

Direzione Cultura e Commercio  
Settore Commercio e terziario – Tutela dei consumatori

# Raccolta dei pareri regionali



*VENDITE DI LIQUIDAZIONI, 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.regionepiemonte.it](mailto:commercioeterziario@cert.regionepiemonte.it)

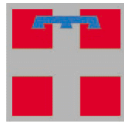
*Data 03/06/2021  
Protocollo 608/2021*

**OGGETTO: comunicazione data di inizio delle vendite di fine stagione – saldi estivi anno 2021**

In conformità all'accordo della Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome approvato in data 24/03/2011 e alla D.G.R. n. 3-8048 del 12 dicembre 2018, si comunica che la data di inizio delle vendite di fine stagione per il prossimo periodo estivo decorrerà dal 3 luglio 2021 e che, ai sensi dell'art. 14 della L.R. n. 28 del 12 novembre 1999:

- la durata dei saldi è di otto settimane anche non continuative, a partire da tale data;
- il Comune definisce la scansione temporale delle otto settimane di durata;
- l'esercente è vincolato al rispetto delle scansioni così individuate.

Inoltre, ai sensi dell'art. 14 bis della suddetta legge regionale, nei trenta giorni antecedenti le vendite fine stagione sono vietate le vendite promozionali.



REGIONE  
PIEMONTE

*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 04/04/2019

Protocollo 33136/2019

**Oggetto: Riscontro richiesta parere applicazione normativa commerciale sulle Vendite promozionali nei trenta giorni che precedono l'inizio dei saldi estivi e invernali. Vostra mail del 28.03.2019.**

Con il quesito citato in oggetto, pervenuto agli uffici scriventi in data 29 marzo 2019 (prot. n. 30917/A1903A), si richiede conferma della possibilità di effettuare offerte di vendita nei 30 giorni precedenti i saldi utilizzando messaggi pubblicitari quali "sconti in cassa", "prezzi pazzi" e "occasioni" e conseguentemente applicare sconti direttamente in cassa senza incorrere in sanzioni come comunicato con nota della Regione Piemonte n. 1025/DB16.07 del 23.01.2012.

A tal proposito si fa presente quanto segue.

A fronte delle tendenze normative in atto caratterizzate, a livello europeo e nazionale, da principi di accentuata liberalizzazione delle attività economiche, l'Ufficio scrivente ha richiesto un parere al Settore regionale Attività Legislativa e Consulenza Giuridica sull'applicazione dell'art. 14 bis, comma 1 della l.r. n. 28/99 laddove dispone che nei trenta giorni che precedono la data di inizio delle vendite di fine stagione sono vietate 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. Il dubbio prospettato si è riferito anche alla prassi di eludere il divieto attraverso il ricorso a tipologie di vendite a prezzo ridotto senza utilizzare la locuzione "vendita promozionale" ma avvalendosi di terminologie diverse (ad esempio festa della convenienza, prezzi pazzi, prezzi in calo).

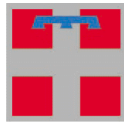
Nel parere rilasciato, a riscontro della nostra richiesta di cui sopra, si rileva, alla luce del quadro normativo analizzato, che "(...) è indubbio che il divieto in questione non può essere esteso alle promozioni effettuate nei periodi immediatamente precedenti i saldi di fine stagione che riguardino prodotti non aventi carattere di stagionalità e che non siano suscettibili di notevole deprezzamento. (...) Il legislatore, infatti, nel disciplinare l'ipotesi di vendita promozionale ne ha fissato i criteri, consistenti nell'omogeneità della merce offerta in promozione (si parla infatti, di alcuni o di tutti i prodotti di una gamma merceologica), nella pubblicità dell'occasione favorevole e nell'indicazione al pubblico della percentuale dello sconto o ribasso eseguito sul prezzo normale di vendita. Di riflesso, deve escludersi l'ipotesi in parola allorché gli sconti riguardino singoli capi, oppure la percentuale di sconto o di ribasso non sia indicata sul prezzo ordinario o comunque laddove l'operazione non sia adeguatamente reclamizzata. Ciò che rileva dunque è l'entità dell'operazione nel suo complesso, caratterizzata da un'offerta di vendita favorevole generalizzata al pubblico e con riferimento a una gamma merceologica. Così, ad avviso di chi scrive, non si configura una vendita promozionale laddove l'offerta favorevole riguardi singoli articoli (quali potrebbero essere le ultime taglie di un articolo) (...). Diversamente, invece, vi sarebbe omogeneità della merce scontata e pubblicità dell'offerta (venendosi così a integrare un'ipotesi di vendita promozionale) allorché l'operatore economico decida di ribassare tutti o una parte dei prodotti di fine serie."

Conclude il parere "Si avrà pertanto violazione del divieto in esame qualora l'iniziativa commerciale, pur non venendo qualificata come vendita promozionale, di fatto si presenta come



tale (omogeneità della merce offerta in promozione, pubblicità dell'occasione favorevole e indicazione al pubblico della percentuale di sconto o ribasso eseguito sul prezzo normale di vendita) sempre che, ovviamente, si realizzi nei trenta giorni antecedenti i saldi di fine stagione e abbia ad oggetto i prodotti destinati alla vendita in saldo.

