



Comunicazione vendite straordinarie

Descrizione

Per vendite straordinarie si intendono quelle effettuate a prezzi favorevoli e sono:

- vendite sottocosto
- vendite di liquidazione
- vendite di fine stagione (saldi)
- vendite promozionali

Durante queste vendite il negoziante offre reali ed effettive condizioni favorevoli di acquisto dei propri prodotti. Le disposizioni sulle vendite straordinarie si applicano:

- alle attività di vendita al dettaglio;
- 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.

Le tipologie e le modalità di effettuazione delle medesime sono contenute nella [Legge regionale 5/2006 art.7](#), nell'art. 15 del [Decreto Legislativo 114/98](#) e per le sole vendite sottocosto il D.P.R. 6 aprile 2001, n. 218

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

Vendite di fine stagione (saldi)

I saldi rientrano nella definizione di vendite straordinarie, come le vendite in liquidazione e le vendite promozionali: il negoziante offre a condizioni favorevoli, reali ed effettive, l'acquisto dei propri prodotti.

I saldi (o vendite di fine stagione) riguardano i prodotti di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non sono venduti entro un certo periodo.

Consistono, quindi, in una vendita praticata in previsione del rinnovo stagionale dell'assortimento del venditore, mediante lo smaltimento accelerato della merce tramite la riduzione dei prezzi dei prodotti.

E' importante ricordare che gli artt. 128 e ss. del Codice del Consumo, relativi alla vendita dei beni di consumo, si applicano anche ai beni oggetto di vendita straordinaria.

In particolare, il venditore ha l'obbligo di consegnare al consumatore beni conformi al contratto di vendita ed è responsabile per qualsiasi difetto di conformità esistente al momento della consegna. Pertanto, qualora il bene acquistato durante una vendita di fine stagione o una vendita promozionale sia difettoso, il consumatore ha diritto di chiedere, a sua scelta, al venditore la riparazione o la sostituzione del bene, in entrambi i casi senza spese e, se tali rimedi sono impossibili o eccessivamente onerosi, può chiedere, sempre a sua scelta, una congrua riduzione del prezzo o la risoluzione del contratto.

Le norme richiamate si applicano anche alla vendita di beni usati, tenuto conto del tempo del pregresso utilizzo, limitatamente ai difetti non derivanti dall'uso normale della cosa (art. 128, ult. comma, codice del consumo).

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 alimentari, dei prodotti per l'igiene della persona e per l'igiene della casa possono essere effettuate in qualunque periodo dell'anno. Per effettuare una vendita promozionale non occorre presentare alcuna comunicazione al Comune.

Vendite sottocosto

Per vendita sottocosto si intende “la vendita al pubblico di uno o più prodotti effettuata a 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” (art. 15, comma 7, d.lgs. 31 marzo 1998, n. 114).

La definizione di cui sopra fa riferimento al prezzo effettivamente praticato ai consumatori alle casse, che può differire rispetto al prezzo di vendita al pubblico di un prodotto.

Sono ammessi nel computo delle vendite sottocosto esclusivamente le contribuzioni e gli sconti documentati riconducibili al prodotto, mentre sono escluse alcune tipologie di sconti quali ad esempio:

- gli sconti, non riferibili a un singolo prodotto, che mirano al raggiungimento di un certo fatturato alla fine dell'anno;
- gli sconti e le contribuzioni collegati all'acquisto da parte del fornitore di spazi privilegiati nei punti di vendita;
- gli sconti derivanti da forme di cooperazione commerciale fra fornitori e distributori, salvo che non siano stati espressamente considerati riconducibili al prodotto nell'accordo stipulato.

Le vendite sottocosto sono soggette ad alcune limitazioni. Esse, infatti, devono essere comunicate al Comune dove è ubicato l'esercizio almeno dieci giorni prima dell'inizio e possono essere effettuate solo tre volte nel corso di ogni anno solare. Ogni vendita sottocosto non può avere una durata superiore a dieci giorni e tra una vendita e l'altra deve decorrere un periodo di almeno venti giorni, salvo che per la prima vendita sottocosto effettuata nell'anno.

Il Ministero dell'Industria ha specificato che, ai fini del computo dei giorni, sono da escludersi i periodi di chiusura dell'esercizio commerciale (le domeniche, le festività e, ove previste dal Comune, le mezze giornate di chiusura infrasettimanale).

Inoltre il numero delle referenze oggetto di ciascuna vendita non può essere superiore a cinquanta. Il termine referenza deve essere inteso come sinonimo di prodotto, individuabile in relazione alla tipologia, alla quantità ed eventualmente alla marca del medesimo.

La normativa pone inoltre un limite relativo agli esercizi che si pongono, in un determinato ambito territoriale, in una posizione dominante rispetto ai concorrenti. Sono infatti vietate le vendite sottocosto effettuate 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.

Per gruppo si intende una pluralità di imprese commerciali, controllate o collegate, o all'interno della quale vi sia comunque la possibilità di stabilire politiche comuni di prezzo.

