



---

**Rapporto**  
**sui risultati della procedura di consultazione**  
**relativa alla modifica dell'ordinanza dell'11 dicembre 1978**  
**sull'indicazione dei prezzi (OIP)**

---

## Indice

<b>1</b>	<b>Introduzione</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Panoramica</b> .....	<b>3</b>
2.1	Breve riepilogo.....	3
2.2	Valutazione del progetto da parte dei partecipanti alla consultazione.....	3
<b>3</b>	<b>I pareri in dettaglio</b> .....	<b>6</b>
3.1	Ingresso.....	6
3.2	Compensi per i diritti d'autore e supplementi di qualsiasi tipo (art. 4 cpv. 1 e 10 cpv. 2 P-OIP) .....	6
3.3	Cure del corpo (art. 10 cpv. 1 lett. d P-OIP) .....	7
3.4	Pulitura a secco (art. 10 cpv. 1 lett. i P-OIP) .....	7
3.5	Viaggi in aereo (art. 10 cpv. 1 lett. n P-OIP).....	7
3.6	Prestazioni relative alla dispensazione di medicinali e dispositivi medici (art. 10 cpv. 1 lett. t P-OIP).....	8
3.7	Notai (art. 10 cpv. 1 lett. u P-OIP) .....	8
3.8	Veterinari (art. 10 cpv. 1 lett. t P-OIP) .....	9
3.9	Pompe funebri (art. 10 cpv. 1 lett. v P-OIP).....	10
3.10	Indicazione dei prezzi nel settore alberghiero (art. 11 cpv. 4 P-OIP) .....	10
3.11	Push-services (art. 11b cpv. 1, frase introduttiva P-OIP) .....	11
3.12	Modalità d'indicazione delle tariffe aeree (art. 11c P-OIP) .....	12
3.13	Problema del prezzo indicativo (art. 13 cpv. 2 e 18 cpv. 2 P-OIP) .....	13
3.14	Leggibilità e visibilità (art. 14 cpv. 3bis P-OIP) .....	14
3.15	Comparazioni dei prezzi relativi agli articoli di stagione (art. 16 cpv. 3 P-OIP) .....	15
3.16	Riduzione dei prezzi (art. 17 cpv. 2 P-OIP) .....	16
3.17	Rafforzamento dell'esecuzione (art. 23 cpv. 2 P-OIP) .....	16
3.18	Altri suggerimenti.....	18
<b>4</b>	<b>Allegati</b> .....	<b>23</b>

## 1 Introduzione

Il 26 maggio 2010 il Consiglio federale ha incaricato il Dipartimento federale dell'economia (DFE) di avviare la procedura di consultazione sulla modifica dell'OIP presso i Cantoni (inclusa la Conferenza dei governi cantonali), i partiti politici (13), le associazioni mantello dei Comuni, delle Città e delle Regioni di montagna attive a livello nazionale (3), le associazioni di categoria operanti a livello nazionale (8) e le altre cerchie interessate (43).

L'obiettivo del progetto in consultazione era di sottoporre nuove prestazioni di servizio all'obbligo d'indicazione dei prezzi, di adeguare l'OIP alle norme della legislazione sui cartelli, di promuovere i principi di buona visibilità e leggibilità per quanto riguarda le specificazioni nel contesto pubblicitario e di attenuare alcune disposizioni risultate troppo rigide nella prassi. La procedura di consultazione è terminata il 23 settembre 2010.

Il presente rapporto tiene conto di tutti pareri pervenuti, senza tuttavia citare il contenuto di ogni proposta.

## 2 Panoramica

### 2.1 Breve riepilogo

In totale si sono espressi 85 partecipanti, di cui 60 dietro invito ufficiale e 25 di loro spontanea iniziativa. Hanno dichiarato il proprio parere tutti i Governi cantonali, quattro partiti politici (PCS, PLR, I Verdi e PS) e cinque associazioni mantello dell'economia (economiesuisse, USC, USAM, SIC e USS). Per quanto riguarda le organizzazioni dei consumatori, hanno risposto in quattro (acsi, kf, SKS e TCS), mentre due di loro hanno dichiarato esplicitamente che non si sarebbero pronunciate (Unione delle Città Svizzere UVS, Unione svizzera degli imprenditori USI).

Nel complesso le proposte di modifica dell'OIP riscontrano ampio consenso, sebbene alcune disposizioni risultino più controverse di altre. Tutti i Cantoni, ad eccezione di Soletta, appoggiano il progetto di revisione in quanto tale. Anche i partiti politici che hanno espresso il loro parere (PCS, PLR, I Verdi e PS) sono favorevoli al progetto. I Verdi e il PS lamentano però il fatto che non tutte le prestazioni di servizi sottostiano all'obbligo d'indicazione dei prezzi. Il PLR vede nel progetto un mezzo per favorire la trasparenza e la concorrenza. A suo avviso, occorre tuttavia fare in modo che l'onere amministrativo delle imprese a seguito di tali modifiche si mantenga al minimo e, laddove fattibile, dovrebbe essere ridotto. Tale opinione è condivisa anche dal Forum PMI e da economiesuisse. Quest'ultima chiede un'ulteriore soppressione delle norme sulla pubblicità, richiesta avanzata dallo stesso settore pubblicitario. Le organizzazioni dei consumatori si esprimono in modo favorevole in merito alle modifiche, ma lamentano – come la Commissione federale del consumo – il fatto che non venga introdotto un cambiamento di sistema in modo da sottoporre tutte le prestazioni di servizi all'obbligo d'indicazione dei prezzi.

### 2.2 Valutazione del progetto da parte dei partecipanti alla consultazione

#### 2.2.1 Cantoni

**Pressoché tutti i Cantoni<sup>1</sup>** sono favorevoli al progetto nel suo insieme; molti approvano espressamente il miglioramento dell'informazione e la tutela dei consumatori, il consolidamento della trasparenza dei prezzi e la migliore presa in considerazione della prassi<sup>2</sup>.

**AG, AR, BE, GE, GR, LU, NE, SZ, VS, ZG e ZH** riservano un'ottima accoglienza all'ampliamento del catalogo di servizi soggetti all'obbligo d'indicazione dei prezzi, nella convinzione che consolidi la trasparenza dei prezzi, accresca la tutela dei consumatori e rafforzi la concorrenza e

---

<sup>1</sup> AG, AI, AR, BE, BL, BS, FR, GE, GL, GR, JU, LU, NE, NW, OW, SH, SZ, TG, TI, UR, VD, VS, ZG, ZH; soltanto SO si è opposto al progetto nel suo complesso

<sup>2</sup> AG, FR, GR, JU

l'economia in generale. **GR, ZG, ZH** considerano inoltre che tale estensione permetterà anche di trattare allo stesso modo gruppi professionali analoghi; **ZH** è particolarmente favorevole alla proposta di estendere l'obbligo a veterinari e farmacisti, grazie alla quale tutte le professioni mediche universitarie sono trattate in maniera egualitaria. **LU** chiede al Consiglio federale di esaminare la possibilità di ampliare ulteriormente il catalogo esistente.

**JU** formula tuttavia alcune riserve in merito alle eventuali conseguenze economiche e finanziarie del progetto. **NE** fa notare che l'estensione della lista dell'articolo 10 determinerà un aumento degli oneri per i Cantoni; poiché i mezzi a disposizione non sono ampliabili in misura illimitata, molto probabilmente l'esecuzione si concentrerà in generale nei settori a rischio. Questo Cantone vorrebbe inoltre che il Consiglio federale emanasse delle norme sull'imposizione di tasse da parte dei Cantoni per evitare eccessive disparità a livello esecutivo. Secondo **TI** tale estensione, pur migliorando la chiarezza dei prezzi a favore dei consumatori, costituisce un aumento dell'onere lavorativo per i Cantoni e dovrebbe essere accompagnata da un aiuto finanziario della Confederazione.

**AR** e **JU** chiedono che la Confederazione definisca in maniera più precisa, mediante fogli informativi, le modalità d'applicazione dell'OIP per le nuove prestazioni di servizi incluse nel suo ambito.

A titolo introduttivo **SG** tiene a ricordare il suo appoggio senza riserve agli obiettivi dell'OIP, tuttavia fa notare che alcune norme di questo testo sono risultate puramente teoriche e difficili da mettere in pratica, sono considerate eccessivamente burocratiche dalle imprese e sono viste come pratiche inutili dalle autorità d'esecuzione e dai consumatori. **SG** vorrebbe che le disposizioni dell'OIP si concentrassero su un bisogno reale di protezione dei consumatori; in mancanza di un tale bisogno, queste disposizioni dovrebbero essere abrogate.

**SO** riconosce alcuni aspetti positivi del progetto di revisione (settore alberghiero, voli aerei e norme per gli articoli di stagione), ma ritiene che non riescano a controbilanciare i numerosi inconvenienti legati al progetto; tale Cantone dubita infatti che vi sia un reale bisogno di protezione per quanto concerne prestazioni di servizi rientranti nella sfera del lusso (metodi di dimagrimento, massaggi, wellness) o già fortemente regolamentati (prestazioni notarili). Inoltre, critica l'aumento dei compiti cantonali in materia di esecuzione (aumento delle prestazioni di servizi soggette all'OIP e redazione di un rapporto) e la maggiore complessità dei controlli; infine indica che per applicare l'ordinanza modificata il Cantone dovrebbe creare un ulteriore posto di lavoro. Pertanto, dopo aver esaminato vantaggi e svantaggi, **SO** respinge la revisione proposta e chiede un progetto neutro dal punto di vista finanziario.

## 2.2.2 Partiti politici

I **partiti politici** hanno accolto positivamente il progetto. I **Verdi** e il **PS** apprezzano la migliore trasparenza dei prezzi ma preferirebbero che il Consiglio federale sottoponesse tutte le prestazioni di servizio all'obbligo d'indicazione dei prezzi. Il **PCS** constata che le modifiche proposte rispondono alla richiesta di numerosi consumatori, aumentano il controllo in nuovi ambiti e tutelano quindi i consumatori. Il **PLR** sostiene il progetto poiché mira a consolidare la trasparenza e la concorrenza, ma ritiene che sia necessario ridurre al minimo l'onere amministrativo delle imprese in Svizzera. L'OIP deve quindi tenere conto di questa necessità.

### 2.2.1 Associazioni mantello dell'economia

**SIC Svizzera**, l'**USC** e l'**USS** sostengono in generale il progetto di revisione. L'**USC** si dichiara particolarmente favorevole all'assoggettamento all'OIP di veterinari e notai. L'**USS** constata che le spese relative alle prestazioni di servizi rappresentano una parte sempre più importante nel budget dei consumatori, che devono assolutamente disporre di informazioni trasparenti in tale ambito. Tuttavia, fa notare che questo principio deve essere applicato in maniera pragmatica in certi casi, in particolare quando il prezzo della prestazione è stimabile solo in maniera indicativa.

