



REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA

DIREZIONE CENTRALE ATTIVITA' PRODUTTIVE

*Servizio sostegno e promozione comparti
commercio e terziario*

Prot. 12753/COMM.

Rif. nota dd. 05 aprile 2005 (MI)

Alleg.

Oggetto: L.R. 8/99, art. 32

Vendite promozionali

Trieste, 13 aprile 2005

34135 – Viale Miramare, 19

Tel. 040 3775710

Fax 040 3775796

Egr. Avv.

e, p.c.

Al Comune di

Con la nota a margine citata, è stato richiesto alla Direzione scrivente se costituisce fattispecie di vendita promozionale la realizzazione di un volantino in cui sono reclamizzati determinati prodotti non alimentari, con l'indicazione del loro prezzo di vendita (senza alcuna menzione di sconti o ribassi) e con la precisazione che i prezzi saranno praticati, quali offerte, per un periodo limitato di tempo.

Ai sensi dell'articolo 32, comma 1, della L.R. 8/1999, sono definite vendite promozionali le vendite, di tutti o di una parte dei prodotti, <<caratterizzate da sconti o ribassi diretti a presentare al consumatore l'opportunità dell'acquisto>>; in proposito già con la sentenza n. 6044 del 29 maggio 1993, la Cassazione civile (sez. I) ha avuto modo di statuire che le vendite promozionali sono caratterizzate da sconti o ribassi rivolti alla generalità della clientela, ossia il medesimo prezzo scontato o ribassato viene praticato nei confronti di tutti coloro che si recano nell'esercizio commerciale per gli acquisti, senza distinzione alcuna.

A ciò si aggiunga che una consolidata giurisprudenza sempre della Cassazione (per tutte: Cass. Civ., sez. I, n. 3456 del 19 maggio 1983) considera le norme limitative dettate per le vendite straordinarie non in contrasto con il principio di libertà di iniziativa economica sancito dall'art. 41 della Costituzione, dacché tali norme hanno lo scopo, nelle fattispecie circoscritte dalla legge, di evitare forme di

concorrenza sleale e manifestazioni a danno degli acquirenti, prevenendo e reprimendo vere e proprie frodi verso i commercianti onesti ed i consumatori incauti.

Ne consegue, alla luce di quanto fin qui illustrato e soprattutto alla luce della definizione legislativa di cui all'art. 32 della L.R. 8/1999, che **qualsivoglia offerta al pubblico di prodotti ad un prezzo più conveniente (ribassato o scontato) rispetto a quello solitamente praticato, realizza una vera e propria fattispecie di vendita promozionale**, e come tale va assoggettata alle specifiche norme di disciplina, tra le quali in particolare l'obbligo di indicare il prezzo ordinario, nonché lo sconto (art. 32, comma 3, L.R. 8/1999).

Distinti saluti

IL VICEDIRETTORE CENTRALE

- dott. Franco MILAN -

RBr