

19 novembre 2010 11:16

CONCORSI ED OPERAZIONI A PREMIO: le regole

di [Rita Sabelli](#)

Il concetto di "concorso a premio", così come quello di "operazione a premio", rientra nell'ambito delle manifestazioni a premio disciplinate dal Dpr 430/2001 che le definisce "promesse di premi al pubblico" che i promotori, aziende produttrici o distributrici, organizzano con lo scopo di promuovere prodotti o servizi.

Più precisamente

Nelle OPERAZIONI A PREMIO i premi o i regali sono assegnati a tutti i partecipanti, a condizione che acquistino un certo prodotto o un quantitativo predeterminato di prodotti o di servizi. Si tratta delle cosiddette raccolte di prove di acquisto o bollini.

Vi rientrano anche le promozioni che consentono di acquistare a prezzo ridotto prodotti e servizi utilizzando punti o prove di acquisto ed aggiungendovi un contributo in denaro, che non può in ogni caso superare il 75% del costo del prodotto sostenuto dalla ditta promotrice al netto di imposte. Il premio, in questo caso, corrisponde alla differenza tra il valore normale del bene offerto e il contributo richiesto.

La durata massima delle operazioni a premio è di 5 anni, periodo che deve comprendere il termine ultimo per chiedere il premio.

Nei CONCORSI A PREMIO il premio viene assegnato solo ad un partecipante (o solo ad alcuni) in base:

- **alla sorte**, tramite estrazione del nominativo (o dei nominativi), anche attraverso congegni meccanici od elettronici;
- **all'abilità o capacità dei concorrenti**, con partecipazione attiva degli stessi che sono invitati, a seconda del caso, a dare giudizi, esprimere pronostici, rispondere a quesiti, eseguire lavori oppure semplicemente ad adempiere per primi alle condizioni stabilite dal regolamento (per es. inviare un tagliando).

La durata massima dei concorsi è di un anno, nel quale devono essere comprese le fasi relative all'individuazione dei vincitori.

Sono esclusi dalle categorie suddette:

- concorsi letterari, artistici o scientifici, nonché per la presentazione di progetti o studi in ambito commerciale o industriale, perché il premio ha carattere di corrispettivo o rappresenta il riconoscimento del merito;
- le manifestazioni dove è prevista l'assegnazione di premi da parte di emittenti radiotelevisive a spettatori lì presenti (programmi TV con premi ai concorrenti presenti) o collegati radiofonicamente (trasmissioni radio che mette in palio premi a chi chiama), a meno che non vengano promozionati articoli o servizi di altre imprese;
- le manifestazioni dove i premi sono costituiti da oggetti di minimo valore non collegati ad acquisti degli articoli promossi dall'offerta (es. premi come lapis, piccoli gadget, etc.). È esclusa anche la distribuzione di campioni gratuiti;
- le manifestazioni nelle quali i premi sono destinati ad enti o istituzioni pubbliche o che abbiano finalità benefiche;
- le operazioni a premio con premi/regali costituiti da sconti sul prezzo di prodotti o servizi dello stesso genere di quelli acquistati o da sconti su prodotti o servizi di generi diversi a condizione che lo sconto non sia offerto per promuovere questi ultimi. Per esempio le operazioni "paghi due prendi tre" o similari.

Le società promotrici che intendono organizzare una manifestazione a premio devono darne comunicazione preventiva al Ministero dello sviluppo economico versando una cauzione.

Si tratta in ambedue i casi di attività di promozione commerciale che può, o meno, prevedere come condizione di partecipazione l'acquisto di un bene o servizio.

A parte questa eventuale condizione, nonché le spese telefoniche o di invio necessarie alla partecipazione, la manifestazione a premio deve essere gratuita, ed è vietata ogni maggiorazione del prezzo dei prodotti o servizi oggetto della eventuale promozione.

Indice scheda

[REGOLAMENTO DELLA MANIFESTAZIONE](#)

[VINCITORI E PREMI](#)

[CONCORSI VIETATI](#)

[CONCORSI INGANNEVOLI](#)

[CONTROLLO E SEGNALAZIONI](#)

[MANIFESTAZIONI LOCALI](#)

[RIFERIMENTI NORMATIVI](#)

[LINK UTILI](#)

[REGOLAMENTO DELLA MANIFESTAZIONE](#)

A chiunque sia interessato deve essere messo a disposizione il regolamento del concorso o dell'operazione a premi, che gli organizzatori devono conservare per tutta la durata della manifestazione più un anno.

Esso contiene

- l'indicazione del soggetto organizzatore;
- la durata (nel rispetto dei termini massimi previsti dalla legge, vedi sopra);
- l'ambito territoriale;
- le modalità di svolgimento della manifestazione;
- natura e valore indicativo dei premi messi in palio e termine di consegna degli stessi.
- individuazione delle associazioni non lucrative di utilità sociale alle quali vengono devoluti i premi non richiesti o non assegnati.

