



REPUBBLICA DI SAN MARINO

DECRETO DELEGATO 14 dicembre 2011 n.196

**Noi Capitani Reggenti
la Serenissima Repubblica di San Marino**

*Visto l'articolo 40 della Legge 26 luglio 2010 n.130 e successive modifiche ed integrazioni;
Vista la deliberazione del Congresso di Stato n.7 adottata nella seduta del 6 dicembre 2011;
Visti l'articolo 5, comma 3, della Legge Costituzionale n. 185/2005 e gli articoli 8 e 10, comma 2,
della Legge Qualificata n.186/2005;
Promulghiamo e mandiamo a pubblicare il seguente decreto delegato:*

VENDITE DI LIQUIDAZIONE, DI FINE STAGIONE, PROMOZIONALI E STRAORDINARIE

CAPO I DISPOSIZIONI GENERALI

Art. 1 *(Ambito di applicazione)*

1. Le vendite di liquidazione, di fine stagione, promozionali e straordinarie sono regolate dal presente decreto delegato.
2. Per le vendite di cui al comma precedente, è vietato l'uso della dizione "vendita fallimentare" o riferimenti ad altre procedure concorsuali anche come termine di paragone.
3. Le disposizioni di cui al presente decreto delegato non si applicano alle vendite disposte dall'autorità giudiziaria a seguito di esecuzione forzata ed alle vendite di beni oggetto di pignoramento effettuate dal Servizio Esattoria Unica.

CAPO II DELLE VENDITE DI LIQUIDAZIONE

Art. 2 *(Generalità)*

1. Le vendite di liquidazione sono quelle forme di vendita al pubblico effettuate dall'operatore commerciale al dettaglio al fine di esitare in breve tempo tutte le merci presentando al consumatore l'acquisto come occasione particolarmente favorevole, reale ed effettiva nel rapporto qualità/prezzo a seguito di cessazione dell'attività commerciale, cessione dell'azienda, trasferimento di sede dell'azienda, ristrutturazione e/o rinnovo dei locali, rinuncia ad una merceologia di cui all'oggetto

della propria licenza. In questo ultimo caso, la vendita di liquidazione deve riguardare esclusivamente gli articoli oggetto della merceologica rinunciata.

Art. 3 *(Modalità)*

1. L'effettuazione di vendita di liquidazione deve essere comunicata all'Ufficio Industria, Artigianato e Commercio almeno 10 giorni prima della data di inizio della stessa.
2. La comunicazione contiene le seguenti indicazioni:
 - a) motivi della vendita di liquidazione;
 - b) data di inizio e di fine della stessa;
 - c) genere di articoli che verranno esitati nella vendita;
 - d) percentuale minima e massima di sconto che si intende praticare durante la liquidazione;
 - e) sottoscrizione dell'impegno a non introdurre ulteriori merci del genere di quelle per le quali è effettuata la vendita di liquidazione.
3. Con riferimento alla diversa casistica di cui all'articolo 2, devono essere soddisfatti i requisiti seguenti:
 - a) cessazione attività: dichiarazione di cessazione dell'attività aziendale che è resa esecutiva dall'Ufficio Industria, Artigianato e Commercio trascorsi 10 giorni dalla fine della vendita di liquidazione;
 - b) cessione dell'azienda: copia dell'atto che attesta la compravendita della azienda ovvero dichiarazione di cessione sottoscritta dal cedente e dal cessionario;
 - c) trasferimento di sede dell'azienda: autorizzazione al trasferimento della sede dell'azienda. Il trasferimento stesso deve avvenire entro 40 giorni dalla fine della vendita di liquidazione;
 - d) ristrutturazione e/o rinnovo dei locali: pratica edilizia approvata e/o elaborati relativi alla nuova sistemazione da cui risulti che la ristrutturazione e/o il rinnovo dei locali comporta l'esecuzione di rilevanti lavori tali da determinare la chiusura degli stessi per almeno 10 giorni consecutivi. L'avvio delle opere deve avvenire entro 30 giorni dalla fine della vendita;
 - e) rinuncia ad una merceologia: dichiarazione di rinuncia ad una merceologia di cui all'oggetto della propria licenza che è resa esecutiva dall'Ufficio Industria, Artigianato e Commercio trascorsi 10 giorni dalla fine della vendita di liquidazione.
4. L'Ufficio Industria, Artigianato e Commercio informa l'Osservatorio Prezzi e l'Osservatorio del Commercio della vendita di liquidazione.
5. Le vendite possono essere effettuate durante tutto l'anno per un periodo non superiore alle quattro settimane; nel caso di cessazione dell'attività commerciale o cessione dell'azienda la vendita può essere effettuata per un periodo non superiore alle otto settimane.
6. L'eventuale chiusura anticipata della vendita per esaurimento merci è resa nota dall'operatore commerciale all'Ufficio Industria, Artigianato e Commercio.

