

## COMMISSIONE XII

INDUSTRIA E COMMERCIO - ARTIGIANATO  
- COMMERCIO CON L'ESTERO

2.

## SEDUTA DI GIOVEDÌ 20 DICEMBRE 1979

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE CITARISTI

## INDICE

	PAG.
<b>Proposta di legge</b> (Discussione e approvazione):	
TESINI ARISTIDE ed altri: <i>Disciplina delle vendite straordinarie e di liquidazione (405)</i> . . . . .	13
PRESIDENTE . . . . .	13, 15, 17, 18, 19 20, 21, 22, 23, 24, 25
ALIVERTI . . . . .	21, 22, 25
BASSETTI . . . . .	16
CACCIA . . . . .	17, 18, 22
GRASSUCCI . . . . .	19, 25
RUSSO FERDINANDO, <i>Sottosegretario di Stato per l'industria, il commercio e l'artigianato</i> . . . . .	15, 19, 20, 21, 23, 25
SANGALLI . . . . .	16
TESINI ARISTIDE, <i>Relatore</i> . . . . .	14, 17, 19, 20, 21, 22
TREBBI ALOARDI IVANNE . . . . .	16, 18
<b>Votazione segreta:</b>	
PRESIDENTE . . . . .	25

La seduta comincia alle 13,50.

OLIVI, *Segretario*, legge il processo verbale della seduta precedente.*(È approvato).***Discussione della proposta di legge Tesini Aristide ed altri: Disciplina delle vendite straordinarie e di liquidazione (405).**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca la discussione della proposta di legge d'iniziativa dei deputati Tesini Aristide, Aliverti, Citaristi, Moro, Malvestio, Garzia, Cappelli, Usellini, Ferrari Silvestro, Gottardo, Portatadino, Pezzati e Fornasari: « Disciplina delle vendite straordinarie e di liquidazione ».

Prima di dare la parola al relatore, comunico che la IV Commissione (Giustizia) ha espresso parere favorevole.

Parere favorevole è stato espresso anche dalla I Commissione (Affari costituzionali) che tuttavia raccomanda di eliminare dal testo le norme che presentano esclusivo o prevalente carattere regolamentare.

L'onorevole Aristide Tesini ha facoltà di svolgere la relazione.

**TESINI ARISTIDE, Relatore.** Prima di entrare nel merito del provvedimento vorrei far presente che esso potrebbe costituire, a mio giudizio, l'inizio della revisione della legge n. 426 del 1971, che regola tutta la materia del commercio a posto fisso e ambulante; dopo dieci anni infatti dalla sua introduzione le nuove esperienze acquisite consigliano di rivedere alcune norme per migliorarne l'applicazione.

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 dimenticato che, in una libera economia, il gioco della concorrenza — oggi accanito — porta ineluttabilmente, con equilibri successivi per ciascun articolo offerto, alla diffusa indicazione di un prezzo finale, reale, 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 in quanto 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 tipografico 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 adegua, non è più in condizione di svolgere la propria funzione in modo corretto.

Appare pertanto decisamente opportuno vietare il ricorso a forme pubblicitarie che non siano assolutamente veritiere e quindi impedire il protrarsi di richiami rivolti al pubblico che non garantiscano la serietà e la correttezza delle affermazioni propagandistiche.

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, vuole, all'articolo 1 precisare il campo di applicazione della legge e vietare il riferimento, nella pubblicità alla parola « fallimento » che, psicologicamente, è sempre stato considerato un grande richiamo.

Il termine potrà essere usato esclusivamente per vendite disposte dall'autorità giudiziaria a seguito di esecuzione forzata.

Il titolo I riguarda le vendite di liquidazione che sono di carattere eccezionale e possono venire pubblicizzate solo in presenza di ben precise circostanze, elencate all'articolo 2, quali, per esempio, la cessazione dell'attività commerciale, la cessione dell'azienda, eccetera.

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

Di tali vendite di liquidazione dovrà essere data comunicazione al comune ove ha sede il punto di vendita, corredandola della documentazione necessaria a consen-

tire agli organi di vigilanza il controllo delle circostanze elencate nel suddetto articolo 2.

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, mentre favoriscono 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 un'offerta confusa e suscettibile solo di aumentare il disorientamento del consumatore. Infatti, non è possibile né credibile che un negozio possa fare saldi tutto l'anno: si tratta di una stortura che va eliminata permettendo queste vendite speciali solo nei periodi indicati dalla proposta di legge in esame.

Il titolo III prevede 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: sarebbe auspicabile tuttavia che all'articolo 8 fosse precisato che lo sconto promesso debba essere espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita e che quest'ultimo debba essere comunque esposto al pubblico. Faccio presente che, in proposito, esiste una circolare del Ministero dell'industria, risalente al 1939, secondo la quale tutte le merci in vendita esposte nelle vetrine debbono recare il prezzo di vendita, fatta eccezione per i gioielli e le pellicce.

