

INFORMATIVA SULLE VENDITE STRAORDINARIE

Sono vendite straordinarie:

1) Le vendite di fine stagione o saldi:

Le vendite straordinarie di fine stagione o saldi riguardano i prodotti non alimentari di carattere stagionale o articoli di moda e, in genere, i prodotti che, se non sono venduti entro un certo tempo, sono comunque suscettibili di notevole deprezzamento.

2) Le vendite di liquidazione:

Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'operatore commerciale al fine di esaurire in breve tempo tutte le proprie merci a seguito di:

- *cessazione dell'attività commerciale;*
- *trasferimento in gestione o cessione in proprietà dell'azienda;*
- *trasferimento dell'azienda in altro locale;*
- *trasformazione o rinnovo dei locali.*

Devono essere rispettate le disposizioni di cui all' [art. 114 della Legge Regionale 2 febbraio 2010, n. 6](#) e s.m.i..

3) Le vendite promozionali:

Le vendite promozionali sono effettuate dall'operatore commerciale al fine di promuovere la vendita di uno, più o tutti i prodotti della gamma merceologica, applicando sconti o ribassi sul prezzo normale di vendita.

Le **vendite promozionali** dei " *prodotti non alimentari di carattere stagionale o articoli di moda e, in genere, prodotti che, se non sono venduti entro un certo tempo, siano comunque suscettibili di notevole deprezzamento*" non possono essere effettuate **durante il periodo dei saldi** e nei **trenta giorni antecedenti**.

Le vendite promozionali dei prodotti alimentari, dei prodotti per l'igiene della persona e per l'igiene della casa possono essere effettuate in qualunque periodo dell'anno. (cfr. Legge Regionale 2 febbraio 2010, n. 6 art. 116)

Non é necessario comunicare al Comune le vendite promozionali.

Si precisa che queste vendite possono essere effettuate anche nella particolare modalità definita "vendita **sottocosto**".

Vendita sottocosto

Si intende per vendita sottocosto la vendita al pubblico di uno o più prodotti effettuata ad un prezzo inferiore a quello risultante dalle fatture di acquisto maggiorato dell'imposta del valore aggiunto e di ogni altra imposta o tassa connessa alla natura del prodotto e diminuito degli eventuali sconti o contribuzioni riconducibili al prodotto medesimo purché documentati, secondo la definizione contenuta nell' [articolo 15, comma 7, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114](#).

Avvertenze sulla vendita sottocosto

E' vietata la vendita sottocosto effettuata da un esercizio commerciale che, da solo o congiuntamente a quelli dello stesso gruppo di cui fa parte, detiene una quota superiore al cinquanta per cento della superficie di vendita complessiva esistente nel territorio della provincia dove ha sede l'esercizio, con riferimento al settore merceologico di appartenenza (cfr. art. 1, c. 2 del D.P.R. 6 aprile 2001, n. 218). Detta circostanza va verificata alla data del primo giorno del mese antecedente a quello nel corso del quale viene effettuata la comunicazione al comune, competente per territorio di svolgimento della vendita sottocosto (cfr. circolare 24/10/2001, n. 3528/C, punto 2.3).

Deve essere comunicata al comune dove è ubicato l'esercizio almeno dieci giorni prima dell'inizio e può essere effettuata solo tre volte nel corso dell'anno; ogni vendita sottocosto non può avere una durata superiore a dieci giorni ed il numero delle referenze oggetto di

ciascuna vendita sottocosto non può essere superiore a cinquanta (cfr. art. 1, c. 4 del D.P.R. 6 aprile 2001, n. 218).

Va effettuata specifica comunicazione anche nel caso di messaggi pubblicitari all'esterno o all'interno del locale, recante l'indicazione chiara ed inequivocabile dei prodotti venduti sottocosto, del numero minimo delle unità di prodotto disponibili per ciascuna referenza e del periodo temporale della vendita, nonché delle relative circostanze nel caso di:

- prodotti il cui valore commerciale sia significativamente diminuito a causa di modifiche della tecnologia utilizzata per la loro produzione o di sostanziali innovazioni tecnologiche apportate agli stessi prodotti, ovvero a causa dell'introduzione di nuove normative relative alla loro produzione o commercializzazione;
- prodotti non alimentari difettati, dei quali sia lecita la vendita e garantita la sicurezza secondo la vigente disciplina, o che abbiano subito un parziale deterioramento imputabile a terzi, ovvero ad agenti naturali o a fatti accidentali nonché di quelli usati per dimostrazioni, mostre, fiere o prove o che, comunque, siano stati concretamente utilizzati prima della vendita.

