

Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114

"Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59"

pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 95 del 24 aprile 1998 - Supplemento Ordinario n. 80

IL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

Visti gli articoli 76 e 87 della Costituzione;

Vista la legge 15 marzo 1997, n. 59, recante delega al Governo per il conferimento di funzioni e compiti alle regioni ed enti locali, per la riforma della pubblica amministrazione e per la semplificazione amministrativa;

Visto, in particolare, l'articolo 4, comma 4, lettera c), della citata legge n. 59 del 1997, il quale prevede che sia anche riordinata la disciplina delle attività economiche ed industriali, in particolare per quanto riguarda il sostegno e lo sviluppo delle imprese operanti nell'industria, nel commercio, nell'artigianato, nel comparto agroindustriale e nei servizi alla produzione, al fine di promuovere la competitività delle imprese nel mercato globale e la razionalizzazione della rete commerciale, anche in relazione all'obiettivo del contenimento dei prezzi e dell'efficienza della distribuzione;

Vista la preliminare deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 16 gennaio 1998;

Visto il parere della Commissione parlamentare istituita ai sensi dell'articolo 5 della citata legge n. 59 del 1997;

Visto il parere della Commissione parlamentare per le questioni regionali;

Visto il parere della Conferenza unificata, istituita ai sensi del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281;

Visto il parere dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato ai sensi dell'articolo 22 della legge 10 ottobre 1990, n. 287;

Vista la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 13 marzo 1998;

Sulla proposta del Presidente del Consiglio dei Ministri e del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato, di concerto con i Ministri per la funzione pubblica e gli affari regionali, del tesoro, del bilancio e della programmazione economica e di grazia e giustizia;

Emana
il seguente decreto legislativo:
Titolo I
Principi generali

....omisis

Art. 4.

Definizioni e ambito di applicazione del decreto

1. Ai fini del presente decreto si intendono:
 - a) per commercio all'ingrosso, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri commercianti, all'ingrosso o al dettaglio, o ad utilizzatori professionali, o ad altri utilizzatori in grande. Tale attività può assumere la forma di commercio interno, di importazione o di esportazione;
 - b) per commercio al dettaglio, l'attività svolta da chiunque professionalmente acquista

merci in nome e per conto proprio e le rivende, su aree private in sede fissa o mediante altre forme di distribuzione, direttamente al consumatore finale;

c) per superficie di vendita di un esercizio commerciale, l'area destinata alla vendita, compresa quella occupata da banchi, scaffalature e simili. Non costituisce superficie di vendita quella destinata a magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi;

d) per esercizi di vicinato quelli aventi superficie di vendita non superiore a 150 mq. nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 250 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;

e) per medie strutture di vendita gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto d) e fino a 1.500 mq nei comuni con popolazione residente inferiore a 10.000 abitanti e a 2.500 mq. nei comuni con popolazione residente superiore a 10.000 abitanti;

f) per grandi strutture di vendita gli esercizi aventi superficie superiore ai limiti di cui al punto e);

g) per centro commerciale, una media o una grande struttura di vendita nella quale piu' esercizi commerciali sono inseriti in una struttura a destinazione specifica e usufruiscono di infrastrutture comuni e spazi di servizio gestiti unitariamente. Ai fini del presente decreto per superficie di vendita di un centro commerciale si intende quella risultante dalla somma delle superfici di vendita degli esercizi al dettaglio in esso presenti;

h) per forme speciali di vendita al dettaglio:

1) la vendita a favore di dipendenti da parte di enti o imprese, pubblici o privati, di soci di cooperative di consumo, di aderenti a circoli privati, nonche' la vendita nelle scuole, negli ospedali e nelle strutture militari esclusivamente a favore di coloro che hanno titolo ad accedervi;

2) la vendita per mezzo di apparecchi automatici;

3) la vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione;

4) la vendita presso il domicilio dei consumatori.

....*Omissis*

Titolo VI
Forme speciali di vendita al dettaglio
Art. 17.

Apparecchi automatici

1. La vendita dei prodotti al dettaglio per mezzo di apparecchi automatici e' soggetta ad apposita comunicazione al comune competente per territorio.
2. L'attivita' puo' essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione di cui al comma 1.
3. Nella comunicazione deve essere dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'articolo 5, il settore merceologico e l'ubicazione, nonche', se l'apparecchio automatico viene installato sulle aree pubbliche, l'osservanza delle norme sull'occupazione del suolo pubblico.
4. La vendita mediante apparecchi automatici effettuata in apposito locale ad essa adibito in modo esclusivo, e' soggetta alle medesime disposizioni concernenti l'apertura di un esercizio di vendita.

Art. 18

Vendita per corrispondenza, televisione o altri sistemi di comunicazione

1. La vendita al dettaglio per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione e' soggetta a previa comunicazione al comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale. L'attivita' puo' essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione.

