

LE MANIFESTAZIONI A PREMIO

- ❖ Quadro normativo
- ❖ Principi generali e definizioni
- ❖ Normativa di riferimento
- ❖ Sanzioni
- ❖ Aspetti fiscali

Quadro Normativo

- ◆ R.D.L. 1933 del 19.10.1938
(convertito L. 973 del 5.6.1939)
- ◆ LEGGE 449 del 27.12.1997 art. 19 c. 4
(Legge Finanziaria per il 1998)
- ◆ D.P.R. 430 del 26.10.2001 (Regolamento)
- ◆ Circolare n. 1 del 28.03.2002
Ministero Attività Produttive

Principi generali e definizioni

La **promozione delle vendite**, intesa come complesso di tecniche e attività idonee a stimolare gli acquisti e a incrementare le vendite, è lo strumento attraverso il quale è possibile intervenire direttamente sul mercato per informare i consumatori sulla qualità del prodotto e per creare, in tutti i destinatari del messaggio, un atteggiamento favorevole all'acquisto.

Pertanto, quale **strumento di marketing** altamente strategico, la promozione delle vendite è un mezzo di persuasione diretto, stimola l'acquisto immediato, può influire sull'incremento delle vendite, è un modello più snello ed elastico della pubblicità tradizionale in quanto permette di verificare in tempi stretti la risposta del mercato.

Natura giuridica

Le manifestazioni a premio si configurano come

Promessa al pubblico ai sensi dell'art. 1989 del c.c.

che, come tale, non è revocabile se non per giusta causa (art. 1990 c.c.) o errore da parte dei destinatari (artt. 1428 e 1431 c.c.).

E' possibile la modifica se non lede diritti precedentemente acquisiti dai partecipanti

MANIFESTAZIONI A PREMIO

Caratteristica essenziale

Gratuità

Parità di trattamento

Tutela della pubblica fede

Oggetto

Fine commerciale

Si dividono in:

- ◆ CONCORSI A PREMIO
- ◆ OPERAZIONI A PREMIO

Manifestazioni a Premio

Non sono considerate manifestazioni a premio

- ◆ I concorsi letterari, artistici e scientifici
- ◆ Le manifestazioni sportive
- ◆ I giochi-spettacolo radio-televisivi
- ◆ Gli sconti di prezzo
- ◆ Il regalo di quantità aggiuntive di prodotti dello stesso genere di quello acquistato
- ◆ Gli omaggi di modico valore senza obbligo di acquisto
- ◆ Le donazioni a enti e fondazioni

I Premi

- ◆ CONSISTONO in beni (anche immobili), servizi, sconti di prezzo, documenti di legittimazione di cui all'art. 2002 del c.c. (biglietti del teatro, del cinema, del treno, giocate del lotto, biglietti della lotteria), card e gettoni d'oro. Devono essere consegnati entro 6 mesi dall'assegnazione o dalla richiesta da parte dei partecipanti
- ◆ NON possono consistere in:
denaro, titoli azionari, titoli dei prestiti pubblici e privati, quote di capitale societario e dei fondi comuni di investimento e in polizze assicurative sulla vita
- ◆ Premi esenti da tassazione biglietti delle lotterie nazionali, giocate del lotto, premi a favore di enti o istituzioni, premi di minimo valore

I Promotori

REQUISITI SOGGETTIVI

- ◆ Soggetti imprenditoriali titolari dell'attività promozionata (società produttrici o distributrici di beni o di servizi)
- ◆ Organizzazioni rappresentative dell'associazionismo economico (Consorzi e Società cooperative)
- ◆ Imprese non residenti purché abbiano un rappresentante fiscale residente

Rappresentanza e domiciliazione

E' possibile **delegare** tutti gli adempimenti relativi alla manifestazione ad Agenzie di promozione o ad operatori professionali

I Beneficiari

I concorsi e le operazioni a premio sono rivolti:

- ◆ Consumatori finali
- ◆ Rivenditori, intermediari, concessionari, collaboratori e lavoratori dipendenti

Manifestazioni a Premio

❖ **TERRITORIALITA'**

- ❖ Le attività relative allo svolgimento delle manifestazioni a premio devono essere svolte sul territorio dello Stato

