

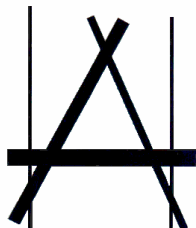


Ministero dello Sviluppo Economico

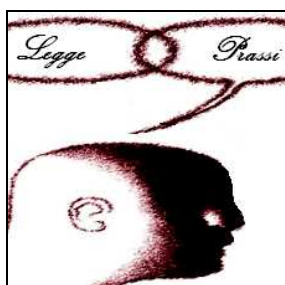
Dipartimento per l'Impresa e l'Internazionalizzazione

Direzione generale per il mercato, la concorrenza, il consumatore, la vigilanza e la normativa tecnica

Divisione XIX - Manifestazioni a premio



LE MANIFESTAZIONI A PREMIO



Un utile RAFFRONTO OPERATIVO tra

il DPR 430/2001 e

la Circ. MAP 1/AMTC del 23/3/2002

SOMMARIO

- **Art. 19 L. 27 dic. 1997, n. 449 - Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica. Introduce la riforma delle manifestazioni a premio;**
- **DPR 26 ott. 2001, n. 430 - Regolamento concernente la revisione organica della disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio, nonché delle manifestazioni di sorte locali, ai sensi dell'articolo 19, comma 4, della legge 27 dicembre 1997, n. 449, (solo i primi 12 artt., ossia quelli relativi alle manifestazioni a premio);**
- **Circolare MAP 28 mar. 2002 n. 1/AMTC Prime indicazioni esplicative ed operative in merito alla nuova disciplina sulle manifestazioni a premio (D.P.R. n. 430 del 26 ottobre 2001).**

Ministero dello Sviluppo Economico

Direzione generale per il mercato, la concorrenza, il consumatore, la vigilanza e la normativa tecnica

Legge 27 dicembre 1997, n. 449

(in Gazz. Uff., 30 dicembre 1997, n. 302, s.o.).

Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica.

AMMINISTRAZIONE DEL PATRIMONIO E CONTABILITA' DELLO STATO

TITOLO I

DISPOSIZIONI IN MATERIA DI ENTRATA

(Omissis)

Capo III

DISPOSIZIONI PER IL RECUPERO DELLA BASE IMPONIBILE E PER L'EFFICIENZA DELL'AMMINISTRAZIONE FINANZIARIA

(Omissis)

Art. 19. - Disposizioni in materia di manifestazioni a premio e manifestazioni di sorte locali.

1. All'articolo 19 del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 633, recante istituzione e disciplina dell'imposta sul valore aggiunto, come sostituito dall'articolo 2 del decreto legislativo 2 settembre 1997, n. 313, al comma 2, e' aggiunto, in fine, il seguente periodo: "In nessun caso e' detraibile l'imposta relativa all'acquisto o all'importazione di beni o servizi utilizzati per l'effettuazione di manifestazioni a premio".

2. Nel decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 600, il primo comma dell'articolo 30, relativo alla ritenuta sui premi e sulle vincite, e' sostituito dal seguente: "I premi derivanti da operazioni a premio assegnati a soggetti per i quali gli stessi assumono rilevanza reddituale ai sensi dell'articolo 6 del testo unico delle imposte sui redditi, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, gli altri premi comunque diversi da quelli su titoli e le vincite derivanti dalla sorte, da giochi di abilità, quelli derivanti da concorsi a premio, da pronostici e da scommesse, corrisposti dallo Stato, da persone giuridiche pubbliche o private e dai soggetti indicati nel primo comma dell'articolo 23, sono soggetti a una ritenuta alla fonte a titolo di imposta, con facoltà di rivalsa, con esclusione dei casi in cui altre disposizioni già prevedano l'applicazione di ritenute alla fonte. Le ritenute alla fonte non si applicano se il valore complessivo dei premi derivanti da operazioni a premio attribuiti nel periodo d'imposta dal sostituto d'imposta al medesimo soggetto non supera l'importo di lire 50.000; se il detto valore e' superiore al citato limite, lo stesso e' assoggettato interamente a ritenuta. Le disposizioni del periodo pre-

cedente non si applicano con riferimento ai premi che concorrono a formare il reddito di lavoro dipendente".

3. Sono abrogate le seguenti disposizioni:

- a) nell'articolo 40 del regio decreto-legge 19 ottobre 1938, n. 1933, convertito, con modificazioni, dalla legge 5 giugno 1939, n. 973, il terzo periodo del penultimo comma, introdotto dall'articolo 8 della legge 26 marzo 1990, n. 62; gli articoli 41 e 52 del citato regio decretolegge n. 1933 del 1938;
- b) l'articolo 7, commi 2, 3 e 4, primo e secondo periodo, del decreto-legge 30 settembre 1989, n. 332, convertito, con modificazioni, dalla legge 27 novembre 1989, n. 384.

4. Con regolamento, da emanare entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, ai sensi dell'articolo 17, comma 2, della legge 23 agosto 1988, n. 400, su proposta del Ministro delle finanze, di concerto con il Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato e con il Ministro dell'interno, si procede alla revisione organica della disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio nonché delle manifestazioni di sorte locali di cui agli articoli da 39 a 62 del regio decreto-legge 19 ottobre 1938, n. 1933, convertito, con modificazioni dalla legge 5 giugno 1939, n. 973, con contestuale abrogazione delle citate norme e di ogni altra che risulti in contrasto, secondo i seguenti principi:

- a) revisione dei requisiti, delle condizioni e delle modalità per lo svolgimento dei concorsi, delle operazioni a premio, nonché delle manifestazioni di sorte locali, con particolare riguardo all'individuazione dei soggetti promotori, alla durata delle sole operazioni a premio, alla natura dei premi, ai meccanismi e alle modalità di effettuazione, alle forme di controllo delle singole iniziative;
- b) previsione della possibilità di effettuare le operazioni di cui all'articolo 44, secondo comma, lettera a), del citato Regio decreto legge n. 1933 del 1938, anche da più ditte in associazione tra loro; abolizione dell'autorizzazione allo svolgimento dei concorsi, delle operazioni a premio e delle manifestazioni di sorte locali e definizione di eventuali modalità di comunicazione preventiva dei concorsi e delle operazioni a premio e delle manifestazioni di sorte locali, da parte dei promotori; previsione, per concorsi a premio della devoluzione alle organizzazioni non lucrative di utilità sociale dei premi non assegnati e non richiesti;
- c) attribuzione al ministero dell'Industria, del commercio e dell'artigianato dei poteri di controllo sui concorsi e sulle operazioni a premio e di divieto dello svolgimento

dei medesimi, nei casi di fondato pericolo di lesione della pubblica fede e della parità di trattamento e di opportunità per tutti i partecipanti, di turbamento della concorrenza e del mercato, di elusione del monopolio statale dei giochi e delle scommesse per la mancanza di reali scopi promozionali, con contestuale adeguamento delle relative strutture amministrative e dotazioni organiche anche a valere sul personale già assegnato temporaneamente al ministero senza ulteriori gravami per i soggetti promotori;

d) attribuzione ai comuni del potere di vigilanza sullo svolgimento delle manifestazioni di sorte locali e alle prefetture del potere di vietarne lo svolgimento nei casi di mancanza dei requisiti e delle condizioni di cui alla lettera a).

5. Al regio decreto-legge 19 ottobre 1938, n. 1933, convertito, con modificazioni, dalla legge 5 giugno 1939, n. 973, sono apportate le seguenti modificazioni:

a) dopo l'articolo 113 e' inserito il seguente: "ART. 113-bis - **1.** In caso di svolgimento di lotterie, tombole, riffe, pesche o banchi di beneficenza o di qualsiasi altra manifestazione comunque denominata con offerta di premi attribuiti mediante estrazione, sia che questa venga effettuata appositamente sia che si faccia riferimento ad altra designazione che dipenda dalla sorte o alle estrazioni del lotto pubblico, al di fuori dei casi consentiti, si applica la sanzione amministrativa da due a venti milioni di lire. La sanzione e' ridotta alla metà nel caso in cui l'operazione sia circoscritta a poche persone ed il premio risulti di scarso valore.

2. In caso di vendita e di distribuzione nel territorio dello Stato di biglietti di lotterie aperte all'estero o di titoli di prestiti stranieri a premi, ancorché i premi rappresentino rimborsi di capitale o pagamento di interessi, nonché di raccolte di sottoscrizioni per le lotterie ed i prestiti anzidetti si applica la sanzione amministrativa da due a venti milioni di lire.

3. Colui che in qualsiasi modo reclamizza al pubblico le operazioni indicate nei commi 1 e 2 è punito con la sanzione amministrativa da lire seicentomila a lire sei milioni. La sanzione è raddoppiata nel caso in cui la pubblicità venga effettuata tramite stampa o radio o televisione.

4. Il giocatore, compratore o sottoscrittore di biglietti, cartelle, numeri o altro relativi alle operazioni di cui al presente articolo è punito con la sanzione amministrativa da lire trecentomila a lire un milione e ottocentomila.";

b) gli articoli 114, 117, 118, 119, 120 e 121 sono abrogati; c) l'articolo 124 è sostituito dal seguente: "ART. 124. - **1.** In caso di effettuazione di concorsi ed operazioni a premio di cui è vietato lo svolgimento si applica la sanzione amministrativa da una a tre volte l'ammontare dell'imposta sul valore aggiunto dovuta e comunque non inferiore a cinque milioni di lire. La sanzione è raddoppiata nel caso in cui i concorsi e le operazioni a premio siano continuati quando ne è stato vietato lo svolgimento. Il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato dispone che sia data notizia al pubblico, a spese del soggetto promotore e attraverso i mezzi di informazione individuati dal Ministero stesso, dell'avvenuto svolgimento della manifestazione vietata.

2. In caso di effettuazione di concorsi a premio senza invio della comunicazione si applica la sanzione amministrativa da quattro a venti milioni di lire. La sanzione è ridotta del 50 per cento nel caso in cui la comunicazione sia stata inviata successivamente all'inizio del concorso, ma prima che siano state constatate eventuali violazioni.

3. In caso di effettuazione del concorso con modalità difformi da quelle indicate nella comunicazione si applica la sanzione amministrativa da due a dieci milioni di lire.

4. Per le sanzioni di cui al presente articolo, in caso di pagamento entro trenta giorni dal momento in cui la sanzione è notificata, la stessa è ridotta ad un sesto del massimo".

6. Le disposizioni del comma 5 hanno effetto dalla data di entrata in vigore del regolamento previsto nel comma 4. A decorrere dal 1° gennaio 1998, i premi indicati nell'articolo 51 del regio decreto-legge 19 ottobre 1938, n. 1933, convertito, con modificazioni, dalla legge 5 giugno 1939, n. 973, possono consistere soltanto in beni e servizi assoggettati ad IVA all'atto dell'acquisto o dell'importazione e in biglietti delle lotterie nazionali e giocate del lotto. Le disposizioni del presente articolo non si applicano alle manifestazioni di sorte locali nonché ai concorsi e alle operazioni a premio, che si concludono entro il 31 dicembre 1998, la cui domanda di autorizzazione è presentata entro il 31 dicembre 1997.

In tal caso i soggetti organizzatori, in deroga alla disposizione di cui all'articolo 19, comma 2, del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 633, come modificato dal comma 1 del presente articolo, conservano il diritto alla detrazione dell'imposta sul valore aggiunto ad essi addebitata per rivalsa in relazione all'acquisto o all'importazione di beni e di servizi utilizzati per l'effettuazione di manifestazioni a premio.

7. Al comma 1 dell'articolo 33 della legge 23 dicembre 1994, n. 724, sono apportate le seguenti modificazioni:

- a) al primo periodo, le parole: "tabaccaï richiedenti" sono sostituite dalle seguenti: "tabaccaï che ne facciano richiesta entro il 1 marzo di ogni anno";
- b) dopo il primo periodo e' inserito il seguente: "Sulla base delle domande presentate il Ministro delle finanze, con propri decreti, definisce il piano di progressiva estensione della rete a tutti i tabaccaï richiedenti entro il 31 dicembre di ogni anno".

8. Per le modalità di prelievo fiscale relativo a premi consistenti in beni e servizi non imponibili ai fini dell'imposta sul valore aggiunto, si applica una imposta sostitutiva del 20 per cento con esclusione dei biglietti delle lotterie nazionali e delle giocate del lotto.

