



---

# **Rapporto esplicativo concernente la modifica dell'ordinanza sull'indicazione dei prezzi (OIP)**

## Procedura di consultazione

---

10 maggio 2010

## Indice

<b>1</b>	<b>Contesto</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Commento delle singole disposizioni</b> .....	<b>3</b>
	Ingresso .....	3
	Art. 4 cpv. 1 e art. 10 cpv. 2: Compensi per i diritti d'autore .....	4
	Art. 10 cpv. 1 lett. d, i, n, t, u e v: Assoggettamento di altre prestazioni di servizi .....	4
	Art. 11 cpv. 4: Indicazione dei prezzi nel settore alberghiero .....	5
	Art. 11b cpv. 1: Push services .....	6
	Art. 11c: Modalità d'indicazione delle tariffe aeree .....	6
	Art. 13 cpv. 2 e 18 cpv. 2: Problema del prezzo indicativo .....	7
	Art. 14 cpv. 3 <sup>bis</sup> : Leggibilità e visibilità .....	7
	Art. 16 e 17: Confronti e riduzioni di prezzo.....	7
	Art. 23 cpv. 2: Rafforzamento dell'esecuzione .....	8
<b>3</b>	<b>Conseguenze dell'assoggettamento all'OIP</b> .....	<b>8</b>
<b>4</b>	<b>Rapporto con il diritto europeo</b> .....	<b>8</b>
<b>5</b>	<b>Conseguenze</b> .....	<b>9</b>
5.1	Conseguenze per la Confederazione .....	9
5.2	Conseguenze per i Cantoni e i Comuni.....	9
5.3	Conseguenze per l'economia .....	10

## 1 Contesto

La legge prevede che per tutte le merci proposte ai consumatori sia indicato prezzo da pagare effettivamente (art. 16 cpv. 1 della legge federale del 19 dicembre 1986 contro la concorrenza sleale, LCSl, RS 241). Le prestazioni di servizi soggette all'obbligo di indicare i prezzi sono invece definite dal Consiglio federale. Esse sono elencate all'articolo 10 dell'ordinanza sull'indicazione dei prezzi (OIP, RS 942.211).

Il 12 dicembre 2008 il Consiglio federale, dopo aver preso atto del risultato della consultazione concernente la modifica della LCSl, aveva deciso di non introdurre l'assoggettamento generale delle prestazioni di servizi all'obbligo di indicare i prezzi previsto dal progetto inviato in consultazione nel giugno 2008. Aveva invece proposto di mantenere il sistema vigente e di esaminare la possibilità di ampliare la lista delle prestazioni di servizi soggette a tale obbligo. Il 2 settembre 2009 il Consiglio federale ha approvato il messaggio concernente la modifica della legge federale contro la concorrenza sleale destinato al Parlamento (FF 2009 5337).

I reclami presentati dal pubblico, ma anche le constatazioni proprie del Dipartimento federale dell'economia (DFE), mostrano che diverse prestazioni di servizi presentano una scarsa trasparenza, alla quale si può ovviare assoggettandole all'obbligo di indicare i prezzi. Lo stesso vale anche per le prestazioni di servizi relative alla dispensazione di medicinali e dispositivi medici, per le prestazioni di servizi di notai e veterinari, di istituti di bellezza e centri di dimagrimento, delle pompe funebri, nonché per i voli aerei, per i quali esistono prescrizioni specifiche che devono essere rispettate anche dalla Svizzera in virtù dell'Accordo sul trasporto aereo concluso con l'UE.

Inoltre, alcune norme dell'OIP si sono rivelate in pratica troppo rigide. Tali disposizioni possono essere allentate senza aumentare il rischio di indurre in errore i consumatori. Infine, le norme concernenti l'indicazione dei prezzi di catalogo e dei prezzi indicativi non sono più conformi all'attuale legislazione sui cartelli e devono essere modificate.

La presente modifica dell'OIP intende eliminare le lacune esistenti. Essa dovrebbe entrare in vigore nella prima metà del 2011, in concomitanza con la revisione della LCSl.

## 2 Commento delle singole disposizioni

### Ingresso

L'ingresso menziona ora anche l'Accordo sul trasporto aereo concluso tra la Svizzera e la CE<sup>1</sup> e il regolamento 1008/2008<sup>2</sup> che vi si riferisce. Quest'ultimo contiene le norme vincolanti relative all'indicazione delle tariffe aeree. Il regolamento, integrato nell'allegato dell'Accordo, è applicabile in Svizzera dal 29 aprile 2010.