In tal modo, il consumatore non potrà essere indotto in errore e potrà quindi valutare esattamente la convenienza di un'offerta trasparente nel suo ribasso.

Per consentire agli organi di vigilanza il controllo, gli interessati dovranno inviare una semplice comunicazione al comune almeno cinque giorni prima dell'inizio delle vendite.

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.

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 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.

PRESIDENTE. Dichiaro aperta la discussione sulle linee generali.

RUSSO FERDINANDO, *Sottosegretario di Stato per l'industria, il commercio e l'artigianato*. Ringrazio il relatore per l'impegno assunto nel ripresentare il provvedimento in esame che, in larga misura, riprende i termini della discussione in materia svoltasi nella precedente legislatura e di quanto contenuto nel disegno di legge predisposto dal Ministero dell'industria e proposto dal Governo, sempre nella passata legislatura.

La normativa in esame non solo tutela il consumatore ma, come è stato opportunamente sottolineato, nello stesso tempo evita forme di concorrenza sleale tra negozianti. Per queste ragioni, il provvedimento trova il pieno consenso del Governo, che rivolge quindi alla Commissione l'invito ad approvarlo nel testo presentato.

TREBBI ALOARDI IVANNE. Il gruppo comunista voterà a favore della proposta di legge in esame considerandola positiva ed opportuna in quanto si propone — come ha detto il relatore — di disciplinare il sistema delle vendite straordinarie e fallimentari, dettando una normativa (nel nostro paese praticamente mancante) tale da garantire e difendere il consumatore e gli stessi commercianti. In particolare, questi ultimi — attraverso un uso anomalo di questi tipi di vendita — possono venire a trovarsi al margine di forme di concorrenza sleale, con conseguente grave danno per la gestione economica del loro esercizio. Voglio inoltre mettere in evidenza che la normativa proposta, oltre che esprimere contenuti di moralizzazione, riconosce diritti di partecipazione e di controllo democratico alle organizzazioni sindacali di categoria ed ai comuni: ciò rappresenta un fatto nuovo, estremamente positivo, che intendo sottolineare.

Mi pare altresì giusto ricordare — e mi spiace che il relatore non vi abbia fatto cenno — che questa proposta di legge è il frutto di un lavoro unitario svolto soprattutto nella settima legislatura e che ha visto impegnato fortemente il gruppo comunista ed accolte largamente molte delle sue proposte: questo (mi pare che ciò possa essere riconosciuto, senza presunzione da parte nostra), ha permesso di modificare sensibilmente il testo presentato dal relatore e quindi dal gruppo della democrazia cristiana, rendendolo più valido dal punto di vista della difesa del consumatore e dello stesso commerciante.

Vorrei inoltre mettere in rilievo, prendendo spunto dalla presenza del rappresentante del Governo in questa sede, che nel nostro paese il settore del commercio ha bisogno di ben altro. Il gruppo comunista è convinto che sia necessario andare ad una revisione, ad un rinnovamento globale della legislazione relativa al settore, arrivando all'emanazione di una vera e propria legge-quadro, e lavora per questo obiettivo.

A nostro avviso, i comparti che esigono un intervento legislativo diretto alla difesa dei consumatori e della stessa rete

commerciale del nostro paese sono parecchi: dalla revisione della legge n. 426 del 1971 alla riforma del sistema dei prezzi, alla riforma delle camere di commercio, alla revisione della legge n. 517 del 1975 (per introdurre un criterio selettivo nell'erogazione del credito agevolato), all'opportunità di pervenire quanto prima ad un regolamento della legge n. 283 del 1962 (relativa alla disciplina igienica della produzione e commercializzazione delle sostanze alimentari e delle bevande), volto al fine di tutelare i diritti e la salute dei consumatori.

Osservo infine, a conclusione del mio intervento, che la scarsa attenzione ed i ritardi con i quali si interviene in questo campo dimostrano che non è ancora chiara la consapevolezza del ruolo importante che può svolgere il settore terziario (e in particolare il terziario commerciale) per la ripresa dello sviluppo economico del nostro paese.

BASSETTI. Mi sia consentita una osservazione: al primo comma dell'articolo 3 non è indicato in modo esplicito l'ente al quale devono essere indirizzate le comunicazioni: sarebbe opportuno specificare che esse devono essere presentate al Comune corredate dai documenti richiesti.

SANGALLI. La proposta di legge al nostro esame può essere collocata, quale strumento di regolamentazione della concorrenza tra imprese commerciali, tra i provvedimenti generali che la mia parte politica sta predisponendo, o ha già predisposto (legge quadro mercati, peso netto, CIP), per intervenire nel ciclo di distribuzione al fine di ristabilire criteri di efficienza e di imprenditorialità e, congiuntamente, di trasparenza del mercato.