(Omissis)

<p>DPR 26 ottobre 2001, n. 430</p> <p><i>“Regolamento concernente la revisione organica della disciplina dei concorsi e delle operazioni a premio, nonché delle manifestazioni di sorte locali, ai sensi dell'articolo 19, comma 4, della legge 27 dicembre 1997, n. 449”.</i></p> <p><u>Art. 1. - Ambito applicativo</u></p> <p>1. I concorsi e le operazioni a premio di ogni specie, consistenti in promesse di premi al pubblico dirette a favorire, nel territorio dello Stato, la conoscenza di prodotti, servizi, ditte, insegne o marchi o la vendita di determinati prodotti o la prestazione di servizi, aventi, comunque, fini anche in parte commerciali, si effettuano alle condizioni e con le modalità di cui al presente titolo.</p> <p>2. Per le obbligazioni assunte nei confronti dei</p>	<p>CIRCOLARE 28 marzo n. 1/AMTC</p> <p><i>“Prime indicazioni esplicative ed operative in merito alla nuova disciplina sulle manifestazioni a premio (D.P.R. n. 430 del 26 ottobre 2001)”.</i></p> <p><u>2. Ambito applicativo, definizioni, aspetti generali</u></p> <p>L'oggetto della disciplina definita dal Regolamento e' la materia delle "manifestazioni a premio", la cui natura giuridica viene ricondotta nell'ambito della fattispecie della promessa al pubblico prevista e disciplinata dagli articoli 1989 e ss. del codice civile.</p> <p>Essa, come e' noto, costituisce un negozio unilaterale non recettizio che si intende perfezionato con la sola dichiarazione del promittente e, pertanto, produce effetto, nel senso di vincolarlo, non appena la sua volontà viene esteriorizzata, resa pubblica, senza necessità dell'accettazione.</p> <p>Trattasi, in concreto, di un'obbligazione <i>in incertam personam</i> che va in ogni caso adempiuta; una sua eventuale revoca potrà adottarsi solo per giusta causa e sarà efficace solo se resa pubblica con le stesse modalità usate per la promessa.</p> <p>Lo scopo delle manifestazioni a premio e', come testualmente recita il comma 1 dell'articolo 1 del Regolamento, quello di "favorire la conoscenza di prodotti, servizi, ditte, insegne, marchi</p>
--	--

<p>promissari si applicano le disposizioni degli articoli 1989, 1990 e 1991 del codice civile.</p> <p>3. I concorsi e le operazioni a premio hanno durata non superiore, rispettivamente, a uno e a cinque anni dalla data di inizio degli stessi. Nel periodo di durata dei concorsi e delle operazioni a premio sono compresi, rispettivamente, le fasi relative all'individuazione dei vincitori e il termine ultimo per richiedere il premio. I premi messi in palio sono consegnati agli aventi diritto entro il termine di sei mesi dalla conclusione della manifestazione o dalla data di richiesta dei premi stessi. Se il regolamento della manifestazione prevede termini di consegna inferiori a sei mesi, in caso di ritardo e' data comunicazione agli interessati, mediante lettera raccomandata, dei motivi ostativi al sollecito adempimento dell'obbligazione.</p>	<p>o la vendita di determinati prodotti o la prestazione di servizi aventi, comunque, fini anche in parte commerciali".</p> <p>La disposizione regolamentare prevede, però, anche che l'oggetto della manifestazione a premio possa consistere nel perseguimento di un fine "anche in parte commerciale" facendovi, evidentemente rientrare quelle fattispecie di iniziative che, pur costituite da eventi di carattere non commerciale (es. sportive, culturali, etc.) presentino un evidente collegamento tra promessa di un premio e l'immagine della ditta, del marchio o di un prodotto commerciale.</p> <p>Le manifestazioni a premio si dividono in "concorsi" ed "operazioni" a premio.</p> <p>A distinguerle e': l'obbligatorietà dell'acquisto e/o della vendita del prodotto promozionato, nelle operazioni a premio; l'alea, l'abilità, la capacità personale od altra eventualità nei concorsi a premio.</p> <p>In particolare, si realizza l'operazione a premio quando, a seguito dell'acquisto o vendita di un prodotto, viene conferito a tutti i partecipanti il premio promesso; il concorso a premio, invece, quando un'iniziativa commerciale prevede che, con o senza l'acquisto del prodotto e/o del servizio, il premio e' attribuito solo ad alcuni dei partecipanti.</p> <p>Entrambe, di norma, si caratterizzano per il perseguimento di un fine squisitamente commerciale, quale ad esempio l'incremento delle vendite di un prodotto o la promozione del marchio o dell'immagine commerciale.</p> <p>Ove, pertanto, vengano poste in essere attività promozionali che non possiedano in tutto o in parte gli elementi essenziali o non assolvano le condizioni previste dagli articoli 2 e 3 del Regolamento, esse avranno tutt'altra qualificazione o rientreranno nei casi di esclusione previsti dal successivo articolo 6.</p>
---	---

<p>4. I concorsi e le operazioni a premio possono essere svolti a favore dei consumatori finali o di altri soggetti quali i rivenditori, gli intermediari, i concessionari, i collaboratori e i lavoratori dipendenti.</p>	<p>I destinatari delle manifestazioni a premio sono non solo i consumatori, quali soggetti fruitori finali del prodotto o del servizio promosso, ma anche tutta una serie di altri soggetti individuati dalla norma nei rivenditori, intermediari, concessionari, collaboratori e dipendenti che professionalmente cooperano nel processo di vendita ancorché non assumano la veste di alienanti nel contratto di compravendita.</p> <p>Nella previsione legislativa è caratterizzante solo la circostanza che il soggetto con il suo acquisto o con la sua intermediazione nello scambio ha determinato la commercializzazione di prodotti o di servizi.</p>
<p>5. La partecipazione ai concorsi e alle operazioni a premio è gratuita, salvo le ordinarie spese di spedizione o telefoniche necessarie ai fini della partecipazione stessa. È vietata la diretta maggiorazione del prezzo del prodotto o servizio promosso.</p>	<p>Le manifestazioni a premio sono, come detto, eventi commerciali cui viene ricollegata la promessa di un premio a fronte dell'acquisto o non del prodotto o del servizio.</p> <p>La gratuità è pertanto la caratteristica essenziale di tutte le manifestazioni a premio, con il conseguente divieto di maggiorare il prezzo del prodotto o servizio promosso.</p> <p>La partecipazione all'evento deve essere quindi assolutamente gratuita.</p> <p>Principio che deve intendersi appieno rispettato sia in presenza dell'acquisto del bene oggetto della promozione sia anche quando venga richiesta una partecipazione diretta del destinatario (attraverso il pagamento) all'acquisizione del premio.</p> <p>Ci si verrebbe a trovare in un contesto totalmente diverso qualora, in assenza di obbligo d'acquisto del prodotto (nel caso di concorsi a premio), la partecipazione venisse condizionata al pagamento di una somma di denaro: si realizzerebbe, in tal caso, una fattispecie ben diversa riconducibile ai giochi in genere ed alle lotterie in particolare (materia che la legge riserva allo Stato) rappresentando la somma corrisposta il pagamento di una posta di gioco; analogamente, avverrebbe in presenza di una dimostrata diretta maggiorazione del prezzo del prodotto</p>

	<p>desumibile da una palese sproporzione tra il costo di produzione ed il prezzo di vendita.</p> <p>Allorquando, invece, l'eventuale esborso di una somma di denaro venga richiesto per consentire al destinatario la possibilità di partecipare all'assegnazione del premio promesso, il principio della gratuità viene garantito se quel costo viene contenuto nei limiti della ordinaria spesa da sostenere per l'invio della cartolina o per una telefonata a tariffa unica o agevolata che non si protragga oltre il tempo necessario per comunicare il riferimento alla manifestazione ed i dati personali.</p> <p>La durata delle manifestazioni a premi varia, in base a quanto disposto dall'articolo 1, comma 3 del Regolamento, a seconda che si tratta dei concorsi o delle operazioni.</p> <p>I concorsi non possono esser svolti per un periodo di tempo superiore ad un anno; le operazioni a premi, per un periodo non superiore ai cinque anni dalla data d'inizio.</p> <p>La data d'inizio della manifestazione a premio coincide, di regola, con la sua pubblicizzazione vale a dire con il momento in cui il contenuto dell'iniziativa (la promessa di cui all'art.1989 c.c.) viene portato a conoscenza del pubblico dei destinatari con i mezzi più opportuni (giornali, radio, tv, manifesti, avvisi, etc.).</p> <p>Alla scadenza del termine la manifestazione si conclude e la promessa si estingue senza bisogno di revoca alcuna. La revoca, può, però aversi prima del termine indicato solo se determinata da giusta causa purché sia resa pubblica nella stessa forma della promessa o in forma equivalente. In ogni caso essa non ha effetto retroattivo (art.1990 c.c.).</p> <p>Nel periodo di durata massima dell'iniziativa deve farsi rientrare ogni fase della manifestazione quale quella della validità della partecipazione e/o del ritiro di eventuali tessere o cartoline nonché la fase dell'individuazione del vincitore ed il termine ul-</p>
--	---

<p>6. Le attività relative allo svolgimento delle manifestazioni a premio sono effettuate nel territorio dello Stato ad eccezione delle attività connesse al confezionamento dei prodotti realizzate al di fuori del detto territorio.</p>	<p>timo per richiedere il premio.</p> <p>Scaduto quest'ultimo termine, nei concorsi a premi, sarà consentito procedere alla devoluzione alle organizzazioni non lucrative di utilità sociale del premio non richiesto o non assegnato.</p> <p>L'ambito territoriale delle manifestazioni a premi dovrà essere indicato tra le condizioni di partecipazione. E' bene precisare che le manifestazioni e le attività ad esse connesse, così come disciplinate dal Regolamento, sono soggette all'ordinamento giuridico italiano e possono, pertanto, essere svolte sull'intero territorio italiano o parte di esso.</p> <p>E' consentito il loro svolgimento anche sul territorio della Repubblica di San Marino in attuazione della legge 6 giugno 1939 n.1320 che dà esecuzione alla Convenzione di amicizia e buon vicinato stipulata in Roma fra l'Italia e la Repubblica di San Marino il 31 marzo 1939 e che all'art.4 testualmente recita: " I cittadini di ciascuno dei due Stati saranno ammessi, nel territorio dell'altro, all'esercizio di qualsiasi industria, commercio, professione o arte, e potranno accedere a qualsiasi pubblico impiego a parità di condizioni con i nazionali".</p> <p>Unica eccezione al vincolo della territorialità e' la possibilità prevista dal comma 6 dell'articolo 1 del Regolamento di effettuare anche fuori del territorio dello Stato le attività di confezionamento del prodotto oggetto della promozione. Ed a questo proposito si ritiene utile precisare che unitamente al confezionamento del prodotto e' consentito effettuare all'estero anche le operazioni di inserimento nel prodotto stesso dei titoli vincenti e non vincenti dei concorsi che utilizzano tali modalità di attribuzione del premio.</p>
--	--

<p><u>Art. 2. - Concorsi a premio</u></p> <p>1. Sono considerati concorsi a premio le manifestazioni pubblicitarie in cui l'attribuzione dei premi offerti, ad uno o più partecipanti ovvero a terzi, anche senza alcuna condizione di acquisto o vendita di prodotti o servizi, dipende:</p> <p>a) dalla sorte, sia che l'estrazione dei vincitori sia organizzata appositamente, sia che si faccia riferimento ad altra estrazione o ad altra designazione che dipende comunque dalla sorte;</p> <p>b) da qualsiasi congegno, macchina od altro, le cui caratteristiche consentano di affidare unicamente all'alea la designazione del vincitore o dei vincitori dei premi promessi;</p> <p>c) dall'abilità o dalla capacità dei concorrenti chiamati ad esprimere giudizi o pronostici relativi a determinate manifestazioni sportive, letterarie, culturali in genere o a rispondere a quesiti o ad</p>	<p><u>3. I concorsi a premio</u></p> <p>I concorsi a premio vengono definiti dall'articolo 2 del Regolamento come le manifestazioni pubblicitarie nelle quali il premio viene conferito solo ad alcuni dei partecipanti anche senza richiedere ad essi la condizione di acquisto o vendita di prodotti o servizi.</p> <p>Caratteristica essenziale e' che l'attribuzione dei premi deve dipendere:</p> <p>* dalla sorte: l'individuazione dei vincitori può avvenire mediante estrazione appositamente organizzata oppure può farsi riferimento ad altra estrazione (es. il lotto) o modalità di assegnazione (es. abbinamento ad un risultato sportivo)</p> <p>* da un congegno con caratteristiche tali da far determinare l'individuazione dei vincitori soltanto all'alea;</p> <p>* dall'abilità o dalla capacità dei concorrenti chiamati a formulare pronostici, a rispondere a quesiti o ad eseguire determinati lavori;</p>
--	--

<p>eseguire lavori la cui valutazione e' riservata a terze persone o a speciali commissioni;</p> <p>d) dall'abilità o dalla capacità dei concorrenti di adempiere per primi alle condizioni stabilite dal regolamento, purché le modalità dell'assegnazione dei premi siano oggettivamente riscontrabili e i concorrenti che non risultino vincitori possano partecipare all'assegnazione di ulteriori premi.</p>	<p>* dall'abilità o dalla capacità dei concorrenti di adempiere per primi a predeterminate condizioni.</p> <p>Rientrano tra i concorsi a premio tutte quelle iniziative che utilizzano sistemi meccanici, elettrici od elettronici e/o sistemi di telefonia e di telecomunicazione, e con l'ausilio di appositi programmi (software) o modelli matematici non manomettibili, assicurano comunque la garanzia della massima causalità nel conferimento del premio.</p> <p>Anche le manifestazioni in cui il meccanismo di assegnazione del premio è costituito da una operazione di abrasione, cancellatura, sollevamento di materiale ricoprente od altro sistema che ne consente il "rintracciamento immediato" (c.d. "cancella e vinci", "scopri e vinci", "gratta e vinci" etc.) possono rientrare tra i concorsi a premio.</p> <p>Quando invece il conferimento del premio promesso è subordinato all'abilità o alla capacità del partecipante, possono essere ritenuti concorsi quelli in cui il concorrente deve:</p> <p>a) prevedere, attraverso l'espressione di un pronostico su schede già predisposte, l'esito di avvenimenti e/o manifestazioni culturali, sportive future od anche i numeri che saranno estratti nei giochi del lotto, superenalotto e simili;</p> <p>b) eseguire opere, lavori, elaborati o nel tenere comportamenti che debbano essere sottoposti alla valutazione di apposite giurie o commissioni o al preventivo giudizio di un soggetto dalla ditta appositamente incaricato.</p> <p>Va evidenziato, infine, che con la nuova disciplina viene, per la prima volta, prevista una ulteriore fattispecie di con-</p>
--	---

corso a premio che, con la formula "*rush and win*" ("corri e vinci"), le moderne tecniche di marketing individuano nell'opportunità, offerta al concorrente, di poter conseguire il premio promesso qualora riesca ad adempiere alle condizioni poste dal promotore nei tempi più brevi possibili rispetto a chiunque altro.