---

<sup>1</sup> Accordo del 21 giugno 1999 tra la Confederazione Svizzera e la Comunità europea sul trasporto aereo, RS **0.748.127.192.68**

<sup>2</sup> Regolamento (CE) n. 1008/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio del 24 settembre 2008 recante norme comuni per la prestazione di servizi aerei nella Comunità, GU L 293 del 31.10.2008. Il regolamento compare nell'allegato dell'Accordo sul trasporto aereo concluso tra la Svizzera e l'UE in seguito alla decisione del comitato misto dei trasporti aerei n. 1/2010 del 7 aprile 2010.

## **Art. 4 cpv. 1 e art. 10 cpv. 2: Compensi per i diritti d'autore**

Secondo il diritto vigente, le tasse pubbliche inglobabili nel prezzo d'acquisto di una merce o di una prestazione di servizi devono essere incluse nel prezzo indicato (art. 4 cpv. 1 e art. 10 cpv. 2 OIP). Questa norma si applica anche ai contributi anticipati per lo smaltimento inglobabili nel prezzo prelevati in caso di acquisto di apparecchi elettrici ed elettronici, automobili, ecc. Poiché l'OIP sancisce il principio del prezzo pagabile effettivamente, gli altri supplementi inglobabili nel prezzo il cui pagamento non è facoltativo per il consumatore devono essere inclusi nel prezzo totale. A scopo di chiarezza, gli articoli 4 capoverso 1 e 10 capoverso 2 sono completati in modo da precisare che i supplementi non facoltativi devono essere inclusi nel prezzo d'acquisto di un prodotto.

La legge sui diritti d'autore<sup>3</sup> assoggetta i diritti d'uso esclusivo all'obbligo di gestione collettiva<sup>4</sup> in alcuni settori e li limita a un diritto al compenso in altri<sup>5</sup>. Entrambe le misure hanno come conseguenza che soltanto le società di gestione autorizzate possono chiedere un indennizzo per le opere utilizzate, in base a tariffe controllate<sup>6</sup> dallo Stato. Questi compensi per i diritti d'autore, fissati come tariffe, sono inglobati nel prezzo delle merci o delle prestazioni di servizi che l'utente d'opere propone ai consumatori quale produttore di supporti audio, organizzatore di concerti o gestore di reti via cavo. In pratica però succede che questi diritti d'autore non sono inclusi nel prezzo totale dell'offerta ma sono fatturati separatamente. Trattandosi di compensi approvati dallo Stato, e non di tasse pubbliche vere e proprie, i compensi per i diritti d'autore sono menzionati agli articoli 4 capoverso 1 e 10 capoverso 2 per indicare chiaramente che, come le tasse pubbliche, devono essere inclusi nel prezzo al dettaglio e nel prezzo totale della prestazione di servizi. Per quanto riguarda i compensi sui supporti vuoti per la copia di opere per uso privato<sup>7</sup>, i fornitori di apparecchi registratori sono liberi di precisare la composizione del prezzo totale (ad es. apparecchio registratore xy: fr. 300, di cui fr. 2.25 di compensi per i diritti d'autore).

## **Art. 10 cpv. 1 lett. d, i, n, t, u e v: Assoggettamento di altre prestazioni di servizi**

L'avamprogetto prevede di completare la lista delle prestazioni di servizi soggette all'obbligo di indicare i prezzi aggiungendovi le prestazioni relative alla dispensazione di medicinali e dispositivi medici e le prestazioni di notai, veterinari e delle pompe funebri. Propone inoltre di aggiungere i voli aerei.

La *lettera d* menziona ora, oltre agli istituti di bellezza, le cure del corpo anziché la pedicure. Questa modifica consente di indicare chiaramente che tutte le cure del corpo, inclusi i metodi di dimagrimento, i massaggi, il benessere, la pedicure, la manicure e la cura delle unghie sono soggetti all'OIP.

La *lettera i* contiene una semplice modifica redazionale: l'espressione «tintorie e lavanderie chimiche» è sostituita da «lavanderie e pulitura a secco».

---

<sup>3</sup> Legge federale sul diritto d'autore e sui diritti di protezione affini, LDA, RS 231.1

<sup>4</sup> Ciò vale in particolare per la diffusione di emissioni radiotelevisive su reti via cavo (art. 22 LDA).

