

*Direzione Competitività del Sistema Regionale  
Settore Commercio e Terziario*

# Raccolta dei pareri regionali



*VENDITE DI LIQUIDAZIONE, DI FINE STAGIONE E PROMOZIONALI*

***Direzione Competitività del Sistema Regionale***

*Settore Commercio e Terziario*

[commercioeterziario@regione.piemonte.it](mailto:commercioeterziario@regione.piemonte.it)

[commercioeterziario@cert.regione.piemonte.it](mailto:commercioeterziario@cert.regione.piemonte.it)

*Data 19/12/2016*

*Protocollo 20183/A1903A*

*Classificazione 9.10.20*

**OGGETTO: quesito in merito alla disciplina delle vendite di fine stagione e vendite promozionali.**

Con il quesito citato in oggetto, pervenuto all'Ufficio scrivente in data 13/12/2016 con Prot. n. 19894/A1903A, si richiedono delucidazioni in merito alla disciplina delle vendite di fine stagione e promozionali, di cui agli artt. 14 e 14 bis. della L.R. n. 28/1999 s.m.i.

In particolare, si chiede di conoscere se sia possibile svolgere, durante il periodo dei saldi, una vendita promozionale della durata di quattro giorni consistente in un incremento in termini percentuali dello sconto applicato sul prezzo outlet pari al 50%, al termine della quale si proseguirebbe ad applicare la precedente scontista di valore inferiore.

A tal proposito, si evidenzia che il divieto delle vendite promozionali vige soltanto nei trenta giorni antecedenti le date di avvio delle vendite di fine stagione, come stabilito all'art. 14 bis, comma 1 della Legge regionale 12 novembre 1999, n. 28 e s.m.i. che recita letteralmente quanto segue: *"Nei trenta giorni che precedono la data di inizio delle vendite di fine stagione non è consentito lo svolgimento delle vendite promozionali aventi ad oggetto articoli di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo"*.

Pertanto, al fine di garantire un regime di libera concorrenza secondo condizioni di pari opportunità e un regolare funzionamento del mercato, nonché di assicurare ai consumatori finali un livello minimo e uniforme di condizioni di acquisto di prodotti e servizi, l'unica limitazione possibile per le vendite promozionali consiste nella previsione di un termine di trenta giorni antecedente a quello di svolgimento delle vendite di fine stagione, durante il quale non possono essere effettuate le vendite promozionali aventi ad oggetto gli stessi prodotti destinati ad essere posti in saldo.

**Direzione Competitività del Sistema Regionale**

Settore Commercio e Terziario

[commercioeterziario@regione.piemonte.it](mailto:commercioeterziario@regione.piemonte.it)

[commercioeterziario@cert.regione.piemonte.it](mailto:commercioeterziario@cert.regione.piemonte.it)

Data 10/08/2016

Protocollo 13352/A1903A

Classificazione 9.10.20

**OGGETTO: quesito in merito alle vendite di fine stagione e promozionali in Regione Piemonte.**

Con il quesito citato in oggetto, pervenuto all'Ufficio scrivente in data 13/07/2016 con Prot. n. 11864/A1903A, si richiedono delucidazioni e riferimenti normativi in merito alle vendite di fine stagione e promozionali in Regione Piemonte.

In particolare si chiede di conoscere quanto segue:

- 1) se in Regione Piemonte vige il divieto delle vendite promozionali nel periodo antecedente alle vendite di fine stagione e, in caso affermativo, specificare sia il relativo periodo di riferimento sia la durata temporale;
- 2) la definizione degli articoli stagionali;
- 3) la definizione delle vendite promozionali;
- 4) in riferimento alla categoria merceologica dei mobili da giardino, il cui assortimento aziendale è previsto per tutto l'anno, se è possibile effettuare le vendite promozionali sia nel periodo antecedente sia durante lo svolgimento delle vendite di fine stagione;
- 5) se gli articoli natalizi possono essere oggetto delle vendite promozionali nel mese di dicembre.

