

***DPR n. 218/2001 – Modalità di comunicazione delle Vendite Sottocosto da effettuare presso un esercizio commerciale ex art. 15 commi 7 e 8 D.Lgs n. 114/1998 (Riforma del commercio)***

La Direzione, in risposta al quesito di un Comune cui è pervenuta **Comunicazione redatta su un modello diverso da quello in vigore per le vendite sottocosto** (v. Circolare ministeriale n. 3550/2002) e **non contenente l'indicazione dei prezzi di acquisto e/o della relativa documentazione fiscale, nonché del numero di pezzi disponibili per ogni referenza** da vendere sottocosto, ha ribadito quanto segue:

1. in base alla nota ministeriale n. 16116/2008, **la documentazione fiscale** concernente l'acquisto dei prodotti messi in vendita sottocosto **non è esplicitamente prevista** dalla vigente regolamentazione (v. DPR 218/01 in epigrafe), pertanto l'esercente non è tenuto ad allegarla in sede di Comunicazione;
2. **l'uso di moduli differenti da quelli elaborati dal dicastero** per snellire le vendite sottocosto **non è sanzionabile, né inficia in alcun modo la Comunicazione** in esame, ferme restando le pene pecuniarie applicabili nei soli casi di violazione dell'obbligo di informazione nei confronti dei consumatori (da € 500 a € 3.000);
3. si precisa al riguardo che **l'indicazione relativa al quantitativo disponibile** per ogni prodotto offerto sottocosto, di cui il Comune interpellante lamenta la carenza, **è prescritta al titolare nel solo caso di messaggi pubblicitari posti all'esterno o all'interno del locale commerciale** [art. 3 comma 1 lettera a) DPR 218].

**L. n. 287/1991 – Somministrazione di alimenti e bevande al Pubblico**

Il Ministero, su apposita richiesta di un Ente locale, ha confermato che **la transitoria assenza del provvedimento di programmazione** recante i parametri numerici ai fini della somministrazione in epigrafe **non esonera il Comune dal rilasciare nuove autorizzazioni**, purché sussistano tutte le ulteriori condizioni prescritte dal legislatore.

Nella fattispecie la Direzione ritiene che eventuali inadempienze o ritardi amministrativi, come avvalorato da folta giurisprudenza in materia, non debbano gravare in alcun modo sull'attività delle nuove aziende né sui consumatori finali di alimenti e bevande.

**Pertanto il Comune interpellante**, nelle more dell'intervenuta scadenza del triennio di validità del precedente provvedimento di programmazione, **è tenuto al rilascio delle predette autorizzazioni**.

Tuttavia, è evidenziata anche **l'esigenza che il nuovo provvedimento venga predisposto in conformità al vigente art. 3 comma 1 lettera d) DL n. 223/2006** e successive modificazioni (), a norma del quale *"...le attività di somministrazione di alimenti e bevande sono svolte senza i seguenti limiti e prescrizioni: ...il rispetto di limiti riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale sub regionale"*.

In merito alla corretta interpretazione ed applicazione della disposizione appena citata **il Consiglio di Stato, con Sentenza n. 2808/2009**, ha affermato quanto segue:

- **la tutela di una quota di mercato** in favore degli esercizi esistenti non è valore equiparabile al principio di libera iniziativa economica e pertanto **non è sufficiente a giustificare l'eventuale esigenza di interventi limitativi**;
- **è inammissibile altresì una programmazione fondata sull'indicazione di un numero di esercizi correlato al numero degli abitanti**, poiché si rivelerebbe in contrasto con il divieto alle pubbliche amministrazioni di incidere sull'equilibrio tra domanda ed offerta, così come disposto dal DL 223/06 in attuazione del principio di libera concorrenza (v. TAR Lombardia, Sentenza n. 6259/2007).

**Risoluzione 19.06.2009 - n. 56750*****Interpretazione ed applicazione degli articoli 14 e 16 del D.Lgs n. 206/2005 (Codice consumo)***

La Direzione, in risposta ad un quesito circa la disciplina della duplice indicazione del prezzo prevista dal D.Lgs n. 84/2000 (Attuazione direttiva 98/6/CE), confluito come è noto nelle disposizioni del Codice in epigrafe, chiarisce che **in relazione al commercio dei prodotti di drogheria** (detersivi, ammorbidenti, smacchianti, shampoo ecc.) **gli esercenti non sono esonerati dall'obbligo di indicare il prezzo per unità di misura** accanto al prezzo di vendita.

Premesso che la particolare composizione chimica di tali generi non può legittimarne l'esenzione dalla regola generale della "doppia indicazione", tesa a dotare il consumatore di un valido strumento di confronto tra più prodotti appartenenti alla stessa categoria, si precisa che gli stessi **non risultano essere espressamente inclusi tra i prodotti "in deroga" di cui all'art. 16 comma 1** del Codice del Consumo (mere eccezioni alla predetta regola).

**Pertanto i richiamati prodotti di drogheria si ritengono assoggettati**, in mancanza di specifica esenzione, **al principio generale sul carattere obbligatorio dell'indicazione del prezzo per unità di misura riferito al bene in vendita considerato nel suo complesso**. Il fatto che svariati prodotti risultino costituiti da diversi elementi (prodotti c.d. "combinati"), non implica dunque un difetto di comparabilità tale da esonerare il commerciante dall'obbligo di informare correttamente i consumatori.

**L'eventuale esenzione** per i prodotti in esame dall'obbligo di indicare il prezzo per unità di misura **potrà essere valutata dal dicastero in sede di attuazione dell'art. 16 comma 2 del Codice**, che così recita: *"Il Ministro dello sviluppo economico, con proprio decreto, può aggiornare l'elenco delle esenzioni di cui al comma 1, nonché indicare espressamente prodotti o categorie di prodotti non alimentari ai quali non si applicano le predette esenzioni"*.

***Indicazione e calcolo del prezzo per unità di misura in caso di vendita promozionale.***

Il Ministero è stato parimenti interpellato circa la sopra citata disciplina dettata dal Codice del consumo in merito alla duplice indicazione del prezzo, con particolare attenzione ad una **vendita promozionale in cui l'esercente dettagliante prospetta condizioni favorevoli per l'acquisto dei prodotti, reali ed effettive** (art. 15 D.Lgs. 114/1998).

Orbene, **si ritiene che nella fattispecie il predetto obbligo di indicare il prezzo per unità di misura a tutela dei consumatori debba essere riferito:**

1. **al prezzo pieno del prodotto ed alla quantità totale** contenuta nella confezione oggetto di vendita promozionale;
2. **al prezzo scontato ed alla quantità di prodotto al netto dell'offerta in omaggio**, precisata sulla confezione.

**Tuttavia la Direzione**, visto il principio comunitario che permette di limitare il numero dei prezzi da indicare per ogni prodotto al fine di non confondere il consumatore e considerato il carattere temporaneo delle vendite promozionali, **reputa sufficiente riportare il prezzo pieno di vendita, la quantità effettiva del prodotto, il prezzo di unità di misura a questo riferito, il prezzo scontato e la percentuale di sconto** (oltre eventuali indicazioni di marketing).

**NB: L'esercente potrà altresì indicare**, ove sia possibile senza generare confusione nel consumatore, **il prezzo per unità di misura riferito al prezzo di vendita realmente praticato (vale a dire scontato).**