<sup>5</sup> Si tratta in particolare dell'utilizzazione di opere per uso privato (art. 19 e 20 LDA).

<sup>6</sup> Le società di gestione sono tenute ad allestire tariffe per riscuotere le indennità da esse rivendicate, tariffe che sottopongono alla Commissione arbitrale federale per la gestione dei diritti d'autore e dei diritti affini, che ne verifica l'adeguatezza (art. 46 cpv. 1 e 59 cpv. 1 LDA).

<sup>7</sup> Art. 19 cpv. 3 LDA

La *lettera n* introduce i voli aerei, che vanno ad aggiungersi ai viaggi «tutto compreso». Questa aggiunta deriva dall'Accordo sul trasporto aereo e dal regolamento (CE) n. 1008/2008<sup>8</sup> che vi si riferisce, il quale prescrive, all'articolo 23, l'obbligo di indicare le tariffe aeree. Le modalità d'indicazione delle tariffe aeree sono oggetto del nuovo articolo 11c, commentato più avanti.

Le *lettere t e u* introducono l'obbligo di indicare i prezzi per le prestazioni di servizi dei seguenti ambiti:

- Le prestazioni di servizi relative alla dispensazione di medicinali e dispositivi medici da parte di centri acustici, farmacie, drogherie, e qualsiasi altro punto di distribuzione. Nello specifico, la caratteristica risiede nel fatto che l'offerta di merci (dispositivi medici, apparecchi acustici, medicinali) è già oggi soggetta all'obbligo di indicare i prezzi. La prestazione di servizi connessa alla vendita di merci non compare invece espressamente nella lista delle prestazioni di servizi assoggettate elencate all'articolo 10. Chiarendo che si devono indicare anche i prezzi delle prestazioni fornite si contribuisce alla certezza del diritto.
- Per quanto riguarda i notai e i veterinari, si discute da tempo di assoggettarli all'obbligo di indicare i prezzi, come è il caso per i dentisti dal 2004. Gli avvocati sono sottoposti all'obbligo di informazione sui loro onorari previsto dalla legge sugli avvocati<sup>9</sup>. I medici sono soggetti al sistema tariffario TARMED. L'assoggettamento dei notai e dei veterinari contribuisce ad armonizzare gli obblighi di informazione in materia di prezzi per categorie professionali paragonabili.

La *lettera v* assoggetta ora le pompe funebri all'obbligo di indicare i prezzi. Le aziende di pompe funebri, finora non soggette a tale obbligo, forniscono generalmente una gamma di prestazioni di servizi connesse alla fornitura di merci. I prezzi di queste offerte non sono però sufficientemente trasparenti.

Le modalità d'indicazione dei prezzi delle prestazioni di servizi ora assoggettate sono disciplinate, ad eccezione dei voli aerei, dall'articolo 11 capoversi 1 e 2 OIP. Di conseguenza, i prezzi pagabili effettivamente (IVA e altre tasse e supplementi inclusi) possono essere indicati in prezzi esposti, liste di prezzi, cataloghi, ecc. L'importante è che le informazioni sui prezzi fornite ai consumatori siano facilmente consultabili e agevolmente leggibili. L'indicazione deve evidenziare il genere e l'unità delle prestazioni di servizi oppure le tariffe cui i prezzi si riferiscono. Potrebbe essere opportuno elaborare un promemoria per un determinato settore, nel quale siano precisate le particolarità specifiche dell'ambito d'attività e le modalità d'indicazione dei prezzi. Tali promemoria sono generalmente redatti dopo una consultazione delle associazioni professionali, delle organizzazioni di consumatori e degli organi d'esecuzione cantonali. Gli opuscoli pubblicati finora sono disponibili sul sito Internet della SECO:

<http://www.seco.admin.ch/themen/00645/00654/01453/index.html?lang=it>

#### **Art. 11 cpv. 4: Indicazione dei prezzi nel settore alberghiero**

La disposizione del capoverso 4 secondo cui il prezzo deve essere esposto in particolare nelle camere degli stabilimenti ospitanti persone è eliminata. Considerato che il settore alberghiero è maggiormente orientato verso la flessibilità dei prezzi e

---

<sup>8</sup> Vedi nota 2.