La necessità di regolare le vendite di liquidazione, di fine stagione e quelle promozionali prevedendo strumenti di controllo e di sanzione trova fondamento sia nell'esigenza di ripristinare le regole del gioco del mercato, a garanzia degli imprenditori onesti, sia nell'esigenza di garantire il consumatore dalle asserzioni pubblicitarie non veritiere, che pure esi-

stono e che aggiungono, oltre ai tagli nel reddito prodotti dal continuo aumento dei prezzi, anche la beffa dell'inganno per i cittadini che normalmente ricorrono a questo tipo di vendite per soddisfare i propri bisogni primari.

Si deve poi tener conto dei disturbi prodotti sul mercato e sui prezzi da quanti si illudono di poter concludere con operazioni « pirata » affari che, invece, si ottengono solo nella costanza dell'impegno adeguandosi al mercato, acquisendo progressivamente livelli di professionalità. La proposta di legge in esame intende evitare entrate ed uscite brusche dal mercato che significano dispendio di capitali, irregolari movimenti di merci, concorrenza al limite della legge, per non riferirmi a valori morali che pure non vanno sottovalutati.

Ritengo, quindi, che questa proposta di legge possa felicemente trovare un punto d'incontro tra le esigenze delle organizzazioni di categoria e quelle delle associazioni dei consumatori.

Per le considerazioni suesposte, il gruppo della democrazia cristiana esprime parere favorevole al provvedimento in esame.

CACCIA. Esprimo anch'io un giudizio favorevole su questa proposta di legge perché, accanto al recupero della credibilità degli operatori del settore, si ripristina anche il rispetto delle esigenze del consumatore, al quale si offre maggiore possibilità di controllo e di verifica.

Desidererei, tuttavia, che il relatore, onorevole Aristide Tesini, ascoltasse alcune mie osservazioni. Uno dei mezzi con i quali si riesce a manipolare la volontà del consumatore è costituito dai messaggi pubblicitari che con forme grafiche a caratteri cubitali reclamizzano questo tipo di vendite attraverso la particolare accentuazione di talune parole rispetto ad altre. Ebbene leggendo l'articolato di questa proposta di legge, non è difficile rilevare che ciò è ancora possibile ed è, quindi, necessario, a mio avviso, che, in sede di discussione degli articoli, alcune formulazioni siano riviste per meglio garantire il consumatore.

Un altro punto sul quale vi prego di voler prestare maggiore attenzione è quello relativo alla trasformazione o al rinnovo dei locali per i quali non è ben chiaro il rapporto con la concessione della licenza edilizia.

PRESIDENTE. Nessun altro chiedendo di parlare, dichiaro chiusa la discussione sulle linee generali.

TESINI ARISTIDE, *Relatore*. Desidero rivolgere un vivo ringraziamento alla collega Ivonne Trebbi Aloardi confermando quanto da lei detto e, cioè, che il gruppo comunista ha dato un notevole contributo all'elaborazione del provvedimento in esame, che per noi può essere definito come il frutto del lavoro unitario svolto nella passata legislatura.

Rivolgo ancora un ringraziamento ai colleghi per questa collaborazione. Concordo con l'onorevole Trebbi Aloardi Ivonne sulla necessità di rivedere la legge n. 426 del 1971 che ha mostrato per molti aspetti segni di manchevolezza. Vorrei sottolineare come il settore del commercio sia l'unico che in questo momento non trova adeguato sostegno, come conferma la circostanza che vi siano seimila domande in attesa di essere finanziate a medio termine. Presenteremo tra breve un provvedimento di riforma delle camere di commercio e vorrei dare assicurazione all'onorevole Ivonne Trebbi Aloardi che i problemi da lei sollevati sono particolarmente a cuore e all'attenzione anche del gruppo della democrazia cristiana.

All'onorevole Bassetti vorrei far presente che la dizione, all'articolo 3, « la comunicazione al comune di cui al terzo comma », rende la norma più trasparente e chiara anche ai non addetti ai lavori.

Ringrazio poi l'onorevole Sangalli che ha sottolineato sul piano tecnico, da competente qual è, quanto sia indispensabile regolare questa materia in una maniera che non significhi negazione della libertà. Il commercio infatti vive di libertà, ma di libertà nell'ordine: dove non c'è ordine non può esserci libertà.

All'onorevole Caccia vorrei far notare che non sono necessari emendamenti per

quanto riguarda le preoccupazioni avanzate considerato che gli articoli 9 e 10 del provvedimento rispondono in pieno alle esigenze da lui prospettate.

Vorrei infine preannunciare la presentazione di alcuni emendamenti che non toccano la sostanza della proposta di legge.

**PRESIDENTE.** Passiamo all'esame degli articoli.

Poiché all'articolo 1 non sono stati presentati emendamenti, lo porrò direttamente in votazione dopo averne dato lettura:

**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 e tutte le altre che, con sinonimi, comparativi, superflui o altri nomi di fantasia, vengano presentate come occasioni particolarmente favorevoli per gli acquirenti sono regolate dalla presente legge.

