

# COMUNE DI AGROPOLI

PROVINCIA DI SALERNO



## REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA DELLO SVOLGIMENTO DELLE VENDITE STRAORDINARIE

*Approvato con deliberazione del Consiglio Comunale n. 71 in data 22 novembre 2003*

### **Articolo 1 Oggetto, definizioni**

L'Amministrazione Comunale del Comune di Agropoli, nel rispetto dell'art. 15 del D.lgs 114/98 tenuto conto dell'art. 20 della legge regionale n. 1 del 10 gennaio 2000 così come modificato dalla legge regionale n. 13 del 4 luglio 2003 e del D.P.R. 6 aprile 2001 n. 218, disciplina attraverso apposito Regolamento le vendite straordinarie all'interno del proprio territorio, sentite le organizzazioni dei consumatori e delle imprese di commercio.

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

Rientrano, pertanto, nella definizione di cui al primo comma, ai sensi dell'art. 15 del D.lgvo n. 114 del 31 marzo 1998, le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione (saldi), le vendite promozionali.

### **Articolo 2 Vendite di liquidazione**

Le vendite di liquidazione definite dall'art. 15, comma 2, del D.Lgs n. 114/98 e dall'art. 20 comma 1 della L.R. n. 1/2000 così come modificato dalla L.R. 13/2003 sono effettuate al fine di esitare in breve tempo tutte le merci, presentando al consumatore l'acquisto come occasione particolarmente favorevole, reale ed effettiva, a seguito di:

- a) *cessazione dell'attività commerciale;*
- b) *cessione dell'azienda commerciale;*
- c) *trasferimento di sede dell'azienda;*
- d) *trasformazione o rinnovo dei locali.*

Tutte le vendite di liquidazione possono essere effettuate in qualsiasi periodo dell'anno, salvo quanto disposto dal successivo comma 3);

Le vendite di liquidazione, ad eccezione della vendita di liquidazione per cessazione dell'attività sempre liberamente praticabile, non possono essere effettuate nei quaranta giorni antecedenti e successivi alle date ufficiali di inizio e fine delle vendite di fine stagione..

La durata della vendita di liquidazione risulta relativamente al motivo della vendita così fissata:

- *Cessazione dell'attività: mesi tre*
- *Cessione di azienda: mesi tre*
- *Trasferimento di sede: mesi due, non prorogabili;*
- *Trasformazione o rinnovo locale: mesi uno, non prorogabile;*

In caso di operazioni di rinnovo dei locali di minore entità per le quali non è previsto alcun adempimento presso i Servizi Tecnici la vendita di liquidazione potrà essere effettuata solo a fronte di temporanea sospensione dell'attività necessaria per effettuare l'intervento di non meno di giorni 20;

L'operatore commerciale che intende effettuare una vendita di liquidazione è tenuto a darne comunicazione al Comune ove ha sede il punto vendita, almeno quindici giorni prima della data di inizio della vendita stessa sull'apposita modulistica allegata al presente regolamento con la lettera A).

La comunicazione deve contenere le seguenti indicazioni:

- a) *L'ubicazione dell'esercizio nel quale viene effettuata la vendita;*
- b) *La data di inizio e quella di fine della vendita;*
- c) *Le merci poste in vendita distinte per voci merceologiche con l'indicazione della quantità delle stesse;*

