



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA

DIREZIONE CENTRALE ATTIVITÀ PRODUTTIVE

Servizio sostegno e promozione
comparti commercio e terziario

serv.commercio.terz@regione.fvg.it
tel 040 377 2405
fax 040 377 2446
I - 34132 Trieste, via Trento 2

protocollo n. **17722/PROD.COMM**
riferimento: **nota OTC dd. 03/07/07**
allegato
Trieste, **19 luglio 2007**

All'Organizzazione

oggetto: **L.R. 29/2005, art. 34 – Disciplina delle vendite di fine stagione**

E' pervenuta, da parte dell'Organizzazione in indirizzo, la richiesta di chiarimento in ordine alle modalità di svolgimento delle vendite di fine stagione (cosiddetti saldi), la cui disciplina è contenuta nell'articolo 34 della legge regionale in oggetto citata.

A livello preliminare, si chiarisce innanzi tutto che l'istituto delle vendite di fine stagione va tenuto distinto da quello delle vendite di liquidazione, consentite le seconde esclusivamente nelle fattispecie tassative di legge: cessazione dell'attività, cessione dell'azienda o trasferimento della sua sede, trasformazione o rinnovo dei locali ovvero delle attrezzature (articolo 33, comma 1); si tratta pertanto di presupposti differenti da quelli legittimanti i cosiddetti <<saldi>>, che hanno lo scopo di esitare prodotti di moda di carattere stagionale che non vengono venduti entro un certo periodo di tempo (articolo 34, comma 1).

Si richiama l'attenzione sulla lettera della disposizione citata: **prodotti di moda di carattere stagionale che non vengono venduti entro un certo periodo di tempo**; alla luce di tale formulazione, la Direzione scrivente, in maniera costante, ha sostenuto che un prodotto può diventare fuori moda anche dopo varie stagioni (infatti, la norma non si riferisce espressamente alla stagione *in corso*), ossia dopo vari anni, per mutamento di gusti, di abitudini, di costume e che questa ipotesi può riguardare non solo articoli di abbigliamento, ma anche gioielli, prodotti d'arredamento, profumi, e perché no pure beni alimentari (si pensi infatti a specifici prodotti dietetici/integratori che dopo un certo lasso temporale non incontrano più il favore dei consumatori).

Si aggiunge che il precetto, secondo cui le vendite promozionali devono tenersi ad una certa distanza dai saldi (articolo 35, comma 1), costituisce

soltanto un vincolo temporale e non merceologico, tant'è vero che né per le vendite di fine stagione, né per le vendite promozionali sono fissate limitazioni merceologiche.

Con riferimento, nello specifico, ai dubbi su quale possa essere il prezzo dei capi di molte stagioni precedenti posti in saldo, quale sia il criterio di applicazione del prezzo medesimo e quale possa essere il controllo esercitato dai consumatori, trattasi di questioni che esulano dalla disciplina del diritto amministrativo del commercio, in quanto attinenti alla politica aziendale del singolo operatore ed alla dinamica del libero mercato (incontro offerta/domanda operatore/cliente).

Distinti saluti

IL DIRETTORE CENTRALE
dott.ssa Antonella MANCA

Responsabile del procedimento: dott.ssa Sabrina Miotto
telefono: 040 3772405
e.mail: sabrina.miotto@regione.fvg.it

Responsabile dell'istruttoria: Bracale Riccardo
telefono: 040 3772448
e.mail: riccardo.bracale@regione.fvg.it