Trattasi, anche in questo caso, di un concorso di abilità la cui legittimità è subordinata, peraltro, alla contestuale verifica dell'esistenza di modalità di assegnazione del premio non aleatorie o discrezionali, che garantiscano la parità di trattamento a tutti i partecipanti, oggettivamente riscontrabili (es. registrazioni telefoniche, sonore, video, tabulati elettronici, meccanografici, etc.) ed alla condizione che venga data la possibilità di partecipare ad un'ulteriore assegnazione di premi a coloro che non sono risultati vincitori (con la c.d. "estrazione a recupero").

Per lo svolgimento dei "concorsi a premio", l'articolo 10 del Regolamento dispone per i promotori l'onere di una preventiva comunicazione al Ministero delle attività produttive e l'articolo 9 stabilisce, invece, una puntuale disciplina della fase relativa all'individuazione dei vincitori, con l'intervento di un soggetto "pubblico" (un notaio o il funzionario camerale).

Una ulteriore fattispecie di manifestazione è quella comunemente denominata concorso misto, che si realizza allorché si pongano in essere iniziative commerciali le cui modalità prevedano l'assegnazione di un premio di pari valore a tutti i partecipanti ed il contestuale conferimento di altri premi di eguale o diverso valore solo ad alcuni in base alla sorte.

Si tratta in effetti di un concorso dipendente dalla sorte che si innesta su una operazione a premio. In questo caso, attri-

	<p>buendosi alla fattispecie del concorso una funzione attrattiva preminente rispetto alla operazione a premio, per il promotore sarà necessario adempiere all'onere della preventiva comunicazione di cui all'articolo 10, comma 1 del Regolamento.</p>
--	--

<p><u>Art. 3. - Operazioni a premio</u></p> <p>1. Sono considerate operazioni a premio, anche se il destinatario del premio è un soggetto diverso dall'acquirente il prodotto o servizio promosso, le manifestazioni pubblicitarie che prevedono:</p> <p>a) le offerte di premi a tutti coloro che acquistano o vendono un determinato quantitativo di prodotti o di servizi e ne offrono la documentazione raccogliendo e consegnando un certo numero di prove documentali di acquisto, anche su supporto magnetico;</p> <p>b) le offerte di un regalo a tutti coloro che acquistano o vendono un determinato prodotto o servizio.</p>	<p><u>4. Le operazioni a premio</u></p> <p>L'articolo 3 del Regolamento definisce l'operazione a premio come la manifestazione pubblicitaria nella quale viene conferito:</p> <p>a) un premio a tutti coloro che acquistano o vendono un determinato prodotto o servizio. Trattasi della classica operazione a premio per la quale viene conseguito un premio al solo verificarsi dell'acquisto o della vendita del prodotto o del servizio promosso;</p> <p>b) un premio a tutti coloro che acquistano o vendono un determinato quantitativo di prodotti o servizi e ne offrono la documentazione raccogliendo e consegnando un certo numero di prove d'acquisto (bollini, etichette, figurine, punti, etc.), anche su supporto magnetico. Rientrano in questa fattispecie le iniziative promozionali tese alla fidelizzazione della clientela e che subordinano il conferimento del premio alla dimostrazione di aver acquistato un certo quantitativo di prodotti; come del resto vanno in esse ricomprese quelle operazioni di utilizzo in accumulo di prove d'acquisto, cosiddetti punti, maturati nel corso di operazioni svolte da diverse ditte che consentono, poi, all'utilizzatore di poter, indifferentemente, accedere ai premi di ognuna</p>
---	---

<p>2. Sono considerate operazioni a premio anche quelle nelle quali, all'acquirente di uno o più prodotti o servizi promozionati, viene offerta in premio la possibilità di ottenere, dietro presentazione di un numero predeterminato di prove di acquisto e mediante un contributo di spesa, un diverso prodotto o servizio a prezzo scontato. Il contributo richiesto non deve essere superiore al 75 per cento del costo del prodotto o servizio, sostenuto dalla ditta promotrice, al netto dell'imposta sul valore aggiunto. Il premio consiste nello sconto di prezzo rappresentato dalla differenza tra il valore normale del</p>	<p>di esse per tutta la durata coincidente della manifestazione e sempreché non venga, per questo, a determinarsi disparità di trattamento nei confronti dei partecipanti o, comunque, violazioni del pubblico affidamento. In questo caso, resta però inteso che la possibilità di utilizzare o cumulare i punti conseguiti dai partecipanti nel corso di una singola operazione a premio con quelli relativi ad un'altra operazione deve essere espressamente previsto e indicato nei regolamenti delle rispettive manifestazioni;</p> <p>c) un diverso prodotto o servizio a prezzo scontato a tutti coloro che, dietro presentazione di un determinato numero di prove d'acquisto e mediante un contributo di spesa, acquistano uno o più prodotti o servizi oggetto della promozione.</p> <p>Anche in questo caso si è in presenza di un'operazione a premio, dal momento che non è tanto lo sconto che rileva e qualifica il tipo di iniziativa quanto il diritto a poter partecipare ad altra vendita con offerta di regalo, o quote di regalo, soggetta alla disciplina delle operazioni a premio. Infatti, in queste operazioni il destinatario dell'iniziativa non fruisce di alcuno sconto sul prodotto promozionato ed è obbligato ad effettuare un secondo acquisto il cui vantaggio, anche in termini di sconto, costituisce il regalo del primo.</p> <p>E per costituire regalo, il prodotto o servizio in premio dovrà essere ceduto ad un prezzo scontato; in tale ottica l'articolo 3, comma 2, del Regolamento prescrive che il contributo da richiedersi all'acquirente non dovrà essere superiore al 75% del costo del prodotto o del servizio oggetto del secondo acquisto sostenuto dal promotore al netto dell'imposta sul valore aggiunto.</p> <p>Lo stesso comma 2 quindi stabilisce che il "premio consiste nello sconto di prezzo rappresentato dalla differenza tra il valo-</p>
---	---

<p>bene offerto e il contributo richiesto.</p>	<p>re normale del bene offerto e il contributo richiesto".</p> <p>In ordine alla nozione di "valore normale", in attesa che l'amministrazione finanziaria competente ne fornisca una definitiva interpretazione, si fa rinvio alla normativa esistente contenuta nel D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633, art. 14, comma 3, e nel TUIR 22 dicembre 1986, n. 917, art. 9, comma 3, nonché all'orientamento della Suprema Corte di Cassazione, sentenza n. 3671 del 24 gennaio 1997.</p> <p>Pertanto, avuto riguardo alle disposizioni e alla giurisprudenza appena ricordate, nonché in relazione allo stadio finale di commercializzazione del bene oggetto di premio, si ritiene che, nella pratica, sino a quando l'amministrazione competente non si esprimerà a riguardo, il concetto di valore normale, indicato al suddetto comma 2 dell'articolo 3 del Regolamento, possa intendersi come valore commerciale del bene per i consumatori ovvero come valore orientativo di mercato del bene medesimo.</p> <p>Va ricordata, inoltre, la disciplina, introdotta dal D.L. 29 ottobre 1999, n.383 convertito nella legge 28 dicembre 1999, n.496, che prevede specifiche disposizioni per le campagne promozionali organizzate da compagnie petrolifere.</p> <p>In particolare viene disposto che coloro che "attuano campagne promozionali della vendita di carburanti consistenti nell'offerta di omaggi al consumatore, sono obbligate a rendere noto il costo diretto unitario dell'omaggio stesso" e "che il consumatore, che abbia conseguito il diritto all'omaggio, può optare per il ritiro dell'omaggio o per la riduzione del prezzo da pagare per la fornitura di carburante in misura pari al costo diretto unitario dell'omaggio".</p> <p>Alla luce della citata disposizione, va rilevato che essa rappresenta l'unico caso in cui e' obbligatorio offrire al partecipante (consumatore) la possibilità di opzione; va precisato, inoltre, che il suo ambito di applicazione e' limitato alle sole operazioni</p>
--	---

	<p>a premio per le quali l'ottenimento del premio non e' subordinato alla corresponsione di un contributo in denaro da parte del partecipante.</p> <p>Infine, diversamente dai concorsi, per le operazioni a premio nessun obbligo di preventiva comunicazione va adempiuto. Sarà obbligatoria, invece, la compilazione del regolamento della manifestazione che, munito di autocertificazione, dovrà essere conservato presso la sede dell'azienda promotrice.</p>
--	---

<p><u>Art. 4. - Premi</u></p> <p>1. I premi messi in palio consistono in beni, servizi, sconti di prezzo e documenti di legittimazione di cui all'articolo 2002 del codice civile, suscettibili di valutazione economica, assoggettati all'imposta sul valore aggiunto o alla relativa imposta sostitutiva, escluso il denaro, i titoli dei prestiti pubblici e privati, i titoli azionari, le quote di capitale societario e dei fondi comuni di investimento e le polizze di assicurazione sulla vita. I premi, inoltre, sono costituiti anche da giocate del lotto o da biglietti delle lotterie nazionali.</p> <p>2. I soggetti promotori di manifestazioni i cui premi sono costituiti da giocate del lotto effettuano le giocate stesse presso le ricevitorie del lotto e consegnano direttamente le bollette ai promissari. I soggetti stessi possono, altresì, offrire in premio il rimborso, totale o parziale, delle giocate del lotto già effettuate e non risultate vincenti.</p> <p>3. Se i premi sono costituiti da biglietti delle lotterie nazionali gestite dallo Stato, i soggetti</p>	<p><u>5. I premi</u></p> <p>Elemento fondante per ogni tipo di manifestazione promozionale e' la promessa di un "premio" per il partecipante, premio che ha lo scopo precipuo di invogliare all'acquisto o alla vendita del prodotto o servizio reclamizzato o, comunque, di richiamare l'attenzione sull'impresa, di produzione o di commercio, promotrice dell'iniziativa e sui prodotti o servizi da essa offerti sul mercato.</p> <p>L'articolo 4 del Regolamento stabilisce in cosa possono consistere i premi messi in palio dal promotore della manifestazione e quali beni sono tassativamente esclusi.</p> <p>Tra i premi ammessi rientrano genericamente tutti i "beni" (ivi compresi, quindi, anche i beni immobili in precedenza esclusi), gli sconti di prezzo e i documenti di legittimazione di cui all'articolo 2002 del c.c..</p> <p>Sono invece tassativamente esclusi tra i premi oggetto delle manifestazioni in primo luogo il denaro e poi i titoli dei prestiti pubblici e privati, le azioni, le quote di capitale societario e dei fondi comuni di investimento, le polizze di assicurazione sulla vita.</p> <p>Una menzione espressa, tra i premi consentiti, hanno le giocate del lotto e i biglietti delle lotterie nazionali, premi per i quali e' prevista, rispettivamente ai commi 2 e 3 dell'articolo 4 del Regolamento, una specifica disciplina.</p> <p>Relativamente ai documenti di legittimazione di cui all'art.2002 del codice civile, occorre precisare che essi sono costituiti da quei titoli che, a differenza dei titoli di credito, sono atti ad individuare l'avente diritto ad una prestazione ed a facilitare la prova per la sua individuazione o a consentire il trasferimento del diritto senza l'osservanza delle forme proprie della cessione, potendosi dimostrare il diritto anche con altri mezzi di prova. Rientrano tra essi il biglietto del te-</p>
---	---