Art. 4 *(Divieti e obblighi)*

1. A decorrere dalla data della comunicazione è fatto divieto di introdurre nei locali ulteriori merci, sia in conto acquisto sia in conto deposito, del genere di quelle per le quali viene effettuata la vendita di liquidazione.
2. Gli articoli oggetto di vendita di liquidazione devono essere facilmente identificabili all'interno del punto vendita.
3. Su ogni articolo oggetto di vendita di liquidazione sono indicati: il prezzo praticato ordinariamente, la percentuale di sconto o ribasso applicata sul prezzo ordinario di vendita o, in alternativa, il prezzo iniziale e finale di vendita.
4. Fermo restando l'obbligo di indicare il prezzo ordinario di vendita su ogni singolo articolo, e fatto salvo quanto disposto dall'articolo 71 della Legge 26 luglio 2010 n. 130, è data facoltà

all' esercente raggruppare gli articoli oggetto di vendita di liquidazione per percentuale di sconto senza obbligo di apporre su ogni singolo articolo il prezzo finale di vendita. L' indicazione della percentuale di sconto applicata su ogni singolo gruppo di articoli dovrà essere indicata in maniera visibile e chiara, al fine di non generare dubbi o confusione nel consumatore.

CAPO III DELLE VENDITE DI FINE STAGIONE

Art. 5 (Generalità)

1. Le vendite o saldi di fine stagione riguardano i prodotti, di carattere stagionale o di moda, suscettibili di notevole deprezzamento in caso di mancata vendita entro una determinata stagione ovvero entro un breve periodo di tempo.
2. Le vendite di fine stagione possono essere effettuate dagli operatori commerciali al dettaglio esclusivamente dal 1° gennaio al 1° marzo e dal 1° luglio al 1° settembre.

Art. 6 (Modalità)

1. L' effettuazione di vendita di fine stagione deve essere comunicata all' Ufficio Industria, Artigianato e Commercio almeno 5 giorni prima dell' inizio dei saldi.
2. La comunicazione deve contenere le seguenti indicazioni:
 - a) data di inizio e data di fine della vendita;
 - b) tipo di prodotti posti in saldo;
 - c) percentuale minima e massima di sconto che si intende praticare durante il periodo.
3. La presentazione al pubblico della vendita di fine stagione deve contenere esplicitamente l' indicazione della natura di detta vendita.
4. Gli articoli oggetto di vendita di fine stagione devono essere facilmente identificabili all' interno del punto vendita.
5. Su ogni articolo oggetto di vendita di fine stagione sono indicati: il prezzo praticato ordinariamente, la percentuale di sconto o ribasso applicata sul prezzo ordinario di vendita o, in alternativa, il prezzo iniziale e finale di vendita.
6. Fermo restando l' obbligo di indicare il prezzo ordinario di vendita su ogni singolo articolo, e fatto salvo quanto disposto dall' articolo 71 della Legge 26 luglio 2010 n. 130, è data facoltà all' esercente raggruppare gli articoli oggetto di vendita di fine stagione per percentuale di sconto senza obbligo di apporre su ogni singolo articolo il prezzo finale di vendita. L' indicazione della percentuale di sconto applicata su ogni singolo gruppo di articoli dovrà essere indicata in maniera visibile e chiara, al fine di non generare dubbi o confusione nel consumatore.
7. L' eventuale chiusura anticipata della vendita per esaurimento merci è resa nota dall' operatore commerciale all' Ufficio Industria, Artigianato e Commercio.

CAPO IV DELLE VENDITE PROMOZIONALI

Art. 7 (Generalità)

1. Le vendite promozionali rientrano nelle iniziative messe in atto dall' operatore commerciale al dettaglio al fine di richiamare l' attenzione dei consumatori, in termini di rapporto qualità/prezzo, su uno o parte dei prodotti commercializzati.

2. Salvo quanto disposto all'articolo 9, tali tipi di vendite possono essere effettuate durante tutto l'anno, fatta eccezione nei quindici giorni precedenti il Natale e la Pasqua, per periodi limitati di 15 giorni consecutivi non ripetibili complessivamente per più di 4 volte nell'arco dell'anno.
3. La percentuale dello sconto applicabile può raggiungere al massimo il 30% del prezzo intero.
4. Possono derogare ai precedenti comma 2 e 3, le attività di vendita affiliate o aderenti a gruppi commerciali esteri e/o internazionali, sulla base di appositi accordi siglati e verificabili, a cui gli articoli oggetto di vendita promozionale fanno capo.

