fattispecie in questione ad esempio i concorsi Miss Italia, Strega, Bancarella, etc, o spettacoli canori e comunque artistici ripetuti nel tempo.

Se il premio viene attribuito come titolo di incoraggiamento nell’interesse della collettività, la nota evidenzia che l’esclusione opera se i lavori eseguiti dai partecipanti diano un effettivo contributo alla collettività in ambito letterario, scientifico, didattico come ad esempio campagne ambientali, sociali, educative in generale. In tal modo tale interesse risulterà prevalente rispetto al fine promozionale dell’iniziativa di cui al citato art. 1, comma 1, del d.P.R. n. 430/2001.

N. 60) D. - Un’iniziativa premiale indetta da un’emittente radiofonica che consiste nell’invitare gli ascoltatori ad inviare, tramite Internet o sms, una foto/video e l’invito a partecipare è effettuato tramite comunicazione radiofonica (nelle varie trasmissioni radiofoniche programmate) durante il giorno per tutti i giorni di durata dell’iniziativa, senza pubblicizzare né marchi né prodotti di imprese, con la promessa di premi alle migliori foto/video selezionate dai conduttori radiofonici, rientra nell’ipotesi di esclusione di cui alla lettera b), comma 1, dell’art. 6 del d.P.R. n. 430/2001 ?

R. - Premesso che deve trattarsi di trasmissione radiofonica in diretta escludendosi pertanto quelle in differita, se l’iniziativa prevede che i contributi siano trasmessi alla radio attraverso Internet o sms ma sono selezionati dai conduttori al di fuori della messa in onda, non ricorre l’ipotesi di esclusione di cui alla lettera b), comma 1, dell’art. 6 del d.P.R. n. 430/2001 in quanto, pur verificandosi un collegamento a distanza, manca la partecipazione diretta del radioascoltatore a quella trasmissione. In più l’assenza della funzione spettacolare, che invece deve caratterizzare le

trasmissioni rientranti nella succitata lettera b), rende la manifestazione attaccabile sotto il profilo della tutela della fede pubblica considerato che la scelta dei contributi avviene da parte dei conduttori al di fuori della trasmissione stessa.

N. 61) D. – Relativamente all’ipotesi di esclusione di cui alla lettera c-bis), comma 1, dell’art. 6 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, introdotta dall’art. 22-bis del decreto legge 24 giugno 2014, n. 91, convertito, con modificazioni, nella legge 11 agosto 2014, n. 116, quali novità sono state introdotte nel caso in cui i premi consistono in buoni spesa/sconto?

R. – L’ipotesi di esclusione di cui alla lettera c-bis), con effetti a far data dal 21 agosto 2014 e non applicabile per le operazioni a premio iniziate prima della succitata data, consente di chiarire la stessa portata della precedente lettera c), comma 1, dell’art. 6 del d.P.R. n. 430/2001. Infatti, se quest’ultima trova applicazione quando i premi consistono in beni o servizi (o buoni sugli stessi) del medesimo genere di quelli acquistati (promozionati), la regola generale è che se il premio è un bene o un servizio di genere diverso da quello acquistato (promozionato) o un buono spesa/sconto spendibile su uno o più prodotti di genere diverso da quello/i acquistato/i (promozionato/i), si ricade nell’alveo delle operazioni a premio sottoposte agli adempimenti amministrativi (e fiscali). Ciò in quanto con la lettera c-bis) il legislatore ha riconosciuto una nuova ipotesi di esclusione applicabile quando vi sia la possibilità di utilizzare i buoni “*su una spesa successiva*”. A tal fine, evidenziando che la nota stabilisce da un lato quanto segue: “*possano anche essere previste limitazioni circa i prodotti acquistabili o scontabili con il buono in questione, purchè la restrizione sia operata per categorie di prodotti e consentendo ampia facoltà di scelta alla spesa successiva*”, mentre dall’altro sottolinea che “*la limitazione non sia invece tale da far sostanzialmente rientrare l’iniziativa in una normale operazione a premio...*”, per non svuotare di significato una delle due ipotesi di esclusione – quella di cui alla lettera c) o quella, piuttosto, di cui alla lettera c-bis) come scritte dal legislatore – la nuova disposizione normativa (lettera c-bis)) non può che essere letta nel senso che essa si applichi quando il buono ricevuto in premio sia utilizzabile nel medesimo punto vendita o in punti vendita diversi, purchè appartenenti alla medesima ditta o insegna, per qualsiasi prodotto venduto mentre quando il buono, da spendere esclusivamente nell’ambito di quei punti vendita, è limitato a specifici prodotti la condizione renderà la manifestazione ascrivibile alle operazioni a premio sottoposte agli adempimenti amministrativi (e fiscali) per la parte di prodotti di genere diverso da quello/i acquistato/i (promozionato/i), pur rientranti nella stessa categoria.