<p>promotori offrono i biglietti interi ai promissari, non essendo consentito di frazionare il prezzo dei biglietti stessi. L'assegnazione dei biglietti interi può essere effettuata anche mediante estrazione a sorte o con altri sistemi analoghi.</p>	<p>atro, del cinema, del treno, della lotteria, la bolletta del lotto ecc.</p>
---	--

<p><u>Art. 5. - Soggetti promotori delle manifestazioni a premio</u></p> <p>1. I concorsi e le operazioni a premio sono effettuati soltanto da imprese produttrici o commerciali fornitrici o distributrici dei beni o dei servizi promozionati e dalle organizzazioni rappresentative dell'associazionismo economico tra imprese costituite sotto forma di consorzi e di società anche cooperative.</p> <p>2. I concorsi e le operazioni a premio sono effettuati anche da imprese non residenti nel territorio nazionale, per il tramite di un rappresentante residente nel territorio dello Stato, nominato con le modalità e gli effetti di cui all'articolo 17 del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 633.</p> <p>3. I soggetti promotori possono delegare agenzie di promozione od operatori professionali a rappresen-</p>	<p><u>6. I soggetti promotori</u></p> <p>Generalmente il promotore coincide con il soggetto imprenditoriale titolare dell'attività di produzione, di commercializzazione o di distribuzione di beni o servizi oggetto della promozione.</p> <p>In base all'articolo 5 del Regolamento possono effettuare i concorsi e le operazioni a premio anche le organizzazioni rappresentative dell'associazionismo economico tra imprese costituite sotto forma di consorzi e di società anche cooperative.</p> <p>Il promotore può essere costituito anche da una impresa non residente nel territorio nazionale e senza stabile organizzazione in Italia, purché rappresentata da un soggetto residente nominato con atto pubblico, con scrittura privata registrata o con lettera annotata in apposito registro presso l'Ufficio delle Entrate competente in relazione al domicilio fiscale del rappresentante il quale risponde in solido con il rappresentato degli obblighi derivanti dall'applicazione delle norme del Regolamento (cfr. articolo 17 del D.P.R. 633 del 1972).</p> <p>Un'importante novità è costituita dal comma 3 dell'articolo 5, il quale sostanzialmente prevede che i soggetti promotori possono delegare tutti gli adempimenti relativi alla manifestazione, comprese la domiciliazione, la conservazione della relativa documentazione (in copia se la legge ne obbliga la conservazione presso l'impresa o altro soggetto), la prestazione della cauzione e la dichiarazione sostitutiva per l'operazione cosiddetta di "mescolamento" (cfr. articolo.9, comma2, del Regolamento), ad</p>
--	---

<p>tarli in tutti gli adempimenti relativi alle manifestazioni, compresa la domiciliazione e la conservazione di tutta la documentazione nel territorio dello Stato, nonché a prestare la cauzione di cui all'articolo 7.</p> <p>4. In caso di manifestazione effettuata da due o più soggetti, gli stessi sono responsabili in solido per le obbligazioni assunte nei confronti dei promissari e per il pagamento delle sanzioni dovute. La responsabilità solidale non si estende ai rivenditori dei prodotti o dei servizi promozionati che non hanno concorso all'organizzazione della manifestazione.</p>	<p>agenzie di promozione od operatori professionali che assumono la figura di rappresentanti speciali dei promotori stessi.</p> <p>Significativo e' il principio di solidarietà posto, dall'ultimo comma dell'articolo 5 del Regolamento, nel caso di manifestazione effettuata da più soggetti: questi sono responsabili in solido, con le conseguenze previste dagli articoli 1292 e ss. del codice civile, per le obbligazioni assunte nei confronti dei promissari e anche per il pagamento delle eventuali sanzioni loro comminate.</p> <p>Gli adempimenti amministrativi essenziali dei promotori o loro delegati, come si vedrà in seguito, sono:</p> <p>la prestazione della cauzione,</p> <p>la comunicazione preventiva (solo per i concorsi), al Ministero delle attività produttive,</p> <p>la redazione e la conservazione e la messa a disposizione del regolamento della manifestazione, oltre ovviamente al rispetto di tutti le altre prescrizioni previste dalle vigenti disposizioni di legge.</p>
--	---

<p><u>Art. 6. - Esclusioni</u></p> <p>1. Non si considerano concorsi e operazioni a premio:</p> <p>a) i concorsi indetti per la produzione di opere letterarie, artistiche o scientifiche, nonché per la presentazione di progetti o studi in ambito commerciale o industriale, nei quali il conferimento del premio all'autore dell'opera prescelta ha carattere di corrispettivo di prestazione d'opera o rappresenta il riconoscimento del merito personale o un titolo d'incoraggiamento nell'interesse della collettività;</p> <hr/> <p>b) le manifestazioni nelle quali e' prevista l'assegnazione di premi da parte di emittenti radiotelevisive a spettatori presenti esclusivamente nei luoghi ove si svolgono le manifesta-</p>	<p><u>7. Le manifestazioni escluse</u></p> <p>L'articolo 6 del Regolamento elenca una serie di manifestazioni ed operazioni a premio che "non si considerano concorsi e operazioni a premio". La norma si riferisce ad alcune forme di iniziative premiali che, presentando scopi non esclusivamente o prevalentemente di natura commerciale, sono pertanto da ritenersi eccezioni al principio generale che vuole assoggettate alla normativa tutte le manifestazioni a premio che perseguono finalità in tutto o in parte commerciali.</p> <p>Relativamente ad esse di particolare importanza appare quella prevista alla lettera a) dell'articolo 6 che contempla quelle iniziative letterarie, artistiche o scientifiche, di presentazione di progetti o studi in ambito commerciale o industriale, nei quali "il conferimento del premio all'autore dell'opera prescelta ha il carattere di corrispettivo di prestazione di opera o rappresenta il riconoscimento del merito personale o un titolo d'incoraggiamento nell'interesse della collettività".</p> <p>Rientrano nelle esclusioni, inoltre, anche le manifestazioni sportive in genere, purché non vengano promessi premi agli spettatori per aumentare l'affluenza nei luoghi ove esse vengano svolte.</p> <hr/> <p>Rispetto alla normativa precedente, una nuova fattispecie di esclusione e' quella che si ritrova alla lettera b) dell' articolo 6 nella parte in cui non si considera concorso a premio l'iniziativa pubblicitaria, riconducibile per la sua strutturazione al gioco-spettacolo, posta in essere da emittenti radiotelevisive qualora l'assegnazione dei premi promessi sia limitata ai soli spettatori presenti nello studio ove essa ha svolgimento. Vale a dire che, quand'anche l'iniziativa promozionale abbia diffusione nazionale, essa non assume i contorni della</p>
---	--

<p>zioni stesse, sempreché l'iniziativa non sia svolta per promuovere prodotti o servizi di altre imprese;</p>	<p>manifestazione a premio nel caso in cui il premio sia esclusivamente destinato agli spettatori intervenuti presso lo studio stesso.</p> <p>Il tutto ad una condizione imprescindibile: la manifestazione non deve avere come fine specifico la promozione di prodotti o servizi di imprese diverse dall'emittente.</p>
<p>c) le operazioni a premio con offerta di premi o regali costituiti da sconti sul prezzo dei prodotti e dei servizi dello stesso genere di quelli acquistati o da sconti su un prodotto o servizio di genere diverso rispetto a quello acquistato, a condizione che gli sconti non siano offerti al fine di promuovere quest'ultimo, o da quantità aggiuntive di prodotti dello stesso genere;</p>	<p>Alla lettera c) dell'articolo 6 viene poi indicata un'altra ipotesi di iniziative escluse dal novero delle operazioni a premio assoggettate alla nuova disciplina regolamentare.</p> <p>Si tratta in particolare di operazioni con offerta di premi o regali costituiti da sconti sul prezzo qualora essi siano conferiti per l'acquisto di prodotti o servizi dello stesso genere di quelli acquistati o di genere diverso, ma a condizione che essi non siano offerti per promuovere la vendita del prodotto acquistato, ovvero quando il premio sia costituito da quantità aggiuntiva del prodotto oggetto della promozione.</p> <p>Infatti, perché lo sconto non costituisca premio e' necessario che la facilitazione offerta faccia riferimento al prodotto oggetto della promozione; in altri termini la condizione e' che a ricevere un beneficio in termini di vendita sia il prodotto che si acquista a prezzo pieno e non quello a prezzo scontato. Per cui, qualora il prodotto scontato appartenga allo stesso genere del bene acquistato a prezzo pieno sarà soddisfatta la condizione e l' iniziativa non e' da ritenersi assoggettata alla norma.</p> <p>In ordine all'accezione "stesso genere" rinvenibile nel comma in esame, sembra opportuno far riferimento al concetto di "genus" elaborato dalla dottrina nel distinguere tra loro i beni mobili e che comprende in questa "categoria generale" i beni tra loro fungibili.</p> <p>Costituiscono, pertanto, beni dello stesso genere quei prodotti aventi</p>

	<p>caratteristiche merceologiche simili o elementi costitutivi comuni che possano indifferentemente ed ampiamente sostituirsi tra loro.</p> <p>Parimenti non e' da considerare operazione a premio l'iniziativa in cui la promessa di sconto riguarda un bene di genere diverso da quello acquistato ma, nel contempo, nulla sia posto in essere per facilitare la vendita di quest'ultimo.</p> <p>Da ultimo, va esclusa dall'assoggettabilita' alla nuova disciplina, l'iniziativa promozionale in cui l'offerta concessa all'acquirente di un prodotto o di un determinato quantitativo di prodotto consiste in una quantita' aggiuntiva di prodotto dello stesso genere (es. c.d. "compriti, paghi due").</p> <p>La norma chiarisce definitivamente che la quantita' di prodotto aggiunto deve considerarsi tale solo se e' simile nel "genus" al prodotto in vendita anche se esso puo' presentare differenziazioni minime in ordine alla composizione, al formato o allo stato fisico.</p>
<p>d) le manifestazioni nelle quali i premi sono costituiti da oggetti di minimo valore, sempreché la corresponsione di essi non dipenda in alcun modo dalla natura o dall'entità delle vendite alle quali le offerte stesse sono collegate;</p>	<p>Altro caso di esclusione e' quello previsto dalla lettera d) sempre dell'articolo 6, che non considera concorsi e operazioni "le manifestazioni nelle quali i premi sono costituiti da oggetti di minimo valore, sempreché la corresponsione di essi non dipenda in alcun modo dalla natura o dall'entità delle vendite alle quali le offerte sono collegate".</p> <p>Condizione necessaria e sufficiente perché, qualora il premio offerto sia di minimo valore, la promozione non venga a configurarsi come manifestazione a premio e' che esso non sia conferito a seguito dell'acquisto di un determinato prodotto al fine di incentivarne la vendita o non sia legato ad un determinato valore di acquisto prescindendo dalla natura del bene acquistato.</p> <p>La distribuzione di campioni gratuiti se non direttamente subordinata all'acquisto di determinati prodotti e' pertanto un'attività promozionale esclusa dal campo di applicazione del Regolamento.</p> <p>Quanto alla nozione di valore minimo ed al suo ambito applicativo</p>

	<p>va ricordato che ha costituito un riferimento l'esemplificazione contenuta nell'art. 107 del regolamento sui servizi del lotto approvato con R.D.L. 25 luglio 1940, n. 1077 nella parte in cui esso assimila detto valore a quello del lapis, della bandierina, del calendario e di oggetti ad essi simili.</p> <p>Attualmente, data l'evoluzione del mercato e dei consumi, non si può non prendere in considerazione un criterio interpretativo più ampio ed elastico, facendo riferimento anche a tutta una serie di piccoli gadget che, in genere, sono offerti come omaggi ai consumatori ed il cui valore commerciale sia effettivamente modesto e comunque tale da considerare realmente un gadget il premio rispetto al valore del prodotto o del servizio offerto.</p> <p>Non sono contemplate nei casi di esclusione, e quindi sono assoggettate alla disciplina delle manifestazioni a premi, quelle iniziative promozionali basate sulla raccolta di sconti praticati dalle ditte sui singoli atti d'acquisto variamente documentati (figurine, buoni, etichette, punti, etc..) e che al raggiungimento di un determinato importo, danno diritto alla riduzione di prezzo sull'acquisto di altro prodotto o alla acquisizione gratuita di altro bene.</p>
e) le manifestazioni nelle quali i premi sono destinati a favore di enti od istituzioni di carattere pubblico o che abbiano finalità eminentemente sociali o benefiche.	<p>Da ultimo va considerata l'esclusione introdotta dal Regolamento e prevista alla lettera e) dell'articolo 6, in base alla quale non sono da considerarsi manifestazioni a premio quelle in cui la destinazione dei premi è fatta a favore di enti o istituzioni di carattere pubblico oppure quelle che perseguono scopi eminentemente sociali o benefici.</p>

