

LE FAQ (Frequently Asked Questions) – DOMANDE POSTE FREQUENTEMENTE

1) Quali annunci di riduzione di prezzo sono oggetto della nuova normativa?

Sono oggetto della nuova disciplina tutti gli annunci - effettuati in ogni canale di distribuzione - che diano l'impressione ai consumatori di trovarsi di fronte a una diminuzione del prezzo di vendita di un determinato bene in uno specifico lasso di tempo, rispetto a quello precedentemente applicato dal venditore. Si precisa che la norma in materia di annunci di riduzione di prezzo si applica solo ai beni e non ai servizi.

È da considerarsi rilevante ai fini dell'applicazione della norma, quindi, ogni comunicazione in merito al vantaggio economico e al risparmio derivante dalla effettuazione di quel determinato acquisto in uno specifico lasso di tempo.

La nuova disciplina è applicabile agli annunci di riduzione di prezzo formulati in termini generali (ad es. "oggi sconto del 20% su tutti gli articoli", "questa settimana sconto del 20% su tutte le decorazioni di Natale").

2) Quali politiche promozionali NON sono oggetto della nuova normativa?

Premesso che le vendite sottocosto disciplinate dal D.P.R. 06 aprile 2001, n. 218 sono escluse ai sensi dell'articolo 17-bis, comma 6, si precisa che il medesimo articolo disciplina la mera fattispecie dell'annuncio di riduzione di prezzo e **possono escludersi dal perimetro di applicazione le seguenti tipologie esemplificative:**

- ❖ **la pubblicità comparativa con i prezzi praticati dai concorrenti**, secondo le regole che la disciplinano (oltre al d. lgs. 6 settembre 2005, n. 206, recante il Codice del Consumo, il d. lgs. 2 agosto 2007 n. 145, di attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole);
- ❖ i casi in cui la riduzione del prezzo è subordinata a specifiche condizioni diverse dal mero acquisto del prodotto, quali ad esempio **operazioni a premio, programmi fedeltà, promozioni consistenti nell'attribuzione di buoni per successivi acquisti ai consumatori che abbiano già effettuato acquisti di specifici prodotti e/o con un importo minimo, riduzioni di prezzo a partire da tetti minimi e/o entro tetti massimi di spesa** (ad es. sconto del 25% su una linea di prodotti fino a 100 euro di spesa), **riduzioni di prezzo su un paniere** (ad es. una o più linee, una o più marche) **condizionate all'acquisto di un numero minimo di pezzi o entro un numero massimo di pezzi** (ad es. sconto su linea X a condizione che si acquistino minimo due pezzi o sconto su marche XY per i primi 5 prodotti dello scontrino) **o sconti sull'acquisto di un prodotto al consumatore che contemporaneamente acquisti un altro prodotto** (ad es. se acquisti due prodotti sconto del 50% sul meno caro);
- ❖ **promozioni soggette a condizioni (ad es. il 3 per 2) e altri sconti quantitativi o omaggi su acquisti particolari** (ad es. auricolari in regalo sull'acquisto di uno smartphone; omaggi legati ad un determinato valore degli acquisti effettuati);
- ❖ **le offerte ad personam, per tali intendendo le riduzioni riservate a un consumatore specifico in circostanze particolari, ad esempio al momento dell'iscrizione al programma fedeltà o in occasioni speciali** (ad es. il matrimonio o il compleanno), **o al verificarsi di altre condizioni** (ad es. l'appartenere ad una predeterminata fascia di età, o a determinati cluster quali soci o titolari di carta fedeltà o di altra carta/titolo di legittimazione che comunque consenta ai soli possessori di accedere alla scontistica), ecc.;
- ❖ **le riduzioni di prezzo con oggetto indeterminato, ad esempio sconto del 20% sul prodotto più caro del carrello o buoni utilizzabili fino ad un numero massimo all'interno di un paniere;**
- ❖ **i buoni sconto, i voucher condizionati a particolari requisiti o destinati a una categoria determinata di consumatori e il c.d. cash back;**

- ❖ i vantaggi derivanti al consumatore nel caso di vendite abbinate (ad es. le offerte di due o più prodotti ad un prezzo speciale inferiore rispetto alla somma dei prezzi dei singoli prodotti);
- ❖ i prezzi lancio di prodotti non venduti dal professionista nei 30 giorni precedenti;
- ❖ gli annunci generici sulla convenienza derivante dall'applicazione di prezzi continuativi quali, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, "prezzi bassi sempre", "bassi e fissi", o "da noi la migliore convenienza".

3) Come si identifica il "prezzo precedente" che deve essere indicato ai sensi della nuova norma?

Il "prezzo precedente" da assumere quale riferimento per l'annuncio di riduzione di prezzo è quello più basso applicato alla generalità dei consumatori nei 30 giorni precedenti nel canale di vendita online o nel singolo punto vendita (ad es. prezzo online e prezzo offline per le vendite in negozio) presso cui si effettua l'acquisto.

