

- tra le variazioni in aumento: 1/5;

- si effettua l'annotazione nell'apposito quadro in Unico.

Sulla parte differita (4/5), per il principio della competenza economica, e per evitare la distribuzione di dividendi per utili non tassati, occorre contabilizzare le imposte differite (da riprendere sull'Unico):

Imposte sul reddito	E.22	a	Fondo imposte	B.2
---------------------	------	---	---------------	-----

Nei successivi esercizi:

- sull'Unico variazione in aumento per 1/5;

- storno contabile proporzionale delle imposte differite:

Fondo imposte		a	Debiti tributari	D.12
---------------	--	---	------------------	------

Qualora nei successivi esercizi non siano dovute imposte per mancato conseguimento di utili, la corrispondente frazione del Fondo imposte si imputa a Sopravvenienze attive non tassabili.

Le **PLUSVALENZE ISCRITTE** nello stato patrimoniale su beni diversi da quelli costituenti magazzino non concorrono alla formazione del reddito e alla determinazione del costo fiscale dei beni. Anche la rivalutazione con utilizzo del disavanzo non fiscalmente riconosciuto di fusione o di scissione (artt. 172 e 173), non hanno rilevanza fiscale; ne conseguono discrepanze civilistico/fiscali per ammortamenti, plusvalenze e minusvalenze.

PREMI - OPERAZIONI E CONCORSI A PREMIO - D.P.R. 430/2001 - Art. 107.3

Vedi anche il paragrafo "Omaggi".

MANIFESTAZIONI A PREMIO

Le manifestazioni a premio consistono in una **promessa di premi al pubblico** diretta a favorire, nel territorio dello Stato, la conoscenza di prodotti, servizi, insegne e marchi o la vendita di determinati prodotti / servizi con finalità anche in parte commerciali.

In particolare le manifestazioni a premio sono un "atto unilaterale non recettizio", che impegna il promotore della manifestazione ad eseguire la prestazione promessa nel momento in cui la volontà viene esternata e raggiunge il pubblico. La partecipazione all'evento deve essere assolutamente **gratuita** e pertanto l'acquisizione del premio non deve essere subordinata a nessun altro onere oltre all'acquisto del prodotto propagandato.

Le manifestazioni a premio si distinguono in:

- **concorsi a premio**, iniziative commerciali in cui il premio viene attribuito solo ad alcuni partecipanti in base alla fortuna, alla capacità personale, od ad altra eventualità;
- **operazioni a premio**, iniziative commerciali in cui i premi vengono conferiti a tutti i partecipanti a seguito dell'acquisto o della vendita del prodotto / servizio propagandato o di un determinato quantitativo del prodotto/ servizio propagandato. Sono operazioni a premio anche quelle in cui il premiato deve corrispondere un contributo.

I premi possono consistere in beni, servizi, sconti di prezzo, documenti di legittimazione di cui all'art. 2002 c.c. (biglietti teatro, cinema, treno, ecc.....). E' possibile offrire beni immobili. I premi non possono invece consistere in denaro, titoli azionari, titoli di debito pubblico o privato, quote sociali, quote di fondi comuni di investimento e polizze assicurative sulla vita.

Le suddette iniziative promozionali possono essere organizzate soltanto dalle imprese che producono ovvero commercializzano i beni e i servizi oggetto della promozione.

Non si considerano concorsi ed operazioni a premio, a titolo esemplificativo, in quanto presentano scopi non esclusivamente o prevalentemente commerciali:

- i concorsi indetti per la produzione di opere letterarie, artistiche o scientifiche e simili;
- le manifestazioni sportive, salvo che non vengano promessi premi agli spettatori per aumentarne l'affluenza;
- le iniziative pubblicitarie nelle quali è prevista l'assegnazione di premi da parte di emittenti radiotelevisive a spettatori presenti, sempre che l'iniziativa non sia svolta per pubblicizzare prodotti o servizi di altre imprese;
- le operazioni con offerta di premi o regali costituiti da quantità aggiuntive di prodotti dello stesso genere di quello acquistato quest'ultimo (es. compri 3 paghi 2);
- le manifestazioni in cui i premi sono costituiti da oggetti di minimo valore sempreché la corresponsione di essi non dipenda in alcun modo dalla natura e dall'entità delle vendite alle quali le offerte sono collegate;
- la distribuzione di campioni gratuiti se non subordinata all'acquisto di determinati prodotti;
- le manifestazioni nelle quali i premi sono devoluti a enti o istituzioni di carattere pubblico o che abbiano finalità eminentemente sociali o benefiche.

