



## 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. 211509 del 12 ottobre 2012

Oggetto: Decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, art.14. Richiesta parere utilizzo lettore bar-code.

Si fa seguito alla nota e-mail del 26 settembre u.s., di pari oggetto, con la quale codesto Comune richiede parere scritto circa l'utilizzo di lettori bar-code per la pubblicità dei prezzi di prodotti quali cosmetici ed articoli di profumeria, esposti all'interno delle attività commerciali, a disposizione dei consumatori e se questa modalità sia legittima e sostitutiva dell'utilizzo dei cartellini dei prezzi, ai sensi dell'art.14 del D.lgs. n.114/98.

Tenuto conto di quanto sopra, questa Direzione Generale fa presente quanto segue.

In via generale, si richiama il contenuto dell'art.14 del D.lgs. 114 citato, il quale prevede espressamente che:

*“1. I prodotti esposti per la vendita al dettaglio nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio o su aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, debbono indicare, in modo chiaro e ben leggibile, il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con altre modalità idonee allo scopo.*

*2. Quando siano esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un unico cartello. Negli esercizi di vendita e nei reparti di tali esercizi organizzati con il sistema di vendita del libero servizio l'obbligo dell'indicazione del prezzo deve essere osservato in ogni caso per tutte le merci comunque esposte al pubblico.*

*3. I prodotti sui quali il prezzo di vendita al dettaglio si trovi già impresso in maniera chiara e con caratteri ben leggibili, in modo che risulti facilmente visibile al pubblico, sono esclusi dall'applicazione del comma 2.*

*4. Restano salve le disposizioni vigenti circa l'obbligo dell'indicazione del prezzo di vendita al dettaglio per unità di misura”.*



Nello specifico, al comma 1 è richiesta l'indicazione in modo chiaro e leggibile del prezzo di vendita al pubblico dei prodotti mediante l'uso di un cartello o con *altre modalità idonee allo scopo*.

Dalla lettura di tale comma, quindi, emerge chiaramente la volontà del legislatore di predisporre una norma aperta (tenuto conto, tuttavia, di quanto previsto nei successivi commi) volta ad affiancare allo strumento principale del cartello indicante il prezzo di vendita di un bene anche altri strumenti.

Tuttavia, per espressa previsione della norma in discorso, tali ulteriori modalità devono essere idonee allo scopo. Quest'ultimo deve ravvisarsi, certamente, nel garantire al consumatore medio di individuare in modo semplice ed il più immediato possibile il prezzo del bene che intende acquistare e di effettuare gli opportuni confronti di prezzo.

L'interesse sotteso alla pubblicità dei prezzi, infatti, è anche quello di consentire al consumatore, ai fini dell'acquisto, una scelta ragionata non troppo complessa, sia nel caso in cui lo stesso ha la possibilità di scegliere nel medesimo esercizio tra un paniere di prodotti simili, sia nel caso in cui il consumatore intenda rivolgersi a due o più esercizi commerciali per effettuare una comparazione. Tutto ciò a maggior ragione quando la scelta è indirizzata verso prodotti analoghi per caratteristiche e modalità di utilizzo, nei confronti dei quali, quindi, la scelta medesima dipende, nella maggior parte dei casi, dalla diversità del prezzo richiesto.

Nel caso in discorso, poi, trattandosi di prodotti quali cosmetici ed articoli di profumeria emerge anche la necessità di tenere in considerazione la circostanza che la vendita ha per oggetto prodotti di diverse marche e tipologie di confezioni che costringerebbero il consumatore, che volesse effettuare confronti di prezzo, ad eseguire più controlli attraverso l'uso del lettore bar-code con relative difficoltà logistiche e conseguenti inevitabili disagi, soprattutto per le confezioni più pesanti e ingombranti, ovvero collocate in scaffali più alti, e nel caso in cui il predetto strumento di lettura del prezzo sia installato in poche postazioni fisse.

Non solo, va rilevato che nel caso di specie, quando si tratta di prodotti soggetti anche all'indicazione del prezzo per unità di misura, ai sensi degli articoli 13, 14, 15, 16 e 17 del D.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, recante il Codice del Consumo, come espressamente precisato con il parere interpretativo n.56264 del 18 giugno 2009 dalla scrivente Amministrazione, va in ogni caso garantita anche tale prescritta informazione.

Di conseguenza, l'utilizzo del lettore bar-code non consentirebbe il rispetto delle disposizioni del Codice su richiamate salvo che non siano adottate soluzioni tali (ad esempio, lettori bar-code individuali mobili, di facile utilizzo e di agevole lettura, offerti in uso al cliente per l'intero periodo di permanenza nell'esercizio di vendita, ovvero postazioni fisse di lettura molteplici e ben distribuite integrati da cartellini almeno per i prodotti più pesanti ed ingombranti) da garantire comunque il raggiungimento di tutte le finalità cui tale obbligo è preordinato.



In conclusione, pertanto, la scrivente Direzione Generale, tenuto conto delle considerazioni formulate e degli interessi dei consumatori sottesi alle stesse, non ritiene in generale che la modalità dell'utilizzo di lettori bar-code in assenza di altri adeguati accorgimenti, possa ritenersi legittimamente sostitutiva dei cartellini per la pubblicità dei prezzi dei prodotti.

IL DIRETTORE GENERALE  
*(Gianfrancesco Vecchio)*

DM Som/IV-Q-DF