4) Come si applicano le nuove regole sull'indicazione del "prezzo precedente", ai fini dell'individuazione del prezzo normale di vendita da esporre in occasione delle vendite straordinarie di cui all'articolo 15, comma 5, del d. lgs. 31 marzo 1998, n. 114?

Negli annunci di riduzione di prezzo, praticati in occasione delle vendite straordinarie di cui al suddetto articolo 15, comma 5, il "prezzo precedente", inteso come il prezzo più basso applicato alla generalità dei consumatori nei 30 giorni precedenti, deve essere rappresentato come prezzo di riferimento sul quale calcolare la riduzione percentuale dello sconto o del ribasso.

Ad esempio, se l'annuncio della riduzione di prezzo offre uno "sconto del 50 %" e il prezzo più basso degli ultimi 30 giorni era di 100 euro, il venditore dovrà presentare ad esempio "100 euro" quale "prezzo precedente" barrato sulla cui base calcolare la riduzione del 50 %, anche qualora l'ultimo prezzo di vendita del bene sia stato superiore.

5) Chi è soggetto all'applicazione delle nuove norme sugli annunci di riduzione dei prezzi?

Il nuovo art. 17-bis si applica al venditore, cioè il professionista che è l'effettiva parte nel contratto con il consumatore.

6) Deve essere considerato come "prezzo precedente" anche un prezzo praticato per brevissimo periodo di tempo (ad es. anche un giorno)?

Sì, ogni offerta al pubblico di un determinato bene ad uno specifico prezzo promozionale è da considerarsi valida ai fini della determinazione del "prezzo precedente".

7) Nel caso di pubblicità collettiva, di campagne riguardanti più punti vendita della medesima catena oppure di promozioni relative ad un numero elevato di prodotti come deve essere indicato il "prezzo precedente"?

Nel caso di pubblicità collettiva, in cui entità centrali pianificano e pubblicizzano campagne di riduzione dei prezzi per conto dei venditori (dettaglianti), e di comunicazioni generali di riduzione di prezzo relative a più punti vendita della medesima società (ad es. tramite cartelloni o volantini), è consentito indicare il solo prezzo finale già scontato o la sola percentuale di sconto, a condizione che tali indicazioni siano compatibili con la disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette (ad es. non è lecito pubblicizzare come prezzo scontato un prezzo che di fatto era già applicato dalla maggioranza dei punti vendita). Il professionista non è tenuto a indicare il "prezzo precedente" del singolo prodotto sul supporto (ad es. volantino) adottato per la campagna al fine di annunciare tale riduzione di prezzo. Tuttavia, il "prezzo precedente" dei singoli beni oggetto dell'annuncio deve invece essere indicato presso il punto vendita, vale a dire sulle rispettive etichette o cartellini a scaffale nei negozi o nelle sezioni relative ai prezzi delle interfacce dei negozi online.

Analoghe indicazioni trovano applicazione in caso di promozioni relative ad un numero elevato di prodotti.

8) Gli affiliati di un network, che sono liberi - in ossequio al diritto della concorrenza - di praticare il prezzo di vendita che meglio credono, quando aderiscono ad iniziative promozionali programmate dall'affiliante quale "prezzo precedente" sono tenuti ad indicare?

Il "prezzo precedente" da indicare deve sempre essere quello effettivamente praticato nel proprio punto vendita.

9) Come si individua il "prezzo precedente" nel caso di riduzioni progressive?

Nel caso di riduzioni progressive nel contesto della medesima campagna promozionale - per tali intendendo quelle riduzioni che vedono un progressivo aumento della percentuale di sconto senza interruzioni temporali - il "prezzo precedente" da indicare sarà quello originario di partenza della campagna

Ad es. il prezzo più basso del prodotto nei 30 giorni precedenti l'inizio della campagna di vendita promozionale era di 100 euro, il venditore indica 100 euro quale "prezzo precedente" quando annuncia la prima riduzione di prezzo, ad esempio sconto del 10 %, quindi si manterrà lo stesso "prezzo precedente" (100) anche quando annuncia le successive riduzioni del 20%, del 30% ecc.

10) La riduzione di prezzo praticata solo su pochissime referenze per circostanze che ne determinino il deprezzamento economico senza comprometterne l'idoneità alla vendita (ad es. prodotti con confezione danneggiata o prodotti prossimi alla scadenza) deve essere considerata ai fini della determinazione del "prezzo precedente" nel caso sia seguita, nei successivi 30 giorni, da vendita promozionale sul medesimo prodotto?