Nelle vendite di cui al precedente comma il riferimento nella presentazione della vendita o nella pubblicità, a fallimento, a procedure fallimentari e simili, anche come termine di paragone, è vietato.

Le disposizioni della presente legge non si applicano alle vendite disposte dall'autorità giudiziaria a seguito di esecuzione forzata.

È vietata, in ogni altra ipotesi, l'uso della dizione « vendite fallimentari ».

*(È approvato).*

Do lettura dell'articolo successivo:

**TITOLO I**  
**DELLE VENDITE DI LIQUIDAZIONE**

**ART. 2.**

« Sono considerate vendite di liquidazione quelle forme di vendita al pubblico con le quali chiunque, munito della prescritta autorizzazione o abilitazione per

la vendita al dettaglio, cerca di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, o gran parte di esse, presentando al pubblico la vendita come occasione particolarmente favorevole in conseguenza delle seguenti circostanze:

1) cessazione dell'attività commerciale o chiusura di una succursale dell'azienda;

2) cessione dell'azienda o di una sua succursale;

3) trasferimento dell'azienda in altri locali;

4) trasformazione o rinnovo dei locali;

5) cessazione della vendita di determinate merci a seguito di rinuncia di una o più tabelle merceologiche.

Nei casi indicati dai numeri 1) e 5) del precedente primo comma, dopo la conclusione delle vendite, il sindaco provvede d'ufficio alla revoca della autorizzazione anche in relazione alle tabelle merceologiche per le quali è stata effettuata la vendita di liquidazione.

Chiunque intenda effettuare vendite di liquidazione è tenuto a darne comunicazione al comune ove ha sede il punto di vendita mediante lettera raccomandata, almeno quindici giorni prima della data di inizio delle vendite medesime. Le vendite possono essere effettuate durante tutto l'anno per un periodo di durata non superiore a sei settimane. Nei casi previsti ai numeri 1), 2) e 5) del precedente primo comma, la vendita può essere effettuata per un periodo di durata massima non superiore a tredici settimane ».

L'onorevole Caccia ha presentato il seguente emendamento: *Al punto 4) sopprimere le parole « o rinnovo ».*

**CACCIA.** Lo scopo dell'emendamento è di evitare questa specie di vendite solo perché, magari, si tinteggiano i locali o si rinnova la tappezzeria. Non vi è nessuna licenza edilizia per questo tipo di rinnovo di locali.

**TREBBI ALOARDI IVANNE.** In questo modo, però, si toglie la possibilità di usu-

VIII LEGISLATURA — DODICESIMA COMMISSIONE — SEDUTA DEL 20 DICEMBRE 1979

fruire del provvedimento a chi invece rinnova veramente.

GRASSUCCI. Il problema è di liquidare la merce. Se si devono riattare i locali, la merce dove va?

TESINI ARISTIDE, *Relatore*. Non si tratta di licenza edilizia, ma di trasformazione o rinnovo, e l'onorevole Caccia sa che anche solo per cambiare la *moquette* bisogna chiedere l'autorizzazione al comune. Sono quindi contrario all'emendamento.

RUSSO FERDINANDO, *Sottosegretario di Stato per l'industria, il commercio e l'artigianato*. Il Governo si rimette alla Commissione.

PRESIDENTE. Pongo in votazione l'emendamento Caccia, al quale si è dichiarato contrario il relatore, mentre il Governo si è rimesso alla Commissione.

(È respinto).

Pongo in votazione l'articolo 2.

(È approvato).

Do lettura dell'articolo successivo:

#### ART. 3.

«La comunicazione di cui al secondo comma del precedente articolo 2 deve essere corredata dai seguenti documenti:

1) per la cessazione dell'attività commerciale o per la chiusura di una succursale dell'azienda: copia dell'atto di rinuncia alla autorizzazione amministrativa per la vendita al dettaglio;

2) per la cessione dell'azienda o di una succursale della medesima: copia dell'atto pubblico o della scrittura privata registrata;

3) per il trasferimento dell'azienda in altri locali; copia dell'autorizzazione a trasferirsi rilasciata dal comune competente. In caso di trasferimento non soggetto ad autorizzazione: copia della comunicazione, che 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 la trasformazione o il rinnovo dei locali: copia della eventuale concessione o licenza edilizia.

Il richiedente dovrà altresì indicare:

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 indicazione della qualità e del prezzo praticato prima della vendita straordinaria e dei prezzi che si intendono praticare nella vendita stessa.

Nei casi previsti dai numeri 1), 3) e 4) del precedente primo comma, le autorizzazioni o abilitazioni di cui alla legge 11 giugno 1971, n. 426, mantengono la loro validità per la durata delle vendite straordinarie ».