**economiesuisse** approva il progetto in quanto mira ad alleggerire regole troppo rigide e a rendere l'OIP maggiormente incentrata sulla pratica. Appoggia anche l'assoggettamento all'OIP di nuove prestazioni di servizi qualora ciò risulti necessario; in tale ambito sottolinea l'importanza

di limitare al massimo l'onere amministrativo e finanziario per le imprese e chiede di rinunciare a quelle norme che risultano più severe rispetto al diritto europeo. Ritiene però che le modifiche proposte raggiungano il loro obiettivo solo in misura limitata, soprattutto per quanto concerne le disposizioni relative alla pubblicità.

L'**USAM** considera che l'OIP debba essere ripensata con molta urgenza in modo che resti applicabile a livello pratico e sia comprensibile per gli operatori economici e i consumatori. Ritenendo che il progetto non soddisfi questi requisiti, ne chiede la rielaborazione.

## 2.2.2 Organizzazioni di consumatori

**acsi**, **kf**, **SKS** e **TCS** sono favorevoli al progetto poiché ritengono che le modifiche previste migliorino la trasparenza dei prezzi a favore dei consumatori. **acsi** e **SKS** preferirebbero tuttavia un cambiamento del sistema in vigore, in modo che tutte le prestazioni di servizi siano soggette all'obbligo d'indicazione dei prezzi.

## 2.2.3 Altre organizzazioni interessate

La maggior parte dei partecipanti che si è pronunciata sul progetto nel suo complesso lo approva a grandi linee.

**FER**, **HEV** e **UPSA** sono del parere che le modifiche previste migliorino la trasparenza dei prezzi a favore dei consumatori e la concorrenza tra gli operatori del mercato.

**CFC**, **Swiss Retail Federation** e **Veledes** si dichiarano espressamente favorevoli all'estensione della lista delle prestazioni di servizio soggette all'OIP. **CFC** preferirebbe però un cambiamento del sistema in vigore in modo da assoggettare in generale le prestazioni di servizi all'obbligo d'indicazione dei prezzi.

**ASET** non si reputa particolarmente toccata dalla revisione. Accogliendo favorevolmente la modifica redazionale prevista all'articolo 10 capoverso 1 lettera i, non ha obiezioni nei confronti della revisione.

Il **Forum PMI** ritiene che occorra mantenere un rapporto equilibrato tra i costi per le PMI (oneri amministrativi) dell'assoggettamento di nuovi servizi all'OIP e i vantaggi per i vari operatori coinvolti, e auspica quindi che si riesamini se l'estensione dell'articolo 10 risponde a un bisogno di protezione appurato. In caso di esito affermativo, chiede che i fogli informativi della SECO siano pronti prima dell'entrata in vigore delle modifiche.

**Centre patronal** accoglie favorevolmente l'obiettivo di alleggerimento normativo perseguito dal progetto, ma è contrario alla proposta di assoggettare nuovi prestatori di servizi all'obbligo d'indicazione dei prezzi. Reputa inadeguato assoggettare all'OIP le professioni la cui attività si basa su un contratto di mandato. Ciò implica inoltre lavori di adattamento costosi e sproporzionati rispetto all'interesse reale per il consumatore.

**FPV** afferma che l'assoggettamento di determinati servizi a un'ordinanza rigida quanto l'OIP debba essere fatto con prudenza e ritiene problematico assoggettare ad essa le professioni liberali. A suo avviso, con questa revisione la Confederazione cade in uno dei suoi vizi preferiti, ovvero l'iperregolamentazione. Pertanto si oppone all'ampliamento della lista dei servizi che figurano nel progetto di modifica, ad eccezione delle cure del corpo e delle lavanderie a secco, inoltre approva le altre modifiche proposte e accoglie favorevolmente le disposizioni che rendono più snella l'applicazione dell'OIP.

La Municipalità di **Losanna** ritiene che la maggior parte delle richieste dell'OIP attuale possono soltanto restare lettera morta in quanto sono inapplicabili. Considera inoltre che le modifiche proposte non rappresentino un alleggerimento sufficiente né un rimedio a questa situazione. È favorevole all'estensione della lista delle prestazioni di servizi soggette all'OIP ma giudica le disposizioni relative ai prezzi comparativi prive di un reale impatto sulla protezione dei consumatori nella vita quotidiana.

Alcuni partecipanti non si sono pronunciati sul progetto nel suo insieme, ma su alcune disposizioni specifiche. Il **settore notarile**<sup>3</sup> ad esempio ha espresso chiaramente la sua contrarietà all'assoggettamento dei notai all'obbligo d'indicazione dei prezzi. Per quanto riguarda il **ramo pubblicitario**<sup>4</sup>, esso respinge con forza la disposizione che prevede norme più severe per le specificazioni nella pubblicità.

## 3 I pareri in dettaglio

### 3.1 Ingresso

#### *Ingresso*

In applicazione del capitolo IV del regolamento (CE) n. 1008/2008 nella sua versione vincolante conformemente al capitolo 1 dell'allegato all'Accordo del 21 giugno 1999 tra la Confederazione svizzera e la Comunità europea sul trasporto aereo (accordo sul trasporto aereo).

**Tutti i partecipanti** alla consultazione sono favorevoli, in modo esplicito o implicito, alla modifica dell'ingresso.

### 3.2 Compensi per i diritti d'autore e supplementi di qualsiasi tipo (art. 4 cpv. 1 e 10 cpv. 2 P-OIP)

*Art. 4, titolo e cpv. 1 Tasse pubbliche, compensi per i diritti d'autore, contributi anticipati per lo smaltimento, vantaggi*

<sup>1</sup> Le tasse pubbliche, i supplementi di qualsiasi tipo, i compensi per i diritti d'autore e i contributi anticipati per lo smaltimento, inglobabili nei prezzi al minuto, devono già essere inclusi nel prezzo indicato.

*Art. 10 cpv. 2*

<sup>2</sup> Le tasse pubbliche, i supplementi di qualsiasi tipo e i compensi per i diritti d'autore, inglobabili nel prezzo, devono già essere inclusi nel prezzo indicato.

Tutti i **Cantoni**, i **partiti politici**, le **associazioni mantello dell'economia**, le **organizzazioni dei consumatori** e la grande maggioranza delle **altre organizzazioni interessate** accolgono positivamente queste aggiunte.

**GR** fa notare che questa nuova norma migliorerà la sicurezza giuridica.

**I Verdi**, **acsi**, e **SKS** appoggiano espressamente questo progetto e vorrebbero inoltre che i compensi per i diritti d'autore fossero inclusi nel prezzo e che fossero anche indicati a parte.

**economiesuisse** ritiene che solo i supplementi "non opzionali" debbano essere inclusi nel prezzo e chiede che questa menzione venga aggiunta agli articoli in questione.

**hotelleriesuisse** è favorevole a quest'aggiunta, che corrisponde d'altronde alla pratica corrente attuale, ma vorrebbe che i supplementi di prezzo non opzionali potessero essere indicati a parte, altrimenti si giungerebbe a una deformazione del prezzo.

**asut**, **Orange** e **Swisscom** ritengono che l'aggiunta della menzione "i supplementi di qualsiasi tipo" sia poco opportuna e formulata in modo troppo ampio, il che rischia di provocare incertezza giuridica. Dalla formulazione non emerge che solo i supplementi non opzionali devono essere inclusi nel prezzo. Inoltre questa aggiunta sembra inutile poiché, a parte le tasse pubbliche, i compensi per i diritti d'autore e i contributi anticipati per lo smaltimento, non vi sono altri

<sup>3</sup> BNV, FSN, Notariatskammer BS

<sup>4</sup> ASA, ASMD, ASW, AWS, BSW, IGEM, Media Svizzeri, Publisuisse, Pub. Svizzera, script

supplementi da prendere in considerazione. L'asut ritiene inoltre che il rapporto esplicativo relativo alla modifica dell'OIP debba essere modificato in modo che tutti i fornitori di servizi o di merci, oltre a indicare il prezzo totale, possano precisarne anche la composizione. Questi tre partecipanti propongono di eliminare l'espressione "supplementi di qualsiasi tipo".

**SENS** e **SLRS** si sono espresse specificamente sui contributi anticipati per lo smaltimento; il loro parere è riportato nel punto 3.18.

### 3.3 Cure del corpo (art. 10 cpv. 1 lett. d P-OIP)

*Art. 10 cpv. 1 lett. d*

<sup>1</sup> Il prezzo effettivamente pagabile per le prestazioni di servizi offerte nei campi elencati qui di seguito è indicato in franchi svizzeri:

d. istituti di bellezza e *cure del corpo*;

**Quasi tutti i partecipanti** alla consultazione sono favorevoli, in modo esplicito o implicito, alla modifica della lettera d.

**TI** non si è opposto, ma ritiene che ogni nuovo assoggettamento di un servizio all'OIP debba essere accompagnato da un aiuto finanziario da parte della Confederazione.

Il **Forum PMI** chiede che si riesamini se l'assoggettamento di questo servizio all'OIP risponde a un bisogno di protezione appurato<sup>5</sup>.

**SO** propone di eliminare la lettera d, poiché questo genere di servizi non costituisce un bisogno fondamentale e il rapporto costi/benefici dei controlli OIP in tale ambito non è un motivo valido.

### 3.4 Pulitura a secco (art. 10 cpv. 1 lett. i P-OIP)

*Art. 10 cpv. 1 lett. i*

<sup>1</sup> Il prezzo effettivamente pagabile per le prestazioni di servizi offerte nei campi elencati qui di seguito è indicato in franchi svizzeri:

i. *lavanderie e pulitura a secco* (principali procedimenti e articoli);

L'adeguamento redazionale proposto è accolto favorevolmente da **tutti i partecipanti**.

### 3.5 Viaggi in aereo (art. 10 cpv. 1 lett. n P-OIP)

*Art. 10 cpv. 1 lett. n*

<sup>1</sup> Il prezzo effettivamente pagabile per le prestazioni di servizi offerte nei campi elencati qui di seguito è indicato in franchi svizzeri:

n. *voli aerei e viaggi «tutto compreso»*;

**Tutti i partecipanti**, ovvero tutti i **Cantoni**<sup>6</sup>, i **partiti politici**, le **associazioni mantello dell'economia** e le **altre cerchie interessate**<sup>7</sup> sono favorevoli a questa regolamentazione.