In relazione al quesito n. 1 si evidenzia che il divieto è previsto in Regione Piemonte dall'art. 14 bis, comma 1 della Legge regionale 12 novembre 1999, n. 28 e s.m.i. secondo cui: *"Nei trenta giorni che precedono la data di inizio delle vendite di fine stagione non è consentito lo svolgimento delle vendite promozionali aventi ad oggetto articoli di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo"*.

Parallelamente l'art. 14, comma 2 stabilisce, in merito alle vendite di fine stagione, quanto segue: *"2. La Giunta regionale, in attuazione degli indirizzi della Conferenza Stato-Regioni, di cui al decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281 (Definizione ed ampliamento delle attribuzioni della Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano ed unificazione, per le materie ed i compiti di interesse comune delle regioni, delle province e dei comuni, con la Conferenza Stato-città ed autonomie locali), fissa annualmente le date di avvio delle vendite di fine stagione invernali ed estive. I comuni a partire da tali date fissano annualmente la durata delle vendite di fine stagione fino ad un massimo di otto settimane, anche non continuative, per ciascun periodo"*.

Con deliberazione n. 21-2520 del 30 novembre 2015 la Giunta Regionale ha fissato le date di inizio dei saldi di fine stagione per l'anno 2016 nel modo seguente:

- i saldi invernali iniziano martedì 5 gennaio 2016;
- i saldi estivi iniziano sabato 2 luglio 2016.

Pertanto le vendite promozionali sono vietate nei trenta giorni antecedenti le date di inizio delle vendite di fine stagione nel solo caso in cui riguardino articoli di carattere stagionale o di moda.

Per quanto riguarda i quesiti di cui ai n. 2 e 3, con i quali si richiede la definizione di “articoli stagionali” e di “vendita promozionale”, si rileva anzitutto che non è prevista alcuna definizione giuridica delle vendite promozionali a livello sia nazionale sia regionale.

Per quanto attiene invece alle vendite di fine stagione (e quindi agli “articoli stagionali”) la definizione è contenuta, attraverso l’enunciazione delle finalità delle stesse, sia nella normativa nazionale che in quella regionale (cfr.: art. 15, comma 3 del D.Lgs. n. 114/1998 e s.m.i., art. 14, comma 1 della L.R. n. 28/1999 e s.m.i.). Nello specifico la disposizione regionale recita: *“Le vendite di fine stagione riguardano i prodotti di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo.”*

Il principio di fondo è in ogni caso il seguente: le vendite di fine stagione riguardano i prodotti suscettibili di deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo.

Tali vendite, consentite soltanto in alcuni periodi dell’anno, sono giustificate proprio per evitare una perdita di valore commerciale di quei prodotti che, o per la durata stagionale del loro periodo di utilizzo (stagionalità quali: articoli natalizi, articoli da mare...) o perché caratterizzati da collezioni di breve durata (prodotti legati ai volubili dettami della moda del momento), sono soggetti a rapida obsolescenza.

Parallelamente, dalla lettura dell’art. 14 bis, comma 1 della L.R. n. 28/1999, si desume che le vendite promozionali, potenzialmente libere da vincoli durante tutto l’arco dell’anno, subiscono una compressione di tempo e di genere nei limiti sopra evidenziati.

Pertanto, al fine di garantire un regime di libera concorrenza secondo condizioni di pari opportunità e un regolare funzionamento del mercato, nonché di assicurare ai consumatori finali un livello minimo e uniforme di condizioni di acquisto di prodotti e servizi, l’unica limitazione possibile per le vendite promozionali, giova ripeterlo, consiste nella previsione di un termine di trenta giorni antecedente a quello di svolgimento delle vendite di fine stagione, durante il quale non possono essere effettuate le vendite promozionali aventi ad oggetto gli stessi prodotti destinati ad essere posti in saldo.

Quanto sopra specificato è inoltre strettamente connesso al quesito n. 4, relativo alla possibilità di effettuare nel periodo antecedente e durante lo svolgimento delle vendite di fine stagione le vendite promozionali dei mobili da giardino, il cui assortimento aziendale è previsto tutto l’anno.

Nello specifico, stanti le premesse, si ritiene che tali prodotti possano essere oggetto delle vendite promozionali senza alcuna limitazione se gli stessi non hanno le caratteristiche per essere posti in saldo.