L'onorevole Aristide Tesini ha presentato il seguente emendamento: *Al primo comma, sostituire le parole « la comunicazione di cui al secondo comma » con « la comunicazione al comune di cui al terzo comma ».*

RUSSO FERDINANDO, *Sottosegretario di Stato per l'industria, il commercio e l'artigianato*. Sono favorevole all'emendamento del relatore.

PRESIDENTE. Pongo in votazione l'emendamento del relatore, accettato dal Governo.

(È approvato).

Pongo in votazione l'articolo 3 con la modifica testé apportata.

(È approvato).

Do lettura dell'articolo successivo:

#### ART. 4.

« In tutte le comunicazioni pubblicitarie che attengono alle vendite di liquida-

VIII LEGISLATURA — DODICESIMA COMMISSIONE — SEDUTA DEL 20 DICEMBRE 1979

zione devono essere indicati gli estremi della comunicazione di cui al secondo comma del precedente articolo 2.

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

L'onorevole Aristide Tesini ha presentato il seguente emendamento: *Sostituire le parole « secondo comma » con le parole « terzo comma ».*

RUSSO FERDINANDO, *Sottosegretario di Stato per l'industria, il commercio e l'artigianato*. Il Governo è favorevole.

PRESIDENTE. Sta bene. Lo pongo in votazione.

(*È approvato*).

Pongo in votazione l'articolo 4 con la modifica testé apportata.

(*È approvato*).

Poiché all'articolo successivo non sono stati presentati emendamenti, lo porrò direttamente in votazione dopo averne dato lettura:

#### ART. 5.

« A decorrere dall'inizio delle vendite di cui al primo comma del precedente articolo 2, è vietato introdurre nei locali e pertinenze del punto di vendita interessato ulteriori merci del genere di quelle per le quali viene effettuata la vendita di liquidazione. Il divieto di rifornimento riguarda sia le merci acquistate sia quelle concesse in conto deposito ».

(*È approvato*).

Do lettura dell'articolo successivo:

### TITOLO II DELLE VENDITE DI FINE STAGIONE

#### ART. 6.

« Per vendite di 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.

Alle vendite di cui al precedente comma si applica il divieto previsto dall'articolo 5 della presente legge ».

Gli onorevoli Tesini Aristide, Aliverti, Trebbi Aloardi Ivanne hanno presentato il seguente emendamento: *Sopprimere il secondo comma*.

TESINI ARISTIDE, *Relatore*. Riteniamo il secondo comma dell'articolo 6 troppo restrittivo per quanto riguarda le vendite di fine stagione o promozionali, e inoltre esso assumerebbe carattere punitivo per le ditte con molte filiali, prevedendo il divieto di rifornimento anche da una filiale all'altra.

RUSSO FERDINANDO, *Sottosegretario di Stato per l'industria, il commercio e l'artigianato*. Il Governo è favorevole.

PRESIDENTE. Pongo in votazione il secondo comma dell'articolo 6, di cui l'onorevole Tesini Aristide ed altri hanno chiesto la soppressione.

(*È respinto*).

Il secondo comma dell'articolo 6 si intende pertanto soppresso.

Pongo in votazione l'articolo 6 con la modifica testé apportata.

(*È approvato*).

Poiché all'articolo 7 non sono stati presentati emendamenti, lo porrò direttamente in votazione dopo averne dato lettura:

#### ART. 7.

« Le vendite di fine stagione o saldi, che devono essere presentate al pubblico come tali, possono essere effettuate solamente in due periodi dell'anno, che saranno determinati dalla Camera di commercio, tenuto conto delle consuetudini locali e delle esigenze dei consumatori, previa

VIII LEGISLATURA — DODICESIMA COMMISSIONE — SEDUTA DEL 20 DICEMBRE 1979

consultazione delle organizzazioni di categoria dei commercianti a carattere generale provincialmente più rappresentative, e sentiti i comuni interessati e le organizzazioni dei consumatori.

La ditta interessata è tenuta a darne comunicazione al comune almeno cinque giorni prima, indicando la data di inizio della vendita e la sua durata, che non potrà superare le quattro settimane ».

(È approvato).

Do lettura dell'articolo successivo:

### TITOLO III

#### DELLE VENDITE PROMOZIONALI

##### ART. 8.

« Le vendite promozionali con sconti o ribassi che vengono presentate al pubblico come occasioni favorevoli d'acquisto, possono essere effettuate in qualunque periodo dell'anno per tutte le merci comprese nella autorizzazione di esercizio, purché la ditta interessata ne dia comunicazione al comune almeno cinque giorni prima dell'inizio delle vendite medesime.

Nella comunicazione di cui al precedente comma devono essere indicati:

- a) i testi pubblicitari;
- b) la data di inizio e la durata della vendita promozionale, che non può superare i dieci giorni lavorativi;
- c) l'ubicazione del punto di vendita;
- d) le merci poste in vendita distinte per voci merceologiche, il loro prezzo ordinario, nonché lo sconto o ribasso che sarà praticato nel corso della vendita.

