

Settore Attività Economiche e di Servizio – Sportello Unico per le

Attività Produttive

0/A

GP

CITTÀ DI TORINO

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE

16 dicembre 2008

OGGETTO: SPERIMENTAZIONE DI NUOVA PROCEDURA PER L'EFFETTUAZIONE DELLE VENDITE DI FINE STAGIONE DA PARTE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI DI VENDITA AL DETTAGLIO.

Proposta dell'Assessore Altamura.

Per vendite di fine stagione la normativa nazionale vigente (Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114) prevede che le stesse riguardino *“i prodotti, di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo”* e che possano essere effettuate soltanto nei periodi dell'anno compresi *“fra il 1° gennaio ed il 31 marzo e fra il 1° luglio ed il 30 settembre”*.

Nell'ambito dei suddetti periodi i comuni fissano annualmente la durata delle vendite di fine stagione fino ad un massimo di otto settimane, anche non continuative, per ciascun periodo, coordinandosi con gli altri comuni confinanti anche con riferimento alle aree di programmazione commerciale.

Gli sconti o ribassi effettuati durante le vendite di fine stagione devono essere espressi *“in percentuale sul prezzo normale di vendita che deve essere comunque esposto”*.

Per quanto riguarda *“le modalità di svolgimento, la pubblicità anche ai fini di una corretta informazione del consumatore, i periodi e la durata delle vendite di fine stagione”*, la relativa disciplina è stata demandata alle regioni.

In tal senso la Legge regionale 12 novembre 1999, n. 28 prevede che la vendita di fine stagione debba essere preceduta da comunicazione al Comune, ove ha sede il punto di vendita, contenente l'ubicazione dell'esercizio nel quale viene effettuata la vendita, la data di inizio e quella di cessazione della vendita, le percentuali degli sconti o ribassi praticati sui prezzi normali di vendita e i testi delle asserzioni pubblicitarie, ai fini della corretta informazione al

consumatore.

Nel Comune di Torino le vendite di fine stagione riguardano circa 12.000 esercizi commerciali e ciò comporta al Settore Attività Economiche e di Servizio – Sportello Unico per le Attività Produttive la ricezione di circa 24.000 comunicazioni all'anno, ovvero una comunicazione per i saldi invernali e una per i saldi estivi per ogni esercizio commerciale coinvolto.

In realtà la comunicazione presentata al Comune non ha alcuna finalità significativa funzionale alla tutela del consumatore, in quanto non è garanzia di un corretto comportamento dell'operatore commerciale nei confronti dell'utenza. La *ratio* della normativa invece è proprio quella di tutelare il consumatore e tale obiettivo sarebbe meglio raggiungibile se l'attività della Pubblica Amministrazione fosse diretta ad una maggiore sensibilizzazione dell'operatore commerciale a questo riguardo ed alla conseguente attività di controllo da parte del Corpo di Polizia Municipale.

A tal proposito si deve segnalare che il Decreto Legislativo n. 114/98, pur rinviando alle regioni il compito di regolamentare la materia, prevede come unica prescrizione a tutela del consumatore l'indicazione della percentuale di sconto o ribasso effettuato (art. 14, comma 1, lettera c); la Regione Piemonte integrando tale disposizione ha stabilito che nelle vendite di fine stagione o nella relativa pubblicità è vietato l'uso della dizione "vendite fallimentari" (art. 15, comma 3), rimandando comunque ai comuni la disciplina dei prezzi e delle asserzioni pubblicitarie come pure delle procedure di controllo.

Il procedimento attualmente posto in essere presso la Città di Torino consiste nella presentazione di una comunicazione su apposita modulistica, in riferimento alla quale non è possibile effettuare controlli sostanziali, bensì solo controlli formali riferiti alla completezza dei dati richiesti dal modulo. Quindi la procedura non si può certamente ritenere efficace, in quanto il rispetto delle prescrizioni poste a tutela del consumatore non è oggetto di alcun controllo.

Pertanto, al fine di raggiungere una maggiore sensibilizzazione degli esercenti, nell'ambito della potestà che i comuni hanno di disciplinare le forme di controllo si è ipotizzata la definizione di un decalogo che gli operatori commerciali siano tenuti ad affiggere nel proprio locale di vendita, in modo chiaro e ben visibile, contenente le regole generali e fondamentali di tutela del consumatore, in conformità delle quali le vendite di fine stagione devono essere effettuate.

Tale forma di autocontrollo sarebbe sicuramente più efficace della comunicazione che oggi viene presentata giacché coinvolgerebbe sul rispetto delle disposizioni direttamente i consumatori.

Allo scopo di avviare un periodo di sperimentazione della suddetta procedura, sono state consultate le rappresentanze delle categorie dei commercianti e dei consumatori, che hanno espresso parere favorevole. Inoltre è stata inviata preventiva informativa in merito al Comando regionale della Guardia di Finanza, competente per i controlli di natura fiscale sulle attività commerciali.

Il documento che i commercianti dovranno esporre all'interno dell'esercizio durante il periodo dei saldi, preventivamente sottoposto ai soggetti di cui sopra, viene pertanto allegato sub A) alla presente deliberazione per farne parte integrante e sostanziale e contestualmente approvato nei suoi contenuti. Eventuali modifiche dello stesso potranno essere apportate con determina dirigenziale previo parere delle Associazioni di Categoria dei Consumatori e degli operatori commerciali.

Tutto ciò premesso,

LA GIUNTA COMUNALE

Visto che ai sensi dell'art. 48 del Testo Unico delle leggi sull'Ordinamento degli Enti Locali, approvato con D.Lgs. 18 agosto 2000 n. 267, la Giunta compie tutti gli atti rientranti, ai sensi dell'art. 107, commi 1 e 2 del medesimo Testo Unico, nelle funzioni degli organi di governo che non siano riservati dalla Legge al Consiglio Comunale e che non ricadano nelle competenze, previste dalle leggi o dallo Statuto, del Sindaco o degli organi di decentramento;

Dato atto che i pareri di cui all'art. 49 del suddetto Testo Unico sono:
favorevole sulla regolarità tecnica;
viene dato atto che non è richiesto il parere di regolarità contabile, in quanto il presente atto non comporta effetti diretti o indiretti sul bilancio;

Con voti unanimi, espressi in forma palese;

D E L I B E R A

- 1) di approvare, per il periodo relativo alle vendite di fine stagione estive dell'anno 2009 ed invernali dell'anno 2010, la sperimentazione di una nuova procedura per l'effettuazione delle vendite di fine stagione da parte degli esercizi di vendita al dettaglio, come descritta in narrativa, consistente nell'affissione, all'interno dell'esercizio, del decalogo contenente le regole generali e fondamentali di tutela del consumatore, in conformità delle quali le vendite di fine stagione devono essere effettuate, come da allegato sub A) alla presente deliberazione (all. 1 – n.). Eventuali modifiche dello stesso potranno essere apportate con determinazione dirigenziale, previo parere delle Associazioni di Categoria dei consumatori e degli operatori commerciali.
-