

DISEGNO DI LEGGE

d'iniziativa dei senatori **BERLANDA, GIUNTOLI Graziuccia, CAGNASSO, ROSATI e VECCELIO**

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 10 MARZO 1966

Disciplina delle vendite sottocosto nel commercio al dettaglio

ONOREVOLI SENATORI. — Nell'attuale situazione economica e soprattutto con l'introduzione nel nostro Paese di sistemi di vendita basati principalmente su forme pubblicitarie spesso aberranti, si verifica che vengono offerti in vendita al pubblico, articoli a prezzi a volte notevolmente inferiori al puro prezzo di costo.

Tale sistema può avere origini e finalità diverse:

1) la vendita sottocosto viene effettuata per attrarre la clientela e con l'intendimento di vendere, alla clientela, così attratta, altri articoli che hanno margine di utile tale da compensare la perdita sull'articolo venduto sottocosto;

2) la vendita sottocosto viene effettuata da società aventi forte capacità economica, che sono in grado di sostenere per un certo periodo di tempo la vendita sottocosto, in modo o da costringere i concorrenti più deboli a seguire la stessa politica di prezzo fino a farli fallire, o da sottrarre loro tutta la clientela facendoli praticamente scomparire. Eliminate, o ridotte di importanza le ditte concorrenti, la società che ha praticato le vendite sottocosto, è in grado di rifarsi largamente delle perdite subite;

3) le vendite sottocosto (e questo si verifica soprattutto nel settore degli elettrodomestici) vengono praticate da ditte che acquistano a credito, non pagano i fornitori,

e poi scompaiono, dopo aver messo in difficoltà tutto il mercato;

4) le vendite sottocosto praticate sul mercato nazionale, vengono effettuate da ditte che vendono articoli importati di contrabbando e questo si verifica nel settore del caffè (fino a quando non verranno prese idonee misure contro il contrabbando di tale articolo) e nel settore delle macchine foto-cinematografiche. In quest'ultimo settore nessun operatore regolare è in grado, pur scendendo a prezzi di effettivo costo, di sostenere la concorrenza degli operatori irregolari (che hanno un normale negozio) ma che trattano articoli di contrabbando;

5) le vendite sottocosto possono riguardare articoli di provenienza furtiva (ma questo è il caso più raro).

Ne consegue che, nelle vendite sotto il prezzo di costo qualcuno viene sempre danneggiato o il consumatore che nell'illusione di fare un buon affare deve scontarlo o subito, acquistando più cari altri articoli, o in futuro, quando sarà scomparsa o ridotta al silenzio la concorrenza; possono essere danneggiati i fornitori che non verranno pagati; può essere danneggiato lo Stato per la vendita di articoli di contrabbando. Sempre danneggiati sono poi gli operatori corretti che, per quanto riducano i loro margini di utile, non possono evidentemente vendere sotto costo.

La logica e la morale, che dovrebbe presiedere anche gli affari commerciali, vorrebbero che oltre al prezzo di costo venisse calcolato anche un minimo margine per la copertura dei costi di distribuzione. Sarebbe, però, impossibile tradurre in norma legislativa concreta un simile principio. Troppa è la varietà degli articoli, impossibile calcolare il costo minimo di distribuzione che varia, o può variare, da articolo ad articolo. Pretendere, però, che non si venda al di sotto del prezzo di costo, documentato dalle fatture di acquisto, è la indispensabile cautela che la collettività deve imporre per impedire sopraffazioni, raggiri o fallimenti.

A quanto risulta negli stessi Stati Uniti, dove la battaglia concorrenziale è citata sempre come esempio, esiste una norma di legge che vieta le vendite sotto costo. Ormai i sistemi di vendita e di pubblicità d'oltre Oceano si sono introdotti anche nel nostro Paese e quindi si rende necessario garantire nell'esercizio delle attività mercantili un limite minimo di concorrenza oltre al quale non si possa andare.

Si illustra ora il disegno di legge che viene presentato.