N. 62) D. – La disposizione di cui alla lettera c-bis), comma 1, dell’art. 6 del d.P.R. n. 430/2001, introdotta dal decreto legge 24 giugno 2014, n. 91, convertito, con modificazioni, nella legge 11 agosto 2014, n. 116, trova applicazione sia per i concorsi a premio che per le operazioni a premio ? L’utilizzo dei buoni dati in premio può essere limitato ? In cosa consiste l’accordo tra più esercenti ? Cosa accade se promotore è un’impresa produttrice che non ha propri punti vendita ?

R. – La nota ministeriale del 20 novembre 2014, prot. n. 0205930, consultabile sul sito istituzionale del Ministero, fornisce alcune indicazioni sulla portata della lettera c-bis) introdotta dal decreto legge 24 giugno 2014, n. 91, convertito, con modificazioni, nella legge 11 agosto 2014, n. 116 (cosiddetto “decreto competitività”). In primo luogo essa chiarisce che la disposizione in parola non si applica ai concorsi a premio bensì solo alle operazioni a premio, in quanto la norma fa riferimento alle

cosiddette *soglie di acquisto*, intendendosi dunque sia le operazioni che prevedono la raccolta di prove di acquisto sia quelle ove il premio sia conferito contestualmente al singolo atto di acquisto.

In secondo luogo i buoni possono essere consegnati come premi nella forma di buoni sconto o di buoni acquisto o di codici o di coupon elettronici anche a seguito di acquisti on line.

In terzo luogo, l'ipotesi di esclusione trova applicazione anche quando vi sia un preventivo accordo tra più punti vendita che riconosca al consumatore il diritto di recarsi presso uno qualsiasi dei punti vendita aderenti all'accordo e di ricevere un buono, a seguito di acquisto di uno o più prodotti promozionati, utilizzabile anche presso altro punto vendita purchè aderente all'accordo, senza limitazioni di spesa. Ciò vale anche se promotore sia un'impresa produttrice purchè essa si accordi con le imprese rivenditrici dei prodotti che si intende promozionare.

Circa la forma giuridica dell'accordo si ritiene che essa debba essere scritta per consentire alle autorità competenti (Agenzia delle entrate e Guardia di finanza) di effettuare i dovuti controlli.

Nella disposizione normativa nulla è tuttavia specificato in merito all'ambito di spendibilità del buono ricevuto in premio. A tal fine la nota evidenzia da un lato la possibilità di prevedere *“limitazioni circa i prodotti acquistabili o scontabili con il buono in questione, purchè la restrizione sia operata per categorie di prodotti e consentendo ampia facoltà di scelta alla spesa successiva”* ma dall'altro che *“la limitazione non sia invece tale da far sostanzialmente rientrare l'iniziativa in una normale operazione a premio....”*. Conseguentemente, al fine di non svuotare di significato una delle due ipotesi di esclusione – quella di cui alla lettera c) o quella, piuttosto, di cui alla lettera c-bis) come scritte dal legislatore – la nuova disposizione normativa (lettera c-bis)) non può che essere letta nel senso che essa si applichi quando il buono ricevuto in premio possa essere utilizzato, nel medesimo punto vendita o in punti vendita diversi purchè appartenenti alla medesima ditta o insegna, per qualsiasi prodotto venduto mentre quando il buono, da spendere esclusivamente nell'ambito di quei punti vendita, è limitato a specifici prodotti la condizione renderà la manifestazione ascrivibile alle operazioni a premio sottoposte agli adempimenti amministrativi (e fiscali) per la parte di prodotti di genere diverso da quello/i acquistato/i (promozionato/i), pur rientranti nella stessa categoria.