Adempimenti

La disciplina sulle manifestazioni a premio prevede adempimenti diversi a seconda che l'impresa promotrice ponga in essere un concorso o un'operazione a premio.

Concorso a premio

Lo svolgimento di un concorso a premi prevede i seguenti adempimenti a carico del promotore del concorso:

- versamento di una cauzione (in denaro, in titoli, fideiussione bancaria o assicurativa) pari al valore complessivo dei premi promessi;
- preventiva comunicazione al Ministero delle Attività produttive tramite apposito modulo PREMA CO1 unitamente al regolamento della manifestazione e ai documenti relativi alla cauzione prestata;
- 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. Il notaio o il funzionario camerale predispongono il processo verbale con cui viene certificata la chiusura del concorso. Il verbale deve essere inviato al Ministero delle Attività produttive;
- consegna del premio entro sei mesi dalla individuazione del vincitore. I premi non assegnati o non richiesti sono devoluti a favore di ONLUS.

La durata massima della manifestazione, compresi i tempi per l'individuazione dei vincitori ed il termine per richiedere il premio, è fissata in un anno.

Operazione a premio

Lo svolgimento di un'operazione a premio prevede i seguenti adempimenti a carico dell'impresa promotrice:

- versamento di una cauzione pari al 20% del valore complessivo dei premi;
- predisposizione del regolamento della manifestazione, autocertificato con dichiarazione sostitutiva di atto notorio resa dal legale rappresentante, da conservare presso la sede dell'azienda per tutta la durata della manifestazione e nei 12 mesi successivi (a differenza del concorso, non c'è obbligo di comunicazione preventiva del regolamento);
- invio preventivo della comunicazione della cauzione prestata.

La durata massima della manifestazione, compresi i tempi per l'individuazione dei vincitori ed il termine per richiedere il premio, è fissata in cinque anni.

Regime tributario

Iva - l'Iva sugli acquisti dei premi è indetraibile ai sensi dell'art. 19 c. 2/633 e pertanto costituisce un costo per l'impresa promotrice. Se i beni utilizzati sono rappresentati da beni o servizi il cui commercio o produzione rientra nell'attività dell'impresa, l'Iva sarà regolarmente detratta all'acquisto, ma occorrerà procedere ad una rettifica della detrazione ai sensi dell'art. 19-bis2.1/633, all'atto della destinazione dei beni a premio. La rettifica deve essere operata sulla base del valore risultante dalle fatture originarie, nel caso di beni / servizi individuabili, ovvero sulla base del valore normale, quando i beni / servizi oggetto del premio non sono esattamente individuati.

L'indetraibilità dell'Iva va riferita esclusivamente ai beni costituenti i premi e non anche agli altri beni e servizi funzionali allo svolgimento delle manifestazioni quali le spese di pubblicità, i compensi ad agenzie incaricate, ecc...

L'assegnazione del premio ai vincitori è fuori campo Iva ai sensi dell'art. 2 c. 3 lett. m). Il promotore, pertanto, non ha l'obbligo di emettere fattura.

Buoni sconto - secondo l'Avvocato generale presso la Corte UE (procedimento C-398/99) l'importo dei buoni sconto consegnati al dettagliante è soggetto ad Iva, anche se i buoni stessi sono stati rilasciati da terzi (es. dal produttore).

Imposta sostitutiva - qualora l'acquisto del premio non sia assoggettato ad Iva, il promotore è tenuto al pagamento di un'imposta sostitutiva del 20% del valore del premio (art. 198 L. 449/97). In particolare l'applicazione dell'imposta sostitutiva scatta quando:

- il premio è fuori campo di applicazione dell'Iva, non imponibile ai sensi dell'art. 8, 8-bis e 9, esente art. 10;
- l'acquisto del premio è soggetto ad indetraibilità dell'Iva per cause tecniche (es: regime del margine).

Non è dovuta l'imposta sostitutiva del 20% nei casi in cui l'indetraibilità sia riconducibile o alla applicazione di una specifica disposizione di legge (indetraibilità oggettiva) o ad una situazione di indetraibilità totale da parte del soggetto promotore della manifestazione (indetraibilità soggettiva; es.: chi effettua solo operazioni esenti), non rilevando, invece, l'indetraibilità per cause tecniche (C.M. n. 89/E/44265 del 24.3.98).