Vanno tenuti, inoltre, separati nella posizione i prodotti in vendita sottocosto da quelli venduti alle condizioni ordinarie in modo che siano inequivocabilmente identificabili all'interno dell'esercizio commerciale e va messa a disposizione, prima dell'inizio e durante il periodo di svolgimento della vendita sottocosto, la documentazione attestante il costo delle singole referenze in vendita.

Va resa, infine, immediatamente pubblica la fine anticipata dell'offerta, almeno con la pubblicazione all'interno e all'esterno dell'esercizio commerciale dei prodotti esauriti, nel caso di impossibilità a rispettare per l'intero periodo preannunciato le condizioni pubblicizzate.

Le violazioni delle disposizioni in materia di vendita sottocosto sono punite con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da L. 1.000.000 a L. 6.000.000 (da corrispondere ovviamente in euro; N.d.R.). In caso di particolare gravità o di recidiva il sindaco può disporre la sospensione dell'attività di vendita per un periodo non superiore di venti giorni (cfr. art. 15, c. 8 del d.lgs.31 marzo 1998, n. 114).

Al fine di garantire la tutela del consumatore ed agevolare l'attività di controllo, alla comunicazione va allegato l'elenco dei prodotti destinati alla vendita sottocosto o copia del messaggio pubblicitario, al fine di favorire l'attività di controllo.

ESTRATTO

Legge regionale 2 febbraio 2010 - n. 6

Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere

Art. 113 (Oggetto ed ambito di applicazione)

1. Il presente capo disciplina le vendite straordinarie di liquidazione, di fine stagione e promozionali, nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti.
2. Le disposizioni del presente capo si applicano alle attività di vendita al dettaglio ed alle attività in cui la vendita è presente anche se effettuata in modo non continuativo o non prevalente, comprese le attività di vendita effettuate dai produttori e dagli artigiani in luoghi diversi dai locali di produzione o a questi adiacenti.

Art. 114 (Vendite di liquidazione)

1. Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'operatore commerciale al fine di esaurire in breve tempo tutte le proprie merci a seguito di:
 - a) cessazione dell'attività commerciale;
 - b) trasferimento in gestione o cessione in proprietà di azienda;
 - c) trasferimento dell'azienda in altro locale;
 - d) trasformazione o rinnovo dei locali.
2. Tutte le vendite di liquidazione possono essere effettuate in qualunque periodo dell'anno, salvo quanto disposto dal comma 5.
3. Le vendite di liquidazione di cui al comma 1, lettere a), b) e c), possono essere effettuate per la durata massima di tredici settimane.
4. Le vendite di liquidazione di cui al comma 1, lettera d), possono essere effettuate per la durata massima di sei settimane e per una sola volta in ciascun anno solare.
5. Le vendite di liquidazione per la trasformazione o il rinnovo dei locali, sempre liberamente praticabili nei mesi di febbraio e agosto, non possono essere effettuate nei trenta giorni antecedenti le vendite di cui all'articolo 115. L'operatore commerciale ha l'obbligo di chiusura dell'esercizio per un periodo pari a un terzo della durata della vendita di liquidazione e, comunque, per almeno sette giorni, con decorrenza dalla cessazione della vendita straordinaria.
6. La trasformazione o il rinnovo dei locali deve comportare l'esecuzione di rilevanti lavori di ristrutturazione o di manutenzione straordinaria od ordinaria dei locali di vendita, relativi ad opere strutturali, all'installazione o alla sostituzione di impianti tecnologici o servizi, o loro adeguamento alle norme vigenti.
7. Non è consentita l'effettuazione delle vendite di liquidazione nell'ipotesi di cessione dell'azienda, nei casi in cui la cessione avvenga tra aziende controllate o collegate, quali definite dall'articolo 2359 del codice civile.
8. L'operatore commerciale che effettua una vendita di liquidazione è tenuto a darne comunicazione al comune nel quale ha sede l'esercizio, tramite lettera raccomandata, almeno quindici giorni prima della data di inizio.
9. Tutte le comunicazioni di effettuazione di vendita di liquidazione devono indicare:
 - a) l'ubicazione dei locali in cui è effettuata la vendita;
 - b) la data di inizio e quella di cessazione della vendita;
 - c) le merci poste in vendita, distinte per voci merceologiche con indicazione della quantità delle stesse.
10. Le comunicazioni relative a vendite di liquidazione per cessazione di attività devono recare indicazione, anche mediante allegazione in copia, della comunicazione di cessazione di attività per gli esercizi di vicinato, ovvero dell'atto di rinuncia all'autorizzazione per le medie e le grandi strutture di vendita; nel caso di vendite di liquidazione di cui al comma 1, lettere a) e b), il titolare dell'attività, per un periodo di almeno sei mesi successivi alla vendita di liquidazione, non può aprire un nuovo esercizio dello stesso settore merceologico nei medesimi locali.
11. Le comunicazioni riguardanti le vendite di liquidazione per il trasferimento in gestione o la cessione in proprietà di azienda devono indicare, o recare accluso in copia, l'atto registrato che attesti l'avvenuto trasferimento. È facoltà dell'esercente di produrre tale atto entro il termine del periodo di durata della vendita di liquidazione.
12. Le comunicazioni relative a vendite di liquidazione per trasferimento in altro locale devono recare indicazione, anche mediante allegazione in copia, della comunicazione di trasferimento per gli esercizi di vicinato, ovvero dell'autorizzazione al trasferimento per le medie e le grandi strutture di vendita.
13. Le comunicazioni relative a vendite di liquidazione per trasformazione o rinnovo locali devono recare indicazione, anche mediante allegazione in copia, delle comunicazioni, autorizzazioni o permessi previsti dalle leggi edilizie.
14. Per le operazioni di rinnovo di minore entità quali, ad esempio, la tinteggiatura delle pareti, la sostituzione degli arredi, la riparazione o sostituzione di impianti, la comunicazione deve recare una descrizione della natura effettiva dell'intervento.
15. Le comunicazioni di cui ai commi 13 e 14 devono, in ogni caso, indicare esattamente il periodo di chiusura di cui al comma 5.
16. Nei casi previsti al comma 1, lettere a), b) e c), le autorizzazioni o abilitazioni all'attività di vendita al dettaglio mantengono la loro validità per la durata delle vendite di liquidazione e comunque non oltre il termine di cui al comma 3.
17. È vietata l'effettuazione di vendite di liquidazione con il sistema del pubblico incanto.
18. Dall'inizio delle vendite di liquidazione, è vietato introdurre nei locali e nelle pertinenze dell'esercizio di vendita merci del genere di quelle offerte in vendita di liquidazione, siano esse acquistate o acquisite ad altro titolo, anche in conto deposito.