N. 63) D. – Qualora un'impresa produttrice/distributrice di uno o più beni prometta all'acquirente il rimborso totale o parziale dell'importo pagato mediante corresponsione di un assegno o versamento della somma sul conto corrente indicato dal medesimo consumatore, l'iniziativa deve essere configurata un'operazione a premio sottoposta alla disciplina del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 ?

R. – No, trattandosi di uno sconto assimilabile a quello praticato contestualmente all'acquisto. Infatti con risoluzione n. 147/E del 10 aprile 2008 la stessa Agenzia delle Entrate – Direzione Centrale Normativa e Contenzioso ha fiscalmente dato la possibilità di riconoscere a favore del consumatore finale, successivamente all'acquisto di un determinato prodotto, il diritto al rimborso di una somma di denaro, consentendo al rivenditore di emettere fiscalmente una nota di variazione. L'Agenzia delle Entrate ha così confermato l'orientamento precedente maturato ed espresso con la circolare 11 dicembre 1997, n. 311/E. Inoltre il provvedimento del 5 luglio 2011, a firma del Governatore della Banca d'Italia, attuativo del Titolo II del decreto legislativo n. 11 del 27 gennaio 2010 ha indicato – al punto 2.2. - tra le attività non costituenti servizi di pagamento, anche i cosiddetti *cash-back*. Il punto 2.2.5. del citato provvedimento stabilisce che la restituzione della somma di denaro (corrispondente

alla differenza tra quanto pagato e quanto dovuto) avvenga in contanti e non con carta di pagamento o moneta elettronica.

N. 64) D. – Qualora venga distribuita una card sulla quale accumulare punti immediatamente utilizzabili, in quanto convertibili in denaro, per acquistare beni o servizi venduti dal medesimo promotore, si è in presenza di una manifestazione a premio ?

R. – La Circolare 11 dicembre 1997, n. 311/E dell'ex Ministero delle finanze esclude la natura premiale dell'iniziativa quando viene assicurata l'immediata disponibilità delle somme via via accantonate. La risoluzione afferma infatti che l'immediatezza dell'esigibilità per il consumatore delle somme corrispondenti agli sconti accumulati renderebbe l'iniziativa assimilabile ad una mera offerta di sconti immediati. Si aderisce pertanto all'interpretazione a suo tempo formulata.

N. 65) D. - Le vendite abbinate sono ancora consentite?

R. – Il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 ha abrogato la normativa esistente sulle cosiddette vendite abbinate. Conseguentemente, occorre identificare di volta in volta gli elementi che connotano l'iniziativa che preveda la vendita congiunta di due o più prodotti anche di genere diverso, al fine di valutare se la stessa sia inquadrabile in una mera offerta di sconti immediati o, piuttosto, in un'operazione a premio. Pertanto, partendo dalla premessa che per prodotti dello stesso genere trova applicazione la lettera c), comma 1, dell'art. 6 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, si configura mera promozione di scontistica l'iniziativa promossa da un'impresa che venda prodotti di vario genere appartenenti ad imprese produttrici diverse e che, attraverso l'azione di pubblicità, non dia risalto ad un prodotto rispetto all'altro. Inoltre, deve essere indicato lo sconto per ogni prodotto e specificamente detto che l'acquisto di uno solo dei prodotti facenti parte della vendita congiunta avverrà a prezzo pieno. E' indifferente che i prodotti venduti congiuntamente siano incellofanati, in quanto possono solo essere fisicamente collocati nello stesso luogo. Infine, il materiale informatico pubblicitario non deve riportare termini quali "regalo", "premio", "vincita" o simili al fine di non ingenerare equivoci circa l'esatta qualificazione dell'iniziativa.