Viceversa, per le motivazioni che precedono, si ritiene che gli articoli natalizi, oggetto del quesito n. 5, non possano essere oggetto di vendite promozionali nel mese di dicembre, in quanto connotati dalla caratteristica della stagionalità e conseguentemente soggetti alle vendite di fine stagione.

Dalle considerazioni che precedono emerge in tutta evidenza che la materia dei saldi e delle vendite promozionali presenta elementi intrinseci di criticità e complessità, assumendo rilevanza strategica nelle dinamiche concorrenziali del sistema: infatti, se da un lato i principi di liberalizzazione dell’attività economica e semplificazione amministrativa ne imporrebbero la completa deregolazione, dall’altro l’esigenza di garantire eque condizioni di concorrenzialità induce, per contro, a stabilire alcune regole in sede normativa.

D’altro canto, le regole accennate, involgendo la tematica della concorrenza, necessitano un costante monitoraggio applicativo nelle sedi interistituzionali di leale collaborazione, anche in vista di una loro eventuale rivisitazione normativa o interpretativa.

*Direzione Competitività del Sistema Regionale*

*Settore Commercio e Terziario*

[commercioeterziario@regione.piemonte.it](mailto:commercioeterziario@regione.piemonte.it)

[commercioeterziario@cert.regione.piemonte.it](mailto:commercioeterziario@cert.regione.piemonte.it)

*Data 16/12/2015*

*Protocollo 19978 /A19050*

*Classificazione 009.010.020*

**OGGETTO: data di inizio dei saldi invernali. Comunicazione urgente.**

E' pervenuta a questi uffici notizia della decisione assunta da un Comune della Regione di fissare la data di inizio dei saldi invernali al 2 gennaio.

A tale proposito si richiama la normativa vigente in materia di vendite di fine stagione.

Ai sensi dell'art. 14 della legge regionale 12 novembre 1999 n. 28 (Disciplina, sviluppo ed incentivazione del commercio in Piemonte): *“La Giunta regionale, in attuazione degli indirizzi della Conferenza Stato-Regioni, di cui al decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281 (Definizione ed ampliamento delle attribuzioni della Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano ed unificazione, per le materie ed i compiti di interesse comune delle regioni, delle province e dei comuni, con la Conferenza Stato-Città ed Autonomie Locali), fissa annualmente le date di avvio delle vendite di fine stagione. I comuni a partire da tali date fissano annualmente la durata delle vendite di fine stagione fino ad un massimo di otto settimane, anche non continuative, per ciascun periodo.”*

La scelta legislativa di assoggettare l'individuazione del calendario annuale dei saldi ad una valutazione condivisa in sede di coordinamento interregionale risponde all'esigenza di favorire unitariamente misure a tutela della concorrenza semplificando il quadro normativo di riferimento per gli operatori commerciali, nel senso di una sua tendenziale uniformità sul territorio.

Pertanto a partire dal 2011 la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome ha concordato di rendere omogenea su tutto il territorio nazionale la data di inizio delle vendite di fine stagione, individuando quali scadenze: il primo giorno feriale antecedente l'Epifania e il primo sabato del mese di luglio.

La stessa decisione, dopo ampia discussione e ferma restando la proposta di istituire un tavolo di lavoro con le associazioni nazionali di categoria per avviare *“una discussione su tutte le problematiche che sta vivendo il settore del commercio, ivi compresi i saldi”*, è stata riconfermata per l'anno 2016 nella riunione della Commissione *“Attività produttive”* presso la Conferenza delle Regioni e Province autonome, svoltasi a Roma il 28 ottobre 2015.

Conseguentemente la Giunta regionale, con deliberazione n. 21-2520 del 30 novembre 2015 ha fissato le date di inizio dei saldi di fine stagione, secondo il seguente calendario:

- i saldi invernali iniziano, per tutti i comuni della Regione, martedì 5 gennaio 2016;
- i saldi estivi iniziano, per tutti i comuni della Regione, sabato 2 luglio 2016.

Della deliberazione assunta è stata data notizia mediante comunicazione sul sito regionale alla pagina del commercio il 4 dicembre 2015.

