

CAMERA DEI DEPUTATI ^{N. 1911}

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

**TESINI ARISTIDE, ALIVERTI, CITARISTI, MORO PAOLO
ENRICO, MALVESTIO, GARZIA, CAPPELLI, USELLINI,
SAVINO, FERRARI SILVESTRO, GOTTARDO, PORTATA-
DINO, PEZZATI, FORNASARI**

Presentata il 1° dicembre 1977

Disciplina delle vendite straordinarie e di liquidazione

ONOREVOLI COLLEGHI! — In questi ultimi anni si è sempre più sviluppato il fenomeno delle cosiddette vendite straordinarie e di liquidazione, che vengono presentate al consumatore come occasioni particolarmente favorevoli per gli acquisti.

Non va infatti scordato che, in una libera economia, il gioco della concorrenza — oggi accanito — porta immancabilmente, con equilibri successivi per ciascun articolo offerto, alla diffusa indicazione di un prezzo finale, reale ed effettivo e strettamente commisurato alla qualità del prodotto: in altri termini si arriva alla formulazione del « giusto prezzo » in relazione alle caratteristiche intrinseche di contenuti, qualità e marca.

In realtà, spesso, la convenienza delle offerte « vantaggiose » risulta sostanzialmente illusoria, in quanto gli articoli vengono

esitati al loro giusto prezzo se commisurato alle intrinseche qualità del prodotto. Tuttavia la reclamizzazione dell'offerta e la sua pubblicizzazione anche con metodi non corretti, sono spesso tali da creare, nel consumatore, l'illusoria credenza di poter concludere un buon affare.

Molteplici infatti sono i richiami propagandistici a svendite « fallimentari », a « realizzazioni sottocosto » e ad altre asserzioni pubblicitarie spesso ingannevoli, anche perché effettuate con carattere tipografici che danno risalto a opportunità psicologicamente attraenti, ma non sempre veritiere.

Il dilagare del fenomeno ha determinato non solo un disorientamento del consumatore sulla reale convenienza dei prodotti acquisiti, ma anche effetti di distorsione del mercato che, nella misura in cui vi si ade-

gua, non è più in condizione di svolgere la propria funzione in modo corretto.

Si presenta pertanto non dilazionabile la necessità di una regolamentazione integrale della materia, che è parzialmente disciplinata dal regio decreto-legge 19 gennaio 1939, n. 294, oggi in gran parte disapplicato e comunque non più attuale.

La disciplina che si propone distingue le vendite di liquidazione dalla vendite straordinarie per fine stagione.

Le prime infatti - da sottoporsi ad autorizzazione amministrativa - devono considerarsi di carattere eccezionale ed attribuibili solo in presenza di ben precise circostanze, elencate all'articolo 2, quali, per esempio, la cessazione dell'attività commerciale, la cessione dell'azienda, ecc.

Per tali vendite è previsto un lasso di tempo tale da consentire di realizzare le merci giacenti nel magazzino.

Alla regolamentazione prevista per le vendite di liquidazione, sono sottoposte anche le vendite di merce proveniente da fallimenti effettuate da privati rilevatori. Sempre più diffuso è infatti il ricorso a *slogans* centrati sulla parola « fallimento », che attirano il consumatore sulla convenienza di tali acquisti, i quali in realtà sono convenienti spesso per il solo rilevatorio, normalmente specializzato in tale sistema di vendita.

Diversa è invece la disciplina, prevista dal titolo II della presente proposta di legge, per le vendite straordinarie per fine stagione (dette anche « saldi stagionali »), in quanto queste sono una necessità fisiologica del settore commerciale: i prodotti di carattere stagionale, gli articoli di moda ed in genere quei prodotti che siano suscettibili di notevoli deprezzamenti, se non vengono esitati durante una certa stagione o entro un breve periodo di tempo, possono rappresentare un grave passivo per una azienda commerciale: favoriscono invece il consumatore ritardatario per l'effettivo sconto sul prezzo iniziale. Questi « saldi stagionali » dovranno però essere consentiti - per

rendere comprensibile e trasparente il ribasso - solo entro predeterminati periodi dell'anno, sentite le organizzazioni provinciali di categoria, onde evitare il perpetuarsi di una offerta confusa e suscettibile solo di aumentare il disorientamento del consumatore.