- d) *Il motivo della liquidazione e gli estremi di presupposto, secondo il disposto del comma 4 del presente articolo;*
- e) *Gli estremi di presupposto da indicare relativamente al motivo della vendita possono essere i seguenti:*
- a. **Cessazione dell'attività**, da documentarsi tramite produzione della comunicazione di cessata attività redatta sulla modulistica ministeriale per gli esercizi di vicinato, ovvero dell'atto di rinuncia all'autorizzazione per le medie e le grandi strutture di vendita; nel caso di vendite di liquidazione per cessazione attività o per cessione di azienda il titolare delle attività, per un periodo di almeno centottanta giorni successivi alla vendita di liquidazione non può aprire un nuovo esercizio dello stesso settore merceologico nei medesimi locali.
  - b. **Cessione di azienda**, da documentarsi tramite atto pubblico di cessione, nonché tramite produzione della comunicazione di cessazione dell'attività redatta sulla modulistica ministeriale. Non è consentita l'effettuazione delle vendite di liquidazione nell'ipotesi di cessione dell'azienda nei casi in cui la cessione avvenga tra aziende controllate o collegate, così come definite dall'art. 2359 del Codice Civile;
  - c. **Trasferimento di sede**, da documentarsi tramite produzione della comunicazione di trasferimento sede redatta sulla modulistica ministeriale ovvero all'autorizzazione al trasferimento per le medie e grandi strutture di vendita;
  - d. **La trasformazione o il rinnovo dei locali**, da documentarsi tramite la documentazione prodotta agli/dagli uffici del Servizio Edilità e Urbanistica (concessione/autorizzazione edilizia; DIA ecc), a fronte di sostanziale investimento per l'unità produttiva oggetto di vendita di liquidazione devono comportare l'esecuzione di rilevanti lavori di ristrutturazione, ovvero di manutenzione ordinaria e straordinaria dei locali di vendita, relative ad opere strutturali, all'installazione o alla sostituzione di impianti tecnologici e/o servizi, o del loro adeguamento alle norme vigenti.

Dall'inizio delle vendite di liquidazione è vietato introdurre nei locali e nelle pertinenze dell'esercizio di vendita merci del genere di quelle offerte in liquidazione, siano esse acquistate o acquisite ad altro titolo, anche in conto deposito.

### **Articolo 3 Vendite di fine stagione**

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

Per prodotti a carattere stagionale o di moda, suscettibili di deprezzamento se non venduti entro un determinato periodo di tempo e che possono essere oggetto di vendita di fine stagione si intendono:

- a) *i generi di vestiario e abbigliamento in genere;*
- b) *gli accessori di abbigliamento e la biancheria intima;*
- c) *le calzature, pelletterie, articoli di valigeria e da viaggio;*
- d) *articoli sportivi;*
- e) *le confezioni ed i prodotti legati a particolari festività al termine delle stesse e comunque i prodotti appartenenti a qualsiasi genere merceologico, non alimentare, che in ragione della stagionalità, del cambiamento di linea del prodotto, per sopravvenuta modifica o innovazione tecnologica o ipotesi similari, possono contribuire a determinare un abbassamento di domanda del prodotto e quindi conseguente deprezzamento dello stesso.*

Tali vendite devono essere presentate a pubblico come tali e possono essere effettuate nel periodo e secondo le modalità annualmente stabilite dall'assessore regionale al commercio almeno con quaranta giorni di anticipo.

Le vendite di fine stagione devono essere precedute da comunicazione da effettuarsi al Comune di Agropoli, in carta libera, a cura del titolare dell'esercizio commerciale, almeno 5 giorni prima della data di inizio delle vendite, sull'apposita modulistica allegata al presente regolamento con la lettera B).

La comunicazione deve contenere le seguenti indicazioni:

- a) *l'ubicazione dell'esercizio nel quale viene effettuata la vendita di fine stagione. Qualora questa non fosse individuata, si intende essere quella di vendita già oggetto di autorizzazione o di comunicazione.*

#### **Articolo 4 Vendite promozionali**

Le vendite promozionali possono svolgersi per periodi di tempo limitato.

Nell'ambito del territorio di Agropoli la durata di detto periodo è fissato in due settimane, e possono essere effettuate per sole due volte nell'anno solare da ogni singola impresa commerciale.

Le vendite promozionali non possono essere effettuate nel mese di dicembre e nei quaranta giorni antecedenti e successivi alle date ufficiali di inizio e fine delle vendite di fine stagione..

In nessun caso le vendite promozionali possono essere effettuate per una durata continuativa superiore a 20 giorni..

Le vendite promozionali dei prodotti alimentari e dei prodotti per l'igiene della persona e della casa, nonché tutti quei prodotti che non sono di carattere stagionale, di moda e che non sono suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono esitati in un breve periodo o stagione, possono essere effettuate in qualsiasi periodo dell'anno.