**AR** è soddisfatto dell'assoggettamento dei voli aerei all'OIP: esso implica l'obbligo d'indicazione

<sup>5</sup> Cfr. anche il punto 2.2.5

<sup>6</sup> TI non si è opposto, ma è del parere che ogni nuovo assoggettamento di un servizio all'OIP debba essere accompagnato da un aiuto finanziario da parte della Confederazione.

<sup>7</sup> Ad eccezione di FPV e del Centre patronal; Forum PMI: cfr. punti 2.2.5 e 3.3

del prezzo totale e consente quindi di accrescere la trasparenza tra le varie offerte.

Il **Centre patronal** vi si oppone, ritenendo che questo obbligo sia troppo vincolante e sproporzionato; fa notare inoltre che nella pratica, quando il consumatore confronta le varie offerte conosce gli elementi costitutivi del prezzo e, in ogni caso, ne conosce l'importo totale prima di effettuare l'acquisto e la prenotazione finale. La **FPV** non è favorevole poiché, a suo avviso, la pluralità di prestazioni rende delicata l'indicazione del prezzo globale in anticipo; inoltre non esiste un bisogno accertato di maggiore sicurezza in tale ambito.

### 3.6 Prestazioni relative alla dispensazione di medicinali e dispositivi medici (art. 10 cpv. 1 lett. t P-OIP)

*Art. 10 cpv. 1 lett. t*

<sup>1</sup> Il prezzo effettivamente pagabile per le prestazioni di servizi offerte nei campi elencati qui di seguito è indicato in franchi svizzeri:

*t. prestazioni di servizi relative alla dispensazione di medicinali e dispositivi medici,*

Questa modifica è accolta favorevolmente, in modo esplicito o implicito, dalla maggior parte dei **Cantoni**<sup>8</sup>, dai **partiti politici**, dalle **associazioni mantello dell'economia**, dalle **organizzazioni dei consumatori** e dalle **altre organizzazioni interessate**<sup>9</sup>.

**SG** è contraria a questa nuova disposizione, in quanto dubita che rientri effettivamente nell'interesse dei consumatori e ritiene che sia difficile da attuare nella pratica.

Il **Centre patronal** non è favorevole poiché dubita che sussista un vero bisogno di protezione dei consumatori in questo ambito. Fa notare che questi ultimi possono sempre informarsi sui prezzi delle prestazioni prima di effettuare il pagamento e che le fatture emesse menzionano tali costi.

Secondo **pharmaSuisse** non è accettabile che i prezzi delle prestazioni mediche relative alla dispensazione di medicinali e di dispositivi medici non debbano essere indicati, dal momento che fanno parte della consultazione di base Tarmed,<sup>10</sup> e si augura che in generale le prestazioni mediche di base più importanti di Tarmed siano assoggettate all'OIP.

### 3.7 Notai (art. 10 cpv. 1 lett. u P-OIP)

*Art. 10 cpv. 1, lett. u*

<sup>1</sup> Il prezzo effettivamente pagabile per le prestazioni di servizi offerte nei campi elencati qui di seguito è indicato in franchi svizzeri:

*u. prestazioni di servizi dei notai;*

L'assoggettamento dei notai all'OIP è accolta favorevolmente, in modo esplicito o implicito, dalla maggior parte dei **Cantoni**<sup>11</sup>, dai **partiti politici**, dalle **associazioni mantello dell'economia**, dalle **organizzazioni dei consumatori** e da diverse **altre organizzazioni interessate**.

**FR** sottolinea che il diritto cantonale friburghese va nello stesso senso di questa modifica e contiene un tariffario dettagliato delle tasse imposte dagli ufficiali pubblici.

**HEV** fa notare che questa modifica permetterà una migliore trasparenza per i consumatori,

<sup>8</sup> SG si è opposto; TI: cfr. nota 6

<sup>9</sup> Tra di esse, solo il Centre patronal e la FPV la respingono; per il Forum PMI: cfr. punti 2.2.5 e 3.3

<sup>10</sup> Cfr. posizione tariffale Tarmed 00.0010 (<http://onb.tarmedsuisse.ch/>)

<sup>11</sup> Soltanto GR, SO e VD si sono opposti; per TI: cfr. nota 6



soprattutto nei Cantoni dove vige il notariato libero (sistema in cui il notaio esercita la sua attività in modo indipendente, sotto la sorveglianza dello Stato).

**LU** non si è opposto ma si chiede se l'assoggettamento dei notai all'OIP sia necessario, dal momento che le tasse notarili sono disciplinate in modo vincolante in un'ordinanza cantonale.

Anche **economiesuisse** e **USS** sono favorevoli a questa regolamentazione ma constatano che non è sempre semplice determinare un prezzo in anticipo senza conoscere la complessità del caso, inoltre possono sempre sorgere complicazioni nel corso del suo trattamento. L'USS propone di introdurre un principio d'informazione immediata da parte del fornitore del servizio quando i prezzi subiscono una modifica. **economiesuisse** ritiene che sia necessario limitarsi all'indicazione della tariffa oraria, analogamente a quanto fanno gli avvocati, poiché in questo ambito le disposizioni dell'OIP relative alla modalità d'indicazione<sup>12</sup> sono troppo rigide e non realizzabili nella pratica.

**GR, SO, VD, Centre patronal, Forum PMI, FPV** e il **settore notarile**<sup>13</sup> si oppongono categoricamente a questo nuovo assoggettamento. Tra le diverse argomentazioni si menziona il fatto che in questo ambito la trasparenza dei prezzi è sufficiente, le tasse notarili figurano nelle raccolte delle leggi cantonali, le quali sono accessibili a chiunque<sup>14</sup>. Inoltre, l'organizzazione del notariato è di competenza esclusiva dei Cantoni, quindi l'assoggettamento di questi servizi all'OIP intacca la sovranità cantonale; non esiste del resto concorrenza tra i notai, per questa ragione la LCSi (e quindi l'OIP) non costituisce una base legale sufficiente<sup>15</sup>. Infine, talvolta non è semplicemente possibile determinare in anticipo il prezzo di alcune prestazioni notarili, basti pensare alle prestazioni che non sono costituite, o lo sono solo in parte, da atti standardizzati e il cui prezzo è calcolato in funzione dell'onere lavorativo<sup>16</sup>. La **FSN** indica che, per il loro dovere d'informazione, i notai sono tenuti a comunicare alla clientela i costi che il loro intervento comporta<sup>17</sup>. Se, come menzionato nel rapporto esplicativo, gli avvocati sottostanno già all'obbligo d'informazione in materia di prezzi e non devono essere assoggettati all'OIP, per i notai dovrebbe valere la stessa regola. La **FPV** nota che il rapporto esplicativo giustifica l'assoggettamento dei notai all'OIP stabilendo un parallelismo con gli avvocati, che sono soggetti al dovere d'informazione previsto dalla LLCA<sup>18</sup>. Tuttavia, tale dovere d'informazione è molto più limitato degli obblighi previsti nell'OIP<sup>19</sup>. Non vi è motivo di trattare i notai in modo più severo degli avvocati, poiché queste due professioni devono affrontare le stesse difficoltà in materia di definizione dei prezzi.

### 3.8 Veterinari (art. 10 cpv. 1 lett. t P-OIP)

*Art. 10 cpv. 1 lett. t*

<sup>1</sup> Il prezzo effettivamente pagabile per le prestazioni di servizi offerte nei campi elencati qui di seguito è indicato in franchi svizzeri:

t. *prestazioni di servizi di veterinari (...)*

La **grande maggioranza dei partecipanti** accoglie favorevolmente l'assoggettamento all'OIP delle prestazioni di servizi veterinari, nello specifico tutti i **Cantoni**<sup>20</sup>, tutti i **partiti politici**, tre

<sup>12</sup> Art. 11 cpv. 1 e 2

<sup>13</sup> BNV, FSN, Notariatskammer BS

<sup>14</sup> GR, SO, Centre patronal, BNV Notariatskammer BS, FSN

<sup>15</sup> SO, BNV, Notariatskammer BS, FSN

<sup>16</sup> VD, Centre Patronal, BNV, FPV, FSN, Notariatskammer BS

<sup>17</sup> Cfr. ad es. l'art. 53 della legge cantonale bernese sul notariato (LN; RS 169.11)

<sup>18</sup> Legge federale del 23 giugno 2000 sulla libera circolazione degli avvocati (LLCA; RS 935.61)

<sup>19</sup> Art. 12 lett. i LLCA: «all'atto dell'accettazione del mandato [l'avvocato] spiega al cliente i principi della fatturazione; lo informa inoltre regolarmente, o su sua domanda, circa l'importo degli onorari dovuti»

<sup>20</sup> Ad eccezione di VD; per TI: cfr. nota 6

**associazioni mantello dell'economia**<sup>21</sup> e gran parte delle **altre cerchie interessate** sono favorevoli o non contrari.

**ZG**, pur accogliendo questa nuova disposizione, fa notare che solo gli esami e i trattamenti standard (radiografie, ecografie, vaccini, sterilizzazioni, ecc.) possono essere oggetto di una tariffazione specifica e di confronti. Come **l'USS** ed **economiesuisse** ritiene che, per quanto riguarda i trattamenti individuali a seguito di incidenti o malattie complesse, non è generalmente possibile prevedere il prezzo in anticipo senza conoscere lo stato di salute generale dell'animale e le intenzioni del suo padrone. Inoltre, un intervento può risultare alla fine più delicato rispetto alla diagnosi di base o complicarsi per dei fattori non prevedibili in anticipo. **ZG** ritiene che, in casi simili, i prezzi da fissare in funzione dell'onere lavorativo devono essere concordati con il proprietario dell'animale. **L'USS** propone d'introdurre il principio di informazione immediata da parte del fornitore del servizio nel momento in cui i prezzi subiscono una modifica, mentre **economiesuisse** ritiene che bisognerebbe limitarsi all'indicazione di una tariffa oraria, analogamente a quanto previsto per gli avvocati.

La **SVS** è cosciente del fatto che i proprietari di animali domestici spesso non sono informati a sufficienza dei costi dei trattamenti e si augura vivamente di poter istituire un sistema d'informazione che rispetti sia l'OIP sia il diritto della concorrenza. Essendo molto difficile prevedere in anticipo il prezzo di certe prestazioni, ritiene che l'obbligo di indicare i prezzi dovrebbe limitarsi ai trattamenti standard. A suo avviso, la portata di questo obbligo potrebbe essere regolamentata ad esempio a livello di Dipartimento.

Le preoccupazioni menzionate poc'anzi inducono **VD**, il **Centre patronal** e la **FPV** ad opporsi all'assoggettamento dei veterinari all'OIP.