Se il materiale promozionale ed informativo non contiene o non è accompagnato dal regolamento vi devono comunque essere riportate almeno le condizioni di partecipazione, la durata e, per i concorsi, il valore totale dei beni messi in palio.

Se il mezzo con cui viene fatta pubblicità (per esempio la radio o la tv) non consente di fornire tutte le indicazioni suddette, è sufficiente il rimando al regolamento, con specifica delle modalità di acquisizione o di consultazione.

Il regolamento è la principale fonte utile per conoscere i propri diritti. È consigliabile prenderne visione per poter farvi riferimento in caso di contestazione o reclamo.

[VINCITORI E PREMI](#)

L'estrazione dei vincitori e l'assegnazione dei premi devono avvenire alla presenza di un notaio o di un "responsabile della tutela del consumatore e della fede pubblica" della locale Camera di commercio (sono esclusi i concorsi "instant win", dove il premio viene eventualmente assegnato all'atto della partecipazione, vedi i concorsi "cancella e vinci").

Le operazioni di estrazione e assegnazione dei premi viene riportata su un verbale poi trasmesso al Ministero dello sviluppo economico.

I premi messi in palio possono essere

- beni;
- servizi;
- sconti di prezzo o buoni di acquisto;
- documenti di legittimazione (che identificano la persona che ha diritto ad una determinata prestazione, esempi: biglietti di viaggio, biglietti per uno spettacolo, per il cinema, etc.);
- giocate del lotto (schede già giocate o rimborso di giocate non vinte);
- biglietti della lotteria;
- gettoni d'oro (tipicamente nei concorsi radio-televisivi). Il loro valore dipende dalla quotazione dell'oro e sul valore della vincita vengono trattenute tasse per il 20% (ritenuta alla fonte) ed altre spese. I gettoni possono essere venduti allo stesso banco metalli che contatta in vincitore per la consegna del premio, ad altri banchi metallo o alla Banca d'Italia.

Non possono costituire premi il denaro, i titoli (azionari e non), le quote di capitale societario, le quote di fondi comuni di investimento e le polizze assicurative.

I premi devono essere consegnati entro sei mesi dalla conclusione della manifestazione o, a seconda del caso, dalla richiesta degli stessi.

Se il regolamento prevede termini inferiori, in caso di ritardo gli organizzatori devono avvisare gli interessati, con raccomandata, spiegandone i motivi.

Il premio consegnato deve corrispondere a quello indicato nel regolamento. Può essere consegnato un premio diverso solo se vi sia stata preventiva comunicazione da parte dell'organizzatore o qualora sia impossibile consegnare il premio promesso per cause sopravvenute non imputabili all'organizzatore. Il premio sostitutivo deve, in questi casi, avere stessa natura e stesso valore di quello promesso.

Talvolta ai vincitori viene chiesta la firma, contestualmente alla consegna del premio, di una dichiarazione liberatoria.

I premi non richiesti (il vincitore non invia la documentazione necessaria o non ritira il pacco) o non assegnati (vincitore non correttamente identificato o premi in esubero) devono essere devoluti ad organizzazioni non lucrative di utilità sociale (ONLUS). I premi rifiutati, espressamente e per iscritto, potranno invece restare nella disponibilità dell'organizzatore.

La mancata consegna del premio nei termini previsti dal regolamento (e dalla legge) può essere contestata rivolgendosi direttamente all'organizzatore, con sollecito/contestazione inviato per raccomandata a/r (magari di messa in mora, si veda qui). (http://sosonline.aduc.it/scheda/messa+mora_8675.php)

Nel contempo è possibile segnalare l'irregolarità al Ministero dello sviluppo economico, nei modi descritti più avanti.

Nota importante: nell'ottica della gratuità delle manifestazioni prevista dalla legge, NON è consentito agli organizzatori prevedere che i soggetti vincitori telefonino a numeri a pagamento (che iniziano per esempio con 166/199/899) per avere informazioni sulla vincita.

CONCORSI VIETATI

Sono vietati i concorsi e le operazioni a premio che

- non garantiscano la pubblica fede (concorsi contraffatti, alterati, falsati, etc.);
- non garantiscano la parità di trattamento e di opportunità per tutti i partecipanti (perché consente all'organizzatore o a terzi di influenzare l'individuazione dei vincitori o di rendere illusoria la partecipazione);
- mancano di un reale scopo promozionale, quando il prezzo del bene o servizio il cui acquisto è condizione per la partecipazione supera il valore commerciale dello stesso bene o servizio.

Il divieto vige anche quando

- vi è turbamento della concorrenza e del mercato;
- la pubblicità dei prodotti e servizi promossi è vietata o vincolata da disposizioni di legge non rispettate (per esempio quando è necessaria un'autorizzazione preventiva non richiesta o non ottenuta);

In caso di violazione, rilevata dal Ministero dello sviluppo economico d'ufficio o dietro segnalazione, possono essere applicate delle sanzioni.

