

VENDITE SOTTOCOSTO DPR 6 aprile 2001, n. 218

VENDITA SOTTOCOSTO: 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 purché documentati.

Devono intendersi **riconducibili al costo del prodotto**, purché 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 tra fornitore e distributore, purché 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 (non possono essere considerati gli sconti condizionati, come quelli che normalmente si concretizzano alla fine dell'anno al raggiungimento di un certo fatturato e non riferibili ad un singolo prodotto, né assumono rilievo gli sconti e le contribuzioni collegati all'acquisto, da parte del fornitore, di spazi privilegiati nei punti di vendita o correlati a forme di cooperazione commerciale tra fornitori e distributori, a meno che non siano stati considerati riconducibili al prodotto nell'accordo tra fornitore e distributore).

Non sono soggette alla disciplina del decreto le vendite scontate non riferibili a singole referenze, ma praticate sugli acquisti effettuati dal consumatore (es. sconti stabiliti in relazione all'ammontare dello scontrino).

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 dove 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. 114 (vicinato, medie, grandi e centro commerciale – pertanto tutta quella sulla quale è legittimamente consentito effettuare un'attività commerciale di vendita al dettaglio); deve quindi essere rilevabile il dato relativo al numero di metri quadrati 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 Settore Attività Produttive e Commercio almeno 10 gg. prima dell'inizio;
- può essere effettuata solo 3 volte nel corso dell'anno;
- non può essere effettuata se non è decorso almeno un periodo pari a venti gg. salvo che per la prima vendita sottocosto dell'anno (solare).
- ogni vendita non può avere durata superiore a 10 gg. (ai fini del computo del numero dei gg sono da escludersi i giorni di chiusura dell'esercizio commerciale: festività, domeniche e mezza giornata di chiusura infrasettimanale).
- il numero delle referenze oggetto di ogni vendita non può essere superiore a 50.

Nella comunicazione inviata al Comune dovrà essere indicata:

- 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 confezionate, il prodotto oggetto della vendita sottocosto individuabile in relazione alla marca, alla tipologia e alla quantità dello stesso (es. marca di pasta alimentare – spaghetti – mezzo chilogrammo);
- 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 territorio comunale e partecipanti all'iniziativa.

E' comunque consentito effettuare la vendita sottocosto (e la stessa non è soggetta a comunicazione preventiva 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 gg. alla data di scadenza o meno di 15 gg. 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.

Nonché in caso:

1. di ricorrenza dell'apertura dell'esercizio commerciale;
2. della partecipazione al gruppo del quale l'esercizio fa parte, con cadenza almeno quinquennale;

3. di apertura di un nuovo esercizio commerciale;
4. di avvenuta ristrutturazione totale dei locali anche qualora si sia proceduto, prima della ristrutturazione, alla vendita di liquidazione (rimanenze di magazzino);
5. di modifica e integrazione dell'insegna tali da incidere sul carattere individuante della stessa.

Tutti gli esercenti che effettuino la vendita sottocosto (anche coloro che possono farla comunque) devono garantire al consumatore **un'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 rese note le circostanze che determinano la vendita:

nel caso di 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 – e di 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.

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 ben visibile, all'esterno ed all'interno dell'esercizio commerciale dei prodotti esauriti).

SANZIONI

Le violazioni sono punite ai sensi dell'articolo 22 del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114.