



REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA

DIREZIONE CENTRALE ATTIVITA' PRODUTTIVE

*Servizio sostegno e promozione comparti
commercio e terziario*

Prot. 4169/PROD.COMM.

Rif. prot. PC/gw/62/8 dd. 23 gennaio 2006

Alleg.

Oggetto: L.R. 29/2005 – Vendite promozionali

Trieste, 3 febbraio 2006
34135 – V.le Miramare, 19
Tel. 040 3775710
Fax 040 3775796

All'Associazione

Con la nota sopra emarginata, dell'Associazione in indirizzo, sono stati formulati una serie di quesiti attinenti le vendite promozionali ed i cosiddetti "saldi"; in proposito si intende evidenziare quanto segue.

L'articolo 35, comma 1, della LR 29/2005, nel momento in cui definisce la fattispecie delle vendite promozionali, esplicitamente le consente per *tutti* o una parte dei prodotti merceologici, non legittimando quindi alcun genere di "distinguo" di tipo merceologico.

Il precetto secondo cui le vendite promozionali devono tenersi ad una certa distanza dai saldi costituisce soltanto un vincolo temporale e non merceologico, tant'è vero che nemmeno per le vendite di fine stagione sono fissate limitazioni merceologiche.

L'articolo 34, comma 1, della nuova legge in modo espresso stabilisce che i saldi riguardano prodotti di moda di carattere stagionale che non vengono venduti entro un certo periodo di tempo, però in maniera costante la scrivente Direzione ha sostenuto, alla luce della lettera della disposizione, che un prodotto può diventare fuori moda anche dopo varie stagioni, 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,...

Distinti saluti.

IL VICEDIRETTORE CENTRALE
- dott. Franco MILAN -

RBr