



# Camera dei Deputati

## X Commissione

### *Attività produttive, Commercio e Turismo*

## Documento di osservazioni

**Audizioni informali nell'ambito dell'esame dello schema di decreto legislativo recante attuazione della direttiva (UE) 2019/2161 che modifica la direttiva 93/13/CEE e le direttive 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE per una migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori  
(atto n. 9)**

Roma, 10 gennaio 2023

*Signor Presidente, Onorevoli Commissari,*

*Vi ringraziamo per l'opportunità offerta a Confesercenti di fornire il proprio contributo in merito all'Atto del Governo n. 9.*

Le osservazioni di Confesercenti sullo Schema di decreto AG n. 9 si concentrano sulle previsioni di cui all'art. 1, il quale, nel recepire l'art. 6-bis della Direttiva n. 2019/2161/UE, finalizzata ad una *migliore applicazione e una modernizzazione delle norme dell'Unione relative alla protezione dei consumatori*, ad implementazione del Codice del consumo (D. Lgs. n. 206/2005) prevede l'inserimento di un nuovo art. 17-bis, contenente regole sugli *"annunci di riduzione di prezzo"*.

La norma introduce l'obbligo per il professionista di indicare per ogni annuncio di riduzione di prezzo quello praticato per un determinato periodo di tempo precedente all'applicazione della riduzione, precisando che il periodo di riferimento utile per l'individuazione del prezzo precedente è fissato a trenta giorni, termine minimo indicato dalla Direttiva e - come chiarito dalla relazione allo Schema - individuato anche in coerenza con quanto già avvenuto in altri Stati membri al fine di garantire certezza ed uniformità della normativa di settore a livello europeo.

Secondo quanto spiegato nella Comunicazione della Commissione (n. 2021/C 526/02) recante *"Orientamenti sull'interpretazione e l'applicazione dell'articolo 6-bis della Direttiva"*, la norma mira *"a impedire ai professionisti di gonfiare artificialmente il prezzo di riferimento e/o di indurre in errore i consumatori riguardo all'entità dello sconto"*. Essa vale ad accrescere la trasparenza e garantire che, *"quando è annunciata una riduzione di prezzo, il prezzo pagato dai consumatori sia effettivamente inferiore. La nuova disposizione in materia di riduzione di prezzo consente inoltre alle autorità responsabili di far rispettare la legge e alle autorità di vigilanza di controllare più agevolmente l'equità della riduzione, in quanto stabilisce norme chiare sul prezzo «precedente» di riferimento su cui si deve basare la riduzione annunciata"*.

La sostanziale liberalizzazione delle vendite promozionali fa sì che le politiche di *marketing* delle grandi catene, degli *outlet*, e soprattutto le offerte commerciali delle piattaforme e delle aziende che operano nel commercio *on line* sfruttino in modo sempre più importante il fattore *"annunci di riduzione dei prezzi"*, adottando tecniche di

promozione che mettono in difficoltà non solo il consumatore, ma anche la distribuzione tradizionale.

Il consumatore è indotto quotidianamente a recepire gli annunci relativi a sconti e promozioni che, specie tramite la rete *internet*, ma anche tramite la comunicazione massiva fatta mediante il deposito di *brochures* e volantini nelle cassette della posta ordinaria e con altri mezzi comuni, lo spingono a visitare i già menzionati esercizi o i siti *on line*, con conseguente “effetto trascinarsi” del prezzo civetta sugli acquisti indotti di altri prodotti venduti a prezzo pieno.

È inoltre tangibile il rischio di messaggi che fanno riferimento a riduzioni di prezzo di fatto inesistenti.

**Riteniamo dunque corretta la scelta del legislatore comunitario di regolare l'effetto indotto degli annunci di riduzione dei prezzi**, pur con i temperamenti che giustamente sono stati inseriti nella bozza di decreto, con riferimento all'esclusione delle vendite sottocosto e degli sconti relativi ai prodotti agricoli ed alimentari deperibili, evidenziando che **il concetto di prodotto deperibile si potrebbe però estendere a quei prodotti il cui termine minimo di conservazione sia vicino alla scadenza, al di là delle strette definizioni previste dallo Schema.**

Siamo consapevoli che la novità normativa rischia di mettere in crisi i sistemi di alcune attività, specie in riferimento alla necessità di munirsi di “gestionali” che consentano di organizzare la documentazione inerente i prezzi praticati e le relative modifiche operate nel tempo, e pertanto **riteniamo che la previsione di un differimento del termine di applicazione della norma**, secondo cui le disposizioni sugli “annunci di riduzione di prezzo” si applicano alle campagne promozionali a decorrere dal novantesimo giorno successivo alla data di entrata in vigore del decreto, **abbia poco senso pratico se i novanta giorni non vengono ricollegati all'emissione di linee guida, nella forma di un provvedimento ministeriale che chiarisca, a valle dei contenuti degli orientamenti della Commissione UE, le modalità applicative della norma nel nostro Paese in riferimento ad aspetti pratici evidenziati dalle organizzazioni di rappresentanza delle imprese.**

Il “Tavolo di confronto tecnico stabile sull'evoluzione del sistema della distribuzione e del commercio”, che si riunisce mensilmente presso il Ministero delle imprese e del Made in Italy, ha all'ordine del giorno, in un prossimo incontro, il tema in oggetto, e l'Associazione porrà in merito i dovuti quesiti.

Infine, la Direttiva stabilisce che le sanzioni applicabili per la violazione della norma siano effettive, proporzionate e dissuasive. In particolare, occorre assicurare che, ai fini dell'irrogazione delle sanzioni, si tenga conto della natura, gravità, entità e durata della violazione; di eventuali azioni intraprese dal professionista per attenuare il danno subito dai consumatori o per porvi rimedio; di eventuali violazioni commesse in precedenza; dei benefici finanziari conseguiti o delle perdite evitate dal professionista in conseguenza della violazione, se i relativi dati sono disponibili.

Lo Schema di decreto prevede invece che le sanzioni applicabili per la violazione dell'articolo 1, sugli annunci di riduzione dei prezzi, siano quelle di cui all'art. 22, comma 3, del D. Lgs. n. 114/98, che prevede il pagamento di una somma da 500 a 3.000 euro, tranne il caso in cui si debba tener conto di eventuali sanzioni inflitte al professionista per la stessa violazione in altri Stati membri in casi transfrontalieri. Sembra dunque che la norma debba essere corretta, per attenersi ai principi di effettività, proporzionalità e dissuasività della Direttiva.