Art. 8 *(Modalità)*

1. Salvo quanto disposto all'articolo 9, l'effettuazione di vendita promozionale deve essere comunicata all'Ufficio Industria, Artigianato e Commercio almeno 10 giorni prima dell'inizio della stessa.
2. La comunicazione deve contenere le seguenti indicazioni:
 - a) data di inizio e di fine vendita;
 - b) tipo e marca di prodotti posti in promozione;
 - c) indicazione della percentuale di sconto applicata;
 - d) le attività di cui al comma 4 del precedente articolo 7 dovranno allegare altresì copia della documentazione dalla quale si evince che la casa madre intende avviare una vendita promozionale sugli articoli posti in promozione con l'indicazione delle date di inizio e fine vendita e della percentuale di sconto applicata o il prezzo di vendita finale scontato.
3. E' facoltà dell'operatore commerciale pubblicizzare la vendita promozionale verso la clientela esterna, mentre è d'obbligo informare il consumatore all'interno del locale sui termini della vendita, compresa l'indicazione della sua durata.
4. Gli articoli oggetto di vendita promozionale devono essere facilmente identificabili all'interno del punto vendita.
5. Su ogni articolo oggetto di vendita promozionale sono indicati: il prezzo praticato ordinariamente, la percentuale di sconto o ribasso applicata sul prezzo ordinario di vendita o, in alternativa, il prezzo iniziale e finale di vendita.
6. Fermo restando l'obbligo di indicare il prezzo ordinario di vendita su ogni singolo articolo, e fatto salvo quanto disposto dall'articolo 71 della Legge 26 luglio 2010 n. 130, è data facoltà all'esercente raggruppare gli articoli oggetto di vendita promozionale per percentuale di sconto senza obbligo di apporre su ogni singolo articolo il prezzo finale di vendita. L'indicazione della percentuale di sconto applicata su ogni singolo gruppo di articoli dovrà essere indicata in maniera visibile e chiara, al fine di non generare dubbi o confusione nel consumatore.
7. Ad eccezione dei casi di cui all'articolo 9, l'eventuale chiusura anticipata della vendita per esaurimento merci è resa nota dall'operatore commerciale all'Ufficio Industria, Artigianato e Commercio.

Art. 9 *(Disposizioni particolari per la vendita di prodotti alimentari)*

1. Le vendite promozionali riguardanti i prodotti alimentari e di drogheria possono essere svolte in qualsiasi periodo dell'anno senza darne preventiva comunicazione all'Ufficio Industria, Artigianato e Commercio.
2. Nel caso in cui le vendite indicate al comma 1 siano effettuate per esitare in breve tempo eventuali prodotti prossimi alla scadenza, l'esercente provvede a darne adeguata informazione al consumatore.

CAPO V
DELLE VENDITE STRAORDINARIE

Art. 10
(Disposizioni per licenze artigianali)

1. Fatto salvo quanto previsto dalla vigente normativa in materia di artigianato, il titolare di licenza artigianale può effettuare vendite di liquidazione, di fine stagione, promozionali ai sensi del presente decreto delegato.

Art. 11
(Vendite sottocosto)

1. Per vendita sotto costo si intende la vendita al pubblico, effettuata da operatori commerciali al dettaglio, di uno o più prodotti ad un prezzo inferiore rispetto a quello risultante dalle fatture di acquisto maggiorato di ogni imposta o tassa connessa alla natura del prodotto e diminuito degli eventuali sconti o contribuzioni riconducibili al prodotto medesimo purché documentati.

2. Senza pregiudizio per la specifica politica dei prezzi, non è ammessa la vendita sotto costo come pratica commerciale ordinaria. Tale vendita deve essere comunicata almeno 15 giorni prima dell'inizio della stessa all'Ufficio, Industria, Artigianato e Commercio precisandone i motivi ed è consentita esclusivamente nei termini di cui al presente articolo e solo per periodi limitati di 10 giorni non ripetibili complessivamente per più di 4 volte nell'arco dell'anno e più precisamente per non più di 1 volta a stagione, ad eccezione di quegli operatori economici sammarinesi affiliati o aderenti a gruppi commerciali esteri e/o internazionali, sulla base di appositi accordi siglati e verificabili.

3. La comunicazione deve contenere le seguenti indicazioni:

a) data di inizio e di fine vendita;
b) tipo, quantità e marca di prodotti oggetto di vendita sottocosto con indicazione del relativo prezzo finale di vendita al consumatore.

4. Non è soggetta a comunicazione la vendita di:

a) prodotti alimentari freschi e deperibili;
b) prodotti alimentari qualora manchino meno di tre giorni alla data di scadenza o meno di quindici al termine minimo di conservazione;
c) prodotti tipici di festività tradizionali dopo la ricorrenza;
d) prodotti extra alimentari difettosi, fallati o tecnologicamente obsoleti.