L'imposta sostitutiva va versata con codice tributo 1672; non è specificatamente previsto un termine così come pure non sono previste sanzioni per mancato o inesatto versamento.

Ritenuta fiscale - si applicano regole differenti a seconda che la manifestazione consista in un concorso oppure in un'operazione a premio.

Concorso a premio: l'impresa promotrice ha l'obbligo di operare una ritenuta alla fonte a titolo di imposta. Nel caso in cui altre disposizioni già prevedano l'applicazione di ritenute, si applicano le disposizioni vigenti per ciascuna categoria reddituale; in caso contrario si applica una ritenuta alla fonte con aliquota del:

- 20%, se i partecipanti si sottopongono a prove di abilità o di fortuna;
- 25% se i partecipanti non si sottopongono ad alcuna prova.

Di fatto il Ministero applica la ritenuta del 25% senza distinzione.

Si possono pertanto individuare i seguenti casi a seconda della categoria di appartenenza del soggetto beneficiario del premio:

- dipendenti dell'azienda promotrice – ritenuta a titolo d'acconto con obbligo di rivalsa;
- professionisti / agenti di commercio - ritenuta a titolo d'acconto con obbligo di rivalsa ed aliquota variabile in funzione della categoria di appartenenza, sempreché vi sia collegamento tra l'attività lavorativa del soggetto e l'erogazione del premio;
- impresa commerciale – ritenuta del 20 / 25% a titolo di imposta;
- privato consumatore finale - ritenuta del 20 / 25% a titolo di imposta.

Operazione a premio: sussiste l'obbligo di operare una ritenuta fiscale quando il premio costituisce reddito per il beneficiario ovvero quando rientra in una delle seguenti categorie reddituali:

- redditi fondiari;
- redditi di capitale;
- redditi di lavoro dipendente;
- redditi di lavoro autonomo;
- redditi d'impresa;
- redditi diversi.

L'aliquota della ritenuta varia a seconda della categoria di appartenenza del beneficiario del premio. Se non sono previste ritenute da altre disposizioni normative, si applica una ritenuta alla fonte del 25% su premi superiori ad € 25,82.

Si possono pertanto individuare i seguenti casi a seconda della categoria di appartenenza del soggetto beneficiario del premio:

- dipendenti dell'azienda promotrice – ritenuta a titolo d'acconto con obbligo di rivalsa;
- professionisti / agenti di commercio - ritenuta a titolo d'acconto con obbligo di rivalsa ed aliquota variabile in funzione della categoria di appartenenza, sempreché vi sia collegamento tra l'attività lavorativa del soggetto e l'erogazione del premio;
- impresa commerciale – ritenuta del 25% a titolo di imposta con facoltà di rivalsa per premi superiori ad € 25,82;
- privato consumatore finale - non si applica alcuna ritenuta in quanto il premio non dà luogo a nessuna categoria di reddito sopra elencata.

Quando in una manifestazione a premio scatta l'obbligo di operare la ritenuta fiscale, il promotore del concorso ha "facoltà di rivalsa". Pertanto può decidere se:

- addebitare la ritenuta al vincitore;
- sopportare il costo della ritenuta che costituisce in tal caso un costo indeducibile ai sensi dell'art. 100.1.

Il versamento va effettuato entro il 16 del mese successivo all'assegnazione del premio.

IIDD e Trattamento contabile

Se la manifestazione a premio ha utilità annuale:

c.c.: gli oneri comprendono tutte le spese dirette, indirette e accessorie collegate all'operazione stessa e sono iscritti tra le "spese di pubblicità e propaganda" alla voce B 7) del c.e.; se i premi sono oggetto dell'attività dell'impresa sono iscritti tra "merci c/acquisti" alla voce B 6) del C.E.

fisco: sono deducibili nell'esercizio in cui sono state sostenute o in quote costanti nell'esercizio stesso e nei quattro successivi (art. 108.2).