L'operatore commerciale che intende effettuare una vendita promozionale è tenuto a darne comunicazione al Comune con lettera raccomandata in carta libera almeno 10 giorni prima della data di inizio della vendita medesima sull'apposita modulistica allegata al presente regolamento con la lettera C). Tale comunicazione dovrà indicare l'ubicazione dei locali ove viene effettuata la vendita, la data di inizio e quella della cessazione della promozione e la percentuale di sconto o di ribasso praticate sul normale prezzo di vendita. La stessa dovrà essere esposta al pubblico in maniera visibile, nei locali destinati alla vendita.

Le vendite promozionali dei prodotti alimentari e dei prodotti per l'igiene della persona (inclusi quelli di profumeria e di cosmesi) non sono soggetti alla comunicazione al Comune.

#### **Articolo 5 Vendite sottocosto**

La vendita sottocosto, disciplinata dal D.P.R. n. 218 del 6 aprile 2001, è una modalità di effettuazione delle vendite di cui all'art. 15, comma 1, del D.Lgvo n. 114/1998.

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 del valore aggiunto o di ogni altra imposta o tassa connessa alla natura del prodotto e diminuito degli eventuali sconti o contribuzioni riconducibili al prodotto medesimo purchè documentati.

Devono intendersi riconducibili al costo del prodotto, purchè documentati, solo gli sconti e le contribuzioni espressamente previsti come tali. Quindi solo gli sconti e le contribuzioni espresse in valore assoluto o percentuale, quali risultanti in fattura, nonché gli sconti e le contribuzioni fuori fattura riconducibili al prodotto specifico per espresso e preventivo accordo fra fornitore e distributore, purchè documentati. Per ciò che concerne il prezzo di

acquisto, quindi, assumono rilievo gli sconti e le contribuzioni fuori fattura, solo se imputabili direttamente ed esclusivamente al prodotto interessato.

La disciplina sul sottocosto si applica a tutti gli esercenti che effettuano vendita al pubblico, tranne:

- *chi effettua commercio all'ingrosso;*
- *spacci interni;*
- *vendita al dettaglio per mezzo di apparecchi automatici;*
- *commercio elettronico;*
- *vendita presso il domicilio dei consumatori;*
- *esercenti il commercio su aree pubbliche.*

Per prezzo di vendita al pubblico, ossia il prezzo rispetto al quale effettuare il raffronto per verificare se trattasi di vendita sottocosto, deve intendersi il prezzo del prodotto effettivamente praticato alle casse ( che può essere diverso da quello indicato o pubblicizzato sul prodotto)

E' vietata la vendita sottocosto da parte di un esercizio commerciale che, da solo o congiuntamente a quelli dello stesso gruppo di cui fa parte, detiene una quota superiore al 50% della superficie di vendita complessiva esistente nel territorio della provincia ove ha sede l'esercizio, con riferimento al settore merceologico di appartenenza.

Per superficie di vendita complessiva esistente nel territorio della provincia si intende quella appartenente a tutte le tipologie di esercizi previsti dal D.Lgs n. 114/1998 (vicinato, medie e grandi strutture, centro commerciale); deve quindi essere rilevabile il dato relativo al numero di metri quadri della superficie di vendita esistente (in quanto attivata) a livello provinciale per settore merceologico alimentare e non alimentare.

La vendita sottocosto:

- *deve essere comunicata al Comune almeno 10 giorni prima dell'inizio;*
- *può essere effettuata solo tre volte nel corso dell'anno;*
- *non può essere effettuata nel mese di dicembre e nei quaranta giorni antecedenti e successivi alle date ufficiali di inizio e fine delle vendite di fine stagione*
- *non può essere effettuata se non è decorso almeno un periodo pari a 20 giorni salvo che per la prima vendita sottocosto dell'anno solare;*
- *ogni vendita non può avere durata superiore a 10 giorni (ai fini del computo dei gg. sono da escludersi i giorni di chiusura dell'esercizio commerciale: festività, domeniche ed eventuale chiusura infrasettimanale);*
- *il numero delle referenze oggetto di ogni vendita non può essere superiore a 50.*

La comunicazione dovrà essere inviata la Comune sull'apposita modulistica allegata al presente regolamento con la lettera D) e dovrà contenere le seguenti indicazioni:

- *data di inizio della citata vendita;*
- *durata;*
- *numero delle referenze oggetto delle vendite sottocosto;*
- *quante volte detta tipologia di vendita sia stata effettuata nel corso dell'anno di riferimento e, se è già stata effettuata una vendita sottocosto, il tempo di decorrenza dall'ultimazione della medesima; nel caso di referenze preconfezionate, il prodotto oggetto della vendita sottocosto individuabile in relazione alla marca, alla tipologia e alla quantità dello stesso ;*
- *in caso di referenze preincartate o sfuse il prodotto deve essere individuabile in relazione alla tipologia e quantità del medesimo.*

Nel caso in cui l'iniziativa riguardi più esercizi commerciali di una stessa catena, quest'ultima può presentare una sola comunicazione in nome di tutte le imprese commerciali ubicate nel Comune e partecipanti all'iniziativa.