Le vendite promozionali dei prodotti alimentari e dei prodotti per l'igiene della persona e della casa possono essere effettuate senza la preventiva comunicazione di cui al precedente primo comma.

Le disposizioni di cui al presente articolo non si applicano alle vendite promo-

zionali con sconti o ribassi effettuate da esercizi di vendita al pubblico, purché promosse o pubblicizzate direttamente dall'impresa produttrice o fornitrice ».

Gli onorevoli Aristide Tesini, Aliverti e Trebbi Aloardi Ivanne hanno presentato i seguenti emendamenti: *Sostituire il secondo comma con il seguente:*

« Per tali vendite promozionali lo sconto ed il ribasso promesso deve essere espresso in percentuale sul prezzo normale di vendita che deve comunque essere esposto al pubblico »;

*sopprimere il quarto comma.*

TESINI ARISTIDE, *Relatore*. Questi emendamenti sono stati presentati per rendere meno pesante la normativa concernente le vendite promozionali, così come raccomandato dalla I Commissione affari costituzionali nel suo parere, affinché esse possano aver facilmente luogo in tutti i periodi dell'anno.

RUSSO FERDINANDO, *Sottosegretario di Stato per l'industria, il commercio e l'artigianato*. Sono favorevole agli emendamenti testè illustrati dal relatore.

ALIVERTI. A mio avviso l'aggettivo « promesso » contenuto nel secondo comma proposto è pleonastico, perché quando si parla di vendite promozionali lo sconto ed il ribasso devono essere espressi: riterrei quindi opportuno eliminarlo.

TESINI ARISTIDE, *Relatore*. È un termine che ricorre nel codice parecchie volte; comunque, non ho nulla in contrario a che venga eliminato dal testo dell'emendamento.

PRESIDENTE. L'onorevole Aliverti ha presentato il seguente subemendamento al primo emendamento Tesini ed altri:

*sopprimere la parola: « promesso ».*

Lo pongo in votazione.

(È approvato).

VIII LEGISLATURA — DODICESIMA COMMISSIONE — SEDUTA DEL 20 DICEMBRE 1979

Pongo in votazione il primo emendamento Tesini ed altri con la modifica testè apportata.

(*È approvato*).

Pongo in votazione il quarto comma dell'articolo 8, di cui gli onorevoli Tesini ed altri hanno chiesto la soppressione.

(*È respinto*).

Il quarto comma dell'articolo 8 è pertanto soppresso.

Pongo quindi in votazione l'articolo 8 nel suo complesso, con le modifiche testè apportate.

(*È approvato*).

Do lettura dell'articolo successivo:

#### TITOLO IV

#### DISPOSIZIONI COMUNI

##### ART. 9.

« Le asserzioni pubblicitarie relative alle vendite disciplinate dalla presente legge devono essere presentate in modo non ingannevole per il consumatore, e devono contenere gli estremi delle comunicazioni previste dalla presente legge, nonché la durata della vendita stessa.

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 ».

L'onorevole Caccia ha presentato il seguente emendamento:

*al terzo rigo, dopo la parola: « presentate », aggiungere le parole: « con medesimo stile e caratteri grafici ».*

CACCIA. Per aiutare i commercianti e offrire un servizio ai cittadini, a mio avviso è necessario esplicitare il senso del-

l'espressione « in modo non ingannevole », stabilendo che i cartelloni e le locandine debbano essere approntati secondo lo stesso stile e gli stessi caratteri grafici. In tal modo, si sottrarrebbe ai commercianti uno dei modi per ingannare i consumatori.

TESINI ARISTIDE, *Relatore*. Ritengo questo emendamento non necessario, in quanto lo stesso articolo 10 reca già, al secondo comma, le precisazioni richieste dal collega. Tale disposizione infatti recita: « Nel caso che per una stessa voce merceologica si praticino prezzi di vendita diversi a seconda della varietà degli articoli che rientrano in tale voce, nella pubblicità deve essere indicato il prezzo più alto e quello più basso con lo stesso rilievo tipografico ».

ALIVERTI. Potrebbe essere opportuno inserire allora dopo la parola: « presentate » l'avverbio: « graficamente ».

PRESIDENTE. L'onorevole Aliverti ha presentato il seguente emendamento: *dopo la parola: « presentate », inserire la parola: « graficamente ».*

CACCIA. Ritiro allora il mio emendamento, signor Presidente.

PRESIDENTE. Pongo in votazione l'emendamento Aliverti.

(*È approvato*).

Pongo in votazione l'articolo 9 con la modifica testè apportata.

(*È approvato*).