### 3.9 Pompe funebri (art. 10 cpv. 1 lett. v P-OIP)

*Art. 10 cpv. 1 lett. v*

<sup>1</sup> Il prezzo effettivamente pagabile per le prestazioni di servizi offerte nei campi elencati qui di seguito è indicato in franchi svizzeri:

*v. pompe funebri ;*

La stragrande maggioranza dei partecipanti, ovvero tutti i **Cantoni**<sup>22</sup>, i **partiti politici**, le **associazioni mantello dell'economia**, le **organizzazioni dei consumatori** e le **altre cerchie interessate**<sup>23</sup> sono favorevoli, in modo esplicito o implicito, all'introduzione delle pompe funebri nella lista di cui all'articolo 10.

Soltanto **Centre patronal** e **FPV** sono contrari a questa modifica.

### 3.10 Indicazione dei prezzi nel settore alberghiero (art. 11 cpv. 4 P-OIP)

*Art. 11, cpv. 4*

<sup>4</sup> Negli stabilimenti ospitanti persone, il prezzo del pernottamento con o senza prima colazione, della mezza pensione o della pensione completa *deve essere comunicato per scritto al cliente.*

La **grande maggioranza** dei partecipanti alla consultazione accoglie favorevolmente la modifica dell'articolo 11 capoverso 4. Questo progetto raccoglie l'adesione della maggior parte dei

<sup>21</sup> SIC Svizzera, USC, USS

<sup>22</sup> Per TI: cfr. nota 6

<sup>23</sup> Ad eccezione della FPV e del Centre patronal; Forum PMI: cfr. punti. 2.2.5 e 3.3

**Cantoni**<sup>24</sup>, di tutti i **partiti politici**, delle **associazioni mantello dell'economia**, delle organizzazioni dei consumatori e delle **altre cerchie interessate**<sup>25</sup>.

**AR, GR, hotelleriesuisse** e **HEV** sono favorevoli a togliere l'indicazione dei prezzi nelle camere d'albergo: è un adattamento alla pratica attuale, riduce gli oneri amministrativi e permette al settore alberghiero di disporre di maggiore flessibilità nei prezzi e di reagire più rapidamente all'offerta e alla domanda (principio del «*prevenute management*»).

**VS** e **ZH** sono del parere che la possibilità di indicare il prezzo a voce debba essere mantenuta. Infatti, mentre l'esigenza della comunicazione scritta può essere giustificata nel caso di una prenotazione effettuata in anticipo, risulta poco opportuna in caso di arrivo senza preavviso o di una prenotazione eseguita all'ultimo minuto per telefono. Anche **GastroSuisse** ritiene che la notifica orale debba essere mantenuta, poiché l'indicazione scritta porta a un incremento della burocrazia e a una perdita di tempo alla reception al momento dell'arrivo degli ospiti. GastroSuisse esprime invece il suo consenso esplicito alla soppressione dell'obbligo di affiggere i prezzi nelle camere.

**BL** nota che lo scopo di questa disposizione è permettere alla clientela alberghiera di conoscere il prezzo da pagare prima di usufruire dell'offerta e di entrare in possesso della camera; inoltre l'indicazione corretta del prezzo da pagare deve poter essere controllata efficacemente dalle autorità competenti. BL ritiene che la formulazione proposta non permetta di raggiungere questi obiettivi. A suo avviso, rinunciare all'indicazione orale del prezzo è importante e permette di disporre di un mezzo di prova; occorrerebbe invece impedire che la notifica scritta del prezzo possa essere fornita al cliente solo al termine del soggiorno. Al verbo «*comunicato (al cliente)*» dovrebbe essere preferita l'espressione «*portato a conoscenza (del cliente)*»; la prima variante implica infatti che la semplice comunicazione del prezzo (per e-mail, pubblicità, listino prezzi nella hall della reception) è considerata sufficiente, mentre la seconda espressione induce la struttura alberghiera ad assumersi una maggiore responsabilità nell'indicazione del prezzo. La struttura può provare, grazie alla conferma o alla firma del cliente, che quest'ultimo è a conoscenza del prezzo; inoltre l'autorità d'esecuzione può controllare più facilmente il rispetto di questa disposizione. In ultima analisi BL ritiene che l'indicazione dei prezzi nelle camere debba essere mantenuta poiché costituisce una pratica diffusa in numerosi Paesi ed è apprezzata dai turisti stranieri<sup>26</sup>.

**BS** respinge questa proposta concernente l'articolo 11 capoverso 4 e preferisce la versione attuale, che è più trasparente e favorevole ai consumatori. In primo luogo, questo Cantone ritiene che l'indicazione dei prezzi nelle camere sia una pratica diffusa in numerosi Paesi e permetta al cliente di avere un valore di confronto. In secondo luogo, è del parere che le condizioni alle quali deve sottostare la comunicazione *per scritto* siano poco chiare. Infine, sia il controllo di questa nuova regolamentazione che il perseguimento di infrazioni rischiano di risultare troppo difficili a livello pratico.

### 3.11 Push-services (art. 11b cpv. 1, frase introduttiva P-OIP)

*Art. 11b cpv. 1, frase introduttiva*

<sup>1</sup> Per le prestazioni ai sensi dell'articolo 10 capoverso 1 lettera q che richiedono la preventiva iscrizione del consumatore e possono implicare la trasmissione di diverse unità d'informazione (quali testi, immagini, sequenze audio o video, i cosiddetti push services), i consumatori devono essere informati gratuitamente e chiaramente, *nel luogo in cui è proposta l'offerta* e sul loro apparecchio terminale mobile, prima di attivare il servizio:

<sup>24</sup> BL, VS e ZH sono in parte contrari; BS la respinge

<sup>25</sup> Soltanto GastroSuisse si oppone in parte

<sup>26</sup> La formulazione proposta da BL in merito a questa disposizione è riportata nel punto 3.18

**Tutti i partecipanti** alla consultazione si sono dichiarati favorevoli alla modifica prevista all'articolo 11b.

**I Verdi, PS, acsi, SKS e Orange** approvano la migliore protezione dei consumatori apportata da questa modifica.

**AG** ritiene che la formulazione «*nel luogo in cui è proposta l'offerta*» non sia chiara e debba essere precisata; propone pertanto di sostituirla con «*sulla piattaforma dell'offerta*».

**asut, Orange e Swisscom** si sono espressi anche sul nuovo capoverso 3 dell'articolo 11b, in vigore dal 1° luglio 2010; le loro argomentazioni sono riportate nel punto 3.18.

### 3.12 Modalità d'indicazione delle tariffe aeree (art. 11c P-OIP)

*Art. 11c (nuovo) Modalità d'indicazione delle tariffe aeree*

<sup>1</sup> *Chi propone tariffe aeree ai consumatori deve menzionare le condizioni tariffarie applicabili.*

<sup>2</sup> *Il prezzo pagabile effettivamente deve sempre essere indicato. Esso deve includere la tariffa aerea applicabile e tutte le imposte, le tasse, i supplementi e i diritti applicabili, inevitabili e prevedibili al momento della pubblicazione.*

<sup>3</sup> *Oltre al prezzo pagabile effettivamente, devono essere precisati almeno la tariffa aerea e, se sono aggiunti a quest'ultima, i seguenti elementi:*

- a. le imposte;*
- b. le tasse aeroportuali, e*
- c. altre tasse, supplementi e diritti, come quelli relativi alla sicurezza o al carburante.*

<sup>4</sup> *I supplementi di prezzo facoltativi devono essere comunicati in modo chiaro, trasparente e inequivocabile all'inizio di qualsiasi procedura di prenotazione; la loro accettazione da parte del consumatore deve essere confermata in modo esplicito («opt-in»).*

La nuova disposizione sulla modalità d'indicazione delle tariffe aeree raccoglie l'adesione della **stragrande maggioranza** dei partecipanti. Tutti i Cantoni sono favorevoli, come pure i partiti politici, le associazioni mantello dell'economia, le associazioni dei consumatori e tutte le altre organizzazioni interessate<sup>27</sup>.

**TCS** fa notare che questo nuovo articolo rappresenta un miglioramento e una semplificazione per gli utenti di Internet. **kf** ritiene che i principi contenuti in questa disposizione siano di notevole importanza e debbano essere sostenuti.

La problematica delle spese legate all'utilizzo delle carte di credito è sollevata da diversi partecipanti. **BL** vorrebbe che un commento o un foglio informativo della SECO menzionasse chiaramente che le spese legate all'utilizzo di carte di credito costituiscono «altri compensi» ai sensi del capoverso 3 lettera c, pertanto devono essere inclusi nel prezzo. La **CFC** propone la regola seguente: se è possibile pagare soltanto con la **carta di credito** e tale modalità di pagamento determina un sovrapprezzo, tale supplemento deve essere incluso nel prezzo totale. Anche l'**acsi**, **I Verdi** e la **SKS** ritengono che gli «altri compensi» includano le spese per il pagamento con carta di credito. Questi tre partecipanti citano l'esempio di Easy jet, che pubblicizza tariffe aeree molto convenienti. Il prezzo indicato però (ad. es. 50.- fr.) è valido solo se si paga con la Visa Electron, una carta molto poco diffusa in Svizzera e alla quale sono una piccola percentuale di consumatori ha accesso in Svizzera. In alternativa è possibile utilizzare la

<sup>27</sup> Solo il Centre patronal si è opposto

carta di debito Visa, ma in tal caso le spese ammontano a 10.50 franchi. Analogamente alla Visa Electron, questa carta non è diffusa in Svizzera. Restano quindi le carte di credito correnti, il cui utilizzo implica una spesa di 20.50 franchi e fa salire il prezzo del biglietto a 70.50 franchi. Tali partecipanti ne traggono la conclusione che queste due modalità di pagamento ipotetiche sono un mezzo per aggirare le prescrizioni dell'OIP, in base alla quale deve essere indicato il prezzo effettivamente pagabile. Di conseguenza l'articolo 11c dovrebbe essere riformulato in modo tale che in un caso del genere si indichi nella pubblicità il prezzo di 70.50 franchi.

Anche **PS**, **I Verdi**, **acsi** e **SKS** appoggiano espressamente il capoverso 4 dell'articolo 11c; accade molto spesso infatti che i consumatori ordinino, senza volerlo, prestazioni preprogrammate di cui non hanno affatto bisogno. Inoltre in questi casi il prezzo indicato inizialmente nella pubblicità non corrisponde al prezzo effettivo da pagare. Soltanto il principio dell'*opt-in* garantisce che il contratto concluso si basi su manifestazioni di volontà reciproche e concordanti. Tali partecipanti ritengono inoltre che il principio dell'*opt-in* non dovrebbe applicarsi soltanto ai viaggi in aereo, bensì estendersi anche alle altre prestazioni offerte online (ad es. vendita di biglietti per manifestazioni sportive o concerti).

