

Circ. 13 ottobre 1999, n. 23048 (1).

Decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114 - Superficie di vendita.

Emanata dal Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato, Direzione generale del commercio, delle assicurazioni e dei servizi, Divisione II.

In riferimento alla nota sopraemarginata concernente l'oggetto, si fa presente quanto segue.

L'art. 4, comma 1, lett. c) del decreto legislativo n. 114 del 1998 definisce la "superficie di vendita di un esercizio commerciale" quale "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."

È la definizione stessa, pertanto, ad individuare, dato un esercizio commerciale, quale parte della superficie del medesimo sia da considerare superficie di vendita: trattasi, infatti, di quella risultante dalla esclusione, come previsto dalla definizione, delle parti della medesima destinate ad altri fini (magazzini depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi).

Ciò significa che, all'interno di un locale commerciale, tutta la superficie, salvo quella espressamente individuata dalla definizione come da escludere rispondendo a diversa finalità, è da considerarsi superficie di vendita in senso proprio.

Premesso quanto sopra, nonché per conseguenza, nel caso di locali destinati alla vendita di alcune tipologie di prodotti, quali autovetture, caravan o mobili, non è sostenibile alcun richiamo alla possibilità di una zona espositiva, non configurabile come superficie di vendita, intendendo per tale quella nella quale non si effettuano "le effettive operazioni di contrattazione, ordinazione e fatturazione" o quella dove "i prodotti in mostra sono quelli realmente ceduti all'acquirente".

Prevedere l'esistenza di uno spazio espositivo all'interno del locale non appartenente alla superficie di vendita, infatti, determinerebbe l'individuazione di un caso non rientrante tra quelli espressamente previsti dalla definizione, di cui al citato art. 4, comma 1, lett. c) del D.Lgs. n. 114 del 1998, la quale specifica dettagliatamente le fattispecie non rientranti nella superficie di vendita.

Va rilevato, inoltre, che ammettere la possibilità di uno spazio espositivo, quale quello su evidenziato, determinerebbe l'individuazione di esercizi caratterizzati da superfici di vendita diversamente identificabili a seconda delle tipologie dei prodotti venduti.

Quanto sopra risulterebbe in contrasto con la nuova disciplina in materia di esercizio dell'attività commerciale di cui al citato D.Lgs. n. 114 del 1998, la quale individua due sole tipologie di prodotti esitabili (alimentari e non-alimentari) in riferimento ai quali la superficie di vendita va univocamente individuata nei limiti della definizione di cui all'art. 4, comma 1, lett. c), già citata.

Va osservato, infine, che una interpretazione delle disposizioni relative alla superficie di vendita che ammettesse la possibilità di non considerare tale uno spazio espositivo organizzato all'interno del medesimo locale, risulterebbe elusiva rispetto all'impianto autorizzatorio del citato D.Lgs. n. 114 del 1998 strettamente correlato all'ampiezza degli esercizi di vendita, nonché invalidante ai fini della necessità del raggiungimento del corretto equilibrio tra le diverse forme distributive sancito tra gli obiettivi della nuova disciplina e attuabile

attraverso la programmazione urbanistico-commerciale da essa prevista (cfr. D.Lgs. n. 114 del 1998, artt. 1 e 6).

Il Direttore generale

Dott. Piero Antonio Cinti

NOTE:

(1) Emanata dal Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato, Direzione generale del commercio, delle assicurazioni e dei servizi, Divisione II.