

Indice

Prefazione *di Alessandro Mazzù* pag. 13

Premessa » 17

PARTE PRIMA

La normativa dei contest

1. I contest: la normativa di riferimento » 21

1.1. La definizione di manifestazione a premio e natura giuridica » 23

1.2. Differenza tra concorsi e operazioni a premio » 24

1.3. I concorsi a premio » 24

1.3.1. Il concorso misto » 26

1.4. Le operazioni a premio » 27

1.4.1. Le operazioni a premio con contributo o self liquidating » 28

2. I soggetti promotori » 31

2.1. Le imprese » 31

2.2. Le persone fisiche » 32

2.3. L'associazione tra imprese » 33

2.4. Onlus, Enti pubblici, Fondazioni e altri soggetti collettivi	»	34
2.5. Le imprese estere	»	35
3. I requisiti essenziali del Contest	»	39
3.1. La finalità commerciale.....	»	39
3.2. Il principio di territorialità.....	»	40
3.2.1. La collocazione geografica dei server.....	»	41
3.3. La gratuità.....	»	42
3.3.1. Caso particolare: la gratuità in caso di premio consistente in viaggio.....	»	44
3.4. Il premio	»	46
3.4.1. I premi esclusi.....	»	49
4. Le Manifestazioni escluse dal D.P.R. 430/2001.....	»	51
4.1. I concorsi indetti per opere letterarie, artistiche, scientifiche, per la presentazione di progetti o studi in ambito commerciale o industriale	»	54
4.2. Le manifestazioni radiotelevisive e radiofoniche.....	»	56
4.3. Le operazioni a premio con offerta di premi costituiti da sconti sul prezzo	»	58
4.4. Definizione di “stesso genere”	»	59
4.4.1. La quantità aggiuntiva di un prodotto – compra tre e paghi due	»	59
4.5. Le manifestazioni con offerta di buoni di cui all’art. 6 comma 1 lett. c-bis	»	60
4.6. Premi di minimo valore	»	61
4.7. Manifestazioni con premi destinati a enti o istituzioni di carattere pubblico.....	»	65

PARTE SECONDA

Gli adempimenti amministrativi

5. Le manifestazioni vietate	»	69
5.1. Tutela della fede pubblica, parità di trattamento, pari opportunità.....	»	70

5.2. Elusione del Monopolio di Stato	»	72
5.3. Turbamento della concorrenza e del mercato in relazione ai principi comunitari	»	75
5.4. Promozioni dei beni per i quali è previsto il divieto di pubblicità.....	»	75
5.5. Violazione delle disposizioni del D.P.R. 430/2001	»	76
6. Quali adempimenti dobbiamo compiere	»	77
6.1. Il Regolamento – natura giuridica	»	78
6.2. Come compilo il regolamento?	»	79
6.2.1. Il soggetto promotore.....	»	80
6.2.2. La durata	»	80
6.2.3. La denominazione.....	»	81
6.2.4. L’ambito territoriale.....	»	81
6.2.5. I partecipanti all’iniziativa.....	»	82
6.2.6. Natura e valore del premio	»	83
6.2.7. Le modalità di svolgimento della manifestazione e di assegnazione dei premi.....	»	83
6.2.8. Premi non richiesti o non assegnati, devoluzione alla Onlus	»	86
6.3. La privacy nelle manifestazioni a premio	»	87
6.4. Indicazione del foro competente	»	92
6.5. Eventuali modifiche al regolamento	»	92
7. La gestione del concorso.....	»	95
7.1. La cauzione.....	»	95
7.1.1. Lo svincolo e l’incameramento.....	»	101
7.2. La pubblicità	»	102
7.2.1. La pubblicità ingannevole	»	104
7.3. L’invio della modulistica.....	»	105
7.4. Il servizio PREMA ON-LINE.....	»	109
7.5. Il verbale di chiusura	»	112
7.6. La consegna dei premi.....	»	115

8. Le sanzioni e gli adempimenti fiscali	» 121
8.1. L'iter normativo dell'art. 124 del R.D.L. 1933/1938.....	» 122
8.2. Le sanzioni previste per le manifestazioni vietate.....	» 124
8.3. Le sanzioni previste per l'omissione degli adempimenti.....	» 126
8.4. La procedura dell'irrogazione delle sanzioni.....	» 127
8.4.1. Sanzioni automatiche per comportamento omissivo in caso di concorso a premio	» 128
8.4.2. Procedura non automatica per le sanzioni per manifestazioni a premio vietate	» 129
8.5. Gli adempimenti fiscali.....	» 131
8.5.1. La fiscalità indiretta.....	» 132
8.5.2. Caso particolare: le operazioni a premio con contributo pagato dal beneficiario	» 133
8.5.3. La fiscalità diretta.....	» 135
8.5.4. Facoltà e obbligo di rivalsa.....	» 137
8.5.5. Base imponibile, spese promozionali	» 138

PARTE TERZA

I contest sui social network

9. I contest on line	» 145
9.1. La normativa italiana e il principio di territorialità.....	» 147
9.2. L'utilizzo dei server	» 148
9.3. Il mirroring.....	» 149
9.4. Contest sui social network.....	» 150
9.5. Adempimenti per i contest sui social network	» 152
9.6. Quando abbiamo associazione di imprese nei contest	» 155
9.7. I contest sui social network: Facebook	» 156
9.7.1. Facebook e la normativa italiana.....	» 157
9.7.2. Facebook e le linee guida	» 158
9.8. I contest sui social network: Instagram.....	» 159
9.8.1. Instagram e le linee guida.....	» 160
9.9. I contest sui social network: Twitter	» 161
9.9.1. Twitter e le linee guida	» 162
9.10. I contest sui social network: Pinterest	» 164

9.10.1. Pinterest e le linee guida	» 165
9.11. I contest sui social network: Musical.ly	» 167
9.11.1. Musical.ly e le linee guida.....	» 168
9.12. I contest sui social network: YouTube.....	» 168
9.12.1. YouTube e le linee guida	» 169
9.13. I contest sui social network: Snapchat e le linee guida	» 171
9.14. I contest sui social network: Telegram e le linee guida	» 173
9.15. I contest sui social network: WhatsApp	» 174
10. Perché fare un contest? La definizione dell'obiettivo.....	» 174
10.1. Il Target.....	» 176
10.2. Tipologie di contest	» 177
10.2.1. I Quiz contest.....	» 177
10.2.2. I Giveaway.....	» 178
10.2.3. I Rush and Win.....	» 179
10.2.4. Foto e video contest.....	» 180
10.2.5. Gli Instant Win	» 181
10.2.6. Concorsi composti da più tipologie di contest.....	» 181
10.2.7. Altre tipologie.....	» 182
10.3. I premi	» 184
10.4. La piattaforma da utilizzare.....	» 186
10.5. La pubblicità	» 188
10.6. La comunicazione	» 189
10.7. Contest di successo	» 190
Sitografia	» 193