<sup>9</sup> Art. 12 lett. i della legge federale sulla libera circolazione degli avvocati, RS 935.61

verso il meccanismo dell'offerta e della domanda, il prezzo indicato nelle camere è il prezzo massimo, che però non fornisce veramente al cliente l'informazione richiesta. Quest'ultimo generalmente preferisce che gli venga comunicato, al momento della prenotazione o al suo arrivo, il prezzo che dovrà pagare effettivamente.

### **Art. 11b cpv. 1: Push services**

La frase introduttiva dell'articolo 11b capoverso 1 OIP è stata adeguata nell'ambito dell'ultima revisione dell'ordinanza del 9 marzo 2007 sui servizi di telecomunicazione<sup>10</sup>. La novità era costituita dal fatto di dover trasmettere le informazioni richieste al capoverso 1 anche sull'apparecchio terminale mobile sul quale il consumatore riceve il push-service e sul quale è fatturata la prestazione. La disposizione è stata leggermente modificata in modo da precisare che queste informazioni non devono essere fornite soltanto sull'apparecchio terminale mobile sul quale il consumatore riceve il push-service e sul quale è fatturata la prestazione, ma anche nel luogo in cui è proposta l'offerta (ad es. in Internet).

### **Art. 11c: Modalità d'indicazione delle tariffe aeree**

Attualmente i voli aerei sottostanno all'OIP soltanto se sono pubblicizzati con l'indicazione dei prezzi (art. 13 segg. OIP). A tale riguardo, il foglio informativo della SECO del 1° giugno 2006 concernente l'indicazione dei prezzi e la pubblicità per le offerte di viaggio sottolinea il principio dell'indicazione del prezzo totale. Al consumatore va indicato il prezzo totale del volo aereo, incluse le tasse pubbliche, le tasse aeroportuali, le tasse di entrata e di uscita, le tasse per i controlli di sicurezza, i supplementi per il carburante e altri supplementi non individuali o non facoltativi.

Con l'assoggettamento dei voli aerei all'obbligo di indicare i prezzi (art. 10 cpv. 1 lett. n dell'avamprogetto) viene sancito il principio dell'indicazione del prezzo totale, che non deve essere rispettato unicamente nella pubblicità, ma anche al momento della prenotazione, in particolare su Internet.

L'articolo 11c stabilisce espressamente che il prezzo totale deve includere, oltre alla tariffa aerea, tutte le imposte, le tasse, i supplementi e i diritti applicabili che sono inevitabili e prevedibili al momento della pubblicazione. Questo prezzo deve comparire, insieme alle condizioni tariffarie applicabili, ovunque vengano proposti dei voli aerei, e quindi anche in Internet. Deve inoltre essere sempre indicato (cpv. 2). Ciò significa in pratica che il prezzo totale deve essere comunicato fin dall'inizio e non solo al termine di tutte le operazioni di prenotazione. Se un volo aereo può essere pagato soltanto con una carta di credito e ciò comporta dei costi aggiuntivi, il supplemento prelevato è considerato non facoltativo e deve perciò essere incluso nel prezzo totale.

Un altro principio è ora sancito al capoverso 4: i costi supplementari facoltativi devono essere comunicati in modo chiaro e inequivocabile all'inizio di ogni procedura di prenotazione e richiedono il consenso esplicito del consumatore. Si tratta della norma dell'«opt-in», secondo cui il cliente deve poter scegliere la prestazione auspicata spuntando la casella corrispondente. Un'assicurazione contro l'annullamento predefinita, che il cliente deve disattivare con un «opt-out», non è più ammessa.

---

<sup>10</sup> Modifica del 4 novembre 2009, RU 2009 5821, 5825

## **Art. 13 cpv. 2 e 18 cpv. 2: Problema del prezzo indicativo**

In base all'ordinanza in vigore, i produttori, gli importatori e i grossisti possono comunicare ai consumatori un prezzo di catalogo o un prezzo indicativo solo se è il prezzo generalmente praticato sul mercato. Un prezzo di mercato sussiste se i prezzi in questione sono effettivamente praticati nel settore di mercato che entra in considerazione per la parte preponderante delle merci o prestazioni di servizi (art. 18 cpv. 2 OIP). Questa condizione prevista dall'OIP potrebbe però risultare illecita ai sensi della legislazione sui cartelli. Occorre pertanto allineare le disposizioni dell'OIP in questione alle prescrizioni della legge sui cartelli<sup>11</sup>.