N. 66) D. - Un'impresa che svolge per conto di uno o più Comuni il servizio di raccolta o gestione o trasporto dei rifiuti solidi urbani o altro servizio a rilevanza pubblica che intenda organizzare una manifestazione a premio per incentivare tra gli utenti la conoscenza delle azioni positive inerenti i succitati servizi deve applicare il d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 ?

R. - Come è noto, ai sensi dell'art. 1, comma 1, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 lo scopo delle manifestazioni a premio 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"*. Da quanto sopra, discende che un'iniziativa premiale indetta per una finalità di carattere sociale come ad esempio incentivare la popolazione alla pratica della raccolta differenziata piuttosto che al riciclo o all'uso di mezzi di mobilità sostenibile o al risparmio energetico e comunque ad azioni che impattino positivamente sull'ambiente e sull'uomo rientri

nell'ipotesi di esclusione contemplata dalla lettera e), comma 1, dell'art. 6 del d.P.R. n. 430/2001.

N. 67) D. - Le iniziative di un'emittente radiofonica consistenti in giochi di bravura e/o abilità per i propri ascoltatori, strutturati sotto forma di concorso a premio, possono essere considerate escluse dagli obblighi previsti per le manifestazioni a premio ?

R. - L'art. 6 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 individua le iniziative premiali che, per le modalità di svolgimento, non si considerano concorsi ed operazioni a premio. In particolare, il comma 1, lettera b), così come integrato dall'art. 7, comma 9, della legge 3 maggio 2004, n. 112 considera escluse dal novero dei concorsi e delle operazioni a premio le manifestazioni promosse da emittenti radio per le quali l'assegnazione di premi avviene, oltre che nei confronti di spettatori presenti nei luoghi ove esse si svolgono, anche nei confronti di *"ascoltatori che intervengono ad esse attraverso collegamento radiofonico, ovvero qualsivoglia altro collegamento a distanza"*.

Rimane assoggettabile alle disposizioni del citato decreto ogni altra iniziativa che, attraverso l'emittente, sia svolta per promuovere prodotti o servizi di altre imprese.

N. 68) D. - Le emittenti televisive che assegnano premi agli spettatori presenti esclusivamente nei luoghi ove si svolge la trasmissione possono essere considerate escluse dagli adempimenti in relazione alla disposizione di cui alla lettera b), comma 1, dell'art. 6 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 ?

R. - Secondo la sentenza n. 3708 del 27/05/2008 del Consiglio di Stato, in sede giurisdizionale, sez. VI, e sempre che l'iniziativa non sia svolta per promuovere beni o servizi di altre imprese, essa non è sottoposta agli adempimenti prescritti dal d.P.R. n. 430/2001 solo qualora non vi sia stata pre-selezione dei concorrenti.

Il pagamento di una somma di denaro ai partecipanti, preselezionati ai fini della trasmissione televisiva nella quale è prevista l'attribuzione di premi, fa venire meno i caratteri del negozio giuridico unilaterale nel quale si sostanzia la promessa al pubblico di cui all'art. 1989 e seguenti del codice civile, trattandosi di negozio giuridico bilaterale a prestazioni corrispettive.

N. 69) D. - Come configurare le iniziative delle emittenti radiofoniche che promuovono un concorso a premio prevedendo la possibilità di presentare un'opera di ingegno (musica, recitazione, informazione, etc.) in modo che quella più votata abbia diritto ad essere inserita nella programmazione radiofonica o ad un altro premio ?

R. - Solo ai fini delle manifestazioni a premio, l'opera di ingegno può essere considerata opera nel caso in cui coloro che la presentano risultano iscritti alla SIAE. L'eventuale pagamento dei diritti di autore e/o di riproduzione all'autore rappresenterebbe il corrispettivo dell'opera prestata. In tal caso l'iniziativa può essere fatta rientrare nell'esclusione di cui alla lett. a), comma 1, dell'art. 6 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430.

Nel caso in cui l'emittente radiofonica ponga come premio la mera programmazione dell'opera non remunerata dall'emittente e coloro che la presentano non sono iscritti alla SIAE, l'orientamento maturato è quello secondo cui non si tratterebbe di

manifestazione a premio poiché la programmazione dell'opera non sarebbe suscettibile di valutazione economica (cfr. art. 4, comma 1, del d.P.R. n. 430/2001).