<p><u>Art. 7. - Cauzione</u></p> <p>1. Al fine di garantire l'effettiva corresponsione dei premi promessi, i soggetti che intendono svolgere una manifestazione a premio prestano cauzione in misura pari:</p> <p>a) in caso di concorsi, al valore complessivo dei premi promessi determinato ai fini dell'imposta sul valore aggiunto o della relativa imposta sostitutiva o sulla base del prezzo dei biglietti delle lotterie nazionali e delle giocate del lotto;</p> <p>b) in caso di operazioni, al 20 per cento del valore complessivo dei premi di cui alla lettera a);</p> <p>la cauzione non e' dovuta qualora il premio sia corrisposto all'atto dell'acquisto del prodotto o del servizio promozionato.</p> <p>2. Nei casi in cui non sia possibile stabilire sin dall'origine il valore complessivo dei premi da assegnare, lo stesso e' determinato in via presuntiva</p>	<p><u>9.5 La cauzione</u></p> <p>A garanzia dell'effettiva corresponsione dei premi promessi il Regolamento, all'articolo 7, prevede e disciplina l'obbligo, posto a carico del soggetto che promuove la manifestazione, o del soggetto ad esso delegato, di prestare una cauzione in misura pari:</p> <ul style="list-style-type: none"> - se si tratta di concorso a premio, al 100 per cento del valore complessivo dei beni promessi, determinato ai fini dell'IVA (o dell'imposta sostitutiva, di cui all'art. 19, comma 8, della legge 449 del 1997, qualora esso sia esente o non imponibile IVA), o al prezzo dei biglietti delle lotterie nazionali o delle giocate del lotto, offerti in premio; - se si tratta, invece, di operazione a premio, al 20 per cento del valore complessivo dei premi, così come determinato per i concorsi. <p>La stessa disposizione precisa inoltre che la cauzione non e' dovuta nel caso in cui il premio promesso sia corrisposto ai partecipanti all'atto dell'acquisto del prodotto o del servizio promozionato.</p> <p>E' data facoltà al soggetto promotore di provvedere alla prestazione di una cauzione diversamente calcolata qualora, per la natura della manifestazione, egli non sia in grado di predeterminare in assoluto il numero o il valore dei premi posti in palio (es. vincita del carrello della spesa).</p>
---	--

<p>sulla base dei risultati di analoghe manifestazioni effettuate in precedenza e della stima delle vendite attese dei beni o dei servizi promozionati e delle adesioni dei promissari calcolate in base a criteri statistici. La cauzione prestata va adeguata qualora, in base all'andamento della manifestazione, l'importo originario si riveli non sufficiente a garantire la corresponsione dei premi.</p> <p>3. La cauzione e' prestata a favore del Ministero delle attività produttive ed ha scadenza non inferiore ad un anno dalla conclusione della manifestazione. La cauzione e' prestata mediante deposito in denaro o in titoli di Stato o garantiti dallo Stato, al valore di borsa, presso la tesoreria provinciale ovvero mediante fideiussione bancaria o assicurativa in bollo con autentica della firma del fideiussore. Se entro il detto termine di scadenza non e' richiesto dal Ministero delle attività produttive l'incameramento della cauzione, la stessa</p>	<p>In questo caso la cauzione dovuta sarà ragguagliata al valore più prossimo al reale, calcolato sulla base di elementi contabili rilevati da precedenti analoghe iniziative o da dati storici in proprio possesso (nell'esempio: valore medio del carrello); considerazioni, queste ultime, che andranno esplicitate nel regolamento della manifestazione.</p> <p>La cauzione potrà prestarsi mediante deposito in denaro o in titoli di Stato o garantiti dallo Stato, al valore di Borsa, presso la Tesoreria Provinciale dello Stato competente per territorio (provincia ove ha la sede amministrativa la ditta o la residenza il soggetto delegato) avente come beneficiario il Ministero delle attività produttive - DGAMTC - Ufficio B4- per concorso/operazione a premio denominata ".....".</p> <p>In alternativa, la garanzia potrà consistere in una fideiussione bancaria o assicurativa in bollo di un importo determinato secondo le percentuali su descritte e corrispondente al valore dei premi promessi, recante la sottoscrizione, debitamente autenticata, del fideiussore.</p> <p>E' prassi ricorrente che la ditta promotrice provveda alla costituzione e alla prestazione di una cauzione di valore anche di gran lunga superiore a quello dei premi promessi con la manifestazione oggetto della comunicazione qualora la stessa preveda di effettuare, in un predeterminato arco di tempo, ulteriori iniziative promozionali.</p>
--	---

<p>si intende svincolata. Per i concorsi a premio la cauzione si intende svincolata, anche prima del termine di scadenza, trascorsi centottanta giorni dalla data di trasmissione al Ministero delle attività produttive del processo verbale di chiusura della manifestazione, di cui all'articolo 9.</p>	<p>Si e' in presenza, nel caso, della c.d. "cauzione cumulativa" cui verranno imputati, in diminuzione e fino alla sua concorrenza, l'ammontare degli importi che dovranno garantire le future manifestazioni .</p> <p>Ove per effetto delle iniziative promosse, la cauzione in parola dovesse risultare totalmente assorbita e per nessuna di esse sia intervenuto lo svincolo per scadenza naturale o per provvedimento amministrativo, si renderà necessario il suo rinnovo.</p> <p>In pratica, anche in base alla nuova disciplina, permane la possibilità per i promotori di più manifestazioni di utilizzare un' unica cauzione cui imputare, con il metodo cosiddetto a scalare, gli importi dei montepremi relativi a diversi concorsi ed operazioni a premio.</p> <p>Nel caso non infrequente in cui, nel corso della manifestazione, per una serie di motivi che attengono alla strategia commerciale, al positivo andamento dell'iniziativa o ad altre circostanze non prevedibili, la ditta promotrice proceda ad ampliare il periodo dello svolgimento della manifestazione od anche la platea dei destinatari e, conseguentemente, il numero dei premi posti in palio, modificando così il regolamento dell'iniziativa, sarà necessario provvedere al ricalcolo ed alla integrazione della cauzione, nelle misure e con le modalità sopradescritte.</p>
<p>4. Il Ministero delle attività produttive dispone l'incameramento della cauzione qualora:</p> <p>a) in caso di concorsi, dal verbale redatto dal notaio o dal funzionario di cui all'articolo</p>	<p>L'importo della cauzione verrà restituito alla ditta interessata o al soggetto delegato, ovvero la fideiussione sarà svincolata, entro il termine di un anno dalla conclusione della manifestazione, o, ancor prima, per i soli concorsi, trascorsi centottanta giorni dalla data di trasmissione al Ministero delle attività produttive del processo verbale da cui risulti la regolare chiusura della manifestazione.</p>

<p>9, risultino commesse violazioni relative alla consegna dei premi;</p> <p>b) in caso di operazioni, accertati, d'ufficio o a seguito di denuncia presentata dai partecipanti, la mancata corrispondenza dei premi promessi.</p>	<p>Lo svincolo del deposito cauzionale o della fideiussione bancaria o assicurativa verrà disposto dall'ufficio ministeriale competente.</p> <p>Qualora, invece, dagli atti redatti dal notaio o dal funzionario camerale, per i concorsi, o in seguito a denunce o accertamenti d'ufficio, per le operazioni, dovesse evidenziarsi un inadempimento nella consegna dei premi, l'Ufficio ministeriale competente procederà, con provvedimento dirigenziale, ad incamerare l'importo, totale o parziale, del deposito cauzionale o ad escutere la fideiussione.</p>
---	--

<p><u>Art. 8 (Manifestazioni vietate)</u></p> <p>1. Non è consentito lo svolgimento di manifestazioni a premio, quando:</p> <p>a) il congegno dei concorsi e delle operazioni a premio non garantisce la pubblica fede e la parità di trattamento e di opportunità per tutti i partecipanti, in quanto consente al soggetto promotore o a terzi di influenzare l'individuazione dei vincitori oppure rende illusoria la partecipazione alla manifestazione stessa;</p>	<p>8. <u>Le manifestazioni vietate</u></p> <p>Il Regolamento, all'articolo 8, tratta le manifestazioni a premio "vietate", per le quali, quindi, vi è il divieto di svolgimento, la cui violazione comporta l'irrogazione, a carico dei trasgressori, di pesanti sanzioni.</p> <p>Oltre a quelle che violano le principali disposizioni del Regolamento, non sono lecite le manifestazioni a premio in cui:</p> <p>A) il congegno non garantisce la tutela della fede pubblica e la parità di trattamento e di opportunità per tutti i partecipanti poiché consente al promotore o a terzi di influenzare l'individuazione del vincitore o rende illusoria la partecipazione ad essa.</p> <p>E' evidente lo scopo di tutelare tutti i partecipanti contro ogni abuso a loro danno esigendo il rispetto delle condizioni enunciate nella promessa ed assicurando il conferimento del premio solo a coloro che ne abbiano diritto.</p> <p>Soltanto a titolo di mera esemplificazione, è opportuno richiamare talune ipotesi in cui appare ravvisabile il suddetto divieto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - non consentire la possibilità di un effettivo godimento dei premi da parte del vincitore; - non porre tutti i partecipanti in condizioni di parità rispetto al conseguimento del premio attraverso l'utilizzo di criteri non obiettivi di valutazione; - utilizzare modalità che solo in apparenza sembrano garantire la parità di trattamento ma, in effetti, favoriscono solo alcuni dei partecipanti; - subordinare il conferimento del premio ad una raccolta di prove d'acquisto basate non sulla quantità ma sulla loro
---	---

<p>b) vi è elusione del monopolio statale dei giochi e delle scommesse per la mancanza di reali scopi promozionali, in quanto il prezzo richiesto è superiore al valore commerciale del bene il cui acquisto costituisce il presupposto per la partecipazione alla manifestazione a premio;</p>	<p>diversa qualità rendendo, pertanto, illusoria la partecipazione oppure promettere un premio disponibile “fino ad esaurimento”;</p> <ul style="list-style-type: none"> - non assicurare un effettivo riscontro, attraverso l’elaborazione di tabulati o registrazioni, nell’attribuzione del premio in particolari iniziative basate su quiz, rebus e simili formulati tramite il telefono o via internet. <p>B) il meccanismo può concretizzare in un’ipotesi di concorrenzialità alle attività di monopolio statale sui giochi e scommesse allorquando la corresponsione del premio promesso viene subordinata al pagamento da parte del partecipante di un prezzo del bene propagandato maggiorato rispetto al suo normale prezzo di vendita.</p> <p>E’ evidente che per maggiorazione deve intendersi l’aumento che il prezzo di un prodotto, cui è collegata una manifestazione a premi, subisce rispetto al valore del medesimo nel periodo antecedente alla manifestazione .</p> <p>La finalità è duplice:</p> <ul style="list-style-type: none"> - impedire, nei concorsi a premio, che la differenza di prezzo fatta pagare al partecipante costituisca una vera e propria posta di gioco; in questo caso il miraggio del premio non ha la funzione di determinare nel soggetto una scelta ma quella di creare artificiosamente un bisogno di cui egli non avverte la necessità. Il concorso, pertanto, assume l’aspetto ed il richiamo del <p>gioco ogni qualvolta il desiderio di conseguire il premio sia preponderante rispetto al bisogno</p> <p>del bene o del servizio;</p> <ul style="list-style-type: none"> - evitare che il consumatore, anche quando non partecipi ad alcun gioco, paghi, nel prezzo del prodotto promozionato, il costo del regalo del quale non ha alcun bisogno.
--	--

c) vi è turbamento della concorrenza e del mercato in relazione ai principi comunitari;

C) vi è turbamento della concorrenza e del mercato in relazione ai principi comunitari.

Relativamente al principio sopra enunciato, occorre dire che una delle fattispecie in cui è ravvisabile l'ipotesi può essere individuata nell'iniziativa promozionale in cui ai consumatori viene offerto un omaggio di valore eccessivo rispetto a quello del prodotto posto in vendita.

Infatti, la produzione ed il commercio di un determinato prodotto o servizio potrebbero essere "turbati" nel loro andamento normale quando per esempio la vendita sia promossa mediante

l'offerta di un regalo il cui valore sia tale da indurre il consumatore a scegliere quel prodotto non in virtù delle sue qualità ma in ragione esclusivamente del regalo offerto determinando, così, un'alterazione delle regole della concorrenza.

