

LEGGE REGIONALE 3 aprile 2000, n. 22

«Attuazione dell'art. 15 (Vendite straordinarie) del 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"».

(B.U. 7 aprile 2000, n. 14, 1° suppl. ord.)

Art. 1. — Oggetto ed ambito di applicazione. — 1. La presente legge disciplina le vendite straordinarie di cui all'articolo 15 del 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) (1) nell'ambito della Regione Lombardia.

2. Per vendite straordinarie si intendono le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione e le vendite promozionali nelle quali l'esercente dettante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti.

Art. 2. — Vendite di liquidazione. — 1. Le vendite di liquidazione sono effettuate dall'operatore commerciale al fine di esaurire in breve tempo tutte le proprie merci a seguito di:

- a) cessazione dell'attività commerciale;
- b) trasferimento dell'azienda;
- c) trasferimento dell'azienda in altro locale;
- d) trasformazione o rinnovo dei locali.

2. Tutte le vendite di liquidazione possono essere effettuate in qualunque periodo dell'anno, salvo quanto disposto dal comma 5.

3. Le vendite di liquidazione di cui al comma 1, lettere a), b) e c) possono essere effettuate per la durata massima di tredici settimane.

4. Le vendite di liquidazione di cui al comma 1, lettera d) possono essere effettuate per la durata massima di sei settimane.

5. Le vendite di liquidazione per la trasformazione o il rinnovo dei locali, sempre liberamente praticabili nei mesi di febbraio e agosto, non possono essere effettuate nei trenta giorni antecedenti le vendite di cui all'articolo 3, nonché, in ogni caso, dal 25 novembre al 31 dicembre. L'operatore commerciale ha l'obbligo di chiusura dell'esercizio per un periodo pari a un terzo della durata della vendita di liquidazione e, comunque, per almeno sette giorni, con decorrenza dalla cessazione della vendita straordinaria.

6. La trasformazione o il rinnovo dei locali deve comportare l'esecuzione di rilevanti lavori di ristrutturazione o di manutenzione straordinaria od ordinaria dei locali di vendita, relativi ad opere strutturali, all'installazione o alla sostituzione di impianti tecnologici o servizi, o loro adeguamento alle norme vigenti.

7. 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, quali definite dall'articolo 2359 del Codice Civile.

8. L'operatore commerciale che intende effettuare una vendita di liquidazione è tenuto a darne comunicazione al comune ove ha sede l'esercizio, tramite lettera raccomandata, almeno quindici giorni prima della data di inizio.

9. Tutte le comunicazioni di effettuazione di vendita di liquidazione devono indicare:

- a) l'ubicazione dei locali in cui è effettuata la vendita;
- b) la data di inizio e quella di cessazione della vendita;
- c) le merci poste in vendita, distinte per voci merceologiche con indicazione delle quantità delle stesse.

10. Le comunicazioni relative a vendite di liquidazione per cessazione di attività devono recare indicazione, anche mediante allegazione in copia, della comunicazione di cessazione di attività 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 di cui alle lettere a) e b) del comma 1, il titolare dell'attività, per un periodo di almeno sei mesi successivi alla vendita di liquidazione, non può aprire un nuovo esercizio dello stesso settore merceologico nei medesimi locali.

11. Le comunicazioni relative a vendite di liquidazione per trasferimento di azienda devono recare indicazione, anche mediante allegazione in copia, dell'atto registrato cui consegue il trasferimento.

12. Le comunicazioni relative a vendite di liquidazione per trasferimento in altro locale devono recare indicazione, anche mediante allegazione in copia, della comunicazione di trasferimento per gli esercizi di vicinato, ovvero dell'autorizzazione al trasferimento per le medie e le grandi strutture di vendita.

13. Le comunicazioni relative a vendite di liquidazione per trasformazione o rinnovo locali devono recare indicazione, anche mediante allegazione in copia, delle comunicazioni, autorizzazioni o concessioni previste dalle leggi edilizie.

14. Per le operazioni di rinnovo di minore entità quali, ad esempio, la tinteggiatura delle pareti, la sostituzione degli arredi, la riparazione o sostituzione di impianti, la comunicazione deve recare una descrizione della natura effettiva dell'intervento.

15. Le comunicazioni di cui ai commi 13 e 14 devono, in ogni caso, indicare esattamente il periodo di chiusura di cui al comma 5.

16. Nei casi previsti al comma 1, lettere a), b) e c) le autorizzazioni o abilitazioni all'attività di vendita al dettaglio mantengono la loro validità per la durata delle vendite di liquidazione e comunque non oltre il termine di cui al comma 3.

17. È vietata l'effettuazione di vendite di liquidazione con il sistema del pubblico incanto.

18. 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 vendita di liquidazione, siano esse acquistate o acquisite ad altro titolo, anche in conto deposito.