Do lettura dell'articolo successivo che, non essendo stati presentati emendamenti, porrò direttamente in votazione:

##### ART. 10.

« Le merci offerte nelle vendite regolate dalla presente legge debbono essere separate in modo chiaro ed inequivoca-

VIII LEGISLATURA — DODICESIMA COMMISSIONE — SEDUTA DEL 20 DICEMBRE 1979

bile 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 praticino prezzi di vendita diversi a seconda della varietà degli articoli che rientrano in tale voce, nella pubblicità deve essere indicato il prezzo più alto e quello più basso con lo stesso rilievo tipografico.

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

Per merci offerte in vendita a « prezzo di costo » o « sotto costo », si intendono quelle il cui prezzo di vendita è rispettivamente uguale o inferiore a quello risultante dalle fatture di acquisto, comprensivo dell'imposta sul valore aggiunto ».

(È approvato).

Do lettura dell'articolo successivo:

#### ART. 11.

« I prezzi pubblicizzati devono essere praticati nei confronti dei compratori, senza limitazioni di quantità e senza abbinamento di vendite, fino all'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 ».

Gli onorevoli Aristide Tesini, Aliverti e Trebbi Aloardi Ivanne hanno presentato il seguente emendamento:

*aggiungere, in fine, il seguente comma:*

« Le comunicazioni al Comune previste dagli articoli 7, secondo comma e 8, primo comma, non sono necessarie nel caso di vendita per corrispondenza, di cui al-

l'articolo 36 della legge 11 giugno 1971, n. 426 ».

RUSSO FERDINANDO, *Sottosegretario di Stato per l'industria, il commercio e l'artigianato*. Il Governo è favorevole all'emendamento.

PRESIDENTE. Lo pongo in votazione.

(È approvato).

Pongo in votazione l'articolo 11 nel suo complesso, con la modifica testè appor-tata.

(È approvato).

Do lettura dell'articolo successivo:

#### ART. 12.

« I membri dei corpi di vigilanza del comune, muniti dell'apposita tessera di riconoscimento, hanno facoltà di accedere ai punti di vendita per effettuare qualsiasi controllo e possono avvalersi, per tale incarico, di periti ed esperti iscritti negli appositi albi istituiti presso i competenti tribunali.

I periti ed esperti, oltre che di un documento di riconoscimento, devono essere muniti di una lettera di incarico rilasciata dal comune competente. Nella lettera deve essere indicata la ditta nei cui confronti viene esercitato il controllo ».

Gli onorevoli Aristide Tesini, Aliverti e Trebbi Aloardi Ivanne hanno presentato il seguente emendamento:

*al primo comma, sostituire le parole: « qualsiasi controllo » con le parole: « i relativi controlli ».*

Lo pongo in votazione.

(È approvato).

Pongo in votazione l'articolo 12 nel suo complesso, con la modifica testè appor-tata.

(È approvato).

VIII LEGISLATURA — DODICESIMA COMMISSIONE — SEDUTA DEL 20 DICEMBRE 1979

Do lettura dell'articolo successivo:

TITOLO V  
SANZIONI

ART. 13.

« Chiunque viola le disposizioni della presente legge è soggetto ad una sanzione amministrativa consistente nel pagamento di una somma di denaro da lire 200.000 a lire 2.000.000.

La sanzione di cui al comma precedente viene irrogata con la procedura prevista dalla legge 24 dicembre 1975, n. 706.

Nei casi di recidiva il sindaco dispone la chiusura del punto di vendita per un periodo non superiore ai 20 giorni ».

GRASSUCCI. Il gruppo comunista si asterrà dalla votazione dell'articolo 13.

PRESIDENTE. Pongo in votazione l'articolo 13, di cui ho dato poc'anzi lettura.

(È approvato).

Do lettura dell'articolo successivo che, non essendo stati presentati emendamenti, porrò direttamente in votazione:

ART. 14.

« È abrogato il regio decreto-legge 19 gennaio 1939, n. 294, convertito nella legge 2 giugno 1939, n. 739 ».

(È approvato).

Passiamo quindi alle dichiarazioni di voto.

ALIVERTI. Desidero illustrare il voto favorevole del gruppo della democrazia cristiana alla proposta di legge in esame con tre ordini di considerazioni.

Il primo riguarda la tutela del consumatore nella accezione più ampia: il libero gioco della concorrenza deve scrupolosamente attenersi alle regole fondamentali

dell'economia, che non consentono di barare. Le vendite di liquidazione, straordinarie e speciali, oltre agli smaltimenti dell'inventario per fine stagione, non possono che avvenire nell'ambito e nel rispetto delle leggi che, nella fattispecie, difettano nel nostro sistema legislativo regolato solo parzialmente dal regio decreto 19 gennaio 1939, n. 294.

Il secondo ordine di considerazioni attiene all'integrazione, che con l'atto presente si compie, della legge fondamentale del commercio, la legge n. 426 del 1971: carente delle disposizioni oggi approvate la suddetta legge viene infatti finalmente ad essere integrata da una normativa indispensabile perché l'attività commerciale possa compiere un ulteriore sviluppo di qualità e maturità professionale.