Ciò posto, la decisione comunale di anticipare la data di inizio dei saldi invernali è in tutta evidenza illegittima a fronte del principio di legalità che regge l'azione amministrativa quale principio fondante.

Il Comune dovrà pertanto procedere in via di autotutela al ripristino della legalità violata, conformandosi al calendario deliberato nelle sedi interistituzionali e regionali competenti e a darne tempestiva comunicazione agli uffici scriventi entro il 18 dicembre p.v.

Si invita infine codesta amministrazione comunale a voler dare la più ampia diffusione riguardo alle corrette date di inizio dei saldi stabilite dal provvedimento regionale citato.

*Direzione Competitività del Sistema Regionale*  
*Settore Commercio e Terziario*  
[commercioeterziario@regione.piemonte.it](mailto:commercioeterziario@regione.piemonte.it)  
[commercioeterziario@cert.regionepiemonte.it](mailto:commercioeterziario@cert.regionepiemonte.it)

*Data 11/11/2015*  
*Protocollo 17534 /A1903A*  
*Classificazione 009.010.020*

**OGGETTO: quesito in merito alle vendite di liquidazione.**

Con il quesito citato in oggetto, pervenuto all'Ufficio scrivente in data 19/10/2015 con Prot. n. 15994/A1903A, si richiedono delucidazioni in merito alle procedure da rispettare per effettuare le vendite di liquidazione in un negozio di abbigliamento che cesserà la propria attività di vendita in data 31/12/2015.

In via preliminare si specifica che le vendite di liquidazione sono disciplinate all'art. 13 della Legge regionale 12 novembre 1999, n. 28 e s.m.i. "*Disciplina, sviluppo ed incentivazione del commercio in Piemonte, in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114*".

In particolare, si evidenzia che le vendite di liquidazione sono soggette a comunicazione da presentare al Comune competente per territorio, ove ha sede il punto di vendita, e possono essere effettuate decorsi trenta giorni dal ricevimento della stessa.

Nella comunicazione il soggetto interessato dichiara:

- a) l'ubicazione dell'esercizio nel quale viene effettuata la vendita;
- b) le date di inizio e quella di cessazione della vendita;
- c) le motivazioni della liquidazione;
- d) le merci poste in vendita, distinte per voci merceologiche, con indicazione della qualità e quantità, dei prezzi praticati prima della vendita straordinaria e dei prezzi che saranno praticati nella stessa;
- e) i testi delle asserzioni pubblicitarie ai fini della corretta informazione al consumatore.

Nella suddetta comunicazione di liquidazione per cessazione di attività devono essere altresì indicati gli estremi delle comunicazioni o autorizzazioni, concessioni o licenze, di presupposto o, nel caso di cessione, dell'atto di cessione.

Si fa presente, inoltre, che i Comuni stabiliscono la durata della vendita di liquidazione, comunque per un periodo massimo di tre mesi, sulla base delle motivazioni contenute nella comunicazione.

Durante le vendite di liquidazione è vietato introdurre, nei locali e pertinenze del punto vendita interessato, ulteriori merci del genere di quelle per le quali viene effettuata la vendita di liquidazione. Il divieto di rifornimento riguarda sia le merci acquistate sia quelle concesse in conto deposito.

Si sottolinea, infine, che è vietato effettuare le vendite di liquidazione con il sistema del pubblico incanto.

*Direzione Attività Produttive*  
*Settore Programmazione del Settore Terziario Commerciale*  
[programmazionecommerciale@cert.regione.piemonte.it](mailto:programmazionecommerciale@cert.regione.piemonte.it)  
[commercio@regione.piemonte.it](mailto:commercio@regione.piemonte.it)

*Data 17/06/2014*  
*Protocollo 7030/DB1607*  
*Classificazione 009.010.020*

**OGGETTO: vendite promozionali. Divieto di svolgimento nei trenta giorni che precedono la data di inizio dei saldi di fine stagione.**

In relazione alla sua richiesta di conoscere se i prodotti di profumeria e cura della persona siano o meno soggetti a divieto di vendita promozionale nei trenta giorni precedenti la data di inizio dei saldi di fine stagione, si precisa quanto segue.

