



## *Ministero dello Sviluppo Economico*

DIREZIONE GENERALE PER IL MERCATO, LA CONCORRENZA, I CONSUMATORI, LA VIGILANZA E LA NORMATIVA TECNICA  
DIVISIONE IV Promozione della concorrenza e semplificazioni per le imprese

### Risoluzione n. 250182 del 29 luglio 2016

#### Oggetto: **Quesito in materia di vendite straordinarie**

Si fa riferimento alla richiesta pervenuta per e-mail, con la quale codesto Comune chiede chiarimenti in tema di vendite straordinarie.

Nello specifico, rappresenta che nei primi giorni di dicembre un noto gruppo commerciale, operante prevalentemente nel settore dell'abbigliamento e dei prodotti per la casa, ha comunicato la chiusura di tutti i cinque punti vendita presenti nel medesimo centro commerciale proponendo, per l'occasione, forti sconti.

Riferisce che la Polizia Urbana ha sanzionato il gruppo commerciale in questione per la mancata comunicazione prevista dall'articolo 15, comma 2, del decreto legislativo n. 114 del 1998, prevista per le vendite di liquidazione.

Il gruppo ha presentato le memorie difensive previste dall'articolo 18 della legge n. 681 del 1989 opponendosi al pagamento della sanzione prevista nel verbale e sostenendo che la sopraccitata norma non è applicabile nel caso specifico in quanto non si tratterebbe di una vendita straordinaria per liquidazione, bensì di un cambio di immagine del gruppo mediante l'inserimento di nuovi prodotti qualitativamente differenti.

Su quanto sopra chiede il parere della scrivente Direzione Generale.

Al riguardo si fa presente quanto segue.

In via preliminare evidenzia che, ai sensi dell'articolo 15 del decreto legislativo n. 114 del 1998, per vendite straordinarie si intendono le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione e le vendite promozionali nelle quali l'esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti.

In particolare, le vendite di liquidazione, ai sensi del comma 2, del medesimo articolo 15, sono effettuate dall'esercente dettagliante al fine di esitare in breve tempo tutte le proprie merci, a seguito di: cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento dell'azienda in altro locale, trasformazione o rinnovo dei locali e possono essere effettuate in qualunque momento dell'anno, previa comunicazione al comune dei dati e degli elementi comprovanti tali fatti.



In conseguenza di quanto sopra, il soggetto in discorso, avendo proceduto alla vendita straordinaria dopo comunicazione della chiusura dei punti vendita, ha effettuato, stante il tenore del citato articolo 15, comma 2, una vendita di liquidazione che, ai sensi del medesimo comma 2, deve essere comunicata al comune.

Peraltro, non rientra fra le casistiche espressamente previste dalla norma in discorso il cambio di immagine mediante l'inserimento di nuovi prodotti qualitativamente differenti.

Tale vendita, inoltre, non può configurarsi neanche come vendita promozionale, anche se ai sensi dell'articolo 3, comma 1, lettere e) ed f), del decreto legislativo 4 luglio 2006, n. 223, convertito con modificazioni dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, le vendite promozionali sono svolte “ .... senza i seguenti limiti e prescrizioni:

*e) la fissazione di divieti (...) a meno che non siano prescritti dal diritto comunitario;*

*f) l'ottenimento di autorizzazioni preventive e le limitazioni di ordine temporale o quantitativo allo svolgimento (...) tranne nei periodi immediatamente precedenti i saldi di fine stagione per i medesimi prodotti”.*

Infatti, nonostante la circostanza che le vendite promozionale sono state liberalizzate e pertanto possono essere effettuate senza limiti di ordine temporale, dalla documentazione inviata da codesto comune è possibile evincere che le vendite straordinarie sono state effettuate dal soggetto in discorso anche nel mese di dicembre e quindi nel periodo immediatamente precedente i saldi di fine stagione, nel quale non sono consentite.

IL DIRETTORE GENERALE  
*Gianfrancesco Vecchio*