❖ **DURATA**

- ❖ **CONCORSI:** Un anno (12 mesi) dalla data di inizio compresa la fase di estrazione/assegnazione
- ❖ **OPERAZIONI:** Cinque anni (60 mesi) dalla data di inizio compresa la fase di richiesta dei premi

CONCORSI A PREMIO

❖ DEFINIZIONE

- ❖ Il premio viene attribuito solo ad alcuni partecipanti, l'attribuzione dipende dalla fortuna, dalla sorte (estrazione finale – rintracciamento immediato) o dall'abilità e dalle capacità personali del concorrente (concorsi pronostici o che prevedono risposte a quesiti)

❖ LE PRINCIPALI TIPOLOGIE

- ❖ Estrazione tra cartoline di partecipazione o da congegni meccanici o informatici;
- ❖ A rintracciamento immediato dei premi (gioca & vinci, gratta & vinci, cancella & vinci, telefona & vinci, clicca & vinci, messaggia & vinci ecc);
- ❖ “rush&win” assegnazione dei premi ai primi “X” partecipanti che adempiono a determinate condizioni;
- ❖ Concorsi di abilità premi assegnati in base a risposte a quesiti o questionari oppure in base a valutazione di giurie

Adempimenti dei Promotori

CONCORSI A PREMIO

- ❖ Preventiva comunicazione al Ministero dello Sviluppo Economico del Modulo PREMA CO/1 unitamente al Regolamento del concorso e ai documenti relativi alla cauzione prestata
- ❖ Versamento cauzione (fideiussione bancario o assicurativa o mediante deposito provvisorio vincolato in danaro o titoli presso la Banca d'Italia – Tesoreria provinciale) pari al 100% del valore complessivo dei premi posti in palio
- ❖ Durata massima fissata in un anno compresa la fase di individuazione dei vincitori e termine di richiesta premio
- ❖ Individuazione dei vincitori effettuata alla presenza di un Notaio o di un Funzionario della Camera di Commercio responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica
- ❖ I premi non assegnati o non richiesti sono devoluti a favore di una ONLUS

OPERAZIONE A PREMIO

❖ DEFINIZIONE

- ❖ Il premio promesso viene consegnato a tutti i partecipanti che possiedono determinati requisiti o che si trovano in una determinata situazione (es. totalizzano un predeterminato punteggio nella raccolta dei tagliandi). Obbligatorietà dell'acquisto o della vendita del prodotto o del servizio oggetto della promozione.

❖ LE PRINCIPALI TIPOLOGIE

- ❖ Raccolta punti, etichette, buoni, scontrini, figurine ecc. raccolte su schede cartacee o su supporto magnetico (cards)
- ❖ “self liquidating” il premio viene consegnato a fronte di un determinato numero di prove di acquisto e mediante un “contributo” di spesa

Adempimenti dei Promotori

OPERAZIONI A PREMIO

- ❖ Obbligo di redigere un apposito Regolamento autocertificato con dichiarazione sostitutiva di atto notorio, resa dal rappresentante legale della ditta promotrice con “data certa” (apposta da un notaio o un pubblico ufficiale), da conservare presso la sede della ditta per tutta la durata della manifestazione e nei 12 mesi successivi
- ❖ Versamento cauzione (fideiussione bancario o assicurativa o mediante deposito provvisorio vincolato in danaro o titoli presso la Banca d’Italia – Tesoreria provinciale) pari al 20% del valore complessivo dei premi posti in palio
- ❖ Durata massima fissata in 5 anni compresa la fase di individuazione dei vincitori e il termine di richiesta premio
- ❖ Invio preventivo al Ministero dello Sviluppo Economico della comunicazione della cauzione prestata

Cauzione

A garanzia dei partecipanti riguardo l'effettiva consegna dei premi è richiesta la prestazione di una cauzione sul montepremi previsto, con scadenza non inferiore a 12 mesi dalla conclusione della manifestazione.