Al sensi dell'art. 14 bis della legge regionale 28/1999 e s.m.i. (Disciplina, sviluppo ed incentivazione del commercio in Piemonte) *"Nei trenta giorni che precedono la data di inizio delle vendite di fine stagione non è consentito lo svolgimento delle vendite promozionali aventi ad oggetto articoli di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo"*.

Tale divieto opera pertanto con esclusivo riferimento ai prodotti di moda suscettibili di rapido deprezzamento, comunemente oggetto di "saldi".

Rispetto al caso specifico si ritiene che i generi di profumeria e cura della persona non rientrino, almeno in generale, in tale categoria di prodotti: pertanto la relativa vendita promozionale non è da ritenere soggetta a limitazione alcuna. Resta inteso che gli stessi prodotti non saranno suscettibili di vendita di fine stagione, per evidenti ragioni di coerenza logica oltre che giuridica.

La normativa regionale non prevede l'obbligo di comunicazione per le vendite promozionali, a meno che ciò non sia previsto dai regolamenti comunali ai sensi dell'art. 15, c.1 della L.R. 28/1999 per il quale *" I Comuni stabiliscono le modalità relative alle indicazioni dei prezzi e alle asserzioni pubblicitarie e le procedure più idonee di controllo, al fine di garantire la veridicità e la correttezza dell'effettuazione delle vendite di liquidazione e di fine stagione nonché delle vendite promozionali in relazione alla tutela del consumatore"*.

*Direzione Attività Produttive*  
*Settore Programmazione del Settore Terziario Commerciale*  
[programmazionecommerciale@cert.regione.piemonte.it](mailto:programmazionecommerciale@cert.regione.piemonte.it)  
[commercio@regione.piemonte.it](mailto:commercio@regione.piemonte.it)

*Data 17/02/2014*  
*Protocollo 1676 /DB1607*  
*Classificazione 009.010.020*

**OGGETTO: richiesta parere in merito alla corretta indicazione dei prezzi durante i saldi.  
Riscontro.**

Con nota in data 3 febbraio – ns. prot. n. 1282 del 5 febbraio 2014 – codesto Comune ha chiesto di conoscere se, ai sensi della vigente normativa in materia di saldi, l'esercente sia tenuto ad indicare, oltre al prezzo normale di vendita e alla percentuale di sconto praticata, anche il prezzo finale risultante dall'applicazione dello sconto.

A tale proposito si rileva che tale obbligo non trova riscontro nelle vigenti norme statali – d.lgs. 114/1998 s.m.i. e regionali – L.R. 28/1999 e s.m.i. – in materia di saldi e pertanto non può essere imposto all'esercente, né, conseguentemente, può essere oggetto di sanzioni.

**Direzione Attività Produttive**  
*Settore Programmazione del Settore Terziario Commerciale*  
[programmazionecommerciale@cert.regione.piemonte.it](mailto:programmazionecommerciale@cert.regione.piemonte.it)  
[commercio@regione.piemonte.it](mailto:commercio@regione.piemonte.it)

*Data 16/05/2013*  
*Protocollo 0006429/DB1607*  
*Classificazione 009.010.020*

**OGGETTO: Vendite promozionali. Riscontro a vs richiesta di parere.**

Con nota pervenuta in data 6 maggio 2013, ns prot. n. 0005702/DB1607, sono stati richiesti agli uffici scriventi chiarimenti in merito alla possibilità di effettuare vendite promozionali nel periodo precedente la data di inizio dei saldi.

Nello specifico si evidenzia che ai sensi dell'art. 14 bis della L.R. n. 28/1999 s.m.i. *“Nei trenta giorni che precedono la data di inizio delle vendite di fine stagione non è consentito lo svolgimento delle vendite promozionali aventi ad oggetto articoli di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo”*.

Si conferma pertanto il sussistere del divieto di effettuare vendite denominate promozionali nei 30 giorni antecedenti l'inizio dei saldi.

Peraltro, omaggiare il consumatore di un prodotto non tradizionalmente venduto nell'esercizio commerciale, a seguito di acquisto di un prodotto a prezzo pieno, non pare configurarsi come vendita promozionale.

