

<< INTORNO AL MONTE BARRO >>

Gestione Associata tra comuni di:



MALGRATE

Comune capofila



Vendite promozionali

- Nelle vendite promozionali si applicano sconti o ribassi sul prezzo normale di vendita di uno, più o tutti o prodotti della gamma merceologica per un periodo di tempo limitato.
- Le vendite promozionali dei prodotti stagionali e di moda non possono essere effettuate nel periodo dei saldi e nei trenta giorni antecedenti. Le **vendite promozionali dei prodotti alimentari, dei prodotti per l'igiene della persona e per l'igiene della casa non sono soggette a queste limitazioni (articolo 116 delle Legge Regionale 02/02/2010, n. 6).**
- VISTA la documentazione in atti;
Legge Regionale 2 febbraio 2010, n. 6
Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere
(BURL n. 5 del 05 Febbraio 2010)
- Considerato che i prodotti per i quali si chiede la possibilità di vendita promozionale rientrano in quanto paragonabili nell'alveo di cui all' **articolo 116 delle Legge Regionale 02/02/2010, n. 6.**

Prescrizioni particolari:

- Rispetto della normativa di cui alla Legge Regionale 2 febbraio 2010, n. 6 Testo unico delle leggi regionali in materia di commercio e fiere (BURL n. 5 del 05 Febbraio 2010) **artt. 113-114-115-116-117 nello specifico:**
- le vendite promozionali devono rispettare le procedure per l'informazione e tutela del consumatore Art. 117 Legge Regionale 2 febbraio 2010, n. 6, ponendo in

esercizio tutte le cautele le informazioni scritte e esposte in modo visibile nei locali soggetti a vendita straordinaria.

- **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 sessanta giorni**, determinati dalla Giunta regionale, sentite le camere di commercio, le associazioni dei commercianti maggiormente rappresentative e le associazioni dei consumatori.
- Dovrà essere presentata relazione puntuale come viene svolta la vendita promozionale e i prodotti soggetti a vendita. Tutte le comunicazioni pubblicitarie relative alle vendite straordinarie devono contenere gli estremi delle comunicazioni al comune quando previste dal presente capo.
- Dovrà essere presentata planimetria dei locali dove si intende effettuare la vendita promozionale.
- Dovranno essere segnalati e comunicati a quest'ufficio SUAP i giorni e gli orari della vendita promozionale.

STRALCIO DELLE NORME DI LEGGE

Capo II - Vendite straordinarie

Art. 113. (Oggetto ed ambito di applicazione)

1. Il presente capo disciplina le vendite straordinarie di liquidazione, di fine stagione e promozionali, nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti.
2. Le disposizioni del presente capo si applicano alle attività di vendita al dettaglio ed alle attività in cui la vendita è presente anche se effettuata in modo non continuativo o non prevalente, comprese le attività di vendita effettuate dai produttori e dagli artigiani in luoghi diversi dai locali di produzione o a questi adiacenti.

Art. 114. (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 in gestione o cessione in proprietà di 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 e per una sola volta in ciascun anno solare.

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 115, 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 effettua una vendita di liquidazione è tenuto a darne comunicazione al comune nel quale 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 della 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 al comma 1, lettere a) e b), 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 riguardanti le vendite di liquidazione per il trasferimento in gestione o la cessione in proprietà di azienda devono indicare, o recare accluso in copia, l'atto registrato che attesti l'avvenuto trasferimento. È facoltà dell'esercente di produrre tale atto entro il termine del periodo di durata della vendita di liquidazione.

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 permessi previsti 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. 115. (Vendite di fine stagione)

1. Le vendite di fine stagione sono effettuate dall'operatore commerciale al fine di esitare, 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 sessanta giorni, determinati dalla Giunta regionale, sentite le camere di commercio, le associazioni dei commercianti maggiormente rappresentative e le associazioni dei consumatori.

Art. 116. (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.

2. Le vendite promozionali dei prodotti di cui all'articolo 115, comma 1, non possono essere effettuate nei periodi di cui all'articolo 115, comma 2, e nei trenta giorni antecedenti, né in ogni caso dal 25 novembre al 31 dicembre.

3. Le vendite promozionali dei prodotti alimentari, dei prodotti per l'igiene della persona e per l'igiene della casa non sono soggette alle limitazioni di cui al comma 2.

3-bis. In presenza di casi straordinari legati a gravi eventi calamitosi per i quali è stato decretato dal Governo lo stato di emergenza o dalla Regione lo stato di crisi, i comuni, di concerto con la Regione, possono adottare provvedimenti motivati di deroga rispetto a quanto previsto dal comma 2, anche per singole parti del territorio. La Giunta regionale, sentite le associazioni maggiormente rappresentative del settore commercio a livello provinciale, ai sensi della l. 580/1993, definisce i criteri, le tempistiche e le modalità attuative della deroga di cui al presente comma. *(articolo introdotto dall'art. 1 della legge n. 38 del 2015)*

Art. 117. (Informazione e tutela del consumatore)

1. Nelle vendite straordinarie è esposto obbligatoriamente il prezzo normale di vendita iniziale e lo sconto o il ribasso espresso in percentuale.

2. È facoltà del venditore indicare anche il prezzo di vendita praticato a seguito dello sconto o ribasso, nel rispetto dei commi 6 e 7.

3. È vietato all'operatore commerciale indicare prezzi ulteriori e diversi rispetto a quanto previsto dai commi 1 e 2.

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

5. Tutte le comunicazioni pubblicitarie relative alle vendite straordinarie devono contenere gli estremi delle comunicazioni al comune quando previste dal presente capo.

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

7. 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.

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

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

10. 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.

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

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

13. Nelle vendite straordinarie di cui al presente capo 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.