

SENATO DELLA REPUBBLICA

————— XIII LEGISLATURA —————

N. 4296

DISEGNO DI LEGGE

**presentato dal Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato
(BERSANI)**

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 25 OTTOBRE 1999

—————

Disposizioni per le campagne promozionali
dei prodotti petroliferi

—————

ONOREVOLI SENATORI. - 1. Nell'ambito della strategia volta ad un contenimento dei prezzi dei prodotti petroliferi, l'attenzione del Governo non poteva non essere portata anche su taluni aspetti del mercato che hanno incidenza nella formazione di detti prezzi.

2. Va premesso che i prezzi dei prodotti petroliferi sono liberalizzati sui quali, attesa la loro incidenza anche su quelli di altri prodotti e di taluni servizi e sul processo inflattivo in genere, è prevista una attività di costante attenzione e di monitoraggio da parte del Governo.

È per questo che detti prezzi sono stati oggetto, pur dopo la loro liberalizzazione, di provvedimenti amministrativi (delibera CIPE 13 aprile 1994, decreto ministeriale 7 maggio 1994 di attuazione di detta delibera, nonché il recente decreto del Ministro dell'industria 30 settembre 1999, sulle modalità di pubblicità dei prezzi dei prodotti petroliferi presso gli impianti automatici di distribuzione dei carburanti) mentre l'attività di vendita dei carburanti è stata tenuta fuori dalla disciplina del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, sulla riforma del commercio.

3. Tra gli aspetti che hanno incidenza nella formazione dei prezzi dei prodotti petroliferi, senza dubbio rilevante è quello che deriva dalle campagne pubblicitarie volte alla commercializzazione dei prodotti stessi.

Queste campagne incidono sulla formazione del prezzo con effetti talvolta distorsivi per la concorrenza e, per di più, con moda-

lità non sempre rispettose delle esigenze di tutela del consumatore.

Si pone pertanto la necessità dell'emanazione di una norma che, disciplinando l'attività commerciale degli operatori del settore, preveda adeguate cautele e puntuali rimedi nel caso delle campagne promozionali consistenti nell'offerta di omaggi.

4. La norma che si propone prevede, di conseguenza, anzitutto l'obbligo per i detti operatori di rendere noto il costo unitario diretto degli omaggi da essi offerti, intendendosi per tale costo il prezzo che l'operatore paga al fornitore maggiorato dei costi di trasporto, di eventuali oneri doganali, delle imposte.

Sempre ai fini della chiarezza e della trasparenza dei prezzi petroliferi è poi previsto che il prezzo dell'omaggio debba essere riportato sullo stesso ed indicato in modo chiaramente visibile sui messaggi pubblicitari in qualsiasi forma effettuati: cartellonistica pubblicitaria, pubblicità a mezzo giornale, radio e televisione.

Infine, a protezione di un corretto funzionamento del mercato, vale a dire della lealtà degli scambi commerciali e dei diritti del consumatore, è previsto che quest'ultimo, una volta conseguito il diritto all'omaggio, possa optare tra il ritiro dell'omaggio e la riduzione del prezzo da pagare per la fornitura del carburante, riduzione che deve essere pari al costo dell'omaggio come innanzi determinato.

DISEGNO DI LEGGE

Art. 1.

1. Gli operatori del settore petrolifero che attuano campagne promozionali consistenti nell'offerta di omaggi al consumatore sono obbligati a rendere noto il costo diretto unitario dell'omaggio stesso.

2. Per costo diretto unitario si intende il prezzo pagato al fornitore, maggiorato dei costi di trasporto, di eventuali oneri doganali e delle imposte.

3. Il prezzo è riportato sull'omaggio, è menzionato, in modo chiaro ed inequivoco, nei messaggi televisivi e nei comunicati commerciali radiofonici, ed è indicato in modo visibile sulla cartellonistica pubblicitaria e in ogni altro messaggio pubblicitario, in qualsiasi forma effettuato.

4. Il consumatore, conseguito il diritto all'omaggio, può optare per il ritiro di quest'ultimo o per la riduzione del prezzo da pagare per la fornitura del carburante pari al costo dell'omaggio come definito al comma 2.