**economiessuisse** approva espressamente il fatto che l'OIP riveduta contenga, in materia di tariffe aeree, prescrizioni analoghe al regolamento europeo. Tuttavia, allo stesso modo di **Swiss**, reputa problematico che questo articolo si allontani dal regolamento europeo su alcuni punti importanti. Da un lato il campo d'applicazione materiale è formulato in maniera meno precisa, dall'altro il campo d'applicazione secondo il luogo non è definito, il che potrebbe condurre a gravi distorsioni della concorrenza<sup>28</sup>. **Swiss** e **economiesuisse** ritengono inoltre che l'esecuzione di questo articolo dovrebbe essere affidata all'Ufficio federale dell'aviazione civile (UFAC); gli argomenti che esse sollevano a questo proposito sono riportati nel punto 3.18.

### 3.13 Problema del prezzo indicativo (art. 13 cpv. 2 e 18 cpv. 2 P-OIP)

*Art. 13 cpv. 2*

<sup>2</sup> I produttori, gli importatori e i grossisti possono comunicare prezzi indicativi se *menzionano chiaramente che si tratta raccomandazioni di prezzo non vincolanti*.

*Art. 18 cpv. 2*

<sup>2</sup> I produttori, gli importatori e i grossisti possono indicare ai consumatori prezzi o prezzi indicativi o mettere a disposizione liste di prezzi, cataloghi di prezzi o simili, *purché indichino chiaramente che si tratta di raccomandazioni di prezzo non vincolanti. È fatta salva la legislazione federale sui cartelli e altre limitazioni della concorrenza*.

**Gran parte dei partecipanti** è nettamente favorevole o non contraria a questa modifica. Fatta eccezione per AG, **tutti i Cantoni** l'approvano così come il **PCS**, il **PLR**, diverse **associazioni mantello dell'economia**<sup>29</sup>, il **TCS** e le **altre cerchie interessate**<sup>30</sup>.

L'**UPSA** osserva che questa modifica corrisponde alle disposizioni del diritto dei cartelli relative al settore dell'automobile, in vigore da otto anni.

**AG**, **I Verdi**, **PS**, **CFC**, **acsi**, **kf** e **SKS** si sono opposti in maniera generale all'indicazione di prezzi indicativi, ritenendo che inducano un allineamento dei prezzi e nuocciano alla concorrenza; inoltre, visto il loro carattere non vincolante, non sono di alcuna utilità per i consumatori.

**USAM**, **ASMAS**, **Agora** e **Veledes** spiegano che i prezzi indicativi sono indicatori non vincolanti che permettono di fissare i prezzi (importanti innanzitutto per i piccoli commercianti) e inoltre

<sup>28</sup> La formulazione proposta da **economiesuisse** e **Swiss** in merito a questa disposizione è riportata nel punto 3.18

<sup>29</sup> SIC Svizzera, USC, USS

<sup>30</sup> Tra cui Coop, FER, Fust, Migros, Swiss Retail Federation e UPSA

sono necessari ai produttori che pubblicizzano i loro prodotti. Essi fanno notare che un prezzo indicativo è per natura non vincolante; il commerciante al dettaglio sa bene che può allontanarsi dalla raccomandazione del produttore e l'acquirente potenziale è consapevole dal suo canto che i prezzi menzionati dal produttore nella pubblicità rappresentano un ordine di grandezza e che i prezzi effettivi possono pertanto variare da un commerciante all'altro. Essi sospettano che si tratti di un modo indiretto per vietare i prezzi indicativi e propongono di sopprimere questa aggiunta, eventualmente utilizzando la formulazione di prezzi indicativi «raccomandati» o «consigliati».

**ASP** respinge nettamente questa modifica e si auspica il ripristino della disposizione iniziale la quale esige che i prezzi indicati fossero effettivamente praticati per una parte preponderante delle merci, permettendo di evitare che i consumatori fossero indotti in errore dall'indicazione di prezzi indicativi sopravvalutati («basi di calcolo dei prezzi»).

**economiesuisse, asut, Orange e Swisscom** ritengono che le aggiunte proposte si spingano troppo oltre. Impedendo *de facto* a produttori, importatori e grossisti l'indicazione di prezzi di vendita vincolanti nella pubblicità e nei confronti dei consumatori, il progetto di revisione è contrario alla legge sui cartelli; quest'ultima prevede infatti una presunzione di restrizione della concorrenza in caso di accordi che fissano i prezzi e prevede l'esame caso per caso della liceità del ricorso a prezzi indicativi. Una simile limitazione della libertà economica richiede una base legale chiara, che nella fattispecie non esiste<sup>31</sup>.

### 3.14 Leggibilità e visibilità (art. 14 cpv. 3<sup>bis</sup> P-OIP)

Art. 14 cpv. 3<sup>bis</sup> (nuovo)

<sup>3bis</sup> Le indicazioni secondo il presente articolo devono essere facilmente visibili e agevolmente leggibili su sfondo neutro.

Questa disposizione **non è stata accolta in modo uniforme** dai partecipanti alla procedura di consultazione.

A parte due eccezioni<sup>32</sup>, **tutti i Cantoni** la approvano espressamente o in modo implicito, così come il **PCS**, il **PLR**, diverse **associazioni mantello dell'economia**<sup>33</sup>, **kf**, **TCS** e **altre cerchie interessate**.

**Coop e Fust** fanno notare che questa norma è ovvia, ma che è necessaria una certa flessibilità.

**BS, GR** sono favorevoli all'obbligo di buona leggibilità e visibilità delle indicazioni ma ritengono che il termine «sfondo neutro» debba essere soppresso poiché si tratta di una nozione difficile da definire e che limita troppo i fornitori di servizi nella concezione delle pubblicità; ad essi si associa su questo punto l'**ASSL**, secondo cui la necessità di una buona leggibilità è fondamentale e sufficiente, dal momento che include implicitamente la nozione di visibilità.

Il **Forum PMI** vorrebbe che "il manuale" della SECO spiegasse più in dettaglio, mediante esempi concreti, i concetti di "*facilmente visibili e agevolmente leggibili su sfondo neutro*". Questo enunciato infatti è relativamente vago, soggetto a interpretazione e richiede ulteriori precisazioni al fine di aumentare la sicurezza giuridica delle imprese e dei professionisti coinvolti.

**I Verdi**, l'**acsi** e la **SKS** ritengono che la modifica prevista vada a vantaggio dei consumatori, ma vorrebbero delle norme più severe poiché i fornitori e i pubblicitari hanno la loro concezione individuale di «facilmente visibile» e «agevolmente leggibile».

**USAM, economiesuisse, il settore della pubblicità**<sup>34</sup>, **asut, hotelleriesuisse, UPSC, Migros,**

<sup>31</sup> La formulazione proposta da economiesuisse, asut, Orange e Swisscom in merito a questa disposizione è riportata nel punto 3.18

<sup>32</sup> BS, GR

<sup>33</sup> SIC Svizzera, USC e USS

<sup>34</sup> ASA, ASMD, ASW, AWS, BSW, IGEM, Médias Suisses, Publisuisse, Pub. Suisse, script

**Swisscom e Orange** sono fermamente contrari a questa modifica. Essi ritengono che le disposizioni dell'OIP relative alla pubblicità siano già troppo dettagliate e molto complesse. La modifica proposta però ("facilmente visibile e agevolmente leggibile") si spinge oltre le norme attuali e non è realizzabile nella pratica. Molto spesso sui cartelloni, sugli annunci o negli spot televisivi, le specificazioni, anche quelle a caratteri piccoli, richiedono diverse linee di testo. Queste informazioni non possono, nemmeno con la buona volontà, essere comunicate in modo facilmente visibile e agevolmente leggibile. Inoltre l'OIP parte dal principio errato che la pubblicità debba contenere indicazioni dettagliate quanto un punto vendita (PV). La pubblicità non costituisce di per sé una proposta contrattuale (cfr. art. 7 cpv. 2 CO); è al PV che si realizza la decisione d'acquisto, quindi è in tale sede che l'offerta deve essere precisata in modo dettagliato. Inoltre i nuovi criteri di leggibilità e visibilità non sono abbastanza precisi, portano a un'insicurezza nell'applicazione del diritto e aumentano il rischio di perseguimento penale, il che va contro il principio *nulla poene sine lege stricta*. Essi propongono di sopprimere questa modifica e chiedono una rielaborazione profonda delle disposizioni sulla pubblicità, in modo da renderle più incentrate sulla pratica, ricorrendo ad esperti del settore stesso e dei media, nonché alle organizzazioni dei consumatori.

### 3.15 Comparazioni dei prezzi relativi agli articoli di stagione (art. 16 cpv. 3 P-OIP)

*Art. 16 cpv. 3*

<sup>3</sup> Il prezzo comparativo secondo il capoverso 1 lettere a e b può essere indicato durante la metà del periodo in cui è stato o sarà praticato, ma al massimo durante due mesi. *L'autocomparazione per merce di stagione come abiti, scarpe e articoli sportivi, può essere praticata per quattro mesi al massimo se il prezzo più elevato è stato effettivamente praticato almeno nei due mesi precedenti.*

La **maggior parte** dei partecipanti che si sono espressi su questa disposizione l'ha accolta favorevolmente. Salvo due eccezioni<sup>35</sup>, i **Cantoni** la approvano, così come il **PCS**, il **PLR**, diverse **associazioni mantello dell'economia**<sup>36</sup> e altre cerchie interessate.

Pur restando favorevoli a questa disposizione, **BL** si chiede se l'elenco sia esaustivo e se includa ad esempio anche i mobili da giardino; **Fust** vorrebbe aggiungere alla lista dei prodotti di stagione i climatizzatori, i barbecue e gli umidificatori; **GastroSuisse** propone di rinunciare a questa aggiunta, poiché la distinzione tra le merci di stagione e le altre è poco chiara, e di modificare invece la disposizione esistente prevedendo un massimo di quattro mesi per tutti gli articoli. La **FER** chiede che il prezzo comparativo sia indicato fino al totale esaurimento dell'articolo, a condizione che il prezzo normale sia stato mantenuto per almeno due mesi.

