



REGOLAMENTO MANIFESTAZIONI A PREMIO E RELATIVE TARIFFE

Approvato con deliberazione di Giunta camerale dell'8 settembre 2023

Indice

- Art. 1. Aspetti generali
- Art. 2. I concorsi a premio
- Art. 3. Le operazioni a premio
- Art. 4. I premi
- Art. 5. I soggetti promotori
- Art. 6. Le manifestazioni escluse
- Art. 7. Le manifestazioni vietate
- Art. 8. Gli adempimenti per i promotori
 - 8.1 La comunicazione per i concorsi
 - 8.2 Il regolamento della manifestazione
 - 8.3 Il materiale pubblicitario e le informazione ai consumatori
 - 8.4 La cauzione
 - 8.5 L'assegnazione, la consegna e l'eventuale devoluzione dei premi
- Art. 9. L'attività di vigilanza, le violazioni e le sanzioni
- Art. 10. La modulistica, le modalità di invio delle comunicazioni al Ministero delle Imprese e del Made in Italy
- Art. 11. Gli adempimenti presso la Camera di Commercio
- Art. 12. Il servizio di assistenza del funzionario camerale
- Art. 13. L' Informativa privacy
- Art. 14. Rinvio
- Art. 15. L'entrata in vigore del regolamento e delle tariffe

ALLEGATO - Tariffe della Camera di Commercio Cagliari-Oristano

Art. 1. Aspetti generali

L'oggetto della disciplina definita dal Regolamento di cui al D.P.R. n. 430 del 26/10/2001 (pubblicato in G.U. n. 289 del 13/12/2001) è 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.

La manifestazione a premio, costituisce un negozio unilaterale non recettizio, che si intende perfezionato con la sola dichiarazione del promittente. Pertanto produce effetto, nel senso di vincolare il promittente, non appena la sua volontà viene esteriorizzata, resa pubblica, senza necessità dell'accettazione.

Si tratta in concreto, di un'obbligazione in "*incertam personam*", che va in ogni caso adempiuta; infatti 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.

Lo scopo delle manifestazioni a premio, come recita il comma 1, dell'articolo 1 del D.P.R. n. 430/2001, è quello di "favorire la conoscenza di prodotti, servizi, ditte, insegne, marchi o la vendita di determinati prodotti o la prestazione di servizi aventi, fini anche in parte commerciali".

Le manifestazioni a premio, si dividono in "concorsi" ed "operazioni" a premio.

A distinguerle:

- nell'operazione a premio è l'obbligatorietà dell'acquisto e/o della vendita del prodotto promozionato;
- nel concorso a premio, l'alea, legata all'abilità, alla capacità personale od altra eventualità.

A maggiore chiarimento, si realizza *l'operazione a premio*, quando, a seguito dell'acquisto o vendita di un prodotto, il premio promesso viene conferito a tutti i partecipanti.

Invece, si ha il concorso a premio, quando un'iniziativa commerciale prevede che, con o senza l'acquisto del prodotto e/o del servizio, il premio è attribuito solo ad alcuni dei partecipanti.

In generale sono **destinatari delle manifestazioni a premio**, non solo i consumatori, quali soggetti fruitori finali del prodotto o del servizio promozionato, ma anche tutta una serie di altri soggetti ad esempio rivenditori, intermediari, concessionari, collaboratori ecc. quindi le manifestazioni a premio, sono, eventi commerciali cui viene ricollegata la promessa di un premio a fronte dell'acquisto o non del prodotto o del servizio.

La **gratuità**, è la caratteristica essenziale di tutte le manifestazioni a premio, con il conseguente divieto di maggiorare il prezzo del prodotto o servizio promozionato.

La partecipazione all'evento deve essere assolutamente gratuita.

La **durata** delle manifestazioni a premio varia, a seconda, che si tratta dei concorsi o delle operazioni. I concorsi a premio non possono esser svolti per un periodo di tempo superiore ad un anno, mentre le operazioni a premio, per un periodo non superiore ai cinque anni dalla data d'inizio.

L'**ambito territoriale** delle manifestazioni a premio, dovrà essere indicato nel Regolamento della manifestazione stessa, che disciplina inoltre le condizioni di partecipazione.

Art. 2. I concorsi a premio

I concorsi a premio, vengono definiti dall'articolo 2 del D.P.R. n. 430/2001, 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.