Infine, il terzo ed ultimo ordine di considerazioni si riferisce alla convinzione, ulteriormente acquisita in questa sede, di un necessario ripensamento di tutte le normative attualmente in essere sulle attività commerciali: l'evoluzione che il mercato ha imposto, l'esigenza di professionalità non formale ma sostanziale, il rapido adeguamento alle esigenze del mondo del lavoro e del consumatore postulano l'adozione di leggi-quadro e l'intervento più puntuale e integrato delle autorità locali. Se sono maturi i tempi, occorrerà aprire un confronto fra le forze imprenditoriali, sociali e politiche al fine di attuare quegli aggiustamenti qualitativi già attuati da tempo in altri paesi europei.

È evidente, quindi, che il voto favorevole a questa proposta di legge non vuol significare la conclusione del discorso, ma l'augurio che si avvii quel processo di revisione dell'intera materia che tutte le parti politiche auspicano.

GRASSUCCI. Il gruppo comunista ha già espresso la volontà di votare a favore di questo provvedimento che, senz'altro, tutelerà il consumatore garantendolo sulla qualità, sul prezzo e sui ribassi dei prodotti soggetti a particolari forme di vendita. C'è, finalmente, una normativa in materia e gli enti locali potranno verificarne e controllarne l'attuazione.

Con questa proposta di legge i commercianti che operano onestamente saranno difesi dalla concorrenza sleale e gli operatori vedranno premiata la loro professionalità, ma, soprattutto, si compie un primo passo verso quella completa revisione in materia di commercio che appare sempre più indilazionabile. Sono maturi i tempi per attuare un tipo di intervento nel settore commerciale che sia profondamente diverso dal passato, basato, cioè, non su questioni normative e finanziarie o di sostegno agli investimenti, ma su una articolazione più ampia e completa nell'ottica di una reale programmazione.

Esprimo l'augurio che nelle prossime settimane si riesca a concordare con il Governo una linea di intervento nel settore che ci consenta di superare ogni visione di parziale approccio e di riforma settoriale per imboccare, invece, la strada di una completa rielaborazione della normativa esistente, che porti alla formulazione di una legge quadro in grado di riordinare tutto il settore commerciale.

Sarebbe opportuno, inoltre, elaborare un piano nazionale che dia indicazioni di massima agli operatori, alle regioni ed agli enti locali in genere, prevedendo altresì l'opportunità di uno sforzo finanziario adeguato, essendo state esaurite, ormai da un anno, le disponibilità per la concessione di credito agevolato al commercio.

**RUSSO FERDINANDO**, *Sottosegretario di Stato per l'industria, il commercio e l'artigianato*. Il Governo è senz'altro disponibile ad accogliere l'invito rivolto ad attivare tutti gli strumenti di cui dispone al fine di operare quelle riforme nel settore commerciale che tutti auspicano e che l'esecutivo non può far altro che condividere. E del resto, è stato questo l'impegno già assunto nei giorni scorsi con le organizzazioni sindacali delle categorie interessate in occasione della firma del contratto di lavoro degli addetti al commercio, contratto che è stato reso possibile anche grazie agli impegni assunti dal Governo, il quale ha anche approntato alcuni strumenti di indagine che permettano

di operare in vista di alcune riforme quanto mai attuali nel settore: mi riferisco, in particolare, alle leggi per i mercati all'ingrosso, alimentari e no, al problema delle camere di commercio, nonché al finanziamento della legge n. 517 del 1975.

**PRESIDENTE**. La proposta di legge sarà immediatamente votata a scrutinio segreto.

Chiedo, in caso di approvazione, di essere autorizzato a procedere al coordinamento formale del testo.

Se non vi sono obiezioni, rimane così stabilito.

*(Così rimane stabilito).*

#### **Votazione segreta.**

**PRESIDENTE**. Indico la votazione a scrutinio segreto della proposta di legge esaminata nella seduta odierna.

*(Segue la votazione).*

Proposta di legge Tesini Aristide ed altri: Disciplina delle vendite straordinarie e di liquidazione (405):

Presenti e votanti . . . . .	26
Maggioranza . . . . .	14
Voti favorevoli . . . . .	24
Voti contrari . . . . .	2

*(La Commissione approva).*

*Hanno preso parte alla votazione:*

Abete, Aliverti, Amabile, Bassetti, Boggio, Brini, Broccoli, Cacciari, Cappelli, Cappelloni, Catalano, Ceni, Cerrina Feroni, Citaristi, Dujany, Fioret, Grassucci, Laforgia, Marraffini, Moro, Olivi, Proietti, Pugno, Sangalli, Tesini Aristide, Trebbi Aloardi Ivanne.

**La seduta termina alle 14,45.**

**IL CONSIGLIERE CAPO SERVIZIO  
DELLE COMMISSIONI PARLAMENTARI  
DOTT. TEODOSIO ZOTTA**