Per tali saldi stagionali - nell'ambito dei periodi indicati - è previsto, da parte degli operatori che intendono avvalersene, la sola denuncia preventiva.

Il titolo III della proposta di legge prevede infine la possibilità - durante tutto l'arco dell'anno - di effettuare vendite promozionali con sconti e ribassi dei prodotti trattati, essendo questa una forma di attività commerciale che rientra nel quadro della concorrenza leale, purché la convenienza degli acquisti sia per il consumatore reale ed effettiva e non illusoria: è pertanto prevista, tra l'altro, obbligatoriamente l'indicazione all'autorità amministrativa del prezzo ordinario di vendita al pubblico, nonché dello sconto o ribasso che sarà praticato nel corso della manifestazione promozionale.

Il titolo IV precisa le disposizioni comuni alle norme precedenti, affinché la loro osservanza, precisa e puntuale, sia di concreta tutela del consumatore di fronte a troppo spesso illusorie e capziose « offerte convenienti ».

Il titolo V infine prevede le sanzioni irrogabili e la loro immediata esecutività nei confronti dei contravventori.

Onorevoli Colleghi, con la presente proposta di legge si tende, moralizzando il mercato, ad eliminare quelle abnormi forme di vendita che, facendo leva sulla credulità, impediscono un corretto sviluppo di una sana e leale concorrenza, base del nostro sistema economico. E ciò si risolve anche in una più precisa coscienza del cittadino di fronte ad una offerta che, con questa disciplina sarà oggettivamente più chiara e comprensibile e non inficiata da richiami pubblicitari più o meno suggestivi, ma troppo spesso inesatti.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

Le vendite straordinarie, di liquidazione, speciali, di saldi, di fine stagione, di realizzo, di rimanenze di magazzino, con sconti o ribassi, a prezzi scontati o ribassati a tutte le altre che, con sinonimi, comparativi, superlativi o altri nomi di fantasia, vengano presentate come occasioni particolarmente favorevoli per gli acquirenti sono regolate dalla presente legge.

Rientrano nelle predette forme di vendita anche le realizzazioni di attività fallimentari ad opera di privati rilevatori se vengono presentate al pubblico come tali; al di fuori di tali casi il riferimento nella presentazione della vendita o nella pubblicità, a fallimento, procedure fallimentari e simili, anche come termine di paragone è vietato.

Non rientrano nelle forme di vendita di cui al primo comma le vendite fallimentari ordinate dall'autorità giudiziaria e gestite direttamente dal curatore fallimentare; in tale ultimo caso l'esercizio non può essere rifornito e di ciò il curatore è responsabile.

TITOLO I

DELLE VENDITE DI LIQUIDAZIONE

ART. 2.

Sono considerate vendite di liquidazione quelle forme di vendita al pubblico, con le quali un commerciante, munito dell'autorizzazione amministrativa, di cui alla legge 11 giugno 1971, n. 426, cerca di evitare in breve tempo tutte le proprie merci, o gran parte di esse, presentando al pubblico la vendita come occasione particolarmente favorevole.

Le vendite di cui al primo comma sono soggette ad autorizzazione rilasciata dalle Camere di commercio, industria, artigianato ed agricoltura competente per territorio, e possono essere consentite solo quando il richiedente dimostri di dover evitare in tal

modo le proprie merci in conseguenza di una delle seguenti circostanze:

- 1) cessazione dell'attività commerciale;
- 2) cessione dell'azienda;
- 3) cessione o chiusura di una succursale dell'azienda;
- 4) trasferimento dell'azienda in altri locali;
- 5) trasformazione o rinnovo dei locali;
- 6) cessazione della vendita di determinate merci a seguito di rinuncia di una o più tabelle merceologiche.

Le vendite di liquidazione possono essere autorizzate in ogni periodo dell'anno e per una durata non superiore a trenta giorni lavorativi, prorogabili per altri trenta solo per circostanze eccezionali e documentate; tuttavia nei casi previsti ai precedenti nn. 1 e 6, la durata può essere ulteriormente prorogata per un totale complessivo non superiore a novanta giorni.

Le Camere di commercio provvedono sulle domande non oltre 30 giorni dalla presentazione di esse sentito il parere della giunta camerale.

ART. 3.

Sono soggette all'autorizzazione di cui all'articolo 2 le vendite al dettaglio di merci provenienti da fallimento effettuate da privati rilevatori, se presentate al pubblico come tali.