**AG** respinge questa modifica temendo che i venditori offrano queste merci a un certo prezzo nelle stagioni intermedie per poter poi indicare i prezzi comparativi; **VD** si oppone, sostenendo che la regola attuale sia ormai conosciuta dai commercianti e che un nuovo cambiamento provocherebbe delle incertezze. Questi due Cantoni ritengono inoltre che la nozione di "articoli di stagione" sia vaga e che la distinzione dalle merci "normali" sia poco chiara, fattori che complicano notevolmente l'esecuzione. **I Verdi, acsi, kf e SKS** considerano troppo lunga la durata di quattro mesi per le merci di stagione che, in ogni caso, sono di attualità soltanto per poco tempo e, a loro avviso, non è possibile controllare che il prezzo sia stato veramente praticato per due mesi. **economiessuisse** fa riferimento al parere della **Swiss Retail Federation** che, analogamente alla **FER**, vorrebbe una soluzione più facile da mettere in pratica. Essa lamenta il fatto che le merci messe in saldo nel corso della stagione precedente debbano essere rietichettate nella stagione successiva. Ciò genera dei costi notevoli e non è trasparente

<sup>35</sup> AG, VD

<sup>36</sup> SIC Svizzera, USAM, USC e USS

per i consumatori. Essa chiede che l'autocomparazione per le merci di stagione possa essere praticata in modo illimitato nel tempo qualora il prezzo più alto sia stato praticato per almeno tre settimane. **Losanna** ritiene che i consumatori non siano sufficientemente protetti contro gli abusi.

### 3.16 Riduzione dei prezzi (art. 17 cpv. 2 P-OIP)

*Art. 17 cpv. 2*

<sup>2</sup> L'obbligo di indicare i prezzi e di specificare il prodotto e l'unità di vendita s'applica, giusta la presente ordinanza, a tali indicazioni. Sono eccettuate le indicazioni concernenti parecchi prodotti di ugual natura, prodotti diversi, gruppi di prodotti o assortimenti, sempre che l'aliquota o l'importo di riduzione siano i medesimi.

La **stragrande maggioranza** dei partecipanti è nettamente favorevole<sup>37</sup> o non contraria all'alleggerimento normativo previsto all'articolo 17 capoverso 2 del progetto.

Il **settore della pubblicità** e la **Swiss Retail Federation** approvano questa modifica e si augurano che essa si spinga oltre; le loro argomentazioni sono riportate nel punto 3.18.

**asut** approva espressamente questa modifica, grazie alla quale l'eccezione prevista non si limita più, in modo arbitrario, all'indicazione di aliquote di riduzione.

**ZH** è contrario a questa disposizione, temendo che provochi un aumento delle iniziative pubblicitarie volte ad attirare i consumatori mediante importi ribassati senza indicazione del prezzo, il che contrasta con il principio della trasparenza dei prezzi. La Città di **Losanna** ritiene che questa modifica sia insufficiente, anche se risponde meglio al bisogno dei commercianti.

### 3.17 Rafforzamento dell'esecuzione (art. 23 cpv. 2 P-OIP)

*Art. 23 cpv. 2, seconda frase (nuovo)*

<sup>2</sup> ..... *Gli uffici cantonali competenti comunicano una volta all'anno al Dipartimento federale dell'economia il tipo e il numero di controlli effettuati e di infrazioni denunciate, suddivisi per settori.*

Ad eccezione di sei **Cantoni**<sup>38</sup>, la grande maggioranza di essi (e la Città di **Losanna**) respingono in modo netto questa nuova disposizione<sup>39</sup> oppure esprimono riserve o proposte di modifica<sup>40</sup>.

**BL** e **BS** ritengono che questo resoconto annuale permetterà una migliore visione d'insieme e un'unificazione dell'esecuzione dell'OIP; **NE** nota che il rapporto annuale permetterà di determinare l'intensità dell'attuazione dell'OIP e corrisponde del resto alla pratica conosciuta nel settore delle derrate alimentari. **AG** ritiene che un rapporto qualitativo (relativo all'attività di controllo e alle infrazioni constatate) è preferibile a un rapporto quantitativo; **AI** propone che il rapporto indichi i settori controllati, le infrazioni rilevate e i provvedimenti adottati. Diversi Cantoni<sup>41</sup> desiderano che la SECO metta a loro disposizione un modello per il rapporto e che preveda delle direttive precise sui controlli. **TI** ritiene che debba essere erogato un aiuto finanziario per affrontare i costi indotti dal presente rapporto.

Del rapporto annuale si critica principalmente il fatto che generi un aumento dell'onere lavorativo

<sup>37</sup> Nello specifico si tratta della maggior parte dei Cantoni, delle associazioni mantello dell'economia e dei partecipanti attivi nel settore della vendita

<sup>38</sup> BL, BS, FR, GE, JU e NE

<sup>39</sup> AR, BE, GL, GR, OW, SG, SO, TG, UR, VD, ZG, ZH

<sup>40</sup> AG, AI, NW, SH, TI

<sup>41</sup> AI, BL, BS, SH



e dei costi amministrativi<sup>42</sup>. Secondo diversi Cantoni, dal momento che l'esecuzione è stata delegata ai Comuni, la raccolta dei dati sarebbe eccessivamente complicata<sup>43</sup>; altri dubitano dell'utilità di questo rapporto<sup>44</sup> e/o rilevano che da nessuna parte si menzionano delle lacune nell'esecuzione dell'OIP<sup>45</sup>.

La **Swiss Retail Federation** respinge questa modifica temendo che induca i Cantoni a "sforare" ammonimenti e denunce anche per delle sciocchezze, anziché concentrarsi sui problemi importanti. Il **Forum PMI** si riallaccia all'opinione di SO, secondo cui dovrebbero essere previsti altri indicatori per tenere meglio conto dei moderni piani di esecuzione sviluppati negli ultimi anni dai Cantoni.

Il rapporto annuale è invece accolto molto favorevolmente oppure non è contestato dai **partiti politici**, dalle **associazioni mantello dell'economia**, dalle **organizzazioni dei consumatori** e da **altre cerchie interessate**<sup>46</sup>.

Tali partecipanti ritengono che la misura prevista permetterà di migliorare l'esecuzione dell'OIP, apportando una migliore veduta d'insieme e un coordinamento più efficace. **I Verdi**, **l'acsi** e la **SKS** ritengono che si tratti di un passo nella direzione giusta, ma dubitano che questa misura sia sufficiente per conferire all'OIP il peso necessario.

L'esecuzione dell'OIP da parte dei Cantoni è considerata ampiamente insufficiente da diversi partecipanti<sup>47</sup>. I controlli in materia di OIP sono trascurati da parte dei Cantoni e sono effettuati in maniera lacunosa e limitata per mancanza di risorse finanziarie e di personale. Inoltre, secondo i Cantoni, le attività di controllo sono attribuite arbitrariamente a uffici diversi (sorveglianza del mercato, polizia amministrativa, ispettorato del lavoro, polizia del commercio, ecc.)<sup>48</sup>. Certi fornitori poco corretti approfittano dell'inefficacia dell'esecuzione a scapito dei commercianti seri<sup>49</sup>. L'esecuzione dell'OIP deve essere più uniforme e la SECO deve dunque esercitare più severamente l'alta vigilanza, coordinando meglio le attività di controllo e fornendo istruzioni chiare ai Cantoni<sup>50</sup>.

---

<sup>42</sup> AI, AR, BE, GL, GR, NW, OW, SG, SH, SO, TG, TI, UR, VD, ZG, ZH

<sup>43</sup> BE, SG, TG

<sup>44</sup> AR, GR, OW, SG, SO, VD, ZG, ZH

<sup>45</sup> OW, UR

<sup>46</sup> Ad eccezione del Forum PMI, di Swiss Retail Federation e di Losanna

<sup>47</sup> Verdi, ASMAS, acsi, kf, SKS, TCS

<sup>48</sup> Verdi, acsi, SKS

<sup>49</sup> ASMAS, Swiss Retail Federation

<sup>50</sup> Verdi, acsi, SKS, Coop, Fust, Swiss Retail Federation

### 3.18 Altri suggerimenti

Diversi partecipanti alla consultazione propongono di completare la versione del progetto che è stata loro sottoposta oppure presentano proposte concrete di formulazione.

#### Art. 3 *Obbligo di indicare il prezzo*

##### *Capoverso 1*

**PS, acsi e SKS** constatano che sempre più spesso si ha a che fare con merci internazionali (ad es. vestiti e scarpe di catene di grandi magazzini) le cui etichette riportano il **prezzo in franchi svizzeri e in euro**. I consumatori non sanno se hanno l'obbligo di pagare il prezzo indicato in franchi svizzeri, generalmente più elevato, o se possono pagare il prezzo in euro, molto più conveniente. In genere i negozi accettano solo il pagamento in franchi svizzeri. I tre partecipanti chiedono quindi che l'articolo 3 capoverso 1 sia modificato come segue: «*Le merci offerte in vendita al consumatore devono essere contrassegnate con il prezzo effettivamente pagabile in franchi svizzeri (prezzo al minuto). Se il prezzo è indicato in euro o in un'altra valuta estera, il consumatore deve essere libero di pagare in tale valuta*».

#### Art. 4 *Tasse pubbliche, contributi anticipati per lo smaltimento, vantaggi*

##### *Capoverso 1*

**SENS e SLRS** sollevano un problema legato all'obbligo di includere, nel prezzo effettivamente pagabile, i **contributi anticipati per lo smaltimento**. Queste due fondazioni dichiarano di essere incaricate dall'economia privata di gestire un sistema di recupero ed eliminazione degli apparecchi elettrici ed elettronici che si basa su un'ordinanza del Consiglio federale<sup>51</sup>. I commercianti, fabbricanti e importatori che decidono, su base volontaria, di partecipare e finanziare questo sistema riscuotono pertanto una tassa anticipata di riciclaggio (TAR) che è compresa nel prezzo di vendita degli apparecchi. Purtroppo alcuni fornitori poco corretti si rifiutano di partecipare a questo sistema approfittando del suo carattere non vincolante. Entrambi i partecipanti si auspicano che l'OIP preveda l'obbligo, per i fornitori che hanno effettivamente trasferito la TAR sul prezzo di vendita, di indicare a parte anche questo importo. In tal modo i consumatori sono informati della prestazione supplementare messa a disposizione e possono inoltre distinguere tra i prodotti comprendenti la TAR e i prodotti di fornitori che non aderiscono a questo sistema.

**TCS** constata che l'offerta di veicoli elettrici diventa sempre più importante, da cui l'esigenza crescente per i consumatori di conoscere i **prezzi dell'elettricità**. Tuttavia lamenta il fatto che spesso numerose società del mercato dell'elettricità spesso non rispettano l'OIP e indicano il prezzo IVA esclusa.

