

D.P.R. 6 aprile 2001, n. 218

Regolamento recante disciplina delle vendite sottocosto, a norma dell'articolo 15, comma 8, del D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114.

Pubblicato nella Gazz. Uff. 12 giugno 2001, n. 134.

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visto l'articolo 87, quinto comma, della Costituzione;

Visto l'articolo 17, comma 2, della legge 23 agosto 1988, n. 400;

Visto l'articolo 20, comma 11, della legge 15 marzo 1997, n. 59;

Visto il decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, recante la «Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59»;

Visto l'articolo 15 del predetto decreto recante disposizioni in materia di vendite straordinarie, ed in particolare il comma 8, il quale prevede che ai fini della disciplina delle vendite sottocosto il Governo si avvalga della facoltà prevista dall'articolo 20, comma 11, della legge 15 marzo 1997, n. 59;

Visto l'articolo 15, comma 9, del predetto decreto il quale prevede che il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato promuova la sottoscrizione di codici di autoregolamentazione delle vendite sottocosto tra le organizzazioni rappresentative delle imprese produttrici e distributive;

Considerato che i diversi incontri promossi dal Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato tra le parti interessate non hanno consentito di pervenire alla definizione dei codici di autoregolamentazione di cui sopra;

Vista la preliminare deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 16 giugno 2000;

Visti i pareri del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli utenti espressi in data 16 febbraio 1999 e 5 luglio 2000;

Visti i pareri dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato n. 21897 del 18 giugno 1998, n. 31819 del 29 ottobre 1999 e n. 37946 del 28 dicembre 2000;

Visto il parere della Conferenza Unificata reso nella seduta del 20 luglio 2000;

Udito il parere del Consiglio di Stato, espresso dalla sezione consultiva per gli atti normativi nell'adunanza del 23 ottobre 2000;

Acquisiti i pareri delle competenti Commissioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica, rispettivamente in data 11 gennaio 2001 e 10 gennaio 2001;

Vista la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 23 febbraio 2001;

Sulla proposta del Ministro per la funzione pubblica, e del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato e del commercio con l'estero;

Emana il seguente regolamento:

1. Disciplina delle vendite sottocosto.

1. Nel presente regolamento 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.

2. È 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.

3. Ai fini del comma 2 per gruppo si intende una pluralità di imprese commerciali, controllate da una società o collegate ai sensi dell'articolo 2359 del codice civile, ovvero all'interno della quale vi sia comunque la possibilità di stabilire politiche comuni di prezzo.

4. La vendita sottocosto è una modalità di effettuazione delle vendite di cui all'*articolo 15, comma 1, del decreto legislativo n. 114 del 1998*. Essa 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.

5. Non può essere effettuata una vendita sottocosto se non è decorso almeno un periodo pari a venti giorni, salvo che per la prima vendita sottocosto dell'anno.

6. Fatta salva l'applicazione del *decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74*, indipendentemente dalla effettiva esecuzione della vendita sottocosto, sono vietati gli annunci e i messaggi pubblicitari, effettuati con qualsiasi mezzo, relativi ad operazioni non consentite dal presente decreto.

7. Ai fini della individuazione di una vendita sottocosto, per prezzo di vendita al pubblico di un prodotto si intende il prezzo effettivamente praticato ai consumatori alle casse.

8. Le disposizioni del presente decreto non si applicano alle vendite promozionali non effettuate sottocosto e alle vendite di liquidazione e di fine stagione, nonché alle vendite disposte dall'autorità giudiziaria nell'ambito di una procedura di esecuzione forzata o fallimentare.

9. Le disposizioni del presente decreto non si applicano agli esercenti il commercio sulle aree pubbliche.

2. Ammissibilità.

1. È comunque consentito effettuare la vendita sottocosto:

a) dei prodotti alimentari freschi e deperibili;

b) dei prodotti alimentari qualora manchino meno di tre giorni alla data di scadenza o meno di quindici giorni alla data del termine minimo di conservazione, nel rispetto delle disposizioni del *decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 109*;

c) dei prodotti tipici delle festività tradizionali, qualora sia trascorsa la ricorrenza o la data della loro celebrazione;

d) dei 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;

e) dei 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.

2. È altresì consentito effettuare la vendita sottocosto in caso di ricorrenza dell'apertura dell'esercizio commerciale o della partecipazione al gruppo del quale l'esercizio fa parte, con cadenza almeno quinquennale; di apertura di un nuovo esercizio commerciale; di avvenuta ristrutturazione totale dei locali anche qualora si sia proceduto, prima della ristrutturazione, alla vendita di liquidazione; o di modifica e integrazione dell'insegna tali da incidere sul carattere individuante della stessa.

3. Le vendite sottocosto di cui al presente articolo non sono soggette alla comunicazione di cui all'articolo 1, comma 4.

3. Obblighi di informazione al consumatore.

1. Fermo quanto disposto dall'*articolo 15, comma 5, del decreto legislativo n. 114 del 1998*, ai fini della garanzia della tutela e della corretta informazione del consumatore, le vendite sottocosto previste dal presente decreto sono effettuate nel rispetto delle seguenti condizioni:

a) specifica comunicazione anche nel caso di messaggi pubblicitari all'esterno o all'interno del locale, recante l'indicazione chiara ed inequivocabile dei prodotti, del quantitativo disponibile per ciascuna referenza e del periodo temporale della vendita, nonché delle relative circostanze nel caso dei prodotti di cui all'articolo 2, comma 1, lettere d) ed e);

b) inequivocabile identificazione dei prodotti in vendita sottocosto all'interno dell'esercizio commerciale.