Il presente avamprogetto di revisione consente ancora ai produttori, agli importatori e ai grossisti di fornire dei prezzi indicativi, purché indichino chiaramente che si tratta di raccomandazioni di prezzo non vincolanti. La comunicazione di prezzi di vendita raccomandati può, in alcuni casi, provocare delle limitazioni illecite della concorrenza che devono essere giudicate in base alla legislazione sui cartelli, determinante in materia. L'articolo 18 capoverso 2 OIP formula la riserva concernente le disposizioni della legge sui cartelli.

## **Art. 14 cpv. 3<sup>bis</sup>: Leggibilità e visibilità**

La leggibilità delle indicazioni relative alle specificazioni nel contesto pubblicitario rimane una questione controversa. L'OIP esige che le indicazioni di prezzi evidenzino chiaramente la merce e l'unità di vendita o il genere e l'unità delle prestazioni di servizi e le tariffe cui il prezzo si riferisce (art. 14 cpv. 1 OIP). Le merci devono essere designate precisamente secondo la marca, il tipo, la qualità e le caratteristiche (art. 14 cpv. 2 OIP). Siccome queste designazioni spesso non soddisfano il criterio della leggibilità, l'OIP esige ora che le indicazioni siano facilmente consultabili e agevolmente leggibili. È sottinteso che queste indicazioni devono essere concepite per una certa distanza di osservazione, che dipende dal tipo di supporto pubblicitario utilizzato (annunci, manifesti, pubblicità alla televisione o al cinema). Il carattere agevolmente leggibile delle indicazioni deve essere garantito in tutti i media tenendo conto di questa distanza di osservazione.

## **Art. 16 e 17: Confronti e riduzioni di prezzo**

Secondo il diritto vigente, il prezzo praticato immediatamente prima di una riduzione di prezzo può essere indicato come prezzo comparativo per due mesi al massimo. Questa regolamentazione, in vigore dal 1999, si è tuttavia rivelata in pratica troppo rigida. Essa non tiene sufficientemente conto, in particolare, dello smaltimento delle rimanenze di stagione, che ha lo scopo di fare posto alla nuova merce. Per questo motivo si propone di tornare alla norma applicata prima del 1999, che consente di confrontare per quattro mesi al massimo la merce di stagione come abiti, scarpe e articoli sportivi, con il prezzo praticato precedentemente. Questa soluzione tiene maggiormente conto delle effettive condizioni del mercato ed evita il rischio che le prescrizioni legali siano scollegate dalla realtà economica.

Se le indicazioni di prezzo o operazioni simili sono menzionate in cifre, vige l'obbligo di indicare i prezzi e di specificare il prodotto e l'unità di vendita. Un esempio: lo slogan pubblicitario «Sconto di 30 franchi» è conforme all'OIP soltanto se il prezzo del prodotto sul quale è praticata la riduzione è indicato e se l'offerta è specificata

---

<sup>11</sup> RS 251

secondo la marca, il tipo, la qualità, ecc. Sono eccettuate le indicazioni concernenti parecchi prodotti di ugual natura, prodotti diversi, gruppi di prodotti o di assortimenti, sempre che l'aliquota di riduzione sia la medesima. Lo slogan «Sconto del 20% su tutte le sedie» sarebbe conforme all'ordinanza in quanto viene accordata un'aliquota di riduzione unitaria per un gruppo di prodotti. Il consumatore non può essere indotto in errore poiché conosce la riduzione che gli verrà accordata, indipendentemente dal prezzo del prodotto. Questa disposizione derogatoria si è tuttavia rivelata in pratica troppo rigida. Essa non tiene sufficientemente conto del fatto che i buoni, gli sconti e altre prestazioni simili pubblicizzati con importi di riduzione sono frequenti. L'avamprogetto di revisione prevede pertanto la possibilità di far valere la stessa eccezione per l'indicazione di un importo di riduzione unitario come per le aliquote di riduzione (ad es. «Sconto di 100 franchi su tutti i mobili»).

## **Art. 23 cpv. 2: Rafforzamento dell'esecuzione**

L'esecuzione dell'OIP è affidata ai Cantoni. Per avere una migliore visione globale delle misure d'esecuzione adottate dai Cantoni, si prevede di introdurre un obbligo di comunicare ogni anno alle autorità di vigilanza, ossia il Dipartimento federale dell'economia, il tipo e il numero di controlli effettuati e di infrazioni denunciate. Non si tratta di comunicare i nomi delle persone fisiche che sono state ammonite o sanzionate. Le autorità di vigilanza sono più interessate a sapere quali sono i settori controllati, quante infrazioni sono state constatate e quali misure sono state adottate per contrastarle (ammonimento, denuncia).