No, **la normativa** – anche in considerazione dell'obiettivo di assicurare al consumatore una realistica percezione della convenienza economica delle iniziative promozionali – **non può trovare applicazione nel caso di offerte che siano praticate, a causa del deprezzamento di valore del bene, solo su pochi pezzi.** La funzione rappresentativa ed informativa del "prezzo precedente", infatti, potrebbe essere alterata qualora venisse assunto quale prezzo di riferimento quello applicato ad un bene danneggiato o prossimo alla scadenza, che proprio in ragione delle peculiarità che lo connotano non potrà seguire l'ordinario meccanismo di determinazione del prezzo. Di fatto si tratta di un articolo non perfettamente assimilabile in termini qualitativi a quello non danneggiato o avente una piena vita utile. Tale esclusione riguarda anche i casi in cui il deprezzamento sia applicato senza utilizzare le modalità della vendita sottocosto.

11) Il cartellino esposto in negozio che indica il "prezzo precedente" barrato e il nuovo prezzo scontato rientra nella definizione di "annuncio di riduzione del prezzo"?

Sì, il cartellino rientra tra i canali di comunicazione e informazione rivolti ai consumatori.

12) Come bisogna comportarsi quando è messo in vendita un nuovo modello di un determinato prodotto?

In presenza di nuovi codici prodotto, codice EAN, o di cambi di gamma o nuove versioni, non sarà necessario tenere conto del prezzo praticato ai vecchi modelli trattandosi di beni immessi sul mercato da meno di 30 giorni.

13) Quali sono i beni deperibili esclusi dall'applicazione della normativa?

I beni deperibili esclusi dall'applicazione della normativa in esame sono:

- ✓ i prodotti agricoli e alimentari che per loro natura o nella fase della loro trasformazione potrebbero diventare inadatti alla vendita entro 30 giorni dalla raccolta, produzione o trasformazione;
- ✓ i prodotti a base di carne che presentino una tra le seguenti caratteristiche fisico-chimiche: aw superiore a 0,95 e pH superiore a 5,2 oppure aw superiore a 0,91 oppure pH uguale o superiore a 4,5;

- ✓ preconfezionati che riportano una data di scadenza o un termine minimo di conservazione non superiore a sessanta giorni;
- ✓ sfusi, anche se posti in involucro protettivo o refrigerati, non sottoposti a trattamenti atti a prolungare la durabilità degli stessi per un periodo superiore a sessanta giorni;
- ✓ tutti i tipi di latte

Si tratta dei beni deperibili come indicati dagli artt. 2, co. 1, lett. m) e 4, co. 5-bis, del d. lgs. 8 novembre 2021, n. 198.

14) A quale prezzo fare riferimento quando un bene è stato commercializzato più di 30 giorni fa?

In caso, ad esempio, di prodotti stagionali o di esaurimento scorte, gli annunci di riduzione di prezzo seguono il regime generale: devono indicare il “prezzo precedente” quale definito dall’articolo 17-bis del Codice del consumo.

In assenza di “prezzi precedenti” ai sensi dell’articolo 17-bis del Codice del consumo, le indicazioni di riduzione di prezzo dovranno comunque conformarsi alle disposizioni in materia di pratiche commerciali scorrette.

15) Nel caso in cui il bene sia ordinato sul canale *online* e pagato in punto vendita, il “prezzo precedente” cui far riferimento è quello del canale online?

Sì, il momento fondamentale da considerare è quello dell’offerta pubblica di vendita e dell’ordine. È in quella fase che venditore e acquirente danno vita a un contratto nel quale il venditore si impegna a vendere quel determinato bene a un prezzo definito e non modificabile al momento del ritiro. Il pagamento effettuato presso il punto vendita attiene, invece, alla fase di esecuzione del contratto.

Il Ministero segnala inoltre che:

- Atteso che gli annunci di riduzione di prezzo possono acquisire rilevanza anche sotto il profilo della scorrettezza delle pratiche commerciali, le FAQ non intervengono sull’interpretazione della normativa in materia e la corretta informazione del consumatore rappresenta il principio ispiratore della disciplina relativa agli annunci di riduzione di prezzo.
- Eventuali azioni ingannevoli intraprese nell’ambito di campagne promozionali, pur non rilevando di per sé quali annunci di riduzione di prezzo ai sensi dell’articolo 17-bis, potrebbero essere assoggettate alla normativa in materia di pratiche commerciali scorrette di cui al Titolo III, Parte II, del Codice del consumo (d. lgs. 6 settembre 2005, n. 206), ad esempio perché risultano ingannevoli riguardo all’esistenza di uno specifico vantaggio di prezzo (ad es. comunicazione pubblicitaria relativa ad uno sconto calcolato su un prezzo base diverso da quello effettivamente applicato nei punti vendita), o perché si riferiscono ad aspetti diversi dalla riduzione del prezzo.
- La disciplina in materia di pratiche commerciali scorrette potrebbe trovare applicazione qualora l’indicazione ingannevole della riduzione di prezzo si inserisca in una più ampia condotta suscettibile di pregiudicare il comportamento economico del consumatore, in contrasto con il requisito della diligenza professionale.

Cordialmente,

Giuseppe Dell’Aquila