Art. 3. — Vendite di fine stagione. — 1. Le vendite di fine stagione sono effettuate dall'operatore commerciale al fine di esaurire, durante una certa stagione o entro un breve periodo di tempo, prodotti non alimentari di carattere stagionale o articoli di moda e, in genere, prodotti che, se non sono venduti entro un certo tempo, siano comunque suscettibili di notevole deprezzamento.

2. Le vendite di fine stagione possono essere effettuate, tenuto conto delle consuetudini locali e delle esigenze del consumatore, soltanto in due periodi dell'anno, della durata massima di trenta giorni, determinati dalla Giunta regionale, sentite le camere di commercio, le associazioni dei commercianti maggiormente rappresentative a livello provinciale e le rappresentanze locali delle associazioni dei consumatori iscritte nell'elenco di

(1) Sta in E.5.1.

cui all'articolo 5 della legge 30 luglio 1998, n. 281 (Disciplina dei diritti dei consumatori e degli utenti) (2).

Art. 4. — Vendite promozionali. — 1. 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, per un limitato periodo di tempo. In ciascun anno solare l'operatore può effettuare quattro vendite promozionali.

2. Le vendite promozionali dei prodotti di cui all'articolo 3, comma 1 non possono essere effettuate nei periodi di cui all'articolo 3, comma 2 e nei trenta giorni antecedenti, né in ogni caso dal 25 novembre al 31 dicembre.

3. In nessun caso le vendite promozionali possono essere effettuate per una durata continuativa superiore ai trenta giorni.

4. Le vendite promozionali dei prodotti alimentari e dei prodotti per l'igiene della persona non sono soggette alle limitazioni di cui ai commi 1, 2 e 3 (3).

5. Non sono compresi tra i prodotti per l'igiene della persona quelli di profumeria e di cosmesi.

6. L'operatore commerciale che intende effettuare una vendita promozionale è tenuto a darne comunicazione al comune ove ha sede l'esercizio, tramite lettera raccomandata ed in carta libera, almeno dieci giorni prima della data di inizio della vendita medesima.

7. La comunicazione deve indicare l'ubicazione dei locali ove viene effettuata la vendita, la data di inizio e quella di cessazione della promozione e le percentuali di sconto o ribasso praticate sul prezzo normale di vendita.

8. Le vendite promozionali dei prodotti alimentari e dei prodotti per l'igiene della persona e della casa non sono soggette a comunicazione.

Art. 5. — Informazione e tutela del consumatore. — Nelle vendite straordinarie devono essere esposti:

- a) lo sconto o il ribasso effettuato espresso in percentuale;
- b) il prezzo normale di vendita barrato;
- c) il prezzo effettivamente praticato a seguito dello sconto o del ribasso, indicato in cifra fissa.

2. I messaggi pubblicitari relativi alle vendite straordinarie devono essere presentati, anche graficamente, in modo non ingannevole per il consumatore.

3. Tutte le comunicazioni pubblicitarie relative alle vendite straordinarie devono contenere gli estremi delle comunicazioni al comune quando previste dalla presente legge.

4. Tutte le comunicazioni pubblicitarie relative alle vendite straordinarie devono indicare la durata esatta della vendita stessa.

5. L'operatore commerciale ha l'obbligo di fornire informazioni veritiere relativamente agli sconti o ai ribassi praticati, tanto nelle comunicazioni pubblicitarie, quanto nella indicazione dei prezzi nei locali di vendita.

6. L'operatore commerciale deve essere in grado di dimostrare la veridicità delle informazioni fornite agli organi di controllo.

7. Le merci oggetto delle vendite straordinarie devono essere fisicamente separate in modo chiaro e inequivoco da quelle eventualmente poste in vendita alle condizioni ordinarie. Qua-

lora la separazione 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.

8. Le merci oggetto delle vendite straordinarie devono essere vendute ai compratori secondo l'ordine cronologico delle richieste, senza limitazioni di quantità e senza abbinamenti con altre merci, fino all'esaurimento delle scorte. A tal fine i quantitativi disponibili delle predette merci devono essere comunicati al comune contestualmente alle altre comunicazioni sopra previste.

9. L'eventuale esaurimento delle scorte di taluni prodotti deve essere portato a conoscenza del pubblico con avviso ben visibile.

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

11. Nelle vendite straordinarie di cui alla presente legge è vietato l'uso della dizione «Vendite fallimentari» come pure ogni riferimento a fallimenti, procedure esecutive, individuali o concorsuali, e simili, anche come termine di paragone.

(2) Sta in questa stessa voce.

(3) Il comma è stato sostituito dal primo comma dell'art. 2 della L.R. 3 aprile 2001, n. 6. (Sta in 15.4).