Tenuto conto, peraltro, che l'adozione di un rigido criterio di proporzione tra il valore del premio e quello del prodotto propagandato non consente di tener conto di realtà e condizioni di mercato a volte molto diverse tra loro, e che, inoltre, non è possibile in questa sede elencare, neanche a titolo esemplificativo, ulteriori fattispecie in cui è ravvisabile il divieto di svolgimento della manifestazione, la valutazione dell'assenza di "turbativa" non può che essere riferita ad ogni

singolo caso concreto e a tutti gli elementi afferenti al caso e, in particolare, alle condizioni di mercato ed alla concorrenza relativa ad un determinato prodotto. Tale valutazione non potrà che essere effettuata in relazione ai principi comunitari, alle norme del codice civile, alle disposizioni di legge e alla giurisprudenza consolidata in materia

<p>d) vi è lo scopo di favorire la conoscenza o la vendita di prodotti per i quali sono previsti, da disposizioni legislative, divieti alla pubblicità o altre forme di comunicazione commerciale. Per i beni e servizi la cui pubblicità è vincolata, da disposizioni legislative, ad autorizzazioni o comunicazioni preventive, le manifestazioni a premio sono svolte solo dopo aver ottenuto il provvedimento di autorizzazione ovvero sono state effettuate le comunicazioni preventive;</p> <p>e) vi sono violazioni delle disposizioni contenute nel presente regolamento, tranne quelle di cui all'articolo. 10, comma 1.</p> <p>2. In caso di svolgimento di manifestazioni a premio vieta-</p>	<p>di concorrenza.</p> <p>D) lo scopo è quello di favorire la conoscenza o la vendita di prodotti per i quali la legge vieta la pubblicità o altre forme di comunicazione commerciale.</p> <p>In questo caso si tratta di un evidente richiamo ad una puntuale ottemperanza di quelle norme che, non consentendo la comunicazione commerciale di determinati prodotti o servizi, hanno come scopo ultimo una più generale ed indistinta tutela del pubblico interesse.</p> <p>Rientrano in tale fattispecie le manifestazioni a premi aventi ad oggetto i prodotti da fumo (la legge 10 aprile 1962,n.165 reca il divieto assoluto di propaganda pubblicitaria) e i prodotti farmaceutici o specialità medicinali (divieto posto dal D.Lgs.30 dicembre 1992, n.541 ai prodotti che possono essere forniti solo dietro presentazione di ricetta medica o che contengono sostanze psicotrope o stupefacenti).</p> <p>Nei casi in cui la pubblicità di determinati beni o servizi è subordinata al rilascio di specifiche autorizzazioni o all'invio di comunicazioni preventive, le manifestazioni a premio, relativamente a questi prodotti o servizi, può essere svolta solo dopo aver ottemperato ai suddetti adempimenti amministrativi.</p>
---	---

te ai sensi del comma 1, si applicano le sanzioni di cui all'articolo 124, comma 1, del regio decreto-legge 19 ottobre 1938, n. 1933, convertito, con modificazioni, dalla legge 5 giugno 1939, n. 973, come sostituito dall'articolo 19, comma 5, lettera c), della legge 27 dicembre 1997, n. 449. Per le violazioni delle disposizioni di cui all'articolo 10, commi 1 e 2, si applicano le sanzioni previste dall'articolo 124, commi 2 e 3, del citato regio decreto-legge n. 1933 del 1938.

<p><u>Art. 9. - Indiv- duazione dei vinci- tori dei concorsi a premio</u></p> <p>1. Nei concorsi a premio ogni fase dell'assegnazione dei premi e' effettuata, con relativo onere a carico dei soggetti promotori, alla presenza di un notaio o del responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica competente per territorio di cui all'articolo 20, comma 2, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112, o di un suo delegato; se il congegno utilizzato per l'assegnazione dei premi richiede particolari conoscenze tecniche, il notaio o il pubblico ufficiale e' affiancato da un esperto che rende apposita perizia.</p> <p>2. In caso di</p>	<p><u>9.6 L'assegnazione, la consegna e l'eventuale devoluzione dei premi</u></p> <p>La promessa al pubblico contiene l'obbligazione di conferire il premio entro il termine finale, se trattasi di concorso a premio, o al compimento della prestazione richiesta, se trattasi di operazione a premio.</p> <p>Il Regolamento disciplina in modo particolare, all'articolo 9, la fase di assegnazione dei premi ai vincitori dei concorsi a premi.</p> <p>Esso dispone, infatti, che l'individuazione dei vincitori avvenga sempre attraverso l'intervento del notaio o del funzionario camerale competente per territorio, liberamente scelti dal promotore. In relazione a ciò saranno, pertanto, gli stessi a definire di volta in volta i tempi e modi del loro intervento in occasione di assegnazione di premi per esempio mediante estrazione, da urna o con sistemi e congegni meccanici o elettronici, dei titoli di partecipazione;</p> <p>ovvero, durante il lavoro di commissioni, giurie od altro, quando l'assegnazione dei premi sia fatta dipendere da valutazioni o giudizi che attengono all'abilita' del partecipante.</p> <p>Tuttavia, qualora particolari conoscenze tecniche siano alla base del congegno utilizzato per l'assegnazione dei premi il suddetto articolo 9, ai fini dell'accertamento del rispetto del pubblico affidamento, dispone che un esperto qualificato, renda una apposita perizia che dovrà specificare le caratteristiche del sistema o del congegno meccanico, elettrico o elettronico adoperato, la sua non manomettibilità e l'assoluta casualità nell'attribuzione del premio.</p>
--	--

inserimento di

<p>mento di tagliandi o altri elementi vincenti tra quelli non vincenti, i soggetti promotori rendono una dichiarazione sostitutiva di atto notorio, ai sensi del decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445, attestando che la detta operazione e' effettuata in conformità a quanto previsto nel regolamento del concorso.</p> <p>3. Il notaio o il funzionario verifica la prestazione della cauzione e attesta l'autenticità delle firme apposte sulle dichiarazioni dei soggetti delegati a rappresentare le ditte promotrici, relative all'effettiva consegna dei premi ai vincitori e alla eventuale devoluzione degli stessi</p>	<p>Il promotore di iniziative pubblicitarie può liberamente scegliere, per l'attribuzione dei premi, il meccanismo più rispondente alle esigenze della manifestazione.</p> <p>In presenza, inoltre, di modalità di assegnazione di premi attraverso il sistema del rinvenimento immediato dello stesso mediante abrasione, cancellatura, strappo, ecc., sul titolo di partecipazione, sarà necessario che il promotore, preliminarmente allo svolgimento del concorso, rediga una dichiarazione sostitutiva di atto notorio dalla quale risulti il numero totale delle schede predisposte, il numero di quelle vincenti e non vincenti, il loro mescolamento e l'avvenuto inserimento di tutte le schede vincenti.</p> <p>Ai fini della determinazione del periodo massimo entro cui e' consentito al partecipante richiedere il premio, va tenuta ben presente la disposizione di cui all'articolo 1 del Regolamento che ricomprende nel periodo di durata massima della manifestazione (un anno per i concorsi, cinque anni per le operazioni) anche il tempo entro cui il premio, oltre che essere assegnato attraverso l'individuazione del vincitore, va richiesto (e' il caso in cui la consegna del premio, vinto con rinvenimento immediato sul titolo di partecipazione, non sia avvenuta contestualmente).</p> <p>Il premio va consegnato all'avente diritto entro il termine massimo di sei mesi dalla conclusione della manifestazione che, come chiaramente indicato nel regolamento della manifestazione, coincide con la data entro cui il premio e' assegnato o può essere richiesto.</p> <p>Il regolamento della manifestazione potrà prevedere tempi di consegna inferiori al periodo massimo come sopra specificato; ciò consentirà ai promotori di dedicare alla partecipazione e, quindi, alla promozione del bene o del servizio un periodo di tempo maggiore.</p> <p>Nell'ipotesi in cui vengano previsti tempi ridotti per la consegna dei premi e cause di diversa natura non consentano di tener fede alla promessa, il promotore e' obbligato a portare a conoscenza dei desti-</p>
---	--

<p>alle organizzazioni non lucrative di utilità sociale di cui all'articolo 10 del decreto legislativo 4 dicembre 1997, n. 460.</p> <p>4. Il notaio o il responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica redige processo verbale delle operazioni di cui ai commi 1, 2 e 3; detto processo verbale, compilato secondo lo schema tipo predisposto dal Ministero delle attività produttive, e' trasmesso allo stesso Ministero.</p>	<p>natari dei premi, con lettera raccomandata, i motivi che hanno determinato il ritardo.</p> <p>Il premio che andrà consegnato dovrà corrispondere per natura e valore a quello indicato nel regolamento della manifestazione o nelle eventuali sue modifiche.</p> <p>E' consentita una consegna diversa da quella indicata solo quando il destinatario, durante lo svolgimento della manifestazione, ne sia stato preventivamente e tempestivamente informato con le stesse forme e modalità di comunicazione o quando, anche al termine della stessa manifestazione, non sia possibile tener fede alla primitiva promessa per colpa non imputabile o per impossibilità sopravvenuta.</p> <p>In questo caso, a tutela della fede pubblica, il promotore dovrà garantire l'offerta dei premi a tutti i beneficiari dell'offerta promozionale, prevedendo premi sostitutivi consistenti in beni o servizi, possibilmente, della stessa natura di quelli promessi ma necessariamente per lo meno dello stesso valore.</p> <p>Il promotore dovrà essere in possesso di documentazione comprovante la consegna del premio, la quale potrà essere, a scelta del promotore, di natura diversa a secondo della tipologia della manifestazione.</p> <p>Per i premi di maggior valore e per quelli assegnati in seguito ad estrazioni, valutazioni di giurie o commissioni o ad altri sistemi meccanici, elettrici od elettronici ecc., il promotore, secondo una consolidata prassi, potrà eventualmente richiedere al vincitore il rilascio di una dichiarazione liberatoria.</p> <p>Passando a trattare la fase della eventuale devoluzione dei premi alle Onlus, prevista dall'articolo 10, comma 5, del Regolamento, si osserva che costituisce il momento finale, unitamente a quello dell'effettiva consegna dei premi a vincitori, del concorso a premio.</p> <p>Essa va effettuata nel caso in cui, per i soli concorsi, per qualsiasi motivo, la vincita del premio non e' stata aggiudicata ovvero quando i premi assegnati non sono stati richiesti dagli aventi diritto. I premi espressamente rifiutati dai vincitori potranno invece rimanere nella</p>
--	--

	<p>disponibilità del promotore.</p> <p>Decorso il termine di sei mesi dalla conclusione del concorso o dalla data di richiesta dei premi, o un termine inferiore se previsto, e verificata la condizione di cui sopra, i premi saranno messi a disposizione di una o più delle Onlus beneficiarie indicate nella comunicazione al Ministero e nel regolamento del concorso.</p> <p>L'adempimento della devoluzione si intenderà assolto in presenza di un'offerta formale da parte del soggetto promotore ed una altrettanto formale accettazione da parte della organizzazione beneficiaria dei premi.</p> <p>Ne consegue che, concorrendo anche le altre condizioni, potrà procedersi alla redazione del verbale di chiusura anche in assenza del ritiro materiale dei premi da parte della Onlus beneficiaria, per espressa scelta di quest'ultima.</p> <p>Per quanto riguarda l'individuazione delle Onlus operanti ai sensi dell'articolo 10 del decreto legislativo n. 460 del 1997, così come prescrive la norma del Regolamento, si segnala che eventuali notizie ed informazioni potranno essere richieste all'"Agenzia per le organizzazioni non lucrative di utilità sociale", istituita dall'articolo 3 della legge 662 del 1996, o alle Amministrazioni competenti in relazione ai settori di attività verso i quali si intende devolvere i premi.</p>
--	---

<p><u>Art. 10. - Adempimenti dei promotori</u></p> <p>1. I soggetti che intendono svolgere un concorso a premio ne danno comunicazione, prima dell'inizio, al Ministero delle attività produttive mediante compilazione e trasmissione di apposito modulo, dallo stesso predisposto, fornendo altresì il regolamento del concorso nonché la documentazione comprovante l'avvenuto versamento della cauzione. Se il concorso è effettuato da due o più soggetti, la comunicazione è presentata da uno solo di essi o da uno dei soggetti di cui all'articolo 5, comma 3.</p> <p>2. Eventuali modifiche al regolamento dei concorsi sono notificate al Ministero delle attività produttive con le stesse</p>	<p><u>9. Gli adempimenti per i promotori</u></p> <p>Le principali innovazioni introdotte con il Regolamento riguardano sicuramente gli adempimenti amministrativi a carico dei promotori, a partire ovviamente dall'eliminazione dell'autorizzazione amministrativa per lo svolgimento delle manifestazioni.</p> <p>Di seguito vengono descritti gli adempimenti riferiti agli obblighi più importanti, quali quelli di portare a conoscenza della pubblica amministrazione la volontà di dare svolgimento ai concorsi a premi unitamente alle modalità di partecipazione e di assegnazione dei premi in palio, di garantire il montepremi promesso; di redigere e conservare il documento che racchiude il regolamento dell'operazione a premi, garantendo ugualmente, ma in forma meno gravosa, la corresponsione dei premi.</p> <p>Accanto ad essi altri obblighi assumono particolare rilevanza con riferimento alla consegna e alla devoluzione dei premi, ai contenuti essenziali e alla correttezza dell'informazione da assicurare ai destinatari della manifestazione.</p> <p><u>9.1 La comunicazione per i concorsi</u></p> <p>L'articolo 10, comma 1, del Regolamento dispone che i soggetti che intendono svolgere un concorso a premio devono darne comunicazione, prima dell'inizio, al Ministero delle attività produttive, fornendo altresì il regolamento della manifestazione e la documentazione dell'avvenuta prestazione della cauzione dovuta.</p> <p>Ciò non toglie che il promotore, a sua scelta, possa inviare al Ministero ulteriori documentazioni illustrative delle modalità tecniche e organizzative della manifestazione, in aggiunta al regolamento.</p> <p>È consentito, pertanto, svolgere un concorso a premio dopo l'invio della prescritta comunicazione, nulla disponendo la norma in</p>
---	--

