

LEGGE PROVINCIALE SUL COMMERCIO 30 luglio 2010, n. 17
Disciplina dell'attività commerciale

(B.U. 3 agosto 2010, n. 31, suppl. n. 1)

omissis

Sezione VIII

Vendite presentate al pubblico come occasioni particolarmente favorevoli

Art. 28

Vendite presentate al pubblico come occasioni particolarmente favorevoli

1. Sono regolate da questa sezione le vendite speciali, straordinarie, di saldi, di fine stagione, di promozione, di liquidazione, di realizzo, di rimanenze di magazzino, a prezzi scontati o ribassati, le offerte e tutte le altre vendite che, con sinonimi, comparativi, superlativi o altri nomi di fantasia sono presentate come occasioni particolarmente favorevoli per gli acquirenti, anche prospettate al pubblico attraverso mezzi pubblicitari o d'informazione inviati, consegnati, indirizzati tramite mezzi informatici o in qualunque modo destinati al consumatore o a gruppi di consumatori.
2. Nelle vendite previste dal comma 1 è vietato il riferimento, nella presentazione o nella pubblicità della vendita, a procedure fallimentari e simili, anche come termine di paragone. Il termine "vendita di liquidazione" è utilizzabile nella pubblicità esclusivamente in caso di chiusura definitiva dell'attività commerciale o cessione, affitto, trasferimento di sede dell'azienda oppure per lavori di ristrutturazione che comportano la chiusura dell'esercizio.
3. Le vendite previste dal comma 1 possono essere effettuate durante tutto l'anno. Fatta eccezione per le vendite pubblicizzate come promozionali che non sono soggette a limitazioni temporali, ogni altra vendita non può avere una durata superiore a sessanta giorni; fra una vendita e l'altra, inoltre, intercorrono almeno trenta giorni.
4. L'impresa commerciale che intende effettuare una vendita con le caratteristiche previste dal comma 1, a eccezione delle vendite pubblicizzate come promozionali, ne dà comunicazione alla Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Trento, e per conoscenza al comune competente per territorio; la Giunta provinciale stabilisce le modalità per la presentazione della comunicazione e i suoi elementi, nel rispetto dei principi di semplicità e di economicità.
5. Questa sezione non si applica alla pubblicità effettuata esclusivamente all'interno dei punti di vendita, né in alcun modo propagandata all'esterno o prospettata al pubblico con le modalità indicate nel comma 1; non si applica, inoltre, alle vendite disposte dall'autorità giudiziaria a seguito di esecuzione forzata o disposte a seguito di procedure concorsuali.
6. Le vendite disciplinate da questa sezione sono effettuate durante l'orario di apertura dei negozi e nei relativi locali.
7. Le comunicazioni previste dal comma 4 non sono necessarie nel caso di vendita per corrispondenza su catalogo a norma delle leggi vigenti.
8. Fino a quando non è diversamente disposto le funzioni amministrative concernenti l'applicazione di questa sezione, ivi comprese quelle previste dall'articolo 51, comma 2, sono esercitate, su delega della Provincia, dalla Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Trento.
9. La Giunta provinciale può adottare norme regolamentari per l'esecuzione di questa sezione ed emanare direttive per l'esercizio delle funzioni amministrative delegate.
10. La Provincia è autorizzata a rimborsare le spese per l'esercizio delle funzioni delegate previste da questa sezione secondo criteri e modalità definiti nell'accordo di programma

previsto dall'articolo 19 (Razionalizzazione dei rapporti finanziari tra la Provincia e la Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura di Trento) della legge provinciale 29 dicembre 2005, n. 20.

Art. 29

Pubblicità e prezzi

1. La pubblicità che fa diretto o indiretto riferimento ai prezzi e contestualmente all'occasione favorevole d'acquisto non deve essere generica, ma indica anche l'entità o la percentuale dello sconto o del ribasso effettuato rispetto al prezzo di vendita al dettaglio più basso, per lo stesso prodotto, praticato dal venditore nei trenta giorni precedenti l'inizio della manifestazione pubblicitaria.
2. Le asserzioni pubblicitarie relative alle vendite disciplinate da questa sezione sono presentate graficamente in modo non ingannevole per il consumatore e contengono gli estremi delle comunicazioni previste dall'articolo 28, nonché la durata della vendita.
3. Durante le vendite disciplinate da questa sezione il venditore, secondo le norme vigenti in materia di pubblicità dei prezzi, indica il prezzo di vendita previsto dal comma 1, l'entità dello sconto o del ribasso praticato e il nuovo prezzo finale di vendita.
4. Il venditore dev'essere in grado di dimostrare la veridicità di qualsiasi asserzione pubblicitaria relativa alla composizione merceologica e alla qualità delle merci vendute, nonché agli sconti o ribassi dichiarati.
5. Se nella pubblicità non sono specificate le merci cui si riferiscono lo sconto o il ribasso questi si applicano su tutte le merci.

Art. 30

Separazione delle merci

1. Le merci offerte nelle vendite regolate da questa sezione sono separate in modo chiaro e inequivocabile da quelle che eventualmente sono contemporaneamente poste in vendita alle condizioni ordinarie; se tale distinzione non è possibile queste ultime merci non possono essere offerte in vendita.
2. Se per una stessa voce merceologica si praticano prezzi di vendita diversi in rapporto alla varietà degli articoli che rientrano in tale voce, nella pubblicità sono indicati il prezzo più basso e quello più alto, escludendo le indicazioni generiche. Se è indicato un solo prezzo tutti gli articoli che rientrano nella voce merceologica reclamizzata sono venduti a tale prezzo.

Art. 31

Esaurimento delle merci

1. I prezzi pubblicizzati sono praticati nei confronti di tutti i compratori fino a esaurimento delle merci che formano oggetto della vendita. L'esaurimento delle merci durante il periodo fissato per la vendita è portata a conoscenza del pubblico con avviso ben visibile, esposto all'esterno dei locali di vendita. Gli organi di vigilanza possono controllare se le scorte sono effettivamente esaurite.

Art. 32

Prodotti per l'alimentazione e per l'igiene della persona e della casa

1. Fatto salvo quanto disposto dal comma 2 questa sezione non si applica alle vendite al dettaglio dei prodotti per l'alimentazione e per l'igiene della persona e della casa.
2. L'esercizio commerciale che vende al dettaglio i prodotti indicati nel comma 1, presentandoli al pubblico come occasioni d'acquisto particolarmente favorevoli, osserva in

ogni caso l'articolo 30 ed espone sui prodotti oggetto delle vendite il cartellino con indicato il doppio prezzo di vendita oppure la percentuale applicata sul normale prezzo di vendita.

Art. 33

Vendite sottocosto

1. Per le vendite sottocosto si applica il decreto del Presidente della Repubblica 6 aprile 2001, n. 218 (Regolamento recante disciplina delle vendite sottocosto, a norma dell'articolo 15, comma 8, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114).

omissis