## **3 Conseguenze dell'assoggettamento all'OIP**

Le infrazioni contro l'OIP sono perseguite conformemente alle disposizioni della legge federale del 19 dicembre 1986 contro la concorrenza sleale (LCSI), (art. 21 OIP in relazione con l'art. 24 LCSI). Esse sono punite con una multa fino a 20'000 franchi (art. 24 LCSI). Gli esercenti dei fondi di commercio di qualsiasi genere sono responsabili dell'indicazione corretta dei prezzi e di una pubblicità conforme alle prescrizioni (art. 20 OIP).

L'esecuzione spetta agli uffici cantonali competenti, che vigilano sulla corretta applicazione dell'OIP e denunciano le infrazioni alle autorità competenti (art. 22 OIP). La Confederazione esercita l'alta vigilanza per il tramite del Dipartimento federale dell'economia (art. 23 OIP).

## **4 Rapporto con il diritto europeo**

Mentre si constata un'ampia analogia tra la Svizzera e l'UE nell'obbligo di indicare i prezzi delle merci<sup>12</sup>, vi sono invece delle differenze per quanto riguarda l'indicazione dei prezzi delle prestazioni di servizi. Nell'UE la dichiarazione dei prezzi è disciplinata in modo preciso per i crediti al consumo<sup>13</sup>, la commercializzazione a distanza di

---

<sup>12</sup> Direttiva 98/6/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 16 febbraio 1998 relativa alla protezione dei consumatori in materia di indicazione dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori, GU L 80 del 18.3.1998, pag. 27.

<sup>13</sup> Direttiva 98/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 16 febbraio 1998 che modifica la direttiva 87/102/CEE relativa al ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di credito al consumo, GU L 101 del 1.4.1998, pag. 17.



servizi finanziari<sup>14</sup>, i bonifici transfrontalieri,<sup>15</sup> i viaggi «tutto compreso»<sup>16</sup>, i contratti a distanza<sup>17</sup>, i contratti relativi all'acquisizione di un diritto reale di godimento a tempo parziale<sup>18</sup> e i voli aerei<sup>19</sup>. Tali direttive esigono, al pari del regolamento 1008/2008, che il prezzo effettivamente pagabile sia indicato nella fase precontrattuale, e spesso quale elemento essenziale del contratto. In Germania vige l'obbligo di indicare i prezzi per tutte le merci e le prestazioni di servizi<sup>20</sup>. Anche in Austria è previsto l'obbligo di indicare i prezzi per i servizi offerti ai consumatori<sup>21</sup>.

L'OIP contiene inoltre delle norme concernenti l'indicazione dei prezzi nella pubblicità (art. 13 seg.) e il confronto dei prezzi (art. 16 segg.). Nell'UE, la direttiva sulle pratiche commerciali sleali<sup>22</sup> vieta di ingannare i consumatori sul prezzo. I prezzi che traggono in inganno nel rapporto di concorrenza e il confronto dei prezzi rientrano nel campo d'applicazione della direttiva concernente la pubblicità ingannevole e comparativa<sup>23</sup>.

## 5 Conseguenze

### 5.1 Conseguenze per la Confederazione

Per il momento, prima dell'approvazione definitiva del progetto, è difficile stimare se l'attuazione della nuova ordinanza comporterà un fabbisogno supplementare di personale; il Consiglio federale ne sarà informato in tempo utile.

### 5.2 Conseguenze per i Cantoni e i Comuni

I compiti d'esecuzione affidati ai Cantoni aumenteranno con l'allungarsi della lista delle prestazioni di servizi sottoposte all'obbligo di indicare i prezzi. L'obbligo di comunicare le attività svolte in vista dell'esecuzione dell'ordinanza in un rapporto

---

<sup>14</sup> Direttiva 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 23 settembre 2002 concernente la commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori e che modifica la direttiva 90/619/CEE del Consiglio e le direttive 97/7/CE e 98/27/CE, GU L 271 del 9.10.2002, pag. 16.

<sup>15</sup> Direttiva 97/5/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 gennaio 1997 sui bonifici transfrontalieri, GU L 43 del 14.02.1997, pag. 25: tale direttiva è stata abrogata il 30.10.2008 e sostituita dalla direttiva 2007/64/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 13 novembre 2007 relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, recante modifica delle direttive 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE e 2006/48/CE, che abroga la direttiva 97/5/CE, GU L 319 del 5.12.2007, pag. 1. L'articolo 37 di questa direttiva contiene obblighi d'informazione precontrattuali concernenti tutte le spese dovute dall'utente al suo prestatore di servizi di pagamento e, se del caso, la loro suddivisione.