All'acquisto dei premi:

==/===	a	Fornitori	1.000,00	1.200,00
Spese di pubblicità e propag. Iva c/ acquisti indetraibile			200,00	
Spese di pubblicità e propag.	a	Iva c/ acquisti indetraibile		200,00

Se la manifestazione a premio ha utilità ultrannuale:

c.c.: il costo della manifestazione a premio va imputato per competenza a c.e. in funzione del fatturato prodotto. Il costo dell'operazione deve infatti gravare per competenza sull'esercizio nel quale è avvenuta la contabilizzazione del ricavo, indipendentemente da quello in cui i clienti, nei limiti del regolamento del premio, richiederanno il premio stesso.

fisco: l'art. 107.3, in caso di acquisto dei premi in un esercizio diverso da quello di erogazione degli stessi, consente un accantonamento non superiore al:

- 30% degli impegni assunti nell'esercizio, per le operazioni a premio
- 70% degli impegni assunti nell'esercizio, per i concorsi a premio.

Gli accantonamenti devono essere distinti per esercizio di formazione.

L'utilizzo per la copertura degli oneri deve essere effettuato a carico dei corrispondenti fondi e la differenza va contabilizzata come sopravvenienza attiva o passiva.

Se al termine del 3° esercizio successivo a quello di formazione, una parte del fondo è rimasta inutilizzata, deve essere stornata a sopravvenienza attiva tassabile. Se il termine massimo per la presentazione dei buoni o la scadenza del concorso sia anteriore al termine dei tre anni, non è più consentito mantenere il fon-

Per la contabilizzazione dell'accantonamento:

Altri accantonamenti c.e. B.13	a	Fondo operaz. a premio s.p. B.3		
--------------------------------	---	------------------------------------	--	--

All'acquisto dei premi:

==/== Spese di pubblicità e propag. Iva c/ acquisti indetraibile	a	Fornitori	1.000,00	1.200,00
Spese di pubblicità e propag.	a	Iva c/ acquisti indetraibile	200,00	200,00

Alla corresponsione dei premi:

Fondo operazioni a premio	a	Operazioni a premio
---------------------------	---	---------------------

A fine esercizio, per i premi non ancora consegnati:

Risconti attivi	a	Operazioni a premio
-----------------	---	---------------------

Operazioni a premio con contributo

Per questa forma la C.M. 32/E/2002 precisa che l'assegnazione del bene non può, per la parte corrispondente al pagamento del contributo, considerarsi premio e, quindi, rientrare nella disciplina delle operazioni a premio.

Occorre distinguere la parte corrispondente al parziale pagamento del bene (cioè il contributo) su cui non si applica l'indetraibilità dell'Iva e quella che corrisponde al premio vero e proprio che continua ad essere indetraibile ai fini Iva.

Si ha perciò una parziale detraibilità dell'Iva dei beni destinati a premio e la possibilità di far ricorso all'istituto della rettifica della detrazione al fine di correggere l'iniziale indetraibilità dell'imposta sugli acquisti dei beni destinati originariamente ad operazioni a premio, in relazione all'effettivo utilizzo dei beni stessi.

Operazioni a premio con sconto (D.P.R. n. 430/2001)

Consiste nella possibilità di ottenere, dietro presentazione di un numero determinato di prove d'acquisto e mediante un contributo di spesa, un prodotto o servizio a prezzo scontato.

In questa fattispecie è stabilito che il premio consiste nello sconto di prezzo rappresentato dalla differenza tra il valore normale del bene offerto ed il contributo richiesto.

In caso trovi applicazione l'imposta sostitutiva, la base imponibile sarà calcolata, come differenza fra il valore normale del bene offerto ed il contributo richiesto, entrambi al netto dell'Iva.

CESSIONI DI BENI A TITOLO DI SCONTO, PREMIO, ABBUONO

Tali cessioni non concorrono, ai sensi dell'art. 15.1 n. 2/633 a formare la base imponibile (C.M. 3.8.79 n. 25) se ricorrono contemporaneamente le seguenti condizioni:

1. l'omaggio deve essere previsto in base agli accordi originari nelle condizioni di vendita;
2. non deve essere soggetto ad aliquota Iva più elevata di quella prevista per gli altri beni fatturati.