Art. 115 (Vendite di fine stagione)

1. Le vendite di fine stagione sono effettuate dall'operatore commerciale al fine di esitare, durante una certa stagione o entro un breve periodo di tempo, prodotti non alimentari di carattere stagionale o articoli di moda e, in genere, prodotti che, se non sono venduti entro un certo tempo, siano comunque suscettibili di notevole deprezzamento.
2. Le vendite di fine stagione possono essere effettuate, tenuto conto delle consuetudini locali e delle esigenze del consumatore, soltanto in due periodi dell'anno, della durata massima di sessanta giorni, determinati dalla Giunta regionale, sentite le camere di commercio, le associazioni dei commercianti maggiormente rappresentative e le associazioni dei consumatori.

Art. 116 (Vendite promozionali)

1. Le vendite promozionali sono effettuate dall'operatore commerciale al fine di promuovere la vendita di uno, più o tutti i prodotti della gamma merceologica, applicando sconti o ribassi sul prezzo normale di vendita.
2. Le vendite promozionali dei prodotti di cui all'articolo 115, comma 1, non possono essere effettuate nei periodi di cui all'articolo 115, comma 2, e nei trenta giorni antecedenti.
3. Le vendite promozionali dei prodotti alimentari, dei prodotti per l'igiene della persona e per l'igiene della casa non sono soggette alle limitazioni di cui al comma 2.
- 3 bis. In presenza di casi straordinari legati a gravi eventi calamitosi per i quali è stato decretato dal Governo lo stato di emergenza o dalla Regione lo stato di crisi, i comuni, di concerto con la Regione, possono adottare provvedimenti motivati di deroga rispetto a quanto previsto dal comma 2, anche per singole parti del territorio. La Giunta regionale, sentite le associazioni maggiormente rappresentative del settore commercio a livello provinciale, ai sensi della l. 580/1993, definisce i criteri, le tempistiche e le modalità attuative della deroga di cui al presente comma.

Art. 117 (Informazione e tutela del consumatore)

1. Nelle vendite straordinarie è esposto obbligatoriamente il prezzo normale di vendita iniziale e lo sconto o il ribasso espresso in percentuale.
2. È facoltà del venditore indicare anche il prezzo di vendita praticato a seguito dello sconto o ribasso, nel rispetto dei commi 6 e 7.
3. È vietato all'operatore commerciale indicare prezzi ulteriori e diversi rispetto a quanto previsto dai commi 1 e 2.
4. I messaggi pubblicitari relativi alle vendite straordinarie devono essere presentati, anche graficamente, in modo non ingannevole per il consumatore.