



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. 3517 del 10 gennaio 2013

Oggetto: Quesito applicazione D.Lgs. 114/1998 al commercio elettronico

In relazione al quesito in cui si chiede se sia applicabile al commercio elettronico la normativa in materia di vendite straordinarie contenuta nel D.L.gs. 31 marzo 1998, n. 114, la scrivente Direzione Generale fa presente quanto segue.

1. Le vendite di fine stagione sono disciplinate dall' articolo 15, commi 2 e 6 del decreto Legislativo n. 114 del 31 marzo 1998 : "...2. *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. ... 6. **Le regioni, sentite i rappresentanti degli enti locali, le organizzazioni dei consumatori e delle imprese del commercio, disciplinano le modalità di svolgimento, la pubblicità anche ai fini di una corretta informazione del consumatore, i periodi e la durata delle vendite di liquidazione e delle vendite di fine stagione.***" Tale norma si applica anche alle vendite on line.
2. Le vendite promozionali sono state liberalizzate dalla legge n. 248 del 2006 che ha convertito il decreto legge n. 223 del 2006. All'articolo 3, comma 1 è infatti stabilito che:
"*...le attività commerciali, come individuate dal decreto legislativo 31 marzo 1998, sono svolte senza i seguenti vincoli e prescrizioni:*
...
e) la fissazione di divieti ad effettuare vendite promozionali, a meno che non siano prescritti dal diritto comunitario.



Tale liberalizzazione ovviamente include anche le vendite promozionali on-line.

3. Le vendite sottocosto sono disciplinate dal D.P.R. n. 218 del 6 aprile 2001. Il comma 2 dell'articolo 1 del predetto decreto stabilisce che “ *È vietata la vendita sottocosto effettuata da un esercizio commerciale che, da solo o congiuntamente a quelli dello stesso gruppo di cui fa parte, detiene una quota superiore al cinquanta per cento della superficie di vendita complessiva esistente nel territorio della provincia dove ha sede l'esercizio, con riferimento al settore merceologico di appartenenza.*”. Il riferimento alla quota di superficie di vendita implicava la non applicabilità alle imprese che effettuino vendita on line della suddetta normativa. (cfr. il punto 1 della circolare n. 3528 del 24 ottobre 2001 emanata dal Ministero dello Sviluppo Economico). Va però osservato, in materia di vendite sottocosto, che, come chiarito al punto 1 della suddetta circolare, detta modalità di offerta rientra nella categoria delle vendite promozionali. Pertanto, anche alle vendite sottocosto on line, 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.***

IL DIRETTORE GENERALE

(Gianfrancesco Vecchio)