Caratteristica essenziale è che l'attribuzione dei premi deve dipendere:

- dalla sorte, ossia 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)
- da un congegno con caratteristiche tali da far determinare l'individuazione dei vincitori soltanto dall'alea;

- dall'abilità o dalla capacità dei concorrenti chiamati a formulare pronostici, a rispondere a quesiti o ad eseguire determinati lavori;
- dall'abilità o dalla capacità dei concorrenti di adempiere per primi a predeterminate condizioni.

Rientrano tra i concorsi a premio, tutte quelle iniziative che utilizzano: sistemi meccanici, elettrici od elettronici, e/o sistemi di telefonia e di telecomunicazione, che con l'ausilio di appositi programmi (software) o modelli matematici non manomettibili, assicurano comunque la garanzia della massima casualità nel conferimento del premio.

Quando invece il conferimento del premio promesso, è subordinato all'abilità, alla capacità del partecipante, possono essere ritenuti concorsi a premio, quelli nei quali il concorrente deve:

- 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;
- 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.

Per lo svolgimento dei "concorsi a premio", il D.P.R. più volte citato dispone, a carico dei Promotori l'onere di inviare una preventiva comunicazione al Ministero delle Imprese e del Made in Italy, che definisca la puntuale disciplina del concorso stesso.

Una ulteriore tipologia di concorso a premio è quella denominata **concorso misto**, la stessa si realizza quando 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.

In quest'ultimo caso si tratta in effetti di un concorso dipendente dalla sorte, che si innesta su una operazione a premio, attribuendosi alla fattispecie del concorso una funzione attrattiva preminente.

Art. 3. Le operazioni a premio

Le operazioni a premio, vengono definite dall'articolo 3 del D.P.R. n. 430/2001, al quale si rimanda. Diversamente dai concorsi a premio, per le operazioni a premio, nessun obbligo di preventiva comunicazione va adempiuto. E' obbligatoria, invece, la compilazione del Regolamento della singola manifestazione a premio che, munito di autocertificazione, dovrà essere conservato presso la sede dell'azienda promotrice.

Art. 4. I premi

Elemento fondante per ogni tipo di manifestazione promozionale, è 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.

L'articolo 4 del D.P.R. n. 430/2001, stabilisce in cosa possono consistere i premi messi in palio dal promotore della manifestazione e quali beni sono tassativamente esclusi.

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.

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.

Art. 5. I soggetti promotori

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. In base all'articolo 5 del D.P.R. n. 430/2001, 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.

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.

Art. 6. Le manifestazioni escluse

Sono escluse:

- Le 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”.
- Le manifestazioni sportive in genere, purché non vengano promessi premi agli spettatori per aumentare l'affluenza nei luoghi ove esse vengano svolte.
- 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.
- Le 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.
- 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.
- l'iniziativa promozionale in cui l'offerta concessa all'acquirente di un prodotto o di un determinato quantitativo di prodotto consiste in una quantità aggiuntiva di prodotto dello stesso genere.
- La distribuzione di campioni gratuiti se non direttamente subordinata all'acquisto di determinati prodotti è pertanto un'attività promozionale esclusa dal campo di applicazione del D.P.R. n. 430/2001.
- non sono da considerare 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.

Art. 7. Le manifestazioni vietate

Oltre a quelle che violano le principali disposizioni del D.P.R. n. 430/2001, non sono lecite le manifestazioni a premio in cui:

- il congegno non garantisce la tutela della fede pubblica e la parità di trattamento e di opportunità per tutti i partecipanti.
- 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.

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

Art. 8. Gli adempimenti per i promotori

Gli adempimenti riferiti agli obblighi più importanti, quali quelli di portare a conoscenza della pubblica amministrazione la volontà di dare svolgimento ai concorsi a premio 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.

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.

8.1 La comunicazione per i concorsi

L'articolo 10, comma 1, del D.P.R., dispone che i soggetti che intendono svolgere un concorso a premio devono darne comunicazione, prima dell'inizio, al Ministero delle Imprese e del Made in Italy, fornendo altresì il regolamento della manifestazione e la documentazione dell'avvenuta prestazione della cauzione dovuta.

Il promotore può inoltre, a sua scelta, inviare al Ministero, ulteriori documentazioni illustrative delle modalità tecniche e organizzative della manifestazione.

E' consentito, svolgere un concorso a premio dopo l'invio della prescritta comunicazione.

La suddetta comunicazione di svolgimento del concorso a premio, così come il processo verbale di chiusura, vanno redatta su apposito modello predisposto dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy.

Si rimanda, per tutte le informazioni relative alle manifestazioni a premio (concorsi e operazioni a premio) al seguente link del Ministero più volte citato: <https://www.mimit.gov.it/it/mercato-e-consumatori/concorrenza-e-commerce/manifestazioni-a-premio>.

