



# *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIPARTIMENTO PER L'IMPRESA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
Direzione Generale per il Mercato, Concorrenza, Consumatori, Vigilanza e Normativa Tecnica  
Divisione IV "Promozione della Concorrenza"

## Risoluzione n. 97761 del 11 giugno 2013

Oggetto: Quesito in materia di vendite sottocosto on line

Si fa riferimento alla mail con la quale la S.V. chiede alcune puntuali informazioni relativamente alle modalità di effettuazione delle vendite sottocosto on line.

Nello specifico formula, nel caso in cui la vendita sottocosto sia effettuata on line, i seguenti quesiti:

1. se le vendite sottocosto on line devono rispettare le regole cui soggiacciono le vendite promozionali nel periodo dei saldi;
2. se la vendita sottocosto debba essere comunicata al Comune dove è ubicato l'esercizio almeno dieci giorni prima dell'inizio della vendita;
3. se le vendite sottocosto on line possano avere una durata superiore a dieci giorni;
4. se le vendite sottocosto on line possano essere effettuare più di tre volte nel corso di un anno;
5. se il numero delle referenze oggetto di ciascuna vendita sottocosto on line può essere superiore a cinquanta;
6. se può essere effettuata una vendita sottocosto on line anche se non è decorso un periodo pari a venti giorni dalla precedente;
7. se ai fini del computo del numero di giorni sono da escludersi i giorni di chiusura dell'esercizio commerciale (domeniche, festività, mezze giornate di chiusura infrasettimanale);
8. se nel caso della vendita sottocosto on line sia valida la regola che prevede che se la vendita sottocosto riguarda più esercizi commerciali ubicati nel medesimo Comune della stessa Azienda, è ammessa una sola comunicazione con l'indicazione dell'ubicazione di ogni singolo esercizio e tutti gli altri elementi dovranno essere specificati per ogni singolo esercizio (referenza, durata, etc.);
9. se valga nel caso di vendite sottocosto on line la regola che alcuni prodotti sono ammessi alla vendita sottocosto senza necessità di comunicazione, in particolare quei prodotti riferiti al settore degli elettrodomestici ed elettronica;
10. se oltre alle tre volte previste per legge anche per le vendite sottocosto on line è consentito effettuare ulteriori vendite sottocosto in determinate situazioni;
11. se le vendite sottocosto on line sono tenute al rispetto delle seguenti condizioni:



- a) specifica comunicazione anche nel caso di messaggi pubblicitari all'esterno o all'interno del locale di vendita, recante l'indicazione chiara ed inequivocabile dei prodotti, del quantitativo disponibile per ogni referenza e del periodo temporale della vendita;
  - b) inequivocabile identificazione dei prodotti in vendita sottocosto all'interno dell'esercizio commerciale;
  - c) nel caso dell'impossibilità di rispettare, per l'intero periodo annunciato, le condizioni di cui al punto a) è obbligatorio rendere immediatamente pubblica la fine anticipata dell'offerta (per esempio in caso di esaurimento della merce in sottocosto) utilizzando i medesimi mezzi di comunicazione;
  - d) nel caso in cui siano stati utilizzati messaggi pubblicitari su organi di informazione o mediante depliantes fatti pervenire presso il domicilio dei consumatori e sussistano oggettive difficoltà ad avvisare con tempestività il consumatore mediante i medesimi strumenti, è possibile considerare detto obbligo assolto purché si proceda alla pubblicizzazione in modo ben visibile sia all'interno che all'esterno dell'esercizio dei prodotti esauriti;
12. se nel caso di vendite sottocosto on line al Comune va allegato l'elenco dei prodotti destinati alla vendita sottocosto o copia del messaggio pubblicitario.

Al riguardo si rappresenta quanto segue.

Le vendite sottocosto sono disciplinate dal D.P.R. 6 aprile 2001, n. 218, il cui articolo 1, comma 1 riporta la definizione della vendita sottocosto già recata dall'articolo 15, comma 7, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n.114, ai sensi del quale per vendita sottocosto si intende *“la vendita al pubblico di uno o più prodotti effettuata ad un prezzo inferiore a quello risultante dalle fatture di acquisto maggiorato dell'imposta del valore aggiunto o di ogni altra imposta o tassa connessa alla natura del prodotto e diminuito degli eventuali sconti o contribuzioni riconducibili al prodotto medesimo purché documentati (...)”*.