<p>modalità della comunicazione del regolamento medesimo. E' vietato pubblicizzare e svolgere concorsi a premio in difformità dal regolamento, e sue eventuali modifiche, depositato presso il Ministero delle attività produttive.</p>	<p>ordine ai tempi intercorrenti tra il suo invio e l'inizio della manifestazione.</p> <p>La comunicazione di svolgimento del concorso a premi, così come il processo verbale di chiusura, come disposto dal Regolamento, va redatta su apposito modello predisposto dal Ministero delle attività produttive.</p> <p>E' stata, pertanto, elaborata una modulistica che consente, tra l'altro, il trattamento automatico dei dati in essa contenuti e quindi la costituzione di un archivio informatizzato utile all'esercizio delle funzioni amministrative di vigilanza e controllo affidati alla Direzione generale per l'armonizzazione del mercato e la tutela dei consumatori.</p> <p>Il modulo predisposto (PREMA CO/1) viene allegato alla presente circolare, unitamente alle istruzioni relative alla sua compilazione.</p> <p>Le modalità di invio della comunicazione sono invece indicate al successivo punto 12.</p> <p>La comunicazione deve contenere tutti gli elementi identificativi dell'impresa che promuove il concorso o dei soggetti che, ai sensi dell'articolo 5, commi 2 e 3, sono da essa delegati al compimento di tutti gli adempimenti connessi al suo svolgimento.</p> <p>E' opportuno che essa contenga inoltre, anche se in forma ridotta, gli elementi essenziali del regolamento del concorso ed in particolare: la tipologia del concorso, i destinatari, l'oggetto della promozione e la sua durata, l'ambito territoriale di svolgimento, la natura, il numero ed il valore dei premi promessi e le modalità di assegnazione, le notizie in ordine alla cauzione nonché gli elementi identificativi delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale cui devolvere eventuali premi non assegnati.</p> <p>Ogni eventuale modifica di una o più condizioni previste nel regolamento originario della manifestazione comporta comunque l'obbligo di una nuova comunicazione al Ministero delle attività</p>
---	---

<p>3. I soggetti che intendono svolgere una operazione a premio redigono un apposito regolamento, autocertificato con dichiarazione sostitutiva di atto notorio resa dal rappresentante legale della ditta promotrice, che e' conservato presso la sede di quest'ultima per tutta la durata della manifestazione e per i dodici mesi successivi alla sua conclusione. Le stesse modalità sono osservate in caso di eventuali modifiche al regolamento.</p> <p>4. In caso di concorsi e operazioni a premio, la promessa resa nota al pubblico può essere modificata se le modifiche non ledono i diritti acquisiti dai promissari e sono portate a conoscenza degli interessati</p>	<p>produttive, utilizzando lo stesso modulo PREMA CO/1.</p> <p><u>9.2 L'autocertificazione per le operazioni a premio.</u></p> <p>Mentre per i concorsi a premio il Regolamento prescrive l'invio di una apposita preventiva comunicazione al Ministero delle attività produttive, per le operazioni a premio lo stesso Regolamento, al comma 3 dell'articolo 10, pone a carico dei promotori solo l'obbligo della redazione dell'apposito regolamento della manifestazione, che deve essere "autocertificato" con dichiarazione sostitutiva di atto notorio resa dal rappresentante dell'impresa promotrice, o suo delegato.</p> <p>Il regolamento "autocertificato" deve essere conservato presso la sede dell'impresa promotrice per tutta la durata della manifestazione e per i dodici mesi successivi alla sua conclusione.</p> <p>Appare opportuno rammentare che, così come per i concorsi, anche per le operazioni a premio il regolamento va redatto anteriormente alla data di inizio dello svolgimento della promozione.</p> <p>Non essendo il promotore obbligato a darne preventiva comunicazione, per ovviare ad eventuali manomissioni o sostituzione del medesimo, le modalità in esso previste e la data certa di redazione dovranno essere certificate con una dichiarazione sostitutiva di atto notorio, che deve essere resa e sottoscritta dal promotore dinanzi al pubblico ufficiale sia esso notaio, cancelliere, segretario comunale od altro funzionario incaricato dal sindaco, considerato che si tratta di un atto che non viene acquisito da una pubblica amministrazione ma conservato unicamente dal dichiarante.</p> <p>Tutte le successive modifiche apportate al regolamento andranno anch'esse certificate con le stesse modalità e conservate, unitamente al regolamento originario, dall'impresa promotrice.</p> <p><u>9.3 Il regolamento della manifestazione</u></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content;">V. Art. 11 del DPR 430/2001</div>
---	---

<p>con le stesse modalità della promessa originaria o in forme equivalenti.</p> <p>5. Nei concorsi a premio, i premi non richiesti o non assegnati, diversi da quelli rifiutati, sono devoluti a organizzazioni non lucrative di utilità sociale di cui all'articolo 10 del decreto legislativo 4 dicembre 1997, n. 460.</p>	<p><u>9.4 Materiale pubblicitario ed informazione ai consumatori</u></p> <p>V. Art. 11 del DPR 430/2001</p> <p><u>9.5 La cauzione</u></p> <p>V. Art. 7 del DPR 430/2001</p> <p><u>9.6 L'assegnazione, la consegna e l'eventuale devoluzione dei premi</u></p> <p>V. Art. 9 del DPR 430/2001</p>
--	--

<p><u>Art. 11. - Regolamento delle manifestazioni a premio e materiale pubblicitario</u></p> <p>1. Il regolamento delle operazioni e dei concorsi a premio e' messo a disposizione del consumatore per una corretta informazione. Esso contiene l'indicazione del soggetto o dei soggetti promotori, della durata, dell'ambito territoriale, delle modalità di svolgimento della manifestazione, della natura e del valore indicativo dei singoli premi messi in palio, del termine della consegna degli stessi, nonché delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale di cui all'articolo 10, comma 5, alle quali devolvere i premi non richiesti o non assegnati, diversi da quelli rifiutati.</p>	<p><u>9.3 Il regolamento della manifestazione</u></p> <p>Il regolamento della manifestazione a premio (concorso od operazione), che deve essere messo a disposizione del consumatore per una corretta informazione e che deve contenere tutte le condizioni utili alla partecipazione, costituisce l'elemento sostanziale a cui va rivolta la maggiore attenzione rappresentando, per la totalità dei destinatari, la promessa al pubblico di cui agli articoli 1989 e seguenti del codice civile e, per le istituzioni, cui e' demandata l'attività di controllo, l'espressione della volontà del promittente cui far riferimento per ogni valutazione che attenga al rispetto delle regole e alla loro eventuale violazione.</p> <p>Va evidenziato che in base alle disposizioni stabilite con gli articoli 10 e 11, il regolamento che va messo a disposizione del consumatore non può che essere lo stesso di quello, rispettivamente, inviato al Ministero, per i concorsi, o conservato presso il promotore, per le operazioni a premio; ovviamente, pur presentandosi in forma diversa (per esempio nel caso in cui, si vogliano rendere più chiare e fruibili al consumatore le informazioni in esso contenute), il regolamento della manifestazione deve presentare un contenuto sostanzialmente identico.</p> <p>Per la redazione del regolamento sia per i concorsi che per le operazioni a premio, occorrerà fare riferimento alle disposizioni del comma 1 dell'articolo 11 del Regolamento, fatti salvi i diversi adempimenti specifici previsti per i due tipi di manifestazioni: per i concorsi il regolamento va allegato, in formato libero, alla comunicazione al Ministero, mentre per le operazioni va conservato nella sede dell'impresa promotrice.</p> <p>Nel regolamento e' innanzitutto necessario, dopo le indicazioni attinenti al soggetto o ai soggetti promotori, specificare la durata, l'ambito territoriale, le modalità di svolgimento della manifestazione, la natura e il valore indicativo dei singoli premi messi in palio, il termine della consegna degli stessi nonché le ONLUS al-</p>
--	--

<p>2. Il materiale promozionale o informativo della manifestazione, se non contiene o non e' accompagnato dal regolamento della manifestazione, riporta almeno le condizioni di partecipazione, la durata della manifestazione nonché, per i concorsi a premio, il valore complessivo dei premi messi in palio.</p> <p>3. Sono consentiti messaggi pubblicitari che, in relazione alle diverse caratteristiche dei mezzi audiovisivi e degli spazi</p>	<p>le quali devolvere i premi non richiesti o non assegnati.</p> <p>Ai fini di agevolare il consumatore nella decisione circa la partecipazione o non alla promozione, il valore indicativo del premio promesso va riferito al suo valore orientativo o prevalente di mercato rapportato all'epoca di avvio della manifestazione.</p> <p>Nel caso in cui i premi siano realizzati esclusivamente per quella specifica iniziativa premiale il valore indicativo dovrà essere riferito ad un qualsiasi prodotto simile.</p> <p>Analogamente, una indicazione di evidente percezione visiva deve essere garantita per la data indicante la conclusione della manifestazione affinché l'interessato alla partecipazione possa valutare la convenienza e la possibilità (per esempio nel caso di raccolta di prove di acquisto) di adempiere in tempo a quanto previsto dal regolamento.</p> <p><u>9.4 Materiale pubblicitario ed informazione ai consumatori</u></p> <p>Su questo aspetto va innanzitutto richiamata l'attenzione dei promotori delle manifestazioni a premio circa il rispetto delle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole, di cui al decreto legislativo n. 74 del 1992, le quali assumono rilevanza anche in relazione a quanto disposto dall'articolo 10, comma 2, che all'ultimo periodo così recita: "e' vietato pubblicizzare e svolgere concorsi a premio in difformità dal regolamento, e sue eventuali modifiche, depositato presso il Ministero delle attività produttive".</p> <p>L'articolo 11, commi 2 e 3, del Regolamento dispone che la comunicazione pubblicitaria relativa alla manifestazione a premi possa anche non contenere tutte le informazioni del regolamento; essa potrà attuarsi attraverso una serie di mezzi diversi a seconda della tipologia della manifestazione, dei luoghi ove essa viene svolta, del canale commerciale utilizzato.</p> <p>In relazione a detta disposizione giova precisare che, sebbene sia consentito un livello minimo di informazione, tuttavia essa dovrà necessariamente contenere gli elementi essenziali che abbiano ri-</p>
--	--

<p>utilizzati, non contengono tutte le indicazioni richieste, fatto salvo l'obbligo di rinvio specifico al regolamento, con indicazione delle modalità di acquisizione o di consultazione dello stesso da parte dei promissari.</p>	<p>guardo al tipo di manifestazione, alla sua durata, alle condizioni di partecipazione nonché, ove trattasi di concorso, al valore complessivo dei premi posti in palio.</p> <p>Va segnalato che, anche in relazione alle norme contenute nel Decreto legislativo n. 74 del 1992, la comunicazione commerciale deve essere palese e corretta e non deve contenere, direttamente o indirettamente, indicazioni lacunose o non veritiere tali da ingenerare nel consumatore un'idea errata sul prodotto o servizio offerto in premio con la manifestazione e che si potrebbe tradurre in un pregiudizio nella scelta o in un eventuale danno economico. A tal proposito vale la pena di ricordare che l'Autorità' garante della concorrenza e del mercato e' intervenuta di recente censurando i profili di ingannevolezza nei messaggi pubblicitari relativi ad alcune manifestazioni a premio.</p> <p>Le pronunce dell'Autorità' hanno riguardato talune fattispecie di ingannevolezza che sostanzialmente sono riconducibili:</p> <ul style="list-style-type: none"> - alla scarsa leggibilità sulla confezione della data di scadenza del concorso a premio; - alla mancata informazione circa i tempi non brevi di consegna dei premi; - alla fuorviante o falsa prospettazione ai destinatari del concorso di indicazioni riferibili al conseguimento di posizioni fortunate o privilegiate rispetto agli altri partecipanti o in relazione alla vincita del premio; - all'omessa indicazione di ulteriori e necessarie condizioni per la partecipazione alla manifestazione; - alla mancata o insufficiente indicazione dei costi degli omaggi e della facoltà di conversione in denaro degli stessi (limitatamente all'applicazione della già citata legge 496 del 1999 per le promozioni nel settore della distribuzione dei carburanti). <p>Obbligo a carico del promotore, qualora la comunicazione sia ridotta all'essenziale, e' il rinvio specifico al regolamento dell'ini-</p>
---	--

	<p>ziativa, con indicazione della modalità di acquisizione o consultazione dello stesso da parte dei consumatori o dei destinatari della manifestazione a premio, il tutto gestito mediante un'informazione chiara, visibile, di immediata ed evidente percezione.</p> <p>In base a tutto ciò, si deve ritenere che, in linea generale, l'applicazione della norma riguardante la messa a disposizione del consumatore, di cui al comma 1 del già citato articolo 11, equivalga a rendere accessibile e rapidamente consultabile il regolamento, senza oneri aggiuntivi per il destinatario dell'iniziativa, anche nei luoghi ove non si concretizza la partecipazione alla manifestazione; ciò ovviamente può non essere necessario qualora il regolamento sia stato allegato al prodotto promosso oppure al materiale promozionale o informativo della manifestazione.</p>
--	--

Art. 12 (Controllo delle manifestazioni a premio)

1. Il Ministero delle attività produttive esercita l'attività di controllo sui concorsi e sulle operazioni a premio. Tale attività è svolta d'ufficio a campione, ovvero su segnalazione di soggetti interessati.

