



Ordinanza dell'11 dicembre 1978 sull'indicazione dei prezzi (OIP)

Indicazione dei prezzi e pubblicità per i **tappeti orientali annodati a mano**

Foglio d'informazione del 1° ottobre 1989

Finalità e basi legali

L'OIP, che si fonda sulla legge federale contro la concorrenza sleale, si prefigge di garantire ai consumatori una chiara indicazione dei prezzi onde consentire confronti ed evitare che l'acquirente sia indotto in errore. L'indicazione del prezzo è un strumento atto a incoraggiare la concorrenza leale.

Per il settore dei tappeti orientali sono di particolare importanza gli articoli 3, 4, 7 a 9, come pure 13 a 18 OIP.

Obbligo di indicare il prezzo

Per le merci offerte in vendita al consumatore dev'essere indicato in modo ben visibile e agevolmente leggibile il prezzo effettivamente pagabile. Ciò vale anche per le merci esposte in vetrina (art. 3, 4 e 8 OIP).

Indicazione dei prezzi

Di massima, i prezzi devono essere indicati sulla merce stessa o in prossimità di quest'ultima. Ciò può essere fatto mediante iscrizione, etichetta o cartellino.

Per gli articoli di lusso – di cui fanno parte anche i tappeti orientali – l'indicazione dei prezzi può essere semplificata sotto forma di un listino dei prezzi, catalogo, ecc., se il prezzo supera 5000 franchi. In questo caso, i listini dei prezzi o i cataloghi devono poter essere consultati liberamente, anche per gli articoli esposti in vetrina (art. 7 OIP), all'interno del negozio.

Pubblicità

La pubblicità senza indicazione di prezzo non soggiace all'OIP. Se però vengono menzionati prezzi in una forma qualsiasi, occorre indicare i prezzi effettivamente pagabili e specificare le merci offerte (art. 13 e 14 OIP). Inoltre, bisogna osservare le altre disposizioni sull'indicazione dei prezzi che sono applicabili anche alla pubblicità (art. 16-18 OIP).

Specificazioni

L'articolo 14 dell'OIP prevede che nella pubblicità le merci devono essere designate secondo la marca, il tipo, la qualità, le caratteristiche o altre menzioni analoghe.

Per i tappeti orientali, la pubblicità deve indicare la seguente specificazione :

- paese di origine (in tutte lettere, per esempio Iran, Pakistan, ecc.);
- designazione (p. es. Mir, Buchara, Heriz ecc.);
- dimensioni della parte annodata in cm;
- numero dei nodi per m², per i tappeti orientali provenienti dai paesi che riproducono tappeti annodati a mano quali India, Pakistan, Romania, Albania e Bulgaria;
- materiale principale del pelo (lana di tosa, seta pura, seta artificiale, lana con seta)
- l'indicazione «annodato a mano»

Vendite all'incanto

L'indicazione dei prezzi non è obbligatoria per le merci vendute all'incanto o in altro modo di vendita analogo (art. 3 cpv. 3 OIP). Tuttavia, se nella pubblicità relativa a tali vendite vengono menzionati i prezzi, la loro indicazione è sottoposta alle prescrizioni dell'OIP (art. 13 segg.).

Prezzi di partenza

I prezzi di partenza, i prezzi minimi di aggiudicazione, i prezzi limite ecc., sovente menzionati negli annunci di vendita all'incanto, di tappeti orientali, sono in genere prezzi irrealistici, che vengono indicati specialmente per motivi tattici di vendita all'incanto.

I prezzi possono essere indicati singolarmente, ma non possono tuttavia essere comparati ad altri prezzi, come per esempio a quelli praticati finora nel negozio.

Prezzi comparativi

Oltre al prezzo pagabile effettivamente, è vietato indicare altri prezzi (prezzi comparativi) (art. 16 cpv. 1 OIP). Fanno parte di questi anche l'indicazione in cifre di riduzioni di prezzo (art. 17 cpv. 1 OIP); p. es. 30 % di ribasso sul prezzo di fr. x; fr. 250.-- di riduzione). Si può derogare a questa norma soltanto nei casi previsti dall'OIP.

L'indicazione di altri prezzi è ammessa nei casi di:

- autocomparazione (art. 16 cpv. 2 lett. a e cpv. 3 OIP)
- prezzo di lancio (art. 16 cpv. 2 lett. b e cpv. 5 OIP)
- comparazione con la concorrenza (art. 16 cpv. 2 lett. c e cpv. 6 OIP)

Per quanto concerne i tappeti orientali, si può parlare di «merce identica» in una comparazione con la concorrenza soltanto se:

- la merce corrente proviene dai paesi che riproducono tappeti annodati a mano quali l'India, il Pakistan, la Romania, l'Albania e la Bulgaria e
- se si tratta del medesimo paese di origine, della medesima designazione, delle medesime dimensioni, del medesimo numero di nodi al m² e della medesima materia principale del pelo.

I tappeti orientali che non provengono dai paesi summenzionati sono pezzi unici (non è merce corrente). Essi non possono costituire l'oggetto di una comparazione con la concorrenza.

Caratterizzazione di prezzi comparativi

Dal tipo e dal genere dell'annuncio della comparazione deve emergere se si tratta di un'auto-comparazione, di un prezzo di lancio o di una comparazione con la concorrenza.

Segreteria di Stato dell'economia SECO
Settore Diritto
Holzikofenweg 36, 3003 Berna
Tel: 058 462 77 70
pbv-oip@seco.admin.ch
www.seco.admin.ch/oip