#### Art. 6 *Merci misurabili e prezzo unitario*

##### *Capoverso 3 (prezzo delle conserve alimentari)*

**AG** indica che il rinvio all'ordinanza sulle dichiarazioni menzionato all'articolo 6 capoverso 3 OIP è sbagliato: si tratta dell'articolo 17 capoverso 1 lettera a e non dell'articolo 18.

---

<sup>51</sup> Ordinanza concernente la restituzione, la ripresa e lo smaltimento degli apparecchi elettrici ed elettronici (ORSAE; RS 814.620)

#### Art. 7 *Indicazione*

Il **Forum PMI** e **pharmaSuisse** sollevano un problema legato all'indicazione del **prezzo dei medicinali** non a libero servizio. Infatti il foglio informativo della SECO a questo proposito prevede che il prezzo dei farmaci che non sono a libero servizio debba essere indicato sul prodotto stesso; spesso i prezzi dei medicinali sono invece modificati. Pertanto, a ogni variazione di prezzo imposta dallo Stato su richiesta dell'industria farmaceutica o in caso di aumenti dei tassi IVA, questi farmaci devono essere rietichettati, il che determina costi molto elevati ed è considerato un onere sproporzionato. Questi due partecipanti chiedono dunque che il prezzo non debba più essere apposto in anticipo su ogni confezione ma che possa essere indicato al momento della consegna al cliente, ad es. sullo scontrino d'acquisto, sull'etichetta in cui figurano le informazioni relative alla posologia o sulla fattura dell'assicurazione malattia.

#### Art. 7 e 11 *Modalità d'indicazione*

La **FER** si auspica che un nuovo articolo generico tratti l'**indicazione dei prezzi su Internet**, in particolare affinché i consumatori conoscano tutte le condizioni di acquisto prima di effettuare il pagamento.

#### Art. 8 *Visibilità e leggibilità*

In virtù dell'articolo 8, i prezzi devono essere ben visibili e agevolmente leggibili. I **Verdi**, **acsi** e **SKS** hanno constatato gravi lacune nell'indicazione del prezzo unitario. Questo prezzo infatti è spesso leggibile a malapena, talvolta è indicato in verticale anziché in orizzontale e, in caso di indicazione sullo scaffale, non può più essere decifrato per le merci esposte in alto o in basso. Essi raccomandano pertanto l'introduzione di un terzo capoverso dal contenuto seguente: «*in particolare, in caso di indicazione del prezzo sugli scaffali o sulle etichette, il prezzo unitario deve essere ben leggibile.*»

#### Art. 10 *Obbligo d'indicare il prezzo [delle prestazioni di servizi]*

I **Verdi**, **PS**, **acsi** e **SKS** vorrebbero ampliare la lista delle prestazioni di servizi previste all'articolo 10 e aggiungere i **fondi d'investimento** nonché le prestazioni degli **avvocati**.

*Lettera s*

**economiessuisse** si riallaccia al parere di **Hapimag**, secondo cui i **diritti di utilizzo a tempo parziale di beni immobili** non dovrebbero essere soggetti all'OIP. Non devono essere considerati infatti come dei "servizi", poiché consistono nel mettere a disposizione locali abitativi, analogamente alla locazione.

#### Art. 11 *Modo d'indicazione*

*Capoverso 3 (indicazione del prezzo delle bevande nel ramo alberghiero e della ristorazione)*

**GastroSuisse** chiede una modifica dell'**articolo 11 capoverso 3 OIP** affinché siano menzionate le bevande per le quali non esiste l'obbligo di indicare la quantità, ovvero i miscugli di diverse bevande pronte, le bevande diluite con l'acqua o mescolate con il ghiaccio (ad es. i cocktail) e le bevande calde (ad es. caffè o the).

*Capoverso 4 (indicazione dei prezzi nel ramo alberghiero e della ristorazione)*

**BL** propone di riformulare l'articolo 11 capoverso 4 nel modo seguente: «*Negli stabilimenti ospitanti persone il prezzo del pernottamento con o senza prima colazione, della mezza*

*pensione o della pensione completa deve essere portato per scritto a conoscenza del cliente al più tardi al momento dell'arrivo e affisso nelle camere (in alternativa: comunicato)».*

**Art. 11b** *Modalità d'indicazione dei prezzi per servizi a valore aggiunto conteggiati per singola informazione*

**Capoverso 3**

**asut, Orange e Swisscom** tengono a sottolineare che durante la consultazione sulla modifica delle ordinanze concernenti la legge sulle telecomunicazioni, svoltasi dall'8 aprile al 5 giugno 2009<sup>52</sup>, essi non hanno avuto la possibilità di esprimersi sull'articolo 11b capoverso 3 dell'OIP (**informazione sulla disattivazione del servizio push**). Mentre l'invio di questa informazione per ogni SMS è possibile nonostante le difficoltà tecniche, è estremamente complesso dare ai clienti la possibilità di rinunciare a questo annuncio. Ciò presuppone infatti la creazione di due banche dati dei clienti (coloro che desiderano l'informazione e coloro che invece non sono interessati). Questi tre partecipanti propongono pertanto di riformulare il capoverso 3 nel modo seguente: *«In seguito all'accettazione dell'offerta ai sensi del capoverso 2, il consumatore deve essere informato gratuitamente, per ogni unità d'informazione, della maniera in cui procedere per disattivare il servizio. Al consumatore può essere offerta la possibilità di rinunciare gratuitamente a questa informazione.»*

**Art. 11c (nuovo)** *Modalità d'indicazione delle tariffe aeree*

**Capoverso 1**

**Swiss** ed **economiesuisse** propongono di riformulare l'articolo 11c capoverso 1 nel modo seguente: *«Chi propone in Svizzera tariffe aeree ai consumatori, in qualsiasi forma sia, compreso su Internet, per servizi aerei da un aeroporto situato in Svizzera o nell'Unione europea, deve menzionare le condizioni tariffarie applicabili.»*

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

**economiesuisse, asut, Orange e Swisscom** propongono le formulazioni seguenti:

*Articolo 13 capoverso 2 : «I produttori, gli importatori e i grossisti possono comunicare prezzi indicativi se menzionano chiaramente che si tratta raccomandazioni di prezzo non vincolanti. È fatta salva la legislazione federale sui cartelli e altre limitazioni della concorrenza».*

*Articolo 18 capoverso 2 «I produttori, gli importatori e i grossisti possono comunicare ai consumatori prezzi o prezzi indicativi o mettere a loro disposizione liste o cataloghi di prezzi purché indichino chiaramente che si tratta di raccomandazioni di prezzo non vincolanti. È fatta salva la legislazione federale sui cartelli e altre limitazioni della concorrenza».*

**Art. 14** *Specificazioni*

**Capoverso 2**

**BL** propone di autorizzare il fatto che una pubblicità rinvii a un sito internet per le informazioni sulle specificazioni, a condizioni che tali informazioni siano facilmente accessibili (con 1 - 3 click del mouse).

<sup>52</sup> Cfr. <http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/03153/index.html?lang=it>

<b>Capitolo 5</b>	<b>Indicazione fallace di prezzi</b>
-------------------	--------------------------------------

**GastroSuisse** ritiene che il titolo del capitolo 5 «Indicazione fallace di prezzi» non corrisponda al contenuto degli articoli 16 - 19, che indicano i requisiti per l'indicazione di prezzi comparativi, di riduzioni di prezzo, ecc. Secondo tale associazione è l'ordinanza nel suo complesso che ha come scopo quello di evitare indicazioni fallaci di prezzi.

<b>Art. 16</b>	<b>Indicazione di altri prezzi</b>
----------------	------------------------------------

*Capoverso 2 (tipo di comparazione dei prezzi)*

**Swiss Retail Federation** fa notare che in virtù dell'articolo 16 capoverso 2 OIP, dall'annuncio deve risultare di quale tipo di comparazione dei prezzi si tratta. Il manuale della SECO relativo all'OIP prevede dal suo canto che il semplice fatto di barrare il prezzo non indica in modo sufficientemente chiaro quali prezzi sono comparati, ragione per cui è necessario aggiungere una menzione quale «prima-ora», «vecchio-nuovo», ecc. Tale federazione ritiene che questa regolamentazione non tenga conto della prassi e induca un onere di lavoro inutile. A suo avviso, per quanto concerne l'autocomparazione, il semplice fatto di barrare il prezzo e di indicarne uno nuovo dovrebbe essere sufficiente; ai giorni nostri i consumatori partono spontaneamente dal principio che si tratta di un'autocomparazione. Essa propone dunque di modificare il capoverso 2 nel modo seguente: *«Su domanda, il fornitore deve poter comprovare l'adempimento delle condizioni giustificanti l'indicazione di prezzi comparativi. Nel caso di prezzi di lancio o di confronto con la concorrenza, dall'annuncio deve risultare di quale tipo di comparazione dei prezzi si tratta»*.

*Capoverso 3 (durata d'indicazione del prezzo comparativo)*

**AG** ritiene che l'esame del rispetto dell'articolo 16 sia estremamente difficile e richieda un notevole onere lavorativo. Prevedendo **l'obbligo di indicare la durata** durante la quale il prezzo comparativo è stato o sarà praticato, l'esecuzione ne risulta facilitata. Tale Cantone propone pertanto di modificare il capoverso 3 aggiungendo l'obbligo di indicare la durata durante la quale la merce è stata offerta al prezzo comparativo.

<b>Art. 17</b>	<b>Menzione della riduzione di prezzo</b>
----------------	---

*Capoverso 2*

**Il settore della pubblicità**<sup>53</sup> non capisce la ragione per cui una menzione quale **«Offerta: dal 30% al 70% sui mobili»** sia considerata ingannevole. Le disposizioni complesse e poco chiare relative alle indicazioni fallaci di prezzo vietano questo genere di menzione e richiedono l'indicazione dei prezzi e di specificazioni dettagliate. Secondo questi partecipanti, per evitare qualsiasi inganno, basterebbe garantire che i prodotti o le categorie di prodotti indicati siano effettivamente offerti e venduti alle aliquote di riduzione indicate.