2. In caso di impossibilità a rispettare, per l'intero periodo preannunciato, le condizioni di cui al comma 1, lettera a), è immediatamente resa pubblica la fine anticipata dell'offerta con i medesimi mezzi di comunicazione.

3. Sono considerate ingannevoli, ai sensi del *decreto legislativo n. 74 del 1992*, le comunicazioni di cui al comma 1, nel caso di vendita non effettivamente effettuata sottocosto.

4. Monitoraggio vendite sottocosto.

1. L'Osservatorio Nazionale di cui all'articolo 6, comma 1, lettera g), del *decreto legislativo n. 114 del 1998*, effettua il monitoraggio degli effetti del presente regolamento sul sistema distributivo. Alle riunioni dell'Osservatorio Nazionale in materia di sottocosto partecipa un rappresentante dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, istituita dall'*articolo 10 della legge n. 287 del 1990*, e un rappresentante per ciascuna delle Confederazioni imprenditoriali dell'industria maggiormente rappresentative.

2. L'Osservatorio presenta al Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato, le risultanze del monitoraggio relative al primo anno di vigenza delle disposizioni del presente decreto, al fine della verifica dell'efficacia delle medesime, entro novanta giorni. Il Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato, trasmette, a fini conoscitivi, le predette risultanze al Parlamento.

5. Sanzioni.

1. Ai sensi dell'*articolo 22, comma 3, del decreto legislativo n. 114 del 1998*, le violazioni delle disposizioni di cui all'articolo 1, commi 2, 4, 5 e 6, e all'articolo 3, commi 1 e 2, del presente decreto, sono punite con la sanzione amministrativa pecuniaria da L. 1.000.000 (€ 561,00) a L. 6.000.000 (€ 3.098,00).

2. Chiunque effettua vendite sottocosto al di fuori delle ipotesi previste dall'articolo 2, commi 1 e 2, è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria da L. 1.000.000 (€ 516,00) a L. 6.000.000 (€ 3.098,00).

3. Ai sensi del predetto articolo 22, comma 2, in caso di particolare gravità o di recidiva può essere disposta, quale sanzione amministrativa accessoria, la sospensione dell'attività di vendita per un periodo non superiore a venti giorni. La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno nel medesimo punto di vendita, anche se si è proceduto al pagamento in misura ridotta.

6. Disposizioni finali.

1. Resta ferma la competenza dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato ad intervenire ai sensi del *decreto legislativo n. 74 del 1992*.

2. Resta ferma la competenza dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato nel caso di

vendita sottocosto effettuata da un esercizio commerciale che abusa di posizione dominante, ai sensi dell'articolo 3 della legge 10 ottobre 1990, n. 287. Resta ferma altresì, la competenza del giudice ordinario, nel caso di vendita sottocosto effettuata da un esercizio commerciale che compie atti di concorrenza sleale rientranti nelle ipotesi di cui all'articolo 2598, comma primo, numero 3), del codice civile.

3. Le disposizioni contenute nel presente decreto sono applicate a decorrere dal centoventesimo giorno dalla data di entrata in vigore.

Art. 15 Vendite Straordinarie *D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114*

1. Per vendite straordinarie si intendono le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione e le vendite promozionali nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti.

2. Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, a seguito di: cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale, trasformazione o rinnovo dei locali e possono essere effettuate in qualunque momento dell'anno, previa comunicazione al comune dei dati e degli elementi comprovanti tali fatti.

3. Le vendite di fine stagione riguardano i prodotti, di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo.

4. Le vendite promozionali sono effettuate dall'esercente dettagliante per tutti o una parte dei prodotti merceologici e per periodi di tempo limitato.

5. Nelle vendite disciplinate dal presente articolo lo sconto o il ribasso effettuato deve essere espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita che deve essere comunque esposto.

6. Le regioni, sentiti i rappresentanti degli enti locali, le organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio, disciplinano le modalità di svolgimento, la pubblicità anche ai fini di una corretta informazione del consumatore, i periodi e la durata delle vendite di liquidazione e delle vendite di fine stagione.

7. Per vendita sottocosto si intende la vendita al pubblico di uno o più prodotti effettuata ad un prezzo inferiore a quello risultante dalle fatture di acquisto maggiorato dell'imposta sul 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.

8. Ai fini della disciplina delle vendite sottocosto il Governo si avvale della facoltà prevista dall'articolo 20, comma 11, della legge 15 marzo 1997, n. 59. Per gli aspetti sanzionatori, fermo restando quanto disposto dalla legge 10 ottobre 1990, n. 287, si applicano le disposizioni di cui all'articolo 22, commi 2 e 3.

9. Il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato promuove la sottoscrizione di codici di autoregolamentazione delle vendite di cui al comma 7 tra le organizzazioni rappresentative delle imprese produttrici e distributive.