Tipologie di vendita escluse dalla normativa sul sottocosto

- Il commercio all'ingrosso, in quanto le vendite non sono effettuate al pubblico ma rivolte ad altri commercianti.
- Gli spacci interni (art. 16, d.lgs. 114/98) "a favore di dipendenti da enti o imprese, pubblici o privati, di militari, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole e negli ospedali esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi" in quanto la disciplina sul sottocosto si applica agli esercenti che effettuano la vendite al pubblico
- Le forme speciali di vendita di cui agli artt. 17, 18 e 19 del decreto n. 114/98 (vendite al dettaglio di prodotti per mezzo di apparecchi automatici, presso il domicilio dei consumatori, per corrispondenza o tramite televisione o altri mezzi di comunicazione, ivi compreso il commercio elettronico) in quanto, non esistendo un locale di vendita, non risulta applicabile il divieto di superare un certo limite di superficie nell'ambito della provincia
- Gli esercenti il commercio su aree pubbliche (art. 1, comma 9, d.p.r. 6 aprile 2001, n. 218)

In deroga alle norme sopra indicate (durata, preventiva comunicazione, rilevanza delle superfici ecc.) è sempre consentito effettuare la vendita sottocosto:

- dei prodotti alimentari freschi e deperibili;
- 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;

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

È inoltre 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;
- apertura di un nuovo esercizio commerciale; di avvenuta ristrutturazione totale dei locali anche qualora si sia proceduto, prima della ristrutturazione, alla vendita di liquidazione;
- modifica e integrazione dell'insegna tali da incidere sul carattere individuante della stessa.

Ai fini della garanzia della tutela e della corretta informazione del consumatore il d.p.r. 218/01 prevede inoltre che, anche nel caso di messaggi pubblicitari all'esterno o all'interno del locale, vengano chiaramente e inequivocabilmente indicati i prodotti oggetto di vendita sottocosto, il quantitativo disponibile per ciascuna referenza e il periodo di svolgimento della vendita. È inoltre prevista specifica indicazione dei prodotti difettati o tecnologicamente obsoleti.

All'interno dell'esercizio commerciale tali prodotti devono essere inequivocabilmente identificabili. Pur non essendo prevista la necessità di separazione rispetto agli altri prodotti in vendita alle condizioni normali, vale la pena evidenziare che l'inequivocabilità è direttamente correlata al posizionamento dei prodotti all'interno dell'esercizio: questi ultimi non devono essere confusi dal consumatore con il resto dell'assortimento dei prodotti in vendita.

L'Osservatorio Nazionale, istituito presso il Ministero del Commercio ai sensi dell'articolo 6 comma 1 lettera g) del decreto legislativo 114/1998, è incaricato del monitoraggio sugli effetti dell'applicazione delle norme sulle vendite sottocosto.

Prescrizioni

Nelle vendite straordinarie devono essere indicati obbligatoriamente il prezzo normale di vendita iniziale e lo sconto o il ribasso espresso in percentuale.

I messaggi che pubblicizzano i saldi devono essere presentati in modo non ingannevole per il consumatore.

L'operatore commerciale ha l'obbligo di fornire informazioni veritiere sugli sconti o ribassi praticati, sia nelle comunicazioni pubblicitarie sia nella indicazione dei prezzi nei locali di vendita

Le merci oggetto delle vendite straordinarie devono essere fisicamente separate da quelle eventualmente poste in vendita alle condizioni ordinarie. Nel caso non sia possibile, l'operatore

commerciale deve indicare, con cartelli o altri mezzi idonei, le merci che non sono oggetto delle vendite straordinarie, sempre che ciò possa essere fatto in modo inequivoco e non ingannevole per il consumatore. In caso contrario, non possono essere poste in vendita merci a condizioni ordinarie

Nel corso di vendite straordinarie il rivenditore è comunque tenuto a sostituire i prodotti difettosi o a rimborsarne il prezzo pagato.

Modalità di presentazione delle pratiche

La comunicazione, con i relativi allegati **devono essere presentati al SUAP del Comune di Lodè in modalità telematica attraverso il portale www.sardegناسuap.it**;

Dove rivolgersi

Comune di Lodè - SUAP – Sportello Unico per le Attività Produttive – Responsabile SANNA Agostino

Indirizzo: Corso Villanova 8, 08020 Lodè (NU)

Orario: Dal lunedì al venerdì dalle ore 11,00 alle ore 13,00.

Telefono: 0784 898018 - 0784 898016 Fax: 0784 899627

Indirizzo e-mail : agosanna@tiscali.it

Posta elettronica certificata: suap@pec.comune.lode.nu.it

Modulistica

<http://www.sardegناسuap.it/>

Normativa

- [D.P.R. 6 aprile 2001, n. 218](#) Regolamento recante disciplina delle vendite sottocosto, a norma dell'articolo 15, comma 8, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114. <http://www.normattiva.it/uri->
- [D.Lgs 31 marzo 1998 n. 114](#) - Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59.
- [L.R. n°5 del 18.05. 2006 e s.m.i.](#) Disciplina generale delle attività commerciali.
- Direttive in materia di SUAP - DGR n. 39_55 del 23 settembre 2011. http://www.sardegناسuap.it/documenti/8_362_20111004103630.pdf