Alla luce di quanto sopra detto, a integrazione di quanto formulato nel parere dell'Ufficio scrivente prot. n. 1025/DB16.07 del 23.01.2012, è da ritenersi che non ci si debba limitare al senso letterale delle parole usate dal venditore per identificare l'operazione commerciale posta in essere (es. festa della convenienza, prezzi pazzi ecc.), bensì sia onere dell'interprete, indagare se la fattispecie prospettata gli sia di fatto riconducibile a quella costituente l'illecito delineato.



REGIONE  
PIEMONTE

*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 18/02/2019

Protocollo 15254/2019

**OGGETTO: quesito in merito alle vendite con denominazione OUTLET – art. 14 ter, c. 1 lett. b) L.R. 28/1999. Riscontro.**

Con nota pervenuta agli uffici scriventi in data 11/02/2019 (ns. prot. n. 12745/A1903A), la S.V. ha richiesto un parere sulla corretta interpretazione dell'art. 14 ter, c. 1 lett. b) della legge regionale 28/1999 che, in merito alle vendite con denominazione "outlet", dispone:

*"Ai fini dell'applicazione della presente legge, con la denominazione outlet si intende:*

...

*b) la vendita al dettaglio, da parte di produttori titolari del marchio o di imprese commerciali, di prodotti non alimentari, che siano stati prodotti almeno dodici mesi prima dell'inizio della vendita, dimostrabile da idonea documentazione relativa alla merce, che siano di fine serie, in eccedenza di magazzino, o prototipi, o che presentino lievi difetti non occulti di produzione, effettuata in esercizi commerciali a ciò appositamente individuati".*

Nello specifico viene richiesto se *"i prodotti che siano di fine serie, in eccedenza di magazzino sono da considerarsi alternativi e/o complementari a quelli che siano stati prodotti almeno dodici mesi prima dell'inizio della vendita e quindi se l'assortimento totale può essere costituito anche solamente dai cosiddetti fine serie ed eccedenze di magazzino".*

In proposito, tenuto conto della peculiarità delle vendite con denominazione OUTLET e della connessa esigenza di evitare commistioni circa la loro puntuale delimitazione, rispetto alle forme tradizionali di vendita, specialmente in relazione alla possibilità data a tutti gli esercizi commerciali (OUTLET compresi) di effettuare le vendite straordinarie di fine stagione e promozionali, al fine di non indurre pratiche di concorrenza sleale e per una corretta informazione al consumatore, è da ritenere che il requisito per il quale i beni oggetto di vendita OUTLET debbano essere *"stati prodotti almeno dodici mesi prima dell'inizio della vendita, dimostrabile da idonea documentazione relativa alla merce"* sia condizione imprescindibile per poter qualificare la vendita quale "OUTLET".

La sussistenza del requisito qualificante suddetto consentirà pertanto la vendita con denominazione OUTLET che potrà avere ad oggetto, alternativamente o cumulativamente merci *"di fine serie, in eccedenza di magazzino, o prototipi, o che presentino lievi difetti non occulti di produzione"*

***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 26/06/2019  
Protocollo 61532/ A1903A

**OGGETTO: saldi estivi. Richiesta di deroga alla data di inizio. Riscontro.**

Con nota ns prot. n. 59834 in data 20-6-2019 è stata richiesta a questi uffici una deroga alla data di inizio dei saldi estivi, fissata, secondo la DGR 3-8048/2018, a sabato 6-7-2019, anticipandola "a venerdì 5-7-2019 in concomitanza di locali iniziative denominate "Shopping sotto le stelle" promosse da ....., che prevedono aperture straordinarie delle attività commerciali in tutti i venerdì del mese di luglio".

A tale proposito si rammenta che, come indicato nella stessa deliberazione regionale sopra richiamata, la Giunta regionale, ai sensi dell'art. 14 della l. r. 28/1999 smi, fissa annualmente le date di avvio delle vendite di fine stagione, in attuazione degli indirizzi della Conferenza Stato-Regioni, di cui al decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281.

Le difformità di regolazione esistenti fra le regioni d'Italia nella materia delle vendite di fine stagione avevano indotto infatti ad approfondire, nelle sedi interistituzionali di coordinamento, tale tematica, nei suoi risvolti di tutela della concorrenzialità del sistema.

A fronte di tali approfondimenti la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, operante come strumento interregionale di confronto e coordinamento nell'ambito dell'attività istituzionale della Conferenza Stato Regioni, di cui al d.lgs. 281/97, aveva assunto un documento di coordinamento recante "Indirizzi unitari delle Regioni sull'individuazione della data di inizio delle vendite di fine stagione".