Art. 1. — Bisogna evitare che il divieto di vendere sotto costo venga aggirato o con la giustificazione che si tratta di vendita pubblicitaria o ricorrendo al sistema delle vendite abbinate; è frequente, infatti che vengano offerti in vendita, ad esempio, un chilogrammo di zucchero e un etto di caffè e si faccia risultare dal cartello del prezzo che lo zucchero (sul quale il margine di utile lordo è minimo) viene venduto sotto costo, mentre ci si rifà delle poche lire perdute sullo zucchero aumentando il prezzo del caffè. La massaia viene attratta dal ridotto prezzo dello zucchero e non si accorge che paga più caro il caffè, o acquista un caffè scadente al prezzo di un caffè normale. Sono espedienti pubblicitari che rappresentano sempre un raggiri.

Difficile è però determinare il prezzo di acquisto. Se c'è regolare fattura il controllo è elementare. Ci sono, però, articoli che non sono soggetti al rilascio di fattura, perchè si tratta di merci o esenti da IGE o soggette ad IGE *una tantum* (zucchero, caf-

fè, vini, bibite gassate eccetera). Sono tutti articoli dei quali è ben noto il prezzo di costo ma per i quali può mancare la possibilità di un immediato controllo perchè il commerciante non ha o asserisce di non avere — come è suo diritto — regolare fattura. Bisogna prevedere che in questo caso si possa fare riferimento o alle mercuriali della Camera di commercio o a fatture rilasciate per lo stesso articolo e nella stessa epoca ad altre ditte. Questo sistema potrebbe apparire arbitrario, ma in pratica non presenta inconvenienti per l'operatore regolare, che se intende vendere tali articoli a prezzi di costo, deve solo preoccuparsi di chiedere al suo fornitore regolare fattura e quindi sarà sempre in grado di dimostrare la regolarità delle sue vendite.

Può accadere, invece, che si tratti di articolo per il quale la fattura è obbligatoria, ma che è stato ugualmente acquistato senza fattura impedendo così il controllo del rispetto dei prezzi. In questo caso, dato che si tratterà sempre di articoli di marca, è ben facile accertare presso altre Ditte quale sia il prezzo di costo di tali articoli. D'altro canto la denuncia dell'infrazione perverrà sempre dalle ditte controinteressate che si premureranno di documentare con le loro fatture i prezzi di acquisto. Sarà sempre facoltà del commerciante accusato di infrazione, di fornire la prova contraria documentata.

Le norme che regolano il confronto dei costi e dei prezzi là dove non esiste la fattura di acquisto, sembrano complesse, mentre in effetti non presentano alcuna difficoltà pratica, ma vogliono evitare, soltanto, che l'interessato possa bloccare ogni controllo, trincerandosi dietro la mancanza, regolare o irregolare, delle fatture di acquisto.

Art. 2. — La norma di cui all'articolo 1 deve consentire delle eccezioni.

In primo luogo bisogna escludere dal controllo i prodotti ortofrutticoli freschi, sia perchè il loro prezzo di acquisto è costantemente oscillante sia perchè è perfettamente lecito che un dettagliante di frutta o verdura ponga in vendita merce deperita a prezzo inferiore a quello di costo.

Analoga situazione si verifica per i prodotti dolciari che sono caratteristici di de-

terminate festività (uova di Pasqua - Panettoni - Colombe, eccetera). Finite le festività, è normale per ogni commerciante disfarsi delle rimanenze ponendole in vendita sotto costo; se così non facesse, non riuscirebbe a venderle.

Devono essere escluse dal controllo le vendite all'asta, autorizzate dall'Autorità di pubblica sicurezza, le vendite fallimentari e le vendite straordinarie di liquidazione. Articoli di fine stagione, articoli fuori moda, rimanenze di magazzino possono essere venduti lecitamente sotto costo. Si deve notare solo che non sono soggette alle norme per le vendite di liquidazione, le vendite cosiddette pubblicitarie quali ad esempio quelle che promettono ribassi del 20 o del 30 per cento (circolare ministeriale 21 gennaio 1959, n. 155184). Tali vendite continuano ad essere lecite fino a quando l'entità del ribasso incide solo sull'utile del dettagliante. Se il dettagliante vuole applicare ribassi tali da far scendere il prezzo al di sotto del prezzo di costo, deve ottenere l'autorizzazione ad effettuare una vera e propria vendita di liquidazione, presentando alla Camera di commercio la documentazione richiesta dal regio decreto-legge 19 gennaio 1939, n. 294.