Le vendite sottocosto, pertanto, rientrano nella categoria delle vendite straordinarie, le quali, ai sensi dell'articolo 15, comma 1, del decreto legislativo n. 114 del 1998 sono quelle con cui l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti.

Va comunque evidenziato che, per espressa previsione dell'art. 1, comma 8, del citato D.P.R. n. 218, le vendite sottocosto sono soggette alle limitazioni e alle prescrizioni del medesimo esclusivamente nel caso di vendite promozionali.

Il citato comma 8, infatti, sancisce che le disposizioni del decreto si applicano esclusivamente nel caso di utilizzo della modalità di vendita sottocosto nella effettuazione di vendite promozionali e quindi non si applicano nel caso di vendite di liquidazione o di vendite di fine stagione di cui all'art. 15 del decreto n. 114. Sancisce, altresì, che non si applicano nel caso di vendite disposte dall'autorità giudiziaria nell'ambito di procedimenti di esecuzione forzata o nel corso di procedure concorsuali.

Oltre a dette esplicite esclusioni il dettato normativo consente di evidenziare ulteriori specifiche indicazioni in merito all'ambito di applicazione che si riportano nel prosieguo.

La circolare ministeriale n. 3528/C del 24 ottobre 2001, al punto 1.1, precisa che dall'espresso richiamo operato dall'art. 15, comma 1, del decreto legislativo n. 114, all'esercente dettagliante consegue che la disciplina sulla vendita sottocosto, contenuta nel decreto n. 218, si applica alla tipologia dell'attività di vendita al dettaglio quale definita all'art. 4, comma 1, lettera b) del decreto



n. 114, ossia *"l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale"*.

Conseguentemente, come precisato al punto 1.2 della citata circolare, la disciplina sulle vendite sottocosto del decreto n. 218 non si applica agli esercenti il commercio all'ingrosso. Il commercio all'ingrosso, infatti, è una tipologia di attività distinta da quella al dettaglio ed è espressamente definita all'art. 4, comma 1, lettera a) del decreto n. 114 quale *"l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali o ad utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione"*.

Al punto 1.3, la circolare precisa ulteriormente che per espressa previsione dovuta alla formulazione della definizione delle vendite sottocosto, recata dall'art. 15, comma 7 del decreto n. 114, nonché dall'art. 1, comma 1, del decreto n. 218, la disciplina sul sottocosto si applica agli esercenti che effettuano la vendita al pubblico, ossia a chiunque ne faccia richiesta. Non si applica, pertanto, agli esercenti la forma speciale di vendita di cui all'art. 16 del decreto n. 114, così come modificato e integrato dall'articolo 66 del decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59 e s.m.i., ossia la vendita effettuata negli spacci interni e definita come *"la vendita di prodotti a favore di dipendenti da enti o imprese, pubblici o privati, di militari, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonché la vendita nelle scuole e negli ospedali esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi (...)"* (cfr. comma 1, art. 66, d.lgs. n. 59 del 2010).

Inoltre, come chiarisce il punto 1.4 della circolare, visto il richiamo, operato nel divieto sancito dall'art. 1, comma 2, del decreto n. 218, al parametro della superficie, la disciplina sulla vendita sottocosto non si applica alle forme speciali di vendita di cui agli artt. 17, 18 e 19 del decreto n. 114, così come modificati e integrati rispettivamente dagli articoli 67, 68 e 69 del decreto legislativo n. 59 del 2010 e s.m.i. Trattasi, nello specifico, delle vendite al dettaglio di prodotti per mezzo di apparecchi automatici, per corrispondenza o tramite televisione o altri mezzi di comunicazione, ivi compreso il commercio elettronico e presso il domicilio dei consumatori, nelle quali non esiste un locale di vendita al quale correlare il parametro della superficie richiesto dall'art. 1, comma 2, del decreto n. 218.

Infine, come chiarisce il punto 1.5 della circolare, la disciplina delle vendite sottocosto, per espressa previsione dell'art. 9, comma 1, del decreto n. 218, non si applica agli esercenti il commercio sulle aree pubbliche.

Ovviamente in tutti i casi espressamente elencati nella circolare come esclusi dall'applicazione della disciplina del decreto n. 218, tra i quali è compreso il commercio elettronico di cui all'articolo 68 del decreto legislativo n. 59 del 2010 e s.m.i., la modalità di vendita sottocosto è sempre consentita.