***Direzione Attività Produttive***  
*Settore Programmazione del Settore Terziario Commerciale*  
[programmazionecommerciale@cert.regione.piemonte.it](mailto:programmazionecommerciale@cert.regione.piemonte.it)  
[commercio@regione.piemonte.it](mailto:commercio@regione.piemonte.it)

*Data 26/02/2013*  
*Protocollo 0002446/DB1607*  
*Classificazione 009.010.020*

**OGGETTO: Vendite di fine stagione. Richiesta di modifica del calendario di inizio.**

Con nota pervenuta agli uffici scriventi in data 14 febbraio con prot. n.0001930/DB1607, la S.V. ha richiesto parere in merito alla possibilità di rivedere l'attuale calendario delle vendite di fine stagione. Nello specifico è stato richiesto di posticipare l'inizio dei saldi invernali almeno al primo week end di febbraio, e quello dei saldi estivi non prima dell'ultimo week end di luglio.

In merito alla disciplina delle vendite di fine stagione occorre evidenziare che la fissazione, in concreto, delle date di inizio dei saldi non è mai stata attribuita alla esclusiva competenza della Regione.

La precedente normativa regionale prevedeva infatti, per la Regione Piemonte, l'avvio dei saldi a partire dal 1 luglio e a partire dal 2 di gennaio di ciascun anno demandando ai comuni la decisione in concreto del giorno di avvio più opportuno per la realtà locale, previo adeguato confronto e coordinamento con i comuni confinanti, anche appartenenti ad altre regioni.

Successivamente, a seguito di forti sollecitazioni, promosse sia a livello nazionale sia a livello di molte regioni, è stato deciso dalla Conferenza delle Regioni, nell'ambito della Conferenza Unificata, che la data di avvio dei saldi dovesse essere uguale per tutta Italia, nel principale intento di evitare problemi di concorrenza sleale tra i commercianti di regioni confinanti.

Dal canto suo la Regione Piemonte, all'interno del coordinamento interregionale, aveva evidenziato molte perplessità in ordine a questo principio di uniformità a livello nazionale destinato a penalizzare, a seconda della stagione, le regioni con turismo invernale e quelle con turismo estivo; si evidenziava inoltre come l'allora vigente normativa regionale già consentisse un coordinamento anche a livello interregionale, oltre che una piena salvaguardia delle peculiarità locali.

Per gli anni 2010 e 2011, a normativa invariata, l'intervento regionale si era quindi, in particolare, appuntato sulla raccomandazione ai comuni della Regione di un'attenta azione di coordinamento in funzione delle date decise dalla Conferenza delle Regioni, senza che le stesse fossero fatte oggetto di apposito obbligo di legge.

A fronte peraltro dei solleciti da parte delle altre Regioni e delle Associazioni di categoria, veniva promossa anche per la Regione Piemonte la modifica normativa, approvata con la legge 13/2011, per effetto della quale l'art. 14 bis della legge 28/1999 smi risultava così riformulato:

*“La Giunta regionale, in attuazione degli indirizzi della Conferenza Stato-Regioni, di cui al decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281 (Definizione ed ampliamento delle attribuzioni della Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano ed unificazione, per le materie ed i compiti di interesse comune delle regioni, delle province e dei comuni, con la Conferenza Stato-città ed autonomie locali), fissa annualmente le date di avvio*

*delle vendite di fine stagione. I comuni a partire da tali date fissano annualmente la durata delle vendite di fine stagione fino ad un massimo di otto settimane, anche non continuative, per ciascun periodo.*

Le date di inizio dei saldi, come individuate dalla conferenza delle Regioni e recepite dalla Giunta regionale sono, allo stato attuale, il primo giorno feriale antecedente l'Epifania, e il primo sabato del mese di luglio.

Come prevedibile, tale soluzione ha presto dato segno di una sua parziale inadeguatezza, in quanto non ha consentito di accompagnare, al pur lodevole intento di stabilire un coordinamento a livello interregionale, una parallela azione di monitoraggio delle concrete peculiarità locali.