<sup>16</sup> Direttiva 90/314/CEE del Consiglio del 13 giugno 1990 concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti «tutto compreso», GU L 158 del 23.6.1990, pag. 59.

<sup>17</sup> Direttiva 97/7/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 maggio 1997 riguardante la protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza, GU L 144 del 4.6.1997, pag. 19.

<sup>18</sup> Direttiva 94/47/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 26 ottobre 1994 sulla tutela dell'acquirente nei contratti relativi alla acquisizione di un diritto reale di godimento a tempo parziale di beni immobili, GU L 280 del 29.10.1994, pag. 83.

<sup>19</sup> Vedi nota 2.

<sup>20</sup> § 1 e 5 della Preisangabeverordnung (versione della comunicazione del 18 ottobre 2002, BGBl. I pag. 4197).

<sup>21</sup> § 1 Bundesgesetz über die Auszeichnung von Preisen (BGBl. 146/1992).

<sup>22</sup> Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica la direttiva 84/450/EWG del Consiglio e le direttive 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio («direttiva sulle pratiche commerciali sleali»), GU n. L 149 dell'11.6.2005, p. 22 segg.

<sup>23</sup> Direttiva 2006/114/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 dicembre 2006 concernente la pubblicità ingannevole e comparativa, GU, L 376/21 del 27.12.2006.

annuale destinato all'autorità di vigilanza dovrebbe comportare un lavoro supplementare limitato.

### **5.3 Conseguenze per l'economia**

L'assoggettamento di altre prestazioni di servizi all'obbligo di indicare i prezzi rafforzerà la trasparenza del mercato e dei prezzi a favore dei consumatori. La trasparenza del mercato e la trasparenza dei prezzi sono due parametri essenziali che consentono ai consumatori di assicurare la funzione di controllo spettante loro in un'economia di mercato, e che li aiutano in modo determinante nelle loro decisioni di acquisto di merci e prestazioni di servizi. Il miglioramento dell'informazione dei consumatori accresce la loro fiducia nel mercato, che costituisce un motore essenziale dello sviluppo economico. Secondo il diritto vigente, solo le prestazioni di servizi menzionate nell'ordinanza sono soggette all'obbligo di indicare i prezzi; i nuovi settori assoggettati non erano finora interessati da quest'obbligo.

L'estensione della lista delle prestazioni di servizi menzionate all'articolo 10 capoverso 1 OIP comporta un certo onere amministrativo dovuto al fatto che l'indicazione dei prezzi deve essere effettuata in forma adeguata. Questo onere riguarda tutte le cerchie già assoggettate all'obbligo di indicare i prezzi, sia che si tratti di venditori di merci o di fornitori di prestazioni di servizi assoggettate. Da notare in proposito che Internet offre, perlomeno ad alcuni fornitori, una piattaforma che consente di comunicare i loro prezzi in modo relativamente semplice. Il settore alberghiero o i voli aerei ne sono degli esempi.

La modifica dell'OIP implica però anche delle facilitazioni per l'economia. Rileviamo, in primo luogo, le facilitazioni a vantaggio del commercio al dettaglio: il termine applicato per l'utilizzazione dei saldi previsti per la merce di stagione come abiti, scarpe e articoli sportivi, è prolungato. Il prezzo comparativo (prezzo attuale rispetto al prezzo precedente) potrà essere indicato per un periodo di quattro mesi, mentre oggi questo termine è di soli due mesi. Questa novità consente, grazie ai prezzi comparativi, di informare i consumatori per un periodo più lungo sulle merci vendute con uno sconto di fine stagione. Sottolineamo, in secondo luogo, la maggiore flessibilità accordata alla pubblicità con riduzioni di prezzo: in futuro sarà possibile indicare più semplicemente l'importo della riduzione (ad es. «sconto di 100 franchi»).

I Cantoni, ai quali spetta l'applicazione dell'OIP, e le rispettive autorità di polizia commerciale, possiedono già l'esperienza necessaria in questo campo. Di conseguenza, i nuovi compiti d'esecuzione possono essere trasferiti alle istituzioni esistenti.