

CHE COSA VUOL DIRE?

Vendite di fine stagione (saldi)

Indicano la vendita a un prezzo inferiore di prodotti, di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non venduti entro un certo periodo. Vengono effettuati solo in determinati periodi, stabiliti dai singoli Comuni. I negozianti sono obbligati a segnalare sul cartellino del prodotto il prezzo all'origine, la percentuale dello sconto e il prezzo finale scontato.

Vendite promozionali

Servono per far conoscere e "lanciare" prodotti nuovi e si possono effettuare senza limitazioni quantitative e temporali durante tutto il corso dell'anno. Non sono consentite vendite promozionali di articoli di carattere stagionale o di moda nei 30 giorni che precedono la data di inizio dei saldi. I negozianti non devono dare comunicazione preventiva al Comune, ma, come per i saldi, sono obbligati a segnalare sul cartellino del prodotto il prezzo all'origine, la percentuale dello sconto e il prezzo finale scontato.

Vendite di liquidazione

Indicano che l'esercizio è prossimo alla ristrutturazione, alla cessazione o al cambio di titolare o di sede e, quindi, che si intendono cedere tutte le merci in breve tempo. Possono durare al massimo 3 mesi. Durante il periodo di liquidazione è vietato introdurre nel punto vendita ulteriori merci oltre quelle per cui viene effettuata la vendita straordinaria.

LE ASSOCIAZIONI CHE ADERISCONO AL PROGETTO SPORTELLO DEL CONSUMATORE

**ACU - ASSOCIAZIONE
CONSUMATORI UTENTI**
via Assarotti 7
10122 TORINO
TEL. 011 4346964
FAX 011 4477555
info@acupiemonte.it

ADICONSUM
via Parma 36
15100 ALESSANDRIA
TEL. 0131 253132
FAX 0131 253132
adiconsum.al@libero.it

ADOC
via Cigna 45
10152 TORINO
TEL. 011 4364331
FAX 011 2475333
adoc.torino@tiscali.it

**ASSOCIAZIONE
CONSUMATORI PIEMONTE**
via S. Francesco d'Assisi 17
10122 TORINO
TEL. 011 4367413 - 011 4366566
FAX 011 5215961
torino@consumatoripiemonte.it

CITTADINANZATTIVA
via Della Rocca 20
10123 TORINO
TEL. 011 8122381 - 011 8177075
FAX 011 8124473
pif.torino@cittadinanzattiva.it

CODACONS
corso Matteotti 57
10121 TORINO
TEL. 011 5069219
FAX 011 5069219
codaconsto@infinito.it

**COMITATO
DIFESA CONSUMATORI**
via XX Settembre 42
12100 CUNEO
TEL. 0171 65699
comit.difesaconsum@libero.it

FEDERCONSUMATORI
via Pedrotti 25
10152 TORINO
TEL. 011 285981
FAX 011 2485897
presidenza@federconsumatori-torino.it

**LA CASA
DEL CONSUMATORE**
via Montecuccoli 1
10121 TORINO
TEL. 011 542969
FAX 011 5613545
casaconsumatoreto@libero.it

**MOVIMENTO
CONSUMATORI**
via San Secondo 3
10128 TORINO
TEL. 011 5069546
FAX 011 5611414
torino@movimentoconsumatori.it

**MOVIMENTO
DIFESA DEL CITTADINO**
Via Pellico 10
12100 CUNEO
TEL. 0171 690373
FAX 0171 690229
mdc-cuneo@libero.it

ASSESSORATO AL COMMERCIO DELLA REGIONE PIEMONTE
DIREZIONE COMMERCIO E ARTIGIANATO
Ufficio Tutela del Consumatore
Piazza Nizza 44 - 10126 Torino
Tel. 011 4321489 - Fax 011 4324774
informaconsumatori@regione.piemonte.it

VADEME CUM DEL CONSUMATORE



DIETRO LA VETRINA

Saldi, promozioni: affari veri e rischi



Sportello del
Consumatore

L'arrivo delle vendite di fine stagione rappresenta, ormai da alcuni anni, un appuntamento molto atteso dai consumatori. In questo periodo si possono infatti fare degli ottimi affari: approfittando delle vendite di fine stagione a prezzi ridotti e convenienti. È però fondamentale per i consumatori mantenere la massima attenzione sui prodotti venduti in saldo, così da non incorrere in eventuali comportamenti scorretti e in clamorose "fregature".

Il tempo dei saldi può infatti presentarsi come occasione di rischio per i consumatori, laddove alla riduzione di prezzo corrisponda una riduzione dei diritti e delle garanzie dell'acquisto.

Benché i saldi siano regolati da precise leggi nazionali e regionali riguardo alle modalità di svolgimento, ai periodi, alla durata e anche alla pubblicità, sono frequenti le segnalazioni di consumatrici e consumatori che evidenziano abusi e scorrettezze; ad esempio, prezzi iniziali "gonfiati" per presentare uno sconto che di fatto non esiste oppure i cosiddetti "saldi civetta", cioè l'esposizione in vetrina di pochi prodotti scontati, con l'unico scopo di attirare il cliente all'interno del locale.