CONCORSI INGANNEVOLI

Il Ministero dello sviluppo economico, ovvero l'organo istituzionale preposto ai controlli nell'ambito delle manifestazioni a premio, è da tempo intervenuto riguardo a casi di quiz televisivi ingannevoli o non rispettosi delle norme, invitando i consumatori alla prudenza.

Le irregolarità rilevate nei vari casi esaminati sono

- ingannevolezza sull'effettiva onerosità della partecipazione al concorso: ha riguardato quiz televisivi dove si doveva telefonare a numeri a pagamento (come gli 899) per acquistare suonerie e nel contempo partecipare ad un quiz. La violazione in questo caso riguarda il Dpr 430/2001 che stabilisce che il prezzo del bene il cui acquisto costituisce il presupposto per la partecipazione (in questi casi "gonfiato" dai costi delle chiamate agli 899) NON deve superare il valore commerciale dello stesso.

- dubbi sulla reale possibilita' per i concorrenti di partecipare effettivamente al gioco dopo aver telefonato al numero a pagamento.

CONTROLLO E SEGNALAZIONI

L'organo preposto al controllo del settore e' il Ministero dello sviluppo economico. I controlli sono fatti a campione o su segnalazione.

Vengono verificate le violazioni e poi, eventualmente, vengono comminate a carico delle societa' organizzatrici le sanzioni previste dalla legge. In casi particolari il Ministero puo' anche ordinare, in via preventiva, la cessazione immediata della manifestazione.

Le segnalazioni, o le richieste di chiarimento sulle normative, possono essere fatte:

- scrivendo a "Ministero dello sviluppo economico - Direzione generale mercato, concorrenza, consumatore, vigilanza e normativa tecnica - Divisione XIX - Manifestazioni a premio" - Via Molise 2 00187 Roma;
- telefonando al numero verde 800 300 103;
- scrivendo all'indirizzo email m.premioinfo@sviluppoeconomico.gov.it;

MANIFESTAZIONI LOCALI (lotterie, tombole, pesche di beneficenza, etc.)

Per lotteria si intende la manifestazione effettuata con la vendita di biglietti a numerazione progressiva concorrenti ad uno o piu' premi secondo l'ordine di estrazione. E' consentita in ambito provinciale e l'importo totale dei biglietti non deve superare i 51.645,69 euro.

Per tombola si intende la manifestazione effettuata utilizzando cartelle con una data quantita' di numeri (dall'1 al 90), con premi assegnati alle cartelle nelle quali, all'estrazione dei numeri, per prime si sono verificate le condizioni stabilite. Le cartelle, dotate di numerazione progressiva, possono essere vendute nel comune dove si effettua l'estrazione e in quelli limitrofi. I premi posti in palio non possono superare complessivamente i 12.911,42 euro.

Per pesca di beneficenza si intende la manifestazione effettuata con la vendita di biglietti, "pescati" a caso dai partecipanti, parte dei quali abbinati a premi in palio. La vendita deve limitarsi al comune ove si effettua la manifestazione e il ricavato non deve superare i 51.645,69 euro.

Queste manifestazioni sono, per regola generale, vietate a meno che non vengano

- promosse da enti morali, associazioni, organizzazioni o comitati senza fini di lucro aventi scopi assistenziali, culturali, ricreativi, sportivi, scientifici, di formazione, etc. (circoli, enti ecclesiastici, etc.) qualora dette manifestazioni siano necessarie per far fronte alle esigenze finanziarie degli enti stessi.
- promosse da partiti o movimenti politici, svolte nell'ambito di manifestazioni locali da questi organizzate;
- effettuate in ambito familiare e private, a scopi esclusivamente ludici.

Gli enti organizzatori devono dare preventiva comunicazione della manifestazione al Prefetto e al Sindaco.

RIFERIMENTI NORMATIVI

- Codice civile artt.1989/1990/1991
- Art.19 legge 449/1997
- Dpr 430/2001

(http://sosonline.aduc.it/normativa/430+2001+regolamento+concorsi+operazioni+premio_18374.php)

LINK UTILI

- Sito del Ministero dello sviluppo economico con informazioni e domande frequenti: [clicca qui](#)

- CONCORSI INGANNEVOLI DENUNCIATI DA ADUC

- Televendite nascoste in quiz fasulli. Continuano imperterrite. Agcom inerme. Utenti fregati

(http://www.aduc.it/comunicato/televendite+nascoste+quiz+fasulli+continuano_18028.php)

- Tv. Multa Antitrust a Linkk e Canale Italia per quiz fasullo. Multe troppo lievi che non scoraggiano dal continuare

(http://www.aduc.it/comunicato/tv+multa+antitrust+linkk+canale+italia+quiz+fasullo_17886.php)

- Falsi quiz tv e numeri 899-894. Truffa perpetua? Intervenga Antitrust ma con multe salate

(http://www.aduc.it/comunicato/falsi+quiz+tv+numeri+899+894+truffa+perpetua_17712.php)