Natura dell'operazione ⁽¹⁾	Impresa: regime Iva	Impresa: regime IIDD	Cliente beneficiario: regime IIDD
Sconti, premi e abbuoni in natura di beni non rientranti nell'attività d'impresa di qualunque importo	Cessione esclusa art. 15 (in fattura va indicato il valore normale del bene) ⁽²⁾ Iva sull'acquisto detraibile ⁽³⁾	Sconti, premi e abbuoni su vendite interamente deducibili	Beneficiario soggetto Iva: Sconti, premi e abbuoni su acquisti (B6) interamente tassabili Beneficiario privato: nessuna tassazione
Sconti, premi e abbuoni in natura di beni rientranti nell'oggetto proprio dell'impresa di qualunque importo	Cessione esclusa art. 15 (in fattura indicare il valore normale del bene) ⁽²⁾ Iva sull'acquisto detraibile	Sconti, premi e abbuoni su vendite interamente deducibili	Beneficiario soggetto Iva: Sconti, premi e abbuoni su acquisti (B6) interamente tassabili Beneficiario privato: nessuna tassazione

(1) Gli sconti, i premi e gli abbuoni in natura sono operazioni commerciali (tra impresa e cliente) configurate dall'art. 15/633.

Si differenziano dagli omaggi in quanto gli sconti sono collegati alla vendita di un altro bene.

Si differenziano dalle manifestazioni a premio in quanto gli sconti sono accordi contrattuali stipulati col singolo cliente, mentre i concorsi e le operazioni a premio sono rivolti a una collettività di soggetti (in molti casi il confine tra sconti in natura e manifestazioni a premio è molto difficile da individuare).

(2) Per beneficiare della non imponibilità lo sconto (premio o abbuono) va pattuito nelle originarie condizioni contrattuali e il bene in omaggio non deve essere soggetto ad aliquota più elevata di quello principale.

(3) L'Iva rimane tuttavia non detraibile se i beni oggetto di sconto rientrano tra quelli a indetraibilità oggettiva ai sensi dell'art. 19bis1 (auto, 50% cellulari....).

Contabilizzazione delle CESSIONI DI BENI A TITOLO DI SCONTO, PREMIO, ABBUONO

Es.: Vendita merce per € 1.000, con contemporanea cessione di un bene a titolo di sconto in base alle condizioni originarie contrattuali, del valore di € 50 (con aliquota Iva non superiore a quella della merce).

In fattura occorre descrivere il bene ceduto a titolo di sconto, senza applicazione dell'Iva.

Clienti	a	Diversi			
	a	Ricavi	di	vendita	1.050
	a	Erario c/ Iva			200
Sconti e abbuoni passivi	a	Clienti			50

Oppure, per evidenziare l'omaggio:

Clienti	a	Diversi			
	a	Ricavi di vendita			1.000
	a	Omaggi			50
	a	Erario c/ Iva			200
Sconti e abbuoni passivi	a	Clienti			50

Es.: Vendita merce per € 1.000, con contemporanea cessione di un bene a titolo di sconto in base alle condizioni originarie contrattuali, del valore di € 50, con aliquota Iva superiore a quella della merce (es.: merce al 10% e bene a titolo di sconto 20%).

In fattura occorre descrivere il bene ceduto a titolo di sconto, con applicazione dell'Iva.

Clienti	a	Diversi			
	a	Ricavi	di	vendita	1.050
	a	Erario c/ Iva			110
Sconti e abbuoni passivi	a	Clienti			50

Oppure, per evidenziare l'omaggio:

Clienti	a	Diversi			
	a	Ricavi di vendita			1.000
	a	Omaggi			50
	a	Erario c/ Iva			110
Sconti e abbuoni passivi	a	Clienti			50

Es.: Vendita merce per € 1.000, con contemporanea cessione di un bene a titolo di sconto non in base alle condizioni originarie contrattuali, del valore di € 50 (si ipotizza una aliquota Iva del 20% per entrambi).

In fattura occorre descrivere il bene ceduto a titolo di sconto, con applicazione dell'Iva.

Clienti	a	Diversi			
	a	Ricavi	di	vendita	1.050
	a	Erario c/ Iva			210
Sconti e abbuoni passivi	a	Clienti			50

Oppure, per evidenziare l'omaggio:

Clienti	a	Diversi		1.260
	a	Ricavi di vendita	1.000	
	a	Omaggi	50	
	a	Erario c/ Iva	210	
Sconti e abbuoni passivi	a	Clienti		50

INCENTIVI E PROMOZIONI DI VENDITA ai rivenditori (sconti e premi)

Non sono considerati operazioni a premio. Sono molto diffusi soprattutto nelle vendite alla grande distribuzione.