All'interno di questo opuscolo potrai trovare alcuni consigli utili per metterti al riparo da eventuali imbrogli e aiutarti a fare davvero dei buoni affari.

DEVI SAPERE CHE...

Abbigliamento, biancheria intima, calzature, pelletteria e articoli sportivi sono i prodotti oggetto di vendita in saldo.



Tempo dei saldi: i saldi possono essere effettuati solo tra gennaio e marzo e tra luglio e settembre, per un massimo di 8 settimane anche non consecutive.

Tenendo conto delle date di inizio dei saldi fissate dalla Regione Piemonte (1° gennaio per i saldi invernali e 1° luglio per quelli estivi), i Comuni hanno facoltà di stabilire il proprio calendario.

Esporre la percentuale di sconto applicata ai prodotti in saldo è obbligatorio.

Nel caso di vendite promozionali e simili permane l'obbligo del venditore di garantire la conformità del bene così come previsto dalla legge.

Tutta la merce posta in "saldo" deve riguardare i prodotti della stagione in corso e non i fondi di magazzino.

Il venditore ha l'obbligo di separare la merce in saldo da quella che ne è esclusa: se ciò fosse impossibile, il venditore deve sospendere la vendita ordinaria.

Sono vietate le vendite promozionali nei trenta giorni antecedenti l'inizio dei saldi, per non disorientare i consumatori e mettere tutti gli operatori in condizioni di parità.

Accettare il pagamento con carta di credito o bancomat, nei negozi che espongono in vetrina l'adesivo, è obbligatorio per il commerciante anche in occasione dei saldi.

Le merci vendute in occasione delle svendite non dovranno essere solo esenti da vizi e difetti di qualsiasi tipo, ma dovranno anche essere "conformi" agli annunci pubblicitari che le riguardano.

Dalle norme in materia di liberalizzazione dei farmaci da banco, si evince che sono comunque vietate le vendite sotto costo aventi a oggetto farmaci.

In breve: in periodi di promozione le regole del commercio non cambiano; il fatto che la merce costi meno non modifica diritti e doveri di commercianti e consumatori.

COMPORATATI COSÌ

Se puoi, visita i negozi prima dell'inizio dei saldi per controllare i prodotti normalmente in vendita e prendi nota dei prezzi della merce che ti interessa acquistare, per poi verificare che siano realmente calati.



Cerca di non fermarti al primo negozio che pratica sconti, ma visitane diversi e confronta i prezzi esposti.

Onde evitare cattive sorprese, verifica che su ciascun prodotto, come previsto dalla legge, siano riportati chiaramente e in modo ben leggibile il prezzo originale, la percentuale di sconto applicata e il nuovo prezzo di vendita scontato.

Non dimenticare di controllare sempre attentamente la merce in saldo ed eventualmente provala.

Tutti i capi di abbigliamento devono avere due etichette, quella di composizione e quella di manutenzione. Per evitare incidenti nella pulitura, assicurati che anche nei capi in saldo siano presenti entrambe.

In caso di dubbio, acquista merce della quale conosci già il prezzo o la qualità, in modo da poter valutare liberamente e autonomamente la convenienza dell'acquisto.

Diffida dei super-saldi con sconti superiori al 50%.

Occhio agli inganni: se riscontri anomalie nei prezzi, nei cartelli esposti o nella pubblicità, segnalalo tempestivamente alla Polizia municipale del tuo Comune (o ai vigili urbani della tua zona) e alle Associazioni dei consumatori.

Conserva sempre lo scontrino: non è vero che i capi in svendita non si possono sostituire. Il venditore è obbligato a sostituire l'articolo difettoso anche se dichiara che i capi in saldo non si possono cambiare.

NOTA BENE

L'art. 3, primo comma, della Legge 4 agosto 2006 n. 248 (G.U. n. 186), contenente tra l'altro disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, elimina alcuni limiti per lo svolgimento di vendite promozionali, precisando che:

"Le attività commerciali, come individuate dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, e di somministrazione di alimenti e bevande, sono svolte senza i seguenti limiti e prescrizioni:

- ... la fissazione di divieti ad effettuare vendite promozionali, a meno che non siano prescritti dal diritto comunitario...;
- ... l'ottenimento di autorizzazioni preventive e le limitazioni di ordine temporale o quantitativo allo svolgimento di vendite promozionali di prodotti, effettuate all'interno degli esercizi commerciali, tranne che nei periodi immediatamente precedenti i saldi di fine stagione per i medesimi prodotti".

LA LEGGE DICE CHE...

VENDITE STRAORDINARIE

Riferimento normativo Legge regionale 18 ottobre 2004, n. 27.

Titolo della legge Modifiche della legge regionale 12 novembre 1999, n. 28 (Disciplina, sviluppo ed incentivazione del commercio in Piemonte, in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 114), in materia di vendite di fine stagione e promozionali.