Le vendite suddette debbono essere effettuate nei locali in cui il fallito esercitava la propria attività e non possono essere in questi introdotte merci di provenienza non fallimentare o di provenienza fallimentare acquistate altrove.

I privati rilevatori di attività fallimentare devono essere in possesso della autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio delle merci che intendono esitare.

ART. 4.

Per ottenere l'autorizzazione ad effettuare una vendita di liquidazione, l'interessato deve presentare domanda alla Camera di Commercio, industria, artigianato e agricoltura competente per territorio e dare dimostrazione che la vendita stessa avviene in presenza di una delle circostanze indicate negli articoli 2 e 3, mediante la produzione dei documenti appresso indicati:

- 1) per la cessazione dell'attività commerciale o per la chiusura di una succur-

sale dell'azienda: esibizione di una copia dell'atto di rinuncia alla autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio, presentato al comune competente. La rinuncia decorre dalla data in cui verrà a scadere l'autorizzazione per la vendita di liquidazione.

2) Per la cessione o l'affitto dell'azienda o di una succursale della medesima: la documentazione da atto pubblico o da scrittura privata registrata.

3) Per il trasferimento dell'azienda in altri locali: copia dell'autorizzazione a trasferirsi rilasciata dal comune competente; nel caso di trasferimento non soggetto ad autorizzazione copia della comunicazione che, in tal caso, deve essere trasmessa al comune in via preventiva.

4) Per la rinuncia ad una o più tabelle merceologiche: copia dell'atto di rinuncia presentata al comune competente.

5) Per trasformazione o rinnovo dei locali, l'interessato deve produrre al comune copia dei progetti e dell'eventuale licenza edilizia o dei preventivi, nonché copia della lettera con la quale l'interessato stesso comunica al comune competente il periodo durante il quale intende effettuare la chiusura.

6) Per i privati rilevatori di attività fallimentari: idonea documentazione atta a dimostrare l'acquisto.

Il richiedente dovrà indicare nella domanda:

a) l'ubicazione dei locali in cui deve essere effettuata la vendita;

b) la data di inizio della vendita e la sua durata;

c) le merci poste in vendita distinte per voci merceologiche, con l'indicazione della quantità nonché del prezzo praticato per le stesse merci prima della vendita straordinaria;

d) la misura dei ribassi per le merci o per i gruppi di merci posti in vendita;

e) i testi delle comunicazioni pubblicitarie, ivi comprese quelle effettuate nelle vetrine.

ART. 5.

In tutte le comunicazioni pubblicitarie, che attengono le vendite di liquidazione, devono essere indicati gli estremi dell'autorizzazione della Camera di commercio.

È vietato effettuare le vendite di liquidazione con il sistema del pubblico incanto.

ART. 6.

A decorrere dal momento della presentazione della domanda di autorizzazione è vietato introdurre nei locali dell'esercizio, per il quale l'autorizzazione stessa è stata richiesta, o nei depositi dell'azienda, ulteriori merci del genere di quelle per le quali si chiede l'autorizzazione. Il divieto di rifornimento concerne le merci sia acquistate, sia concesse in conto deposito.

TITOLO II

DELLE VENDITE STRAORDINARIE
PER FINE STAGIONE

ART. 7.

Per vendite straordinarie per fine stagione o saldi, si intendono le vendite di prodotti di carattere stagionale, di articoli di moda ed in genere di quei prodotti che siano comunque suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono esitati durante una certa stagione o entro un breve periodo di tempo.

ART. 8.

Le vendite straordinarie per fine stagione o saldi, che devono essere presentate al pubblico come tali, possono essere effettuate solamente in due periodi dell'anno, ciascuno della durata massima di quattro settimane, che saranno determinati dalla Camera di commercio sentite le organizzazioni dei commercianti eventualmente differenziando i settori merceologici.

La ditta interessata è tenuta a darne comunicazione alla Camera di commercio almeno dieci giorni prima dell'inizio della vendita.

TITOLO III

DELLE VENDITE PROMOZIONALI
CON SCONTI O RIBASSI

ART. 9.