E' comunque consentito effettuare la vendita sottocosto senza la preventiva comunicazione al Comune:

1. *dei prodotti alimentari freschi e deperibili (ossia quelli che risultano trovarsi nello stato precedente a quello nel quale si determinano rischi di deteriorabilità);*
2. *dei prodotti alimentari quando manchino meno di 3 giorni alla data di scadenza o meno di 15 giorni alla data del termine minimo di conservazione;*
3. *dei prodotti tipici delle festività tradizionali, qualora sia trascorsa la ricorrenza o la data della loro celebrazione;*
4. *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;*
5. *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 fatti accidentali nonché di quelli usati per dimostrazioni, mostre, fiere o prove o che, comunque, siano stati concretamente utilizzati prima della vendita;*
6. *di ricorrenza dell'apertura dell'esercizio commerciale;*
7. *della partecipazione al gruppo del quale l'esercizio fa parte, con cadenza almeno quinquennale;*
8. *di apertura di un nuovo esercizio commerciale;*
9. *di avvenuta ristrutturazione totale dei locali qualora si sia proceduto, prima della ristrutturazione, alla vendita di liquidazione;*
10. *di modifica o integrazione dell'insegna tali da incidere sul carattere individuante della stessa.*

Tutti gli esercenti che effettuino la vendita sottocosto devono garantire al consumatore una informazione chiara ed inequivocabile dei prodotti, del quantitativo disponibile per ogni referenza (è sufficiente indicare il quantitativo minimo disponibile) e del periodo temporale della vendita.

Devono inoltre essere note le circostanze che determinano la vendita:

1. *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;*
2. *prodotti il cui valore commerciale sia significativamente diminuito a causa dell'introduzione di nuove normative relative alla loro produzione e commercializzazione;*
3. *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 fatti accidentali*
4. *prodotti usati per dimostrazioni, mostre, fiere o prove che, comunque, siano stati concretamente utilizzati prima della vendita.*

I prodotti offerti in vendita sottocosto devono essere posti all'interno dell'esercizio commerciale in modo che sia consentita al consumatore la inequivocabile identificazione dei medesimi ( il consumatore deve essere messo in grado di capire che quel prodotto è

sottocosto, ciò però non significa che l'esercente debba prevedere uno scaffale solo per i prodotti sottocosto.

L'esercente è obbligato a rendere pubblica immediatamente l'impossibilità a rispettare per l'intero periodo preannunciato le condizioni di offerta pubblicizzate (tale obbligo può ritenersi soddisfatto mediante la pubblicizzazione, in maniera visibile, all'esterno e all'interno dell'esercizio commerciale dei prodotti esauriti).

### **Articolo 6 Indicazione dei prezzi**

I singoli prodotti, oggetto non equivoco delle vendite di liquidazione, di fine stagione o promozionali, ovunque collocati ed esposti per la vendita al dettaglio, debbono riportare in modo chiaro, ben leggibile e comparabile il prezzo di vendita al pubblico praticato prima della vendita e quello più favorevole in termini percentuali praticato durante la vendita. Quindi i prezzi durante le vendite straordinarie dovranno essere così esposti:

- *sconto o ribasso effettuato espresso in percentuale*
- *prezzo normale di vendita barrato*
- *prezzo effettivamente praticato a seguito dello sconto o ribasso.*

I prezzi, nel caso di articoli uguale, possono essere indicati su un solo pezzo degli articoli esposti.

### **Articolo 7 Asserzioni pubblicitarie e obblighi a tutela del consumatore**

Tutti i messaggi pubblicitari relativi alle vendite di liquidazione, di fine stagione e promozionali devono essere presentati in modo tale che non possano trarre in inganno il consumatore, né in termini di scorte, né in termini di qualità, né in termini di prezzo, e devono rispettare le norme per la tutela della concorrenza e del mercato.