2. E' vietato inviare prodotti al consumatore se non a seguito di specifica richiesta. E' consentito l'invio di campioni di prodotti o di omaggi, senza spese o vincoli per il consumatore.
3. Nella comunicazione di cui al comma 1 deve essere dichiarata la sussistenza del possesso dei requisiti di cui all'articolo 5 e il settore merceologico.
4. Nei casi in cui le operazioni di vendita sono effettuate tramite televisione, l'emittente televisiva deve accertare, prima di metterle in onda, che il titolare dell'attivita' e' in possesso dei requisiti prescritti dal presente decreto per l'esercizio della vendita al dettaglio. Durante la trasmissione debbono essere indicati il nome e la denominazione o la ragione sociale e la sede del venditore, il numero di iscrizione al registro delle imprese ed il numero della partita IVA. Agli organi di vigilanza e' consentito il libero accesso al locale indicato come sede del venditore.
5. Le operazioni di vendita all'asta realizzate per mezzo della televisione o di altri sistemi di comunicazione sono vietate.
6. Chi effettua le vendite tramite televisione per conto terzi deve essere in possesso della licenza prevista dall'articolo 115 del testo unico delle leggi di pubblica sicurezza, approvato con regio decreto 18 giugno 1931, n. 773.
7. Alle vendite di cui al presente articolo si applicano altresì le disposizioni di cui al decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50, in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

Art. 19.

Vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori

1. La vendita al dettaglio o la raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori, e' soggetta a previa comunicazione al comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale.
2. L'attivita' puo' essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione di cui al comma 1.
3. Nella comunicazione deve essere dichiarata la sussistenza dei requisiti di cui all'articolo 5 e il settore merceologico.
4. Il soggetto di cui al comma 1, che intende avvalersi per l'esercizio dell'attivita' di incaricati, ne comunica l'elenco all'autorita' di pubblica sicurezza del luogo nel quale ha la residenza o la sede legale e risponde agli effetti civili dell'attivita' dei medesimi. Gli incaricati devono essere in possesso dei requisiti di cui all'articolo 5, comma 2.
5. L'impresa di cui al comma 1 rilascia un tesserino di riconoscimento alle persone incaricate, che deve ritirare non appena esse perdano i requisiti richiesti dall'articolo 5, comma 2.
6. Il tesserino di riconoscimento di cui al comma 5 deve essere numerato e aggiornato annualmente, deve contenere le generalita' e la fotografia dell'incaricato, l'indicazione a stampa della sede e dei prodotti oggetto dell'attivita' dell'impresa, nonche' del nome del responsabile dell'impresa stessa, e la firma di quest'ultimo e deve essere esposto in modo visibile durante le operazioni di vendita.
7. Le disposizioni concernenti gli incaricati si applicano anche nel caso di operazioni di vendita a domicilio del consumatore effettuate dal commerciante sulle aree pubbliche in forma itinerante.
8. Il tesserino di riconoscimento di cui ai commi 5 e 6 e' obbligatorio anche per l'imprenditore che effettua personalmente le operazioni disciplinate dal presente articolo.
9. Alle vendite di cui al presente articolo si applica altresì la disposizione dell'articolo 18, comma 7.

Art. 20.

Propaganda a fini commerciali

1. L'esibizione o illustrazione di cataloghi e l'effettuazione di qualsiasi altra forma di propaganda commerciale presso il domicilio del consumatore o nei locali nei quali il consumatore si trova, anche temporaneamente, per motivi di lavoro, studio, cura o svago, sono sottoposte alle disposizioni sugli incaricati e sul tesserino di riconoscimento di cui all'articolo 19, commi 4, 5, 6 e 8.

Art. 21.

Commercio elettronico

1. Il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato promuove l'introduzione e l'uso del commercio elettronico con azioni volte a:

- a) sostenere una crescita equilibrata del mercato elettronico;
- b) tutelare gli interessi dei consumatori;
- c) promuovere lo sviluppo di campagne di informazione ed apprendimento per operatori del settore ed operatori del servizio;
- d) predisporre azioni specifiche finalizzate a migliorare la competitività globale delle imprese, con particolare riferimento alle piccole e alle medie, attraverso l'utilizzo del commercio elettronico;
- e) favorire l'uso di strumenti e tecniche di gestione di qualità volte a garantire l'affidabilità degli operatori e ad accrescere la fiducia del consumatore;
- f) garantire la partecipazione italiana al processo di cooperazione e negoziazione europea ed internazionale per lo sviluppo del commercio elettronico.

2. Per le azioni di cui al comma 1 il Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato può stipulare convenzioni e accordi di programma con soggetti pubblici o privati interessati, nonché con associazioni rappresentative delle imprese e dei consumatori.