Se invece il premio consiste in un bene diverso da quelli sopra indicati allora l'iniziativa va considerata una manifestazione a premio per la quale trova applicazione la normativa in materia.

N. 70) D. – La normativa sulle manifestazioni a premio deve essere applicata in presenza di un concorso a premio che dia in premio un bene o servizio di minimo valore ?

R. – La lettera d), comma 1, dell'art. 6 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 consente di svolgere liberamente le manifestazioni nelle quali i premi sono costituiti da oggetti di *minimo valore*. Tuttavia, tale disposizione trova applicazione sempre che i premi non siano conferiti a seguito dell'acquisto di un determinato prodotto al fine di incentivarne la vendita o non siano legati ad un determinato valore di acquisto prescindendo dalla natura del bene acquistato.

Quanto alla nozione di *minimo valore* e al suo ambito applicativo, si ritiene possa considerarsi superata l'interpretazione fornita con circolare 28 marzo 2002, n. 1/AMTC, a firma del Ministro, che aveva rinviato all'esemplificazione contenuta nell'art. 107 del Regolamento sui servizi del lotto approvato con regio decreto legge 25 luglio 1940, n. 1077 nella parte in cui detto valore era assimilato a quello del lapis, della bandierina, del calendario e di oggetti ad essi simili.

Infatti, con parere pervenuto al Ministero prot. 0089655 del 10 marzo 2017, l'Agenzia delle Entrate ha chiarito che, *“in base alla normativa fiscale....., i premi corrisposti nell'ambito di iniziative promozionali attraverso estrazioni oppure ulteriori parametri, sono soggetti, in linea di principio alla applicazione della ritenuta a titolo di imposta se di ammontare complessivo superiore a 25,82 euro , nel caso in cui i premi assegnati non superino la soglia di 25,82 euro, gli stessi non devono essere assoggettati al regime delle ritenute di cui all'art. 30, comma 1, del D.P.R. n. 600 del 1973. Di converso, qualora nel corso del periodo di imposta vengano corrisposti allo stesso soggetto premi che, seppure di valore unitario pari o inferiore ad euro 25,82, sommati fra loro oltrepassino tale soglia, sarà necessario applicare la ritenuta (del 25 per cento) sull'intero ammontare dei premi corrisposti.”*

Conseguentemente, in linea generale può affermarsi, alla luce del parere fornito dall'Amministrazione competente in materia fiscale sulle manifestazioni a premio, che iniziative premiali che non prevedano – quale condizione di partecipazione – l'acquisto di uno o più prodotti, rientrano nell'ipotesi di esclusione succitata solo qualora il singolo premio assegnato ad un partecipante sia pari o inferiore a euro 25,82 ed il soggetto promotore dell'iniziativa non potrà consentire che una stessa persona vinca più di un premio raggiungendo o superando quel valore (euro 25,82) nel medesimo periodo di imposta corrispondente all'anno solare.

In assenza di specificazioni, si ritiene applicabile l'interpretazione più restrittiva che considera il valore dei premi posti in palio al lordo dell'IIVA così come l'applicabilità dell'ipotesi di esclusione solo nel caso in cui tutti i premi siano di valore non superiore ad eu 25,82.

Manifestazioni vietate

N. 71) D. - Un'iniziativa commerciale, che preveda un contributo, per la consegna di un bene conferito come premio, superiore al 75% del suo costo, ha i requisiti per essere configurata una manifestazione a premio oppure trattasi di fattispecie “sconto” ?

R. – In linea generale l'ipotesi descritta rientra appieno nella fattispecie di operazione a premio assoggettata alle disposizioni di cui al d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, tenendo comunque presente che la richiesta di un contributo superiore alla percentuale stabilita dall'art. 3 del medesimo d.P.R. n. 430/2001 concretizza una manifestazione vietata ai sensi del successivo art. 8, lett. e), cui è applicabile la sanzione indicata dall'art. 124 del regio decreto legge 19 ottobre 1938, n. 1933, come sostituito dall'art. 19, comma 5, della legge 27 dicembre 1997, n. 449, poi dall'art. 12, comma 1, lett. o) del decreto legge 28 aprile 2009, n. 39, convertito, con modificazioni, nella legge 28 giugno 2009, n. 77, in ultimo modificato dall'art. 1, comma 924, della legge 28 dicembre 2015, n. 208 che ha riportato il regime sanzionatorio a quanto disposto dal succitato art. 124 R.D.L. n. 1933/1938.