Del resto la materia delle vendite di fine stagione, così come quella delle vendite promozionali e degli orari delle attività commerciali, presenta elementi intrinseci di criticità, essendo sintomatica delle dinamiche concorrenziali del sistema: pertanto, se da un lato i principi di liberalizzazione e semplificazione sarebbero tali da indurre ad una completa deregolazione delle medesime, dall'altro l'esigenza di stabilire eque condizioni di concorrenzialità induce, per contro, a stabilire alcune regole in sede normativa.

Tutto ciò premesso, proprio in considerazione della posizione assunta dalla regione Piemonte in occasione del dibattito occorso nelle competenti sedi interregionali, sarà cura della Regione, considerato altresì l'attuale congiuntura di crisi economica, approfondire la questione, anche in vista dei futuri sviluppi in sede interregionale.

**Direzione Attività Produttive**  
*Settore Programmazione del Settore Terziario Commerciale*  
[programmazionecommerciale@cert.regione.piemonte.it](mailto:programmazionecommerciale@cert.regione.piemonte.it)  
[commercio@regione.piemonte.it](mailto:commercio@regione.piemonte.it)

*Data 14/06/2011*  
*Protocollo 0000298/CPN*

**OGGETTO: Data di inizio delle vendite di fine stagione – Attuazione dell’indirizzo unitario delle Regioni e delle Province autonome.**

Con nota del 27 aprile 2011 – ns. prot. n. 236/CPN del 6 maggio 2011, la S.V. ha richiesto delucidazioni in merito alla data di inizio delle vendite di fine stagione in Piemonte in considerazione della decisione assunta dalla Conferenza delle Regioni e delle Province autonome - Commissione Attività Produttive – Commercio, la quale, nella seduta del 24 marzo 2011, ha adottato “indirizzi unitari delle regioni sull’individuazione della data di inizio delle vendite di fine stagione, al fine di favorire unitariamente misure a tutela della concorrenza”, individuando le seguenti scadenze:

- per le vendite di fine stagione invernale: *il primo giorno feriale antecedente l’Epifania;*
- per le vendite di fine stagione estiva: *il primo sabato del mese di luglio.*

Nello specifico si evidenzia che con nota prot. n. 0000291/CPN del 10.06.2011, lo scrivente Assessorato, adeguandosi agli indirizzi della Conferenza, ha fornito indicazioni ai Comuni e alle Province in merito alle vendite di fine stagione, come previste dall’ art. 14 della L.R. 28/99.

Pertanto, al fine di assicurare l’uniformità sul territorio nazionale e nell’ottica di una più efficace tutela della concorrenza e del consumatore, sono stati invitati i Comuni, con particolare riferimento a quelli confinanti con le altre Regioni, ad attenersi alle date indicate dalla Conferenza delle Regioni e Province autonome.

*Direzione Commercio, Sicurezza e Polizia Locale  
Settore Programmazione del Settore Terziario Commerciale  
[Patrizia.vernoni@regione.piemonte.it](mailto:Patrizia.vernoni@regione.piemonte.it)*

*Data 12/11/2009  
Protocollo 0007813/DB1701*

**OGGETTO: Quesito in merito alle vendite straordinarie di liquidazione – art. 15 – D.lgs 114/98.**

Con nota prot. n. 46626/2009 codesto comune ha chiesto agli uffici scriventi parere in merito all'art. 15 del D.lgs 114/98 - vendite straordinarie di liquidazione.

E' ben vero che ai sensi dell'art. 15 comma 2 del suddetto decreto legislativo: *“le vendite di liquidazione sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, a seguito di: cessazione dell'attività commerciale, cessione d'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale, trasformazione o rinnovo locali...”*.

Si ritiene peraltro che, tenuto conto in particolare del fatto che le vendite di liquidazione sono normalmente e legittimamente svolte anche per rinnovo e trasformazione locali, oltre che per cessione o chiusura dell'intera attività, si imponga un'interpretazione logico/sistematica tale da superare il mero dato letterale dell'art. 15 del del D.lgs 114/98 e consentire all'impresa la massima autonomia organizzativa.

Inoltre la libertà d'impresa tutelata dall'art. 41 della Costituzione non può subire compressioni eccessive ed illogiche.