Le vendite promozionali con sconti o ribassi che vengono presentate al pubblico come occasioni favorevoli d'acquisto, pos-

sono essere effettuate in qualunque periodo dell'anno per tutte le merci comprese nella autorizzazione di esercizio purché la ditta interessata ne dia comunicazione alla Camera di Commercio almeno dieci giorni prima dell'inizio della vendita.

Nella denuncia allà Camera di Commercio devono essere indicati:

- a) i testi pubblicitari;
- b) la durata della manifestazione;
- c) le merci poste in vendita distinte per voci merceologiche, il loro prezzo ordinario di vendita al pubblico, nonché lo sconto o ribasso che sarà praticato nel corso della manifestazione;
- d) l'ubicazione dell'esercizio.

Le vendite promozionali del settore alimentare possono essere effettuate in qualsiasi periodo dell'anno senza che sia data preventiva comunicazione alla Camera di Commercio.

TITOLO IV

DISPOSIZIONI COMUNI

ART. 10.

Le asserzioni pubblicitarie relative alle vendite disciplinate dalla presente legge devono essere presentate in modo non ingannevole per il consumatore e, ove effettuate con scritti, cartelli o altro, con rilievo tipografico uniforme.

Il venditore deve essere in grado di dimostrare la veridicità di qualsiasi asserzione pubblicitaria relativa sia alla composizione merceologica e alla qualità delle merci vendute, sia agli sconti o ribassi dichiarati.

ART. 11.

Le merci offerte nelle vendite regolate dalla presente legge debbono essere palesemente separate da quelle che eventualmente siano contemporaneamente poste in vendita alle condizioni ordinarie; se tale separazione non è possibile, queste ultime non potranno essere offerte in vendita.

Nel caso che per una stessa voce merceologica si pratichino prezzi di vendita diversi a seconda della varietà degli articoli che rientrano in tale voce, nella pubblicità deve essere indicato il prezzo più basso e quello più alto, escludendo indicazioni generiche.

Nel caso venga indicato un solo prezzo, tutti gli articoli che rientrano nella voce reclamizzata dovranno essere venduti a tale prezzo.

Le merci offerte in vendita a « prezzo di costo » debbono avere un prezzo massimo di vendita al pubblico uguale a quello risultante dalla fattura di acquisto comprensiva di Imposta sul Valore Aggiunto.

ART. 12.

Chiunque effettua le vendite di cui agli articoli precedenti deve tenere a disposizione dei servizi di controllo le fatture d'acquisto od i titoli equivalenti delle merci.

I prezzi pubblicizzati devono essere praticati nei confronti di tutti i compratori senza distinzione, senza limitazioni di quantità e senza abbinamento di vendite, fino ad esaurimento delle scorte.

L'esaurimento delle scorte di talune merci durante il periodo di vendita deve essere portato a conoscenza del pubblico con avviso ben visibile dall'esterno del locale di vendita. Gli organi di vigilanza possono controllare se le scorte sono effettivamente esaurite.

ART. 13.

I funzionari della Camera di Commercio muniti dell'apposita tessera di riconoscimento e gli organi di vigilanza hanno facoltà di accedere agli esercizi di vendita per effettuare ogni e qualsiasi controllo e possono avvalersi, per tale incarico, di periti ed esperti iscritti all'apposito albo.

I periti e esperti, oltre che di un documento di riconoscimento, devono essere muniti di una lettera di incarico rilasciata dalla Camera di Commercio. Da tale lettera deve risultare la ditta nei cui confronti si esercitano i controlli.

TITOLO V

SANZIONI

ART. 14.

A chiunque viola le disposizioni della presente legge è applicata la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da L. 1.000.000 a L. 5.000.000.

VII LEGISLATURA — DOCUMENTI — DISEGNI DI LEGGE E RELAZIONI

Le sanzioni di cui al comma precedente sono irrogate dall'UPICA con la procedura prevista dalla legge 24 dicembre 1975, n. 706.

Nei casi di particolare gravità o di recidiva, il Sindaco può inoltre disporre la chiusura dell'esercizio per un periodo non superiore a sessanta giorni. L'ordinanza del Sindaco costituisce titolo esecutivo ed è spedita in forma esecutiva con l'applicazione della formula prevista dall'articolo 475 del codice di procedura civile.

L'ordinanza è dichiarata immediatamente eseguibile.

ART. 15.

È abrogato il decreto-legge 19 gennaio 1939, convertito in legge 2 giugno 1939, n. 739.