



TIPOLOGIE SANZIONATORIE PER OPERAZIONI A PREMIO

(Fonte: Ministero dello Sviluppo Economico)

1. Per operazioni a premio vietato

[art. 124, comma 1, del regio decreto legge 19/10/1938, n. 1933, convertito, con modificazioni, nella legge 05/06/1939, n. 973, come sostituito dall'art. 19, comma 5, lettera c), della legge 27/12/1997, n. 449, come sostituito dall'art. 12 comma 1, lett. o) del decreto legge 28/04/2009, n. 39, convertito, con modificazioni, nella legge 24 /06/2009, n. 77 ed infine sostituito dall'art. 1, comma 924, della legge 28/12/2015 n. 208].

- Sanzione che va da una a tre volte l'ammontare dell'imposta sul valore aggiunto dovuta sul montepremi e comunque non inferiore a € 2.582.28.

Qualora l'operazione a premio venga continuata dall'impresa nonostante la notifica del provvedimento interdittivo, la sanzione predetta è raddoppiata.

La sanzione è anche applicata nei confronti di tutti i soggetti che abbiano partecipato in qualunque modo all'attività di distribuzione di materiale dell'operazione a premio.

Se il pagamento avviene entro trenta giorni la sanzione è ridotta ad un sesto del massimo. [art. 124, comma 4, del regio decreto legge 19/10/1938, n. 1933, convertito, con modificazioni, nella legge 5/06/1939, n. 973, come sostituito dall'art. 19, comma 5, lettera c), della legge 27/12/1997, n. 449].

2. Sanzione accessoria

[art. 124 , comma 1 , del regio decreto-legge 19/10/1938, n. 1933, convertito, con modificazioni, nella legge 05/06/1939, n. 973, come sostituito dall'art. 19, comma 5, lettera c), della legge 27/12/1997, n. 449, come in ultimo sostituito dall'art. 12, comma 1, lett. o) del decreto legge 28/04/2009, n. 39, convertito, con modificazioni, nella legge 24/06/2009, n. 77]:

Consiste nella pubblicazione, a spese del promotore, del provvedimento sanzionatorio. Spetta al Ministero, tenendo conto di un criterio di proporzionalità, in relazione alla gravità della violazione e del principio di equivalenza dei mezzi di informazione nonché al livello di diffusione della manifestazione, individuare il mezzo di informazione più adeguato allo scopo, come ad esempio pubblicare il provvedimento sanzionatorio su uno o più quotidiani a diffusione nazionale e/o su una determinata stampa periodica e/o avvalersi di altri mezzi di informazione.