Di conseguenza, ove la vendita sottocosto venga effettuata on line, i limiti e le modalità dettagliatamente indicate nel citato D.P.R. n. 218 non possono essere applicate e ciò non può significare il divieto di svolgimento di tali modalità di offerta vantaggiosa.

Alle vendite sottocosto on line, quindi, non si applicano le limitazioni elencate dalla S.V. nella richiesta di parere, ossia quelle dal n. 1 al n. 12, peraltro in gran parte riferibili alla circostanza che siano effettuate in un locale di vendita.



Naturalmente resta impregiudicata l'applicazione, invece, delle disposizioni in materia di pratiche commerciali scorrette di cui agli articoli 20 e seguenti del Codice del consumo (decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni) che potrebbero comunque rendere necessarie comunicazioni al pubblico analoghe a quelle di cui al punto 11 per evitare di incorrere in informazioni ed omissioni ingannevoli.

Si conclude precisando, inoltre, che per l'aspetto commerciale la scrivente ha già avuto modo di chiarire che solo due prescrizioni si applicano alle vendite sottocosto online desumibili non dalle disposizioni del citato D.P.R. n. 218, bensì da quelle dell'articolo 15 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 e dal decreto legge 223 del 4 luglio 2006, convertito, con modificazioni, nella legge 4 agosto 2006, n. 248.

La prima prescrizione applicabile è sostenuta nel parere del Ministero dello sviluppo economico 5 agosto 2003, n. 556119, nel quale, ribadito che per effetto del disposto di cui all'art. 1, comma 8, del D.P.R. 6 aprile 2001, n. 218, le vendite sottocosto rappresentano una particolare modalità di effettuazione delle vendite promozionali, le quali si caratterizzano per il fatto di essere offerte al pubblico ad un prezzo inferiore di quello d'acquisto, si sostiene che *“In conseguenza di quanto sopra, quindi, alle vendite sottocosto non può non applicarsi il disposto di cui al citato art. 15, comma 5, che richiede l'obbligo da parte dell'esercente dettagliante che intenda effettuare una qualunque tipologia di vendita straordinaria di indicare anche la percentuale di sconto applicata”*. In tal senso, si sostiene anche l'insostenibilità della giustificazione fornita dal soggetto sanzionato, negli scritti difensivi presentati, il quale si è appellato all'impossibilità di indicare la percentuale di sconto dei prodotti offerti sottocosto, trattandosi di prodotti posti in vendita per la prima volta e per i quali pertanto non era verificabile il relativo prezzo di vendita al pubblico. Il Ministero ha infatti sostenuto che *“detta circostanza non poteva esimere il soggetto in questione dall'osservanza delle disposizioni vigenti in materia, fermo restando il fatto che il medesimo, in virtù della sua esperienza e professionalità, avrebbe potuto stabilire il normale valore commerciale degli articoli offerti in promozione”*.

L'altra prescrizione applicabile è sostenuta nel parere 10 gennaio 2012, n. 3517, con il quale il Ministero, richiamata la circolare ministeriale n.3528 che al punto 1 ha evidenziato che per effetto del disposto di cui all'art. 1, comma 8, del D.P.R. 6 aprile 2001, n. 218 *“(..)* detta modalità di offerta rientra nella categoria delle vendite promozionali” ha sostenuto che *“(..)* si applica attualmente la previsione di cui all'articolo 3 del decreto legge 223 del 4 luglio 2006, convertito, con modificazioni, nella legge 4 agosto 2006, n. 248 " ... *le attività commerciali, come individuate dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, e di somministrazione di alimenti e bevande, sono svolte senza i seguenti limiti e prescrizioni (..) f) l'ottenimento di autorizzazioni preventive e le limitazioni di ordine temporale o quantitativo allo svolgimento di vendite promozionali di prodotti, effettuate all'interno degli esercizi commerciali, tranne che nei periodi immediatamente precedenti i saldi di fine stagione per i medesimi prodotti”*.

Ciò significa che anche nei casi di non applicazione del regolamento n. 218 le vendite sottocosto non possono essere effettuate nei periodi immediatamente precedenti i saldi (che nella quasi totalità dei casi sono stati individuati con norma regionale).

IL DIRETTORE GENERALE  
*Gianfrancesco Vecchio*