5. L'eventuale chiusura anticipata della vendita per esaurimento merci è resa nota dall'operatore commerciale all'Ufficio Industria, Artigianato e Commercio.

CAPO VI
DISPOSIZIONI COMUNI E FINALI

Art. 12
(Disciplina della pubblicità)

1. Il venditore deve essere in grado di dimostrare la veridicità di qualsiasi pubblicità relativa sia alla composizione merceologica sia alla qualità delle merci vendute nonché agli sconti o ribassi dichiarati.

2. L'effettuazione di attività pubblicitaria relativa alle vendite disciplinate dal presente decreto delegato è consentita nei dieci giorni precedenti l'inizio e durante il periodo di svolgimento della vendita.

3. Nella pubblicità commerciale di prodotti alimentari sono indicate le caratteristiche, la qualità, la quantità ed il prezzo unitario, a peso o a misura.

Art. 13

(Disposizioni a tutela del consumatore)

1. La pubblicità relativa alle vendite di cui al presente decreto delegato è effettuata, anche graficamente, in modo non ingannevole per il consumatore ed esplicita in modo ben visibile la tipologia di vendita e la data di inizio e fine della stessa.

2. Al fine di non indurre il consumatore in errore, le merci offerte nelle vendite di cui ai precedenti Capi sono distinte e separate, in modo chiaro ed inequivocabile, da quelle che vengono poste in vendita alle condizioni ordinarie. Nel caso in cui tale separazione non sia possibile, la vendita ordinaria è sospesa.

3. I prezzi pubblicizzati sono praticati nei confronti dei compratori senza alcuna limitazione di quantità e senza l'abbinamento di vendite fino ad esaurimento delle scorte.

4. L'esaurimento delle scorte di talune merci durante il periodo di vendita è portato a conoscenza del consumatore con avvisi ben visibili dall'esterno del locale.

5. Nel caso in cui per una stessa tipologia di prodotto si praticino prezzi di vendita diversi a seconda della varietà degli articoli che rientrano in tale voce merceologica, la pubblicità è effettuata indicando il prezzo più alto e più basso.

6. Qualora l'operatore indichi per una determinata tipologia di prodotto un solo prezzo, tutti gli articoli che rientrano nella voce reclamizzata sono venduti a tale prezzo.

Art. 14

(Disposizione integrativa)

1. Qualora, alla luce dello sviluppo di nuove tecniche di commercializzazione o di comprovate esigenze contingenti, si presentassero in capo agli operatori titolari di licenza commerciale al dettaglio motivate necessità di effettuare vendite particolari non contemplate dal presente decreto delegato, gli interessati sono tenuti a presentare la relativa richiesta alla Commissione del Commercio ai fini dell'ottenimento di specifica autorizzazione.

2. In caso di accoglimento della domanda, la Commissione del Commercio può dettare prescrizioni in ordine alle modalità di effettuazione delle vendite di cui al precedente comma 1.

Art. 15

(Comunicazioni)

1. L'Ufficio Industria, Artigianato e Commercio provvede ad inviare alla Polizia Civile, alla Gendarmeria, all'Ufficio Tributario ed all'Ufficio Affissioni comunicazione relativa alle vendite effettuate dagli operatori.

Art. 16

(Controlli e sanzioni)

1. La vigilanza sulla corretta applicazione delle norme di cui al presente decreto delegato e la comminazione delle sanzioni di cui al successivo comma 2 spetta all'Ufficio Industria, Artigianato e Commercio a norma del Titolo V della Legge 26 luglio 2010 n.130.

2. La violazione delle disposizioni di cui al presente decreto delegato comporta l'applicazione della sanzione pecuniaria amministrativa di cui all'articolo 74, comma 5 della Legge 26 luglio 2010

n. 130; nei casi di recidiva e di recidiva reiterata nelle predette violazioni si applica quanto previsto dai commi 6, 7 e 8 del succitato articolo 74.

3. In caso di comunicazione, da parte dell'operatore economico interessato, non rispondente alle disposizioni di cui al presente decreto delegato, l'Ufficio Industria, Artigianato e Commercio ha facoltà di inibire la vendita richiesta.

Art. 17
(Abrogazioni)

1. E' abrogato il Decreto Delegato 29 dicembre 2009 n.175.

Dato dalla Nostra Residenza, addì 14 dicembre 2011/1711 d.F.R

I CAPITANI REGGENTI
Gabriele Gatti – Matteo Fiorini

p. IL SEGRETARIO DI STATO
PER GLI AFFARI INTERNI
IL SEGRETARIO DI STATO
Marco Arzilli