

Direttiva Omnibus, come cambiano gli sconti nei negozi

La Direttiva Omnibus, recepita in Italia con il decreto legislativo 21 febbraio 2022, n. 22, ha introdotto una serie di modifiche al Codice del Consumo, tra cui alcune che riguardano la pubblicità degli sconti.

In particolare, l'articolo 17-bis del Codice del Consumo stabilisce che, nel caso in cui si pubblicizzi un prodotto o un servizio con un prezzo scontato, il prezzo precedente deve essere indicato in modo chiaro e visibile, insieme alla percentuale o al valore dello sconto.

Il prezzo precedente deve essere quello più basso applicato dal venditore nei 30 giorni precedenti la promozione. Se il prezzo precedente non è stato applicato nei 30 giorni precedenti, il venditore deve indicarlo con una dicitura che chiarisca che si tratta di un prezzo indicativo.

Questa nuova norma ha lo scopo di tutelare i consumatori da eventuali pratiche commerciali scorrette, come gli sconti "finti", in cui il prezzo precedente viene gonfiato artificialmente per far apparire lo sconto più vantaggioso di quanto non sia in realtà.

In particolare, la Direttiva Omnibus mira a contrastare le seguenti pratiche:

- **Utilizzare un prezzo precedente gonfiato artificialmente per creare l'illusione di uno sconto più vantaggioso di quanto non sia in realtà.**
- **Applicare uno sconto solo per un breve periodo di tempo, in modo che i consumatori non abbiano il tempo di confrontare i prezzi.**

- **Non indicare il prezzo precedente in modo chiaro e visibile, in modo che i consumatori non siano in grado di valutare l'entità dello sconto.**

Le nuove regole sugli sconti si applicano a tutti i prodotti e servizi pubblicizzati, sia online che offline. I trasgressori sono soggetti a sanzioni amministrative, che possono arrivare fino a 20.000 euro.

In Italia, la Direttiva Omnibus è entrata in vigore il 28 marzo 2022.