Ogni eventuale modifica di una o più condizioni previste nel regolamento del concorso a premio originario, comporta l'obbligo di una nuova comunicazione al Ministero delle Imprese e del Made in Italy.

8.2 Il regolamento della manifestazione

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 è 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.

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 D.P.R., 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.

Nel regolamento è 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 alle quali devolvere i premi non richiesti o non assegnati.

8.3 Materiale pubblicitario ed informazione ai consumatori

Su questo aspetto va richiamata l'attenzione dei promotori delle manifestazioni a premio circa il rispetto delle disposizioni in materia di pubblicità ingannevole, in base alle quali è vietato pubblicizzare e svolgere concorsi a premio in difformità del regolamento relativo allo stesso concorso.

La comunicazione pubblicitaria relativa alla manifestazione a premio, può anche non contenere tutte le informazioni del regolamento del concorso e può attuarsi attraverso una serie di mezzi, diversi, a seconda della tipologia della manifestazione a premio, dei luoghi dove essa viene svolta, del canale commerciale utilizzato.

A carico del promotore, qualora la comunicazione circa la manifestazione a premio sia ridotta all'essenziale, sussiste l'obbligo di rinviare a regolamento specifico dell'iniziativa, 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.

8.4 La cauzione

A garanzia dell'effettiva corresponsione dei premi promessi, il D.P.R., 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:

- se si tratta di concorso a premio, al 100 per cento del valore complessivo dei beni promessi, determinato ai fini dell'IVA;
- se si tratta, invece, di operazione a premio, al 20 per cento del valore complessivo dei premi, così come determinato per i concorsi.

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). 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.

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, avente come beneficiario il Ministero delle Imprese e del Made in Italy.

In alternativa, la garanzia potrà consistere in una fideiussione bancaria o assicurativa in bollo di un importo determinato secondo le percentuali in precedenza descritte e corrispondente al valore dei premi promessi, recante la sottoscrizione, debitamente autenticata, del fideiussore.

8.5 L'assegnazione, la consegna e l'eventuale devoluzione dei premi

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.

Il D.P.R. disciplina in modo particolare, all'articolo 9, la fase di assegnazione dei premi ai vincitori dei concorsi a premio. Esso dispone, 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; ovvero, durante il lavoro di commissioni, giurie od altro, quando l'assegnazione dei premi sia fatta dipendere da valutazioni o giudizi che attengono all'abilità del partecipante.

Qualora particolari conoscenze tecniche siano alla base del congegno utilizzato per l'assegnazione dei premi, 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.

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 è assegnato o può essere richiesto.

Il premio che andrà consegnato dovrà corrispondere per natura e valore a quello indicato nel regolamento della manifestazione o nelle eventuali sue modifiche.

E' consentita una consegna diversa da quella indicata nel regolamento solo quando il destinatario, durante lo svolgimento della manifestazione, ne sia stato preventivamente e tempestivamente informato, e non sia possibile tener fede alla primitiva promessa per colpa non imputabile o per impossibilità sopravvenuta.

Il promotore dovrà avere la documentazione comprovante la consegna del premio.

La eventuale devoluzione dei premi alle Onlus, va effettuata per i soli concorsi a premio quando per qualsiasi motivo, la vincita del premio non è stata aggiudicata oppure quando i premi assegnati, non sono stati richiesti dagli aventi diritto.

I premi espressamente rifiutati dai vincitori potranno invece rimanere nella disponibilità del promotore.

Decorso il termine, i premi saranno messi a disposizione di una o più delle Onlus beneficiarie indicate nel regolamento del concorso e nella comunicazione al Ministero.

Art. 9. L'attività di vigilanza, violazioni e sanzioni

Per il sistema "sanzionatorio" previsto dal D.P.R., a tutela del corretto svolgimento delle manifestazioni a premio, si rimanda al sito del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, <https://www.mimit.gov.it/it/mercato-e-consumatori/concorrenza-e-commercio/manifestazioni-a-premio/concorsi-a-premio-sanzioni-e-controlli>.

Art. 10. La modulistica, le modalità di invio delle comunicazioni al Ministero delle Imprese e del Made in Italy

La modulistica, le relative istruzioni e le modalità di invio al Ministero sono disponibili sul sito Internet del Ministero all'indirizzo <https://www.mimit.gov.it/it/mercato-e-consumatori/concorrenza-e-commercio/manifestazioni-a-premio/modulistica>.

