

Determinazione del sottocosto

La determinazione dell'offerta sottocosto deve rilevarsi dalla pubblicità e da ogni altro elemento informativo diretto all'utenza.

Nello specifico, con riferimento a qualunque mezzo questi utilizzi al fine di pubblicizzare l'offerta di vendita sottocosto, al consumatore deve essere garantita una informazione chiara e inequivocabile:

- dei prodotti;
- del quantitativo disponibile;
- del periodo temporale della vendita;
- nonché le relative circostanze che determinano la vendita nel caso dei prodotti il cui valore commerciale sia significativamente diminuito a causa di modifiche, innovazioni, introduzione di nuove normative produttive, siano difettati, o che abbiano subito un parziale deterioramento imputabile a terzi, ovvero ad agenti naturali o a fatti accidentali, nonché di quelli usati per dimostrazioni, mostre, fiere o prove o che, comunque, siano stati concretamente utilizzati prima della vendita.

Modalità di vendita sottocosto

La vendita sottocosto può essere effettuata solo **tre volte nel corso dell'anno**; ogni vendita sottocosto non può avere una durata superiore a **dieci giorni** e il numero delle referenze oggetto di ciascuna vendita non può essere superiore a cinquanta, inoltre, non può essere effettuata una vendita sottocosto se non sono **decorsi venti giorni tra una vendita e l'altra**, salvo che per la prima vendita sottocosto dell'anno.

Ai fini del computo del numero dei giorni predetti, sono da escludersi i giorni di chiusura dell'esercizio commerciale.

I prodotti offerti in vendita sottocosto devono essere posti all'interno dell'esercizio commerciale in modo che sia consentita al consumatore la "inequivocabile identificazione" ed in modo che i medesimi non possano essere confusi con il resto dell'assortimento dei prodotti in vendita.

Vendite sottocosto non soggette a comunicazione

Non è soggetta alla comunicazione preventiva né ad alcuna delle predette limitazioni di tempo o di decorrenza del termine, la vendita sottocosto:

- dei prodotti alimentari freschi e deperibili;
- dei prodotti alimentari qualora manchino meno di tre giorni alla data di scadenza o meno di quindici giorni alla data del termine minimo di conservazione, ma sempre rispettando delle disposizioni del Decreto Legislativo 27/01/1992, n. 109
- dei prodotti tipici delle festività tradizionali, qualora sia trascorsa la ricorrenza o la data della loro celebrazione;
- dei prodotti il cui valore commerciale sia significativamente diminuito a causa di modifiche della tecnologia utilizzata per la loro produzione o di sostanziali innovazioni tecnologiche apportate agli stessi prodotti, ovvero a causa dell'introduzione di nuove normative relative alla loro produzione o commercializzazione;
- dei prodotti non alimentari difettati, dei quali sia lecita la vendita e garantita la sicurezza secondo la vigente disciplina, o che abbiano subito un parziale deterioramento imputabile a terzi, ovvero ad agenti naturali o a fatti accidentali, nonché di quelli usati per dimostrazioni, mostre, fiere o prove o che, comunque, siano stati concretamente utilizzati prima della vendita;
- in caso di ricorrenza dell'apertura dell'esercizio commerciale o della partecipazione al gruppo del quale l'esercizio fa parte, con cadenza almeno quinquennale; di apertura di un nuovo esercizio commerciale; di avvenuta ristrutturazione totale dei locali anche qualora si sia proceduto, prima della ristrutturazione, alla vendita di liquidazione; o di modifica/integrazione dell'insegna tali da incidere sul carattere individuante della stessa.