Anche **Swiss Retail Federation** non capisce perché l'eccezione prevista all'articolo 17 capoverso 2 per le aliquote o gli importi di riduzione unici non dovrebbe applicarsi anche alle menzioni quali «sconto del 10-50%». I consumatori non sono indotti in errore poiché sono consapevoli del fatto che la riduzione può variare all'interno di questa forbice. Viene proposta dunque la formulazione seguente: *«L'obbligo di indicare i prezzi e di specificare il prodotto e l'unità di vendita s'applica, giusta la presente ordinanza, a tali indicazioni. Sono eccettuate le indicazioni concernenti parecchi prodotti di ugual natura, prodotti diversi, gruppi di prodotti o di assortimenti, sempre che l'aliquota o l'importo di riduzione sia il medesimo o che sia indicata una forbice di aliquote o di importi di riduzione.»*

<sup>53</sup> ASA, ASMD, ASW, AWS, BSW, IGEM, Media Svizzeri, Publisuisse, Pub. Svizzera, script

Art. 22	<i>Esecuzione</i>
---------	-------------------

**BL** si augura che l'esecuzione dell'OIP in materia di **pubblicità per radio e televisione** sia affidata alla SECO in modo da regolamentare in maniera chiara la competenza di intervenire per i programmi trasmessi in tutta la Svizzera. La prassi mostra infatti che certi Cantoni non osano intervenire in questo genere di casi, sebbene constatino regolarmente delle infrazioni. BL propone dunque di aggiungere un nuovo capoverso (3) all'articolo 22, dal contenuto seguente: «*La Segreteria di Stato dell'economia vigila sul rispetto delle disposizioni della presente ordinanza per la pubblicità trasmessa via radio o televisione sul territorio svizzero; la procedura è disciplinata dal diritto federale.*» In alternativa BL chiede la formulazione seguente: «*la SECO sostiene i Cantoni nell'esecuzione di tali compiti mediante istruzioni chiare.*»

La **Swiss Retail Federation** vorrebbe che si cambiasse il sistema d'esecuzione dell'OIP. Essa chiede che le autorità d'esecuzione si concentrino sul problema dei prezzi ingannevoli (i cosiddetti **prezzi gonfiati**) che traggono in inganno i consumatori indicando come prezzo comparativo un prezzo esagerato che non è mai stato praticato. Gli altri casi potrebbero ad esempio essere controllati soltanto in un seguito a un reclamo concreto.

Art. 23	<i>Alta sorveglianza della Confederazione</i>
---------	---

*Capoverso 1*

**Swiss** ed **economiesuisse** ritengono che l'**esecuzione** dell'articolo 11c relativo alla modalità d'indicazione delle **tariffe aeree** dovrebbe essere affidata all'Ufficio federale dell'aviazione civile (UFAC); esse fanno notare infatti che il regolamento europeo esige dagli Stati la fissazione di sanzioni efficaci, proporzionate e dissuasive in caso di infrazioni alle disposizioni sulle tariffe, cosa che non avviene nel caso della multa prevista per le infrazioni all'OIP. Pertanto le infrazioni all'articolo 11c capoverso 1 OIP dovrebbero essere sanzionate non soltanto sulla base dell'articolo 24 LCSI, ma anche sulla base degli articoli 91 e segg. della legge sulla navigazione aerea<sup>54</sup>. Propongono quindi di riformulare l'articolo 23 capoverso 1 OPI nel modo seguente: *La Confederazione esercita l'alta vigilanza per il tramite del Dipartimento federale dell'economia. Le infrazioni all'articolo 11c della presente ordinanza sono perseguite dall'Ufficio federale dell'aviazione civile dall'Ufficio federale dell'aviazione civile conformemente all'articolo 24 LCSI e agli articoli 91 e segg. LNA.*

---

<sup>54</sup> Legge federale del 21 dicembre 1948 sulla navigazione aerea (LNA; RS 748.0)

## 4 Allegati

### Procedura di consultazione Lista dei pareri ricevuti

Procédure de consultation : Liste des réponses reçues

Vernehmlassungsverfahren: Verzeichnis der eingegangenen Stellungnahmen

#### 1. Cantoni – Cantons - Kantone

1. - 26.	AG, AI, AR, BE, BL, BS, FR, GE, GL, GR, JU, LU, NE, NW, OW, SG, SH, SO, SZ, TG, TI, UR, VD, VS, ZG, ZH
-------------	--

#### 2. Partiti politici - Partis politiques - Politische Parteien -

27.	Partito ecologista svizzero Parti écologiste suisse Grüne Partei der Schweiz Partida ecologica svizra	I Verdi Les Verts Grüne La Verda
28.	Partito cristiano sociale Parti chrétien-social Christlich-soziale Partei Partida cristian-sociala	PCS PCS CSP PCS
29.	I Liberali Les Libéraux-Radicaux Die Liberalen Ils Liberals	PLR PLR FDP PLD
30.	Partito socialista svizzero Parti socialiste suisse Schweiz Sozialdemokratische Partei der Schweiz Partida socialdemocrata da la Svizra	PS PS SP PS

#### 3. Associazioni mantello nazionali dei Comuni, delle Città e delle Regioni di montagna

Associations faitières des communes, des villes et des régions de montagne qui œuvrent au niveau national - Gesamtschweizerische Dachverbände der Gemeinden, Städte und Berggebiete

31.	Unione delle Città Svizzere Union des Villes Suisses Schweizerischer Städteverband	Ha espressament e rinunciato a prendere posizione	UVS UVS SSV
-----	--	---	-------------------

**4. Associazioni mantello nazionali dell'economia** - Associations faitières de l'économie qui oeuvrent au niveau national - Gesamtschweizerische Dachverbände der Wirtschaft -

32.	Federazione delle imprese svizzere Fédération des entreprises suisses Verband der Schweizer Unternehmen		economie- suisse
33.	Società svizzera degli impiegati di commercio Société suisse des employés de commerce Kaufmännischer Verband Schweiz		SIC Svizzera SEC Suisse KV Schweiz
34.	Unione svizzera degli imprenditori Union patronale suisse Schweizerischer Arbeitgeberverband	Ha rinunciato espressament e a prendere posizione	USI UPS SAGV
35.	Unione svizzera delle arti e mestieri Union suisse des arts et métiers Schweizerischer Gewerbeverband		USAM USAM SGV
36.	Unione svizzera dei contadini Union suisse des paysans Schweizerischer Bauernverband		USC USP SBV
37.	Unione sindacale svizzera Union syndicale suisse Schweizerischer Gewerkschaftsbund		USS USS SGB

**5. Organizzazioni di consumatori** - Organisations de consommateurs - Konsumentenorganisationen -

38.	Associazione Consumatrici Svizzera Italiana	acsi
39.	Konsumentenforum	kf
40.	Stiftung für Konsumentenschutz	SKS
41.	Touring Club Svizzero Touring Cub Suisse Touring Club Schweiz	TCS



**6. Altre cerchie interessate - Autres organisations intéressées - Übrige Interessierte Kreise**

42.	Association des groupements et organisations romands de l'agriculture	Agora
43.	Association Suisse des Annonceurs Schweizer Werbe-Auftraggeberverband	ASA SWA
44.	Association suisse des droguistes Schweizerischer Drogistenverband	ASD SDV
45.	Association suisse des entreprises d'entretien des textiles Verband Textilpflege Schweiz	ASET VTS
46.	Association suisse des Magasins d'Articles de Sport Verband Schweizer Sportfachhandel	ASMAS
47.	Association suisse de Marketing Direct Schweizer Direktmarketing Verband	ASMD SDV Marketing
48.	Associazione svizzera del pneumatico Association suisse du pneu Reifen-Verband der Schweiz	ASP ASP RVS
49.	Association Suisse des Sociétés de Leasing Schweizerischer Leasingverband	ASSL SLV
50.	Association suisse des télécommunications Schweizerischer Verband der Telekommunikation	asut
51.	Geschäftsstelle ASW	ASW
52.	Aussenwerbung Schweiz	AWS
53.	Basellandschaftlicher Notariatsverband	BNV
54.	Association Suisse des Agences en Publicité et Communication Verband der Werbe- und Kommunikationsagenturen der Schweiz	BSW
55.	Centre patronal	Centre Patronal
56.	Commissione federale del consumo Commission fédérale de la consommation Eidgenössische Eidgenössische Kommission für Konsumentenfragen	CFC CFC EKK
57.	Coop	Coop
58.	Fédération des entreprises romandes	FER
59.	Fédération patronale Vaudoise	FPV
60.	Federazione Svizzera dei Notai Fédération Suisse des Notaires Schweizerischer Notarenverband	FSN FSN SNV
61.	Forum PMI Forum PME KMU-Forum	Forum PMI Forum PME KMU-Forum
62.	Dip. Ing. Fust AG	Fust

63.	GastroSuisse	GastroSuisse
64.	Hauseigentümerverband Schweiz	HEV
65.	Association des entrepreneurs de l'hôtellerie suisse Unternehmerverband der Schweizer Hotellerie	hotelleriesuisse
66.	Interessengemeinschaft elektronische Medien	IGEM
67.	Municipalité de Lausanne	Lausanne
68.	Media Svizzeri Médias Suisses Schweizer Medien	Media Svizzeri Médias Suisses Schweizer Medien
69.	Federazione delle cooperative Migros Fédération des coopératives Migros Migros-Genossenschafts-Bund	Migros
70.	Notariatskammer Basel-Stadt	Notariats- kammer BS
71.	Orange Communications SA	Orange
72.	Société Suisse des Pharmaciens Schweizerischer Apothekerverband	pharmaSuisse
73.	Pubblicità Svizzera Publicité Suisse Schweizer Werbung	Pub. Svizzera Pub. Suisse SW
74.	Publicité Romande	Publicité Romande
75.	Publisuisse	Publisuisse
76.	Associazione svizzera dei copywriter Association suisse des rédactrices et rédacteurs publicitaires Schweizer Texterinnen- und Texterverband	script
77.	Stiftung Entsorgung Schweiz	SENS
78.	Fondazione Svizzera per il riciclaggio dei dispositivi d'illuminazione e delle lampade Fondation Suisse pour le recyclage des sources lumineuses et luminaires Stiftung Licht Recycling Schweiz	SLRS
79.	Société des Vétérinaires Suisses Gesellschaft Schweizerischer Tierärztinnen und Tierärzte	SVS GST
80.	Swiss International Air Lines AG	Swiss
81.	Association des moyennes et grandes entreprises du commerce suisse de détail Vereinigung von Mittel- und Grossbetrieben des schweizerischen Detailhandels	Swiss Retail Federation
82.	Swisscom	Swisscom
83.	Unione professionale svizzera dell'automobile Union professionnelle suisse de l'automobile	UPSA UPSA

	Autogewerbe-Verband Schweiz	AGVS
84.	Unione Professionale Svizzera della Carne Union Professionnelle Suisse de la Viande Schweizer Fleischfachverband	UPSC UPS SFF
85.	Associazione svizzera dei dettaglianti in alimentari Association suisse des détaillants en alimentation Schweizer Verband der Lebensmittel-Detaillisten	Veledes