2. Fermo restando quanto previsto in materia di sanzioni dall'articolo 124 del regio decreto-legge 19 ottobre 1938, n.1933, convertito, con modificazioni, dalla legge 5 giugno 1939, n.973 e modificato dalla legge 27 dicembre 1997, n.449, se vengono segnalate o individuate manifestazioni in corso che si presumono in sede istruttoria vietate ai sensi dell'articolo 8, il Ministero delle attività produttive assegna al soggetto promotore quindici giorni di tempo per presentare le

10. Attività di vigilanza, violazioni e sanzioni

Il sistema “sanzionatorio” previsto dal Regolamento, a tutela del corretto svolgimento delle manifestazioni a premio e del connesso interesse dei soggetti che a queste partecipano, è disciplinato dall'articolo 8, comma 2, e nel successivo articolo 12, comma 2, del Regolamento stesso, nel rispetto dei vincoli sanciti dalla Legge 24 novembre 1981, n. 689, recante “Modifiche al sistema penale” e contenente la disciplina delle sanzioni amministrative, aventi anche il fine di assicurare un clima di garanzia ed imparzialità a favore del presunto trasgressore.

L'articolo 12 sopra citato delinea inoltre l'aspetto “procedurale” dell'attività di controllo. Il soggetto titolare del potere sanzionatorio è il Ministero delle attività produttive cui compete il controllo su tutte le manifestazioni a premio (sia che si tratti di “concorsi” che di “operazioni”).

La norma indica infatti le modalità di attivazione del controllo ministeriale: d'ufficio (ma, è subito precisato “a campione”, perché un intervento generalizzato sarebbe oltremodo oneroso, per non dire proibitivo) o su segnalazione di soggetti interessati.

In merito all'aspetto procedurale concernente l'applicazione delle sanzioni occorre, innanzitutto, porre l'attenzione a quelle “automatiche”, nel senso che non hanno bisogno di una apposita istruttoria, essendo correlate ad un semplice comportamento omissivo da parte dei promotori.

Trattasi delle sanzioni connesse alla mancata preventiva comunicazione dell'intenzione dei promotori di svolgere un concorso a premio, comunicazione che va effettuata

<p>proprie controdeduzioni. Entro sessanta giorni dalla predetta richiesta il Ministero, se ravvisa la sussistenza di una o più violazioni, adotta, con decreto motivato, un provvedimento di immediata cessazione della manifestazione.</p> <p>RDL 19 ott. 1938, n. 1933 (in G. U. 30 dic. 1938, n. 298), conv. in L. 5 giu. 1939, n. 973 (in G. U. 15 lug. 1939, n. 164).</p> <p><u>Riforma delle leggi sul lotto pubblico</u> (1).</p> <p>Le disposizioni del presente provvedimento s'intendono superate a seguito dell'entrata in vigore dei segg. provvedimenti: d.m. 30 mag. 1967; l. 24 dic. 1968, n. 1003; l. 2 ago. 1982, n. 528; l. 2 mag. 1984, n. 117; l. 26 mar. 1990, n. 62; l. 19 apr. 1990, n. 85; d.p.r. 7 ago. 1990, n. 303; d.m. 8 feb. 1995; d.l. 29 dic. 1995, n. 556; d.p.r. 16</p>	<p>attraverso la compilazione e la trasmissione dell'apposito modulo predisposto dal Ministero, accompagnata dall'invio del regolamento del concorso e della documentazione comprovante l'avvenuto versamento della cauzione, nonché della mancata notifica al Ministero delle eventuali successive modifiche del suddetto regolamento.</p> <p>Va sottolineato come la violazione dei predetti obblighi da parte dei promotori non rende il concorso, di per sé, "vietato" (si veda la lett. e) del comma 1 dell'art. 8 del Regolamento) per cui non va seguita, per l'irrogazione della relativa sanzione, la procedura prevista, per le manifestazioni (preventivamente) vietate, dall'articolo 12, comma 2, del Regolamento.</p> <p>Le sanzioni per le mancate comunicazioni di cui sopra (e che, si ribadisce, concernono i soli "concorsi") sono fissate dall'ultima parte del comma 2 dell'articolo 8 del Regolamento: sono quelle previste dall'art. 124, commi 2 e 3 del R.D.L. n. 1933 del 1938, e successive modifiche, e presentano esclusivamente carattere pecuniario, vale a dire pene amministrative in cui la gradualità concretamente irrogata varia in rapporto alla gravità dell'illecito.</p> <p>Naturalmente, per poter accertare le violazioni di cui sopra occorre che il Ministero venga a conoscenza dell'effettuazione di un concorso o della modifica del relativo regolamento non debitamente comunicati.</p> <p>La sanzione di cui sopra è irrogata con ordinanza-ingiunzione del competente Ufficio del Ministero delle attività produttive è sarà soggetta alle normali impugnative.</p> <p>Diverse sono le sanzioni per le manifestazioni a premio (d'ogni genere, sia che trattasi di "concorsi" che di "operazioni") "vietate" ai sensi dell'art. 8 del Regolamento e diverse sono anche le loro modalità di irrogazione, essendo</p>
--	---

<p>set. 1996, n. 560, eccezion fatta per gli artt. da 110 a 126, che restano in vigore per effetto delle disposizioni di cui alla l. 28 dic. 1993, n. 561.</p>	<p>prevista, in proposito, una apposita procedura.</p> <p>L'articolo 12, comma 2, del Regolamento, invero, istituisce un contraddittorio tra il Ministero delle attività produttive ed i promotori di una manifestazione a premio che appaia in contrasto con il disposto del comma 1 dell'articolo 8 del Regolamento.</p> <p>L'organo di vigilanza, ricevuta una segnalazione o accertato in sede di controllo a campione o in sede di comunicazione (per i concorsi) che una determinata (denunciata o già in corso) manifestazione a premio viola (almeno in via preventiva) i divieti imposti dal citato articolo 8 del Regolamento, segnala al soggetto promotore la presunta violazione assegnandogli il termine di 15 giorni per produrre le proprie controdeduzioni (termine che, ovviamente, decorre dal ricevimento dell'atto ministeriale).</p> <p>La contestazione svolge un ruolo peculiare che si concretizza nella qualificazione dei fatti accertati in termini di illecito, pertanto, solo in conseguenza di essa i presunti trasgressori sanno con certezza che su di loro "pesa" la responsabilità di un dato illecito amministrativo, e solo tramite di essa gli stessi potranno organizzare la loro strategia difensiva.</p> <p>La segnalazione con il connesso invito a controdedurre, poiché fa scattare anche il <i>dies a quo</i> dell'altro termine, quello fissato per l'adozione del provvedimento ministeriale (che dovrà avvenire al massimo entro sessanta giorni dalla predetta richiesta), è inviata con raccomandata A.R., con telegramma o altra modalità che renda certa la data del ricevimento, da parte del soggetto promotore, della segnalazione stessa.</p> <p>Trascorso il suddetto termine, senza che siano pervenute controdeduzioni da parte del promotore o, se queste sono</p>
<p>TITOLO IX - SANZIONI</p> <p>Art. 124. (così sostituito dall'art. 19, c. 5, L. 27 dic. 1997, n. 447).</p> <p>1. In caso di <u>effettuazioni di concorsi ed operazioni a premio di cui è vietato lo svolgimento</u> si applica la sanzione amministrativa <u>da uno a tre volte l'ammontare dell'imposta sul valore aggiunto</u> dovuta e comunque <u>non inferiore a cinque milioni di lire</u> (= <u>2.582,28 euro</u>).</p> <p>La <u>sanzione è raddoppiata</u> nel caso in cui i concorsi e le operazioni a premio siano <u>continuati quando ne è stato vietato lo svolgimento</u>. Il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato dispone che sia data notizia al pubblico, a</p>	

<p>spese del soggetto promotore e attraverso i mezzi di informazione individuati dal Ministero stesso, dell'avvenuto svolgimento della manifestazione vietata.</p> <p>2. In caso di <u>effettuazione di concorsi a premio senza invio della comunicazione</u> si applica la sanzione amministrativa da quattro a venti milioni di lire (= <u>2.065,83 ÷ 10.329,14 euro</u>).</p> <p>La sanzione è ridotta del 50 per cento nel caso in cui la comunicazione sia stata inviata:</p> <p>a) successivamente all'inizio del concorso, ma</p> <p>b) prima che siano state constatate eventuali violazioni.</p> <p>3. In caso di <u>effettuazione del concorso con modalità difformi da quelle indicate nella comunicazione</u> si applica la sanzione amministrativa da due a dieci milioni di lire (<u>1.032,91 ÷ 5.164,57 euro</u>).</p> <p>4. Per le sanzioni di cui al presente articolo, in caso</p>	<p>state presentate, dopo averle esaminate, il Ministero, se ravvisa la sussistenza di una o più violazioni ai sensi dell'articolo 8 del Regolamento, da un lato provvede ad irrogare la sanzione amministrativa (pecuniaria) prevista dall'art. 124, comma 1, del R.D.L. n. 1933 del 1938 e successive modifiche, dall'altro ordina l'immediata cessazione della manifestazione.</p> <p>L'ingiunzione è un vero e proprio provvedimento sanzionatorio nei cui confronti è ammessa la tutela giurisdizionale.</p> <p>Il provvedimento ha la forma del "decreto motivato" da notificare immediatamente al soggetto promotore e contro il quale sono esperibili i normali mezzi di impugnativa.</p> <p>L'importo della sanzione pecuniaria di cui trattasi è modulato in forma crescente (da una a tre volte l'ammontare dell'IVA, con un minimo di 2.582,28 euro) proprio per graduare, nei singoli casi, l'entità della sanzione in relazione alla natura ed alla gravità della violazione commessa.</p> <p>Corre l'obbligo di evidenziare che per l'aspetto esecutivo deve farsi rinvio alle disposizioni di cui alla Legge 689 del 1981.</p> <p>Ma la stessa disposizione prevede anche una sanzione accessoria per il promotore di una manifestazione (riconosciuta) vietata: la pubblicazione, a sue spese, dell'avvenuto svolgimento della manifestazione vietata.</p> <p>Trattasi di una sanzione prevista anche in altri campi (e della quale, ad esempio, fa uso l'Antitrust in sede di giudizi in materia di pubblicità ingannevole, oltre che il giudice ordinario in molte fattispecie) e che nel nostro caso adempie ad una duplice funzione: far conoscere il provvedimento ministeriale a tutti i possibili interessati ed evitare che la manifestazione continui a produrre effetti.</p> <p>La norma attribuisce al Ministero anche il compito di indi-</p>
---	--

<p>di pagamento entro trenta giorni dal momento in cui la sanzione è notificata, la stessa è ridotta ad un sesto del massimo.</p>	<p>viduare il mezzo di informazione caso per caso più adeguato allo scopo. Al riguardo, potrà prevedersi la pubblicazione (integralmente o per estratto) del provvedimento sanzionatorio su uno o più quotidiani a diffusione nazionale e/o su una determinata stampa periodica e/o attraverso altri mezzi di informazione (televisione, radio, internet, posta, stampati, etc.).</p> <p>Nella scelta del mezzo di diffusione della sanzione accessoria, il Ministero terrà conto del criterio di proporzionalità in relazione alla gravità della violazione e del principio dell'equivalenza rispetto ai mezzi pubblicitari impiegati ed al livello di diffusione della manifestazione.</p>
---	--