In particolare, al fine di favorire unitariamente misure a tutela della concorrenza, la Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, in sede interistituzionale, in data 24 marzo 2011, concordava pertanto di rendere omogenea su tutto il territorio nazionale la data di inizio delle vendite di fine stagione, individuando le seguenti scadenze:

- il primo giorno feriale antecedente l'Epifania;
- il primo sabato del mese di luglio.

Nell'accennato contesto interistituzionale la Giunta regionale, con la più volte citata DGR 3-8048/2018, ha disposto:

- di fissare per l'anno 2019 al sabato 5 gennaio 2019 ed al sabato 6 luglio 2019 la data di inizio dei saldi rispettivamente invernali ed estivi;
- i saldi invernali ed estivi iniziano inderogabilmente nei due giorni individuati dalla presente deliberazione di Giunta regionale, in conformità con le decisioni della Conferenza delle Regioni, ossia, rispettivamente, il primo giorno feriale antecedente l'Epifania ed il primo sabato del mese di luglio.

Tutto ciò premesso la richiesta di codesto Comune non può essere accolta.

***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*

**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.



REGIONE  
PIEMONTE

*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

**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.

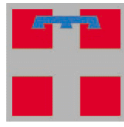
**Quanto sopra specificato è inoltre strettamente connesso al quesito n. 4**, relativo alla possibilità di effettuare nel periodo antecedente e durante lo svolgimento delle vendite di fine stagione le vendite promozionali dei mobili da giardino, il cui assortimento aziendale è previsto tutto l’anno.

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.



REGIONE  
PIEMONTE

*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

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

E' pervenuta a questi uffici notizia della decisione assunta da codesto Comune 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.

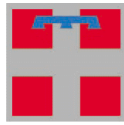


Della deliberazione assunta è stata data notizia mediante comunicazione sul sito regionale alla pagina del commercio al seguente link: <http://www.regione.piemonte.it/index.htm> il 4 dicembre 2015.

Ciò posto, la decisione di codesto Comune 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.

Si invita pertanto codesto Comune a 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.



REGIONE  
PIEMONTE

*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

**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

**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*

**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

Data 16/05/2013  
Protocollo 0006429/DB1607

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

Con nota pervenuta in data 6 maggio 2013, ns prot. n. 0005702/DB1607, la S.V. ha richiesto 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.

Data 26/02/2013  
Protocollo 0002446/DB1607

**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.

Data 23/01/2012

Protocollo 0001025 /DB 16.07

**OGGETTO: quesito in materia di vendite promozionali, ai sensi dell'art. 14 bis della L.R. n. 28/1999 s.m.i.**

Con il quesito citato in oggetto, pervenuto agli uffici scriventi via fax in data 05/01/2012 con Prot. n. 200/DB1607, si richiedono delucidazioni in merito all'applicazione dell'art. 14 bis della L.R. n. 28/1999 s.m.i. relativo alle vendite promozionali, poiché in data 31/12/2011 una catena di negozi presenti sul territorio nazionale e su quello comunale quale "XXX e YYY" ha promosso in tutta Italia una giornata chiamata "HAPPY DAY sconto 50% su tutta la merce".

Invero, l'art. 14 recita espressamente che ***"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"***.

Tenuto conto che con deliberazione n. 40-2947 del 28/11/2011 la Giunta Regionale, in attuazione dell'art. 14 , c. 2 della L.R. n. 28/1999, come modificato dall'art. 6 della L.R. n. 13/2011, ha fissato le date di inizio dei saldi invernali ed estivi dell'anno 2012 secondo il seguente calendario:

- i saldi invernali iniziano, per tutti i comuni della Regione, il 5 gennaio 2012;
- i saldi estivi iniziano, per tutti i comuni della Regione, il 7 luglio 2012;

le vendite promozionali non potevano essere svolte per 30 giorni a decorrere dal 6 dicembre 2011 né potranno essere svolte a decorrere dal 6 giugno 2012 e sono sanzionabili, ai sensi dell'art. 22, commi 3, 6, 7 del D.Lgs. n. 114/1998 s.m.i., in caso di violazione della legge.

Conseguentemente, si ritiene opportuno verificare anzitutto che si sia trattato effettivamente di vendite promozionali, sottolineando che la sanzione è applicabile nel caso in cui il commerciante abbia utilizzato nella pubblicità al consumatore la dizione "promozioni".

In caso contrario, ovvero nel caso in cui questa sia stata formulata in altri modi come "prezzi pazzi", "occasioni", "sconti alla cassa", ecc..., l'applicazione della sanzione potrebbe costituire una violazione della libertà di impresa soprattutto alla luce dei principi enunciati dalla più recente legislazione nazionale a partire dall'art. 3 del D.L. n. 138/2011, a favore dello sviluppo economico e della piena tutela della concorrenza tra le imprese, fino agli ultimi sviluppi del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, conv. in legge 22 dicembre 2011, n. 214, "Disposizioni urgenti per la crescita, l'equità e il consolidamento dei conti pubblici", con il quale sono state introdotte alcune liberalizzazioni in materia di commercio, nonché del prossimo pacchetto di liberalizzazioni che sarà emanato dal Governo.

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 del 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.

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 del 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.

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.