Tutti i messaggi pubblicitari devono contenere gli estremi della comunicazione al Comune, se prevista, e la durata esatta della vendita straordinaria.

E' vietato l'uso della dizione "vendite fallimentari", come pure ogni riferimento a fallimenti, procedure esecutive e simili, anche come termine di paragone.

L'operatore deve essere in grado di dimostrare, a richiesta, la veridicità di tutte le proprie asserzioni.

Le merci oggetto della vendita straordinaria devono essere separate in modo chiaro ed inequivocabile da quelle poste in vendita alle condizioni ordinarie; se la separazione non è possibile dovranno comunque essere segnalate con mezzi idonei le merci che non sono soggette alle vendite straordinarie. In caso contrario non possono essere messe in vendita merci a condizioni ordinarie.

Le merci devono essere vendute secondo l'ordine cronologico delle richieste, senza limitazioni di quantità e senza abbinamenti con altre merci, fino all'esaurimento delle scorte. L'eventuale esaurimento di alcuni prodotti deve essere portato a conoscenza del pubblico attraverso avvisi ben visibili.

E' vietato porre in vendita in modo abbinato merci oggetto di vendite straordinarie con merci escluse dalle stesse.

L'eventuale esaurimento delle scorte di alcuni prodotti nel corso della vendita straordinaria deve essere portato a conoscenza del pubblico con avviso ben visibile.

Nel corso delle vendite straordinarie il rivenditore è comunque tenuto a sostituire i prodotti difettosi o, qualora non fosse possibile, a rimborsare il prezzo pagato.

Nelle vendite straordinarie di cui al presente Regolamento è vietato l'uso della dicitura "Vendite fallimentari" come pure ogni riferimento a fallimenti, procedure esecutive, individuali o concorsuali, e simili, anche come termine di paragone.

#### ***Articolo 8 Controlli e procedure***

I controlli possono essere effettuati da tutti gli organi di controllo competenti a verificare le norme di tutela del mercato e della concorrenza, previa esibizione di apposito documento di riconoscimento.

L'Amministrazione Comunale può avvalersi nei propri controlli di periti iscritti negli appositi albi istituiti presso i competenti tribunali, oppure negli elenchi tenuti dalla CCIAA..

#### ***Articolo 9 Sanzioni***

Chiunque violi le disposizioni fissate in materia di vendite straordinarie è soggetto alle sanzioni amministrative di cui al comma 3 dell'art. 22 del d.lgs 114/98.

Chiunque effettua vendite sottocosto al di fuori delle ipotesi previste dall'art. 2, commi 1 e 2, del D.P.R. 6 aprile 2001 n. 218.

Ai sensi dell'art. 22, comma 2 del D.Lgs 114/98, nel caso di violazioni alle disposizioni che disciplinano la vendita sottocosto, la recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per 2 volte in un anno nel medesimo punto di vendita, anche se si è proceduto al pagamento in misura ridotta (quindi qualora la medesima violazione sia stata commessa per 2 volte nello stesso anno, in diversi punti di vendita appartenenti al medesimo gruppo commerciale, non si realizza la recidiva).

Le violazioni al presente regolamento sono punite con una sanzione pecuniaria da Euro 25,00 ad Euro 500,00 a norma dell'art. 3 della L. 16/1/2003.

Per le violazioni in materia di vendite straordinarie l'autorità competente è il Sindaco, che è anche l'autorità a cui pervengono i proventi dei pagamenti in misura ridotta, ovvero delle ordinanze ingiunzioni di pagamento.

#### ***Articolo 10 Disposizioni finali***

Per quanto non espressamente previsto nelle presenti disposizioni si fa riferimento al D.Lgs 114/98, alla Legge Regionale 1/2000 e alla L.R. 13/2003, al D.P.R. n. 218/2001.

Con l'entrata in vigore del presente regolamento sono abrogate tutte le disposizioni precedenti in materia.

#### ***Articolo 11 Decorrenza disposizioni.***

Le presenti disposizioni entrano in vigore dalla data di esecutività della deliberazione di approvazione.