Il caso molto frequente della promozione che ha ad oggetto l'offerta a prezzo pieno di due o più prodotti generici (senza che siano identificati nella pubblicità) abbinando ad essa la possibilità di acquistare un ulteriore prodotto generico a prezzo irrisorio configura una pratica di scontistica e non un'operazione a premio in quanto la promozione non riguarda specifici prodotti. Al contrario, quando la promozione identifica esattamente due o più beni/servizi il cui acquisto dà diritto a ricevere anche a prezzo irrisorio un ulteriore prodotto (è indifferente che quest'ultimo sia o meno identificato) si è in presenza di un'operazione a premio a contributo.

N. 72) D. – Qual è il regime sanzionatorio pecuniario applicabile per le manifestazioni a premio di cui è stato dichiarato vietato lo svolgimento ?

R. – L'art. 1, comma 924, della legge 28 dicembre 2015, n. 208 ha circoscritto il regime sanzionatorio pecuniario determinato dall'art. 12, comma 1, lett. o) del decreto legge 28 aprile 2009, n. 39, convertito, con modificazioni, nella legge 28 giugno 2009, n. 77 solo ai concorsi a premio per i quali è stata accertata dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli la coincidenza con attività di gioco riservate allo Stato o l'elusione del monopolio statale dei giochi.

Per le manifestazioni a premio vietate ai sensi del d.P.R. n. 430/2001 è stato invece rideterminato il regime sanzionatorio ritornando alla sanzione pecuniaria da una a tre volte l'IVA sul montepremi posto in palio ma con un limite minimo di euro 2.582,28. Se il pagamento viene effettuato entro trenta giorni dalla data di effettuata notificazione della sanzione al trasgressore, la stessa è ridotta ad un sesto del massimo.

La sanzione è raddoppiata quando le manifestazioni a premio siano continuate nel caso in cui sia stato vietato lo svolgimento.

N. 73) D – I rivenditori dei beni e servizi promozionati che hanno partecipato all'attività distributiva di materiale di concorsi ed operazioni a premio dichiarati vietati sono sanzionabili ?

R. - L'art. 5, comma 4, del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430, che esclude la responsabilità dei rivenditori dei beni e servizi promozionati che non hanno concorso all'organizzazione della manifestazione, è stato ormai superato dalla nuova disciplina di cui all'art. 12, comma 1, lett. o) del decreto legge 28 aprile 2009, n. 39, convertito, con modificazioni, nella legge 28 giugno 2009, n. 77 la quale fa riferimento ad una partecipazione che avvenga "in qualunque modo" e pertanto anche in assenza di uno specifico accordo.

N. 74) D. – Qual è lo strumento di pagamento di una sanzione amministrativa pecuniaria, per una manifestazione a premio intempestiva o vietata, pagata in via di conciliazione a seguito di processo verbale, o a seguito di notifica di ordinanza ingiunzione ?

R. - A scopo esemplificativo si allega un fac-simile di Mod. F23 con indicate (in rosso), nei riquadri che interessano, le modalità di compilazione.