Concorsi a premi: 100% del montepremi

Operazioni a premio: 20% del montepremi, non è dovuta qualora il premio sia corrisposto all'atto dell'acquisto del prodotto/servizio

La cauzione è svincolata automaticamente trascorsi 12 mesi dalla conclusione della manifestazione, per i concorsi a premio dopo 180 giorni dalla redazione del verbale di chiusura del concorso che attesta l'avvenuta consegna dei premi.

L'incameramento della cauzione è disposto in caso di mancata consegna dei premi.

Il Regolamento

Il Regolamento della manifestazione a premi deve essere messo a disposizione dei partecipanti e deve essere conforme a quello inviato al Ministero (per i concorsi a premio) o “autocertificato” (per le operazioni a premio).

Deve contenere le seguenti indicazioni:

- ❖ Soggetto promotore (denominazione e indirizzo) ed eventuale soggetto delegato
- ❖ Durata della manifestazione
- ❖ Ambito territoriale di svolgimento
- ❖ Modalità di partecipazione
- ❖ Natura dei premi
- ❖ Valore di ciascun premio
- ❖ Termine di consegna dei premi (max 180 gg. dalla conclusione del concorso o dalla richiesta nelle operazioni a premio)
- ❖ ONLUS alla quale devolvere i premi non assegnati o non richiesti nei concorsi a premi

Assegnazione dei premi

CONCORSI A PREMIO:

- ❖ Estrazione a sorte: presenza di un notaio o di un Funzionario responsabile della tutela dei consumatori della Camera di Commercio competente per territorio e deve essere redatto un verbale
- ❖ Sistemi elettronici informatici o meccanici: il promotore deve predisporre una perizia di un esperto circa i criteri di casualità, di non manomissione per l'individuazione dei vincitori
- ❖ A rintracciamento immediato: il promotore dovrà rendere dichiarazione sostitutiva di atto notorio che attesti il rispetto del regolamento, dei principi di tutela della fede pubblica con riferimento all'impossibilità di riconoscimento dei tagliandi vincenti ed alla loro miscelazione casuale

I premi non assegnati sono devoluti alla ONLUS; i premi rifiutati rientrano nella disponibilità del promotore

Dopo la consegna dei premi (max 180 gg) dovrà essere redatto un verbale di chiusura della manifestazione da inviare al Ministero dello Sviluppo Economico

L'Attività di Controllo e Sanzioni

E' svolta dal Ministero dello Sviluppo Economico a campione, d'ufficio o su segnalazione di parte. Al verbale di contestazione è ammessa, entro 15 gg., la possibilità di uno scritto difensivo con richiesta di contraddittorio e audizione personale. Le violazioni e le sanzioni amministrative previste dall'art. 19 c. 5 lett. c) della legge n. 449/97 possono essere così riassunte:

Manifestazione vietata	Da 1 a 3 volte l'IVA dovuta Minimo €2.582,28
Continuazione della manifestazione malgrado il divieto allo svolgimento	Da 1 a 3 volte l'IVA dovuta Minimo €5.164,57
Omesso invio della comunicazione	Pena pecuniaria da €2.065,63 a €10.329,14
Ritardato invio della comunicazione	Pena pecuniaria da €1.032,91 a €5.164,57
Effettuazione del concorso con modalità difformi dal regolamento	Pena pecuniaria da €1.032,91 a €5.164,57

Aspetti Fiscali

Art. 19 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449:

- ❖ Oneri fiscali a carico della società promotrice (concorsi e operazioni a premio)
 - Indetraibilità dell'IVA sui beni e servizi assoggettati all'imposta, utilizzati come premi
 - Imposta sostitutiva del 20% sui beni e servizi non assoggettati all'IVA, utilizzati come premi

L'IVA non detratta e l'imposta sostitutiva sono costi deducibili.

Nel caso i premi siano costituiti da beni e servizi il cui commercio o produzione rientra nell'attività propria dell'azienda promotrice, all'atto della loro destinazione a premio deve essere effettuata la rettifica della detrazione.

La rettifica è effettuata in base al valore risultante dalle fatture originarie o sulla base del valore normale del bene o servizio

Bibliografia

- ❖ Antonio Porzio – Giuseppe Oliva
“LE MANIFESTAZIONI A PREMIO”
Pieraldo Editore – settembre 2005