Si ritiene, infine, necessario prevedere che il Ministro dell'industria e del commercio possa, con proprio decreto, esentare altri articoli dalle limitazioni di cui all'articolo 1.

Oggi l'elencazione dell'articolo 2 sembra completa, ma in avvenire si possono presentare particolari necessità che non si possono prevedere fin d'ora.

Art. 3. — La vigilanza per il rispetto delle presenti norme, deve essere affidata ad un organo tecnico che abbia competenza specifica in materia di prezzi e che sia quindi anche in grado di distinguere immediatamente le segnalazioni di infrazioni che siano giustificate, da quelle infondate. Tale organo è la Camera di commercio industria e agricoltura. D'altro canto è meglio designare l'organo di vigilanza al fine di impedire che i più svariati organismi siano sollecitati ad intervenire in una materia che presenta aspetti di particolare delicatezza in quanto comporta l'esame dei documenti commerciali in possesso delle ditte.

Art. 4. — In tale articolo sono previste le penalità per le infrazioni alla norma di cui all'articolo 1. Più della sanzione pecuniaria, dovrà però, valere la chiusura dell'esercizio per un periodo variabile da uno a sei mesi; pur essendo questa una pena accessoria ai sensi dell'articolo 30 del Codice penale, essa costituirà sempre la principale remora a trasformare la concorrenza commerciale in una prova di furbizia.

DISEGNO DI LEGGE

Art. 1.

È vietata la vendita al pubblico di prodotti a prezzo inferiore a quello risultante dalla fattura di acquisto. Tale divieto si estende alle vendite aventi carattere pubblicitario ed a ciascuno degli articoli ceduti nelle vendite abbinate. Se si tratta di merci non soggette per l'acquisto ad emissione di fattura, il confronto fra il prezzo di acquisto ed il prezzo di vendita viene effettuato sulla base delle mercuriali della Camera di commercio o di fatture emesse nei confronti di altri soggetti; se si tratta di merci soggette a fattura, ma per le quali la fattura

non è stata emessa, il confronto viene effettuato in base alla fattura emessa per lo stesso articolo e per la stessa marca nei confronti di altri soggetti.

Art. 2.

Il divieto di cui all'articolo 1 non si applica per la vendita di prodotti ortofrutticoli freschi, per i prodotti dolciari trascorso il periodo delle festività per le quali sono tradizionalmente confezionati, per le vendite all'asta regolarmente autorizzate ai sensi dell'articolo 115 del testo unico per le leggi di pubblica sicurezza, per le vendite straordinarie di liquidazione disciplinate dal regio decreto-legge 19 gennaio 1939, n. 294, convertito in legge 2 giugno 1939, n. 732, e per le vendite effettuate in base alla legge fallimentare.

Il Ministro dell'industria e del commercio è autorizzato ad esentare, con proprio decreto, altri articoli o altre forme di vendita dalle limitazioni di cui all'articolo 1.

Art. 3.

La sorveglianza per l'applicazione della presente legge viene affidata alla Camera di commercio, industria e agricoltura, i cui funzionari, appositamente delegati e muniti di tessera di riconoscimento, hanno facoltà di prendere visione dei documenti commerciali in possesso delle aziende. I verbali redatti dai funzionari della Camera di commercio vengono inviati all'Autorità giudiziaria.

Art. 4.

Chiunque contravviene alle disposizioni dell'articolo 1 della presente legge è punito con l'ammenda da lire 50.000 a lire 400.000 e, nei casi più gravi, con l'arresto fino a sei mesi.

Nell'ipotesi prevista dal n. 1 del primo capoverso dell'articolo 99 del Codice penale, la condanna importa altresì la sospensione e la chiusura dell'esercizio commerciale fino a sei mesi.

Art. 5.

La presente legge entra in vigore il giorno della sua pubblicazione sulla *Gazzetta Ufficiale*.