1. VERSAMENTO DIRETTO AL CONCESSIONARIO DI

Ente presso cui si effettua il pagamento

2. DELEGA IRREVOCABILE A

MODELLO DI PAGAMENTO:
TASSE, IMPOSTE, SANZIONI
E ALTRE ENTRATE

AGENZIA/UFFI PROV. PER L'ACCREDITO ALLA TESORERIA COMPETENTE

3 NUMERO DI

DATI ANAGRAFICI

4. COGNOME, DENOMINAZIONE O RAGIONE SOCIALE NOME DATA DI NASCITA
Generalità del promotore e/o del legale rappresentante

SESSO (M o F) COMUNE (o Stato estero) DI NASCITA/ SEDE SOCIALE PROV. CODICE FISCALE
Codice fiscale

5. COGNOME, DENOMINAZIONE O RAGIONE SOCIALE NOME DATA DI NASCITA

SESSO (M o F) COMUNE (o Stato estero) DI NASCITA/ SEDE SOCIALE PROV. CODICE FISCALE

DATI DEL VERSAMENTO

6. UFFICIO O ENTE 7. COD. TERRITORIALE (*) 8. CONTENZIOSO 9. CAUSALE 10. ESTREMI DELL'ATTO O DEL DOCUMENTO
L A E S Z 2004 numero del processo verbale

11. CODICE TRIBUTO 12. DESCRIZIONE (*) 13. IMPORTO 14. COD. DESTINATARIO

6 9 6 T Sanzioni per le violazioni di cui al DPR 26 ottobre 2001, n. 430
importo totale della sanzione
Totale sanzione

EURO (lettere)

ESTREMI DEL VERSAMENTO (DA COMPIRE A CURA DEL CONCESSIONARIO, DELLA BANCA O DELLE POSTE)				
DATA			CODICE CONCESSIONE / BANCA / POSTE	
giorno	mese	anno	AZIENDA	CAB / SPORTELLO

FIRMA
Firma (e timbro se possibile)

Autorizzo addebito sul conto corrente bancario
n. _____
firma _____

MOD. F 23 - 2002 EURO

(*) RISERVATO ALL'UFFICIO

Manifestazioni a premio non di competenza del Ministero dello sviluppo economico

N. 75) - D. Il Ministero dello sviluppo economico è competente anche in materia di manifestazioni di sorte locali ?

R. - L'art. 12 del d.P.R. 26 ottobre 2001, n. 430 indica nel Ministero dello sviluppo economico il soggetto cui compete esclusivamente il controllo sulle manifestazioni a premio. L'art. 14 del medesimo decreto attribuisce, invece, il controllo sulle manifestazioni di sorte locali, aventi le caratteristiche di cui all'art. 13 del citato decreto, alle Prefetture, ai Comuni e agli uffici territoriali dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli cui, pertanto, occorre rivolgersi per le relative informazioni.

Regime fiscale delle manifestazioni a premio

N.B. I quesiti aventi riflessi fiscali devono essere proposti all'Agenzia delle Entrate e/o ai suoi diversi uffici competenti, in via esclusiva, della materia.

N. 76) D. - Quali sono gli adempimenti di natura fiscale cui sono tenuti i promotori di manifestazioni a premio ?

R. - Il regime fiscale applicabile alle manifestazioni a premio è disciplinato dall'art. 19 della legge 27 dicembre 1997, n. 449.

N. 77) D. - Un'agenzia di promozione che è soggetto delegato a rappresentare un'impresa nello svolgimento di una manifestazione a premio, può assolvere anche agli obblighi di natura tributaria collegati al conferimento dei premi ?

R. - Sulla questione l'Agenzia delle Entrate si è espressa con circolare n. 32/E del 12 aprile 2002 cui si rimanda.

N. 78) D. - Da quale valore è costituita la base imponibile per l'applicazione della ritenuta Iperf (art. 30 d.P.R. n. 29 settembre 1973, n. 600) nelle ipotesi di manifestazioni a premio con corresponsione di premi in natura ?

R. - Si rimanda, al riguardo, alla Risoluzione n. 54 del 26 marzo 2004 dell'Agenzia delle Entrate.

N. 79) - D. Nel caso in cui un dipendente di un istituto bancario abbia partecipato ad un'operazione a premio, promossa da un'azienda terza che promette un premio a coloro che le procurino nuovi sottoscrittori di propri prodotti finanziari, qual è il regime fiscale applicabile sui premi conferiti da

tale soggetto terzo diverso dal datore di lavoro del dipendente ?

R. - La problematica è stata oggetto della Risoluzione n. 101 del 27 luglio 2005 dell'Agenzia delle Entrate cui si rimanda.