Art. 11. Gli adempimenti presso la Camera di Commercio

La Camera di commercio interviene, a garanzia della fede pubblica, nelle fasi di:

- (A) assegnazione dei premi ai vincitori e individuazione di eventuali riserve;
- (B) chiusura del concorso, una volta portate a termine, da parte del promotore, le operazioni di consegna dei premi agli aventi diritto.

L'intervento di un funzionario di questa Camera di commercio, può essere richiesto per i concorsi a premio che si tengono nel territorio di propria competenza.

(A) Richiesta intervento per l'assegnazione dei premi nei concorsi a premio:

- richiesta, su carta intestata della società promotrice/delegata, da inoltrare alla Camera di commercio, secondo il fac-simile pubblicato nel sito istituzionale di questa Camera;
- copia regolamento del concorso;
- copia modulo Prem@ CO/1 inviato al MISE;
- copia eventuale modulo Prem@ di variazione del regolamento del concorso;
- ricevuta di versamento della cauzione, di importo pari al valore dei premi messi in palio, a garanzia della consegna dei premi promessi;
- originale dell'eventuale delega del promotore;
- prova del pagamento della tariffa camerale;
- informativa sul trattamento dei dati personali.

Il modulo e gli allegati devono essere sottoscritti digitalmente e trasmessi al seguente indirizzo pec:

cciaa@pec.caor.camcom.it almeno 20 giorni prima della data prevista per l'assegnazione/estrazione dei premi.

(B) Richiesta intervento per **la chiusura** dei premi nei concorsi a premio:

- richiesta su carta intestata della società promotrice/delegata, da inoltrare alla Camera di commercio, secondo il fac-simile pubblicato nel sito istituzionale di questa Camera;
- originale dell'eventuale delega del promotore;
- documentazione comprovante l'effettiva consegna dei premi;
- informativa sul trattamento dei dati personali.

Il modulo e gli allegati devono essere sottoscritti digitalmente e trasmessi al seguente indirizzo pec di questo Ente come sopra indicato.

E' prevista per il prossimo futuro, l'impostazione del procedimento in forma telematica.

Art. 12. Il servizio di assistenza del funzionario camerale

Il servizio di assistenza nell'assegnazione dei premi relativi ai concorsi a premio e nella chiusura del concorso potrà essere fornito concordando con il servizio camerale le modalità operative dell'intervento del funzionario camerale. In mancanza di accordo, gli interessati potranno rivolgersi a un Notaio di propria scelta.

Art. 13. L'informativa privacy

L'Ufficio Polifunzionale è autorizzato a compiere nel rispetto del regolamento generale sulla protezione dei dati personali GDPR UE 2016/679, del D.Lgs. 30 giugno 2003 n. 196 (codice della Privacy I Trattamenti dei dati personali necessari allo svolgimento delle funzioni assegnate dalle norme vigenti, dal presente regolamento, nonché dalle norme interne di questo Ente.

Art. 14. Rinvio

Per tutto quanto non indicato nel presente regolamento, si rimanda alla normativa di settore, alla modulistica e alle FAQ del Ministero delle Imprese e del Made in Italy.

Art. 15. L'entrata in vigore del regolamento e delle tariffe

Il presente regolamento che annulla ogni altro precedente, entra in vigore conclusi i termini pubblicazione all'albo camerale.

ALLEGATO – Tariffe della Camera di commercio Cagliari-Oristano, per le attività camerali relative ai concorsi a premio

Giorni e orari di intervento	
Entro le ore 18.00 di una giornata feriale (se di durata sino alle 5 ore)	€ 400,00 (IVA esclusa)
Entro le 18.00 di una giornata feriale (se di durata superiore alle 5 ore)	€ 500,00 (IVA esclusa)
Dopo le ore 18.00 di una giornata feriale (entro le 23.59)	€ 500,00 (IVA esclusa)
Dopo le ore 18.00 di giorno feriale (se l'intervento si protrae oltre le 00.00 o se ha inizio dalle 00.00))	€ 700,00 (IVA esclusa)
Festivi e prefestivi (di durata inferiore alle 8 ore)	€ 600,00 (IVA esclusa)
Festivi e prefestivi (di durata superiore alle 8 ore)	€ 700,00 (IVA esclusa)
Verbali in camera di commercio successivo al 1° compreso quello di chiusura	€ 50,00 (IVA esclusa)
Verbale di chiusura per promotori che hanno fatto le assegnazioni c/o altra Camera	€ 100,00 (IVA Esclusa)