Gli incentivi ai commercianti o ai distributori (R.M. 120/E/2004; R.M. 36/E/2008; Norma di comportamento n. 163) possono distinguersi in:

a) Bonus previsti nell'ambito dell'attività svolta dall'acquirente, al fine di stimolare le vendite al pubblico; i bonus hanno carattere quantitativo.

Si tratta di **abbuoni o sconti** previsti contrattualmente a fronte del quale potrà essere emessa nota di accredito con o senza Iva.

Rientrano, ad esempio, in questa categoria i premi di fine anno incondizionati, i premi su fatturato, quelli legati ad altri obiettivi quali la riduzione dei resi, l'acquisto di una combinazione di prodotti quelli per il rispetto delle condizioni di pagamento, gli sconti per l'acquisto di carico completo, gli sconti logistici concessi per acquisti centralizzati.

b) Bonus previsti a fronte dello svolgimento da parte di chi li riceve, di attività non semplicemente di vendita, ma anche finalizzata allo sviluppo delle vendite stesse (promozione, marketing, ecc.) ; il bonus è di tipo qualitativo.

Trattandosi di **somme erogate** a fronte di specifiche prestazioni, dovrà essere emessa fattura con Iva da parte di chi percepisce il bonus.

A titolo esemplificativo, rientrano nella categoria dei servizi promozionali: l'esposizione di prodotti del fornitore in posizione particolarmente visibile; il mantenimento nel proprio punto di vendita di una determinata gamma o di un numero minimo di prodotti; prestazioni di co-marketing, esposizione su volantini in occasione di apertura di nuovi punti vendita o in volantini promozionali; vendita nei banchi forniti dal fornitore soltanto di prodotti del fornitore stesso.

c) Bonus misti, ossia subordinati al raggiungimento di obiettivi sia quantitativi sia qualitativi. Occorre distinguere la prevalenza per verificare la corretta procedura, anche se spesso è difficile stabilirla. Meglio sarebbe prevedere due bonus separati, uno per il raggiungimento della quantità e l'altro per le prestazioni.

Ai fini del bilancio è necessario fare un esame dei contratti in corso per stabilire se occorre tenere conto dei premi nella redazione del bilancio in base al principio civilistico della competenza, integrato dai requisiti della certezza e della oggettiva determinabilità dall'art. 109.

Se i "premi" appartengono ai bonus quantitativi, controllare se sono stati raggiunti gli obiettivi previsti originariamente in contratto; se appartengono ai bonus qualitativi, nella disamina occorre ricordare che per i servizi, i ricavi si considerano conseguiti, ed i costi si considerano sostenuti, alla data di ultimazione del servizio previsto contrattualmente.

Contabilizzazione dei PREMI DI FINE ANNO in denaro

Per essere fiscalmente deducibili, devono essere previsti nelle originarie condizioni contrattuali risultanti da atto scritto. Si possono verificare i seguenti casi:

a) premio la cui maturazione oltrepassa la chiusura dell'esercizio (ad es.: riferiti al fatturato di un biennio).

Cedente: al 31.12 accantona la quota di competenza (c.e. B.13) in un apposito fondo (SP passivo B.3). Nell'esercizio di maturazione del premio: utilizza il fondo per la quota accantonata fino al 31.12 precedente e imputa tra gli sconti e abbuoni su vendite il residuo (in diminuzione della voce di c.e. A.1). La deducibilità fiscale avviene interamente nell'esercizio di completa maturazione e non man mano che si effettuano gli accantonamenti.

Cessionario: contabilizza il premio solo nell'esercizio di maturazione finale imputando la quota di competenza tra gli sconti e abbuoni su acquisti (in diminuzione della voce di c.e. B.6) e la quota di esercizi precedenti tra i proventi straordinari (c.e. E.20).

b) premio la cui maturazione si esaurisce nell'arco di un esercizio (ad es: riferito al fatturato di un esercizio).

Cedente: il premio va imputato tra gli sconti e abbuoni su vendite (in diminuzione della voce di c.e. A.1). Se, per lungaggini procedurali il premio viene conosciuto oltre la data di stesura del bilancio, andrà contabilizzato tra gli oneri straordinari.

Cessionario: il premio va contabilizzato tra gli sconti e abbuoni su acquisti (in diminuzione della voce di c.e. B.6). Se il cessionario viene a conoscenza del premio nell'esercizio successivo a quello di competenza, allora inserirà i premi tra i proventi straordinari (c.e. E.20).