



ABSTRACT SUI SALDI

REALIZZATO DA FEDERAZIONE MODA ITALIA - CONFCOMMERCIO

<https://www.confcommercio.it/-/saldi>

COME FUNZIONANO I SALDI

I **saldi** sono vendite di fine stagione e riguardano **tutti i prodotti** che, come recita l'art. 15 del D. Lgs. 114/98 (Decreto Bersani), **se non venduti entro un certo periodo di tempo sono suscettibili di notevole deprezzamento.**

Nei **SALDI**, quindi, è interessata la merce rimasta alla fine della stagione autunno/inverno o primavera/estate.

Le **PROMOZIONI**, invece, riguardano alcuni articoli ai quali vengono applicati ribassi di prezzo (generalmente con percentuali di sconto più basse di quelle applicate durante i saldi) per agevolare le vendite di un certo prodotto o, in generale, nel negozio.

CURIOSITÀ SULL'ORIGINE DELLA PAROLA "SALDI"

Ma perché le vendite di fine stagione si chiamano *saldi*? Questa parola è entrata ormai nel gergo comune con una qualifica ben precisa, ma in realtà è strettamente connessa ad un lessico commerciale. Il termine "**saldi**" indica, infatti, la **differenza tra le entrate e le uscite**, nonché un "saldo" positivo o negativo; motivo per cui i saldi sono la merce che non è stata venduta in un negozio a fine stagione e la vendita stessa dell'invenduto.

COSA SONO LE VENDITE STRAORDINARIE

I saldi, o vendite di fine stagione, rientrano nelle cosiddette **Vendite Straordinarie**. Ma cosa si intende con questa definizione?

Nella "**Riforma della disciplina relativa al settore commercio**" ([Art. 15 del D.lgs. 31 marzo 1998, n. 114](#)) viene data la definizione di vendite straordinarie nel modo seguente:

“Le vendite di liquidazione, le vendite di fine stagione e le vendite promozionali nelle quali l’esercente dettagliante offre condizioni favorevoli, reali ed effettive, di acquisto dei propri prodotti”.

I saldi, dunque, non sono l'unico tipo di vendita straordinaria possibile: accanto alle vendite di fine stagione sono anche disciplinate le **vendite di liquidazione** e le **vendite promozionali**.

LA DIFFERENZA TRA SALDI, VENDITE DI LIQUIDAZIONE E VENDITE PROMOZIONALI

Come premesso, nella definizione di vendita straordinaria sono incluse tre tipologie di vendita:

- **VENDITE DI FINE STAGIONE** (o **SALDI**): sono le vendite che interessano i prodotti di moda o di carattere stagionale che sono soggetti a deprezzamento se restano invenduti;
- **VENDITE DI LIQUIDAZIONE**: sono vendite che possono avvenire in qualunque periodo dell'anno al fine di cedere, in poco tempo, i propri prodotti ma solamente se sussistono le seguenti condizioni:
 1. cessione dell’azienda;
 2. cessazione dell’attività commerciale;
 3. trasformazione o rinnovo dei locali;
 4. trasferimento dell’azienda in altro locale.

Le vendite di liquidazione, affinché possano essere svolte correttamente, devono prima essere comunicate al Comune di competenza, che verificherà se sussistono le sopra citate condizioni.



- **VENDITE PROMOZIONALI:** non sono vincolate ad uno specifico periodo dell'anno e avvengono per un limitato periodo di tempo. Su queste ultime la legislazione è lacunosa: il Decreto Bersani si limita a dire che le vendite promozionali possono essere effettuate per una parte specifica dei prodotti venduti e per periodi di tempo limitati. **Le Regioni**, pertanto, **dettano regole più precise per la disciplina delle promozioni** con l'obiettivo di distinguerle dai saldi e ponendo eventualmente limiti allo svolgimento nei periodi antecedenti le vendite di fine stagione (tra i 15 e i 40 giorni). In accordo con le organizzazioni locali dei consumatori e delle imprese del commercio, alle Regioni spetta il ruolo decisionale sulle **modalità di svolgimento**, sul **periodo e la durata delle vendite di liquidazione e dei saldi** e, infine, **sull'adeguata pubblicità di informazione** dei consumatori.

CHE COSA È OBBLIGATORIO NEI SALDI?

Per un corretto acquisto degli articoli in saldo, è obbligatorio per gli esercenti **esporre chiaramente il prezzo originale e quello scontato** della merce, con la relativa **percentuale di sconto applicata**; non è invece obbligatorio il cambio dopo l'acquisto. Questo è generalmente lasciato alla discrezionalità del commerciante, a meno che il prodotto non abbia gravi vizi occulti, nel qual caso scatta l'obbligo della sostituzione o della restituzione del prezzo.

Il pagamento con **carta di credito o pagobancomat deve essere accettato** dal negoziante.

QUALI SONO LE SANZIONI PER LA VIOLAZIONE DELLE REGOLE DEI SALDI?

Le diverse normative regionali che definiscono nel dettaglio lo svolgimento dei saldi, contengono anche le relative sanzioni applicabili qualora non venissero rispettate le norme dettate.

Le violazioni delle norme nazionali in materia di saldi sono punite ai sensi della [Legge 114/1998, Art. 22, commi 3, 6 e 7](#). Le sanzioni possono andare **da 516 a 3.098 euro** (1.032 euro se il pagamento è immediato, in quanto si tratta della soluzione più favorevole tra il doppio del minimo e un terzo del massimo) e variano da regione a regione.



Ad ogni modo le violazioni indicate dalla legge sono:

- **merce in saldo senza cartellino del prezzo**, dove deve essere indicato il prezzo pieno, la percentuale di sconto e il prezzo finale (in qualche regione può essere previsto il prezzo iniziale e la percentuale di sconto);
- **saldi fuori da periodo**;
- **mancata separazione dei prodotti in saldo da quelli a prezzo pieno**;
- **indicazioni obbligatorie poco visibili**, che potrebbero ingannare il consumatore;
- **pubblicità ingannevole** per il consumatore inerente la svendita in atto.

QUANDO INIZIANO?

Il periodo in cui si effettuano i saldi, sia estivi che invernali, resta invariabile. I saldi estivi iniziano intorno ai primi di agosto, mentre quelli invernali agli inizi del mese di gennaio. A cambiare, ogni anno, è invece **la data di inizio**, che **varia da regione a regione**, in quanto il giorno viene stabilito da Regioni e Comuni sulla base della Riforma del commercio (Art. 15 comma 3 D. Lgs. Bersani n. 114 e ss.). È questo il motivo per cui ogni Regione avrà, ogni anno, un calendario con qualche lieve differenza.

La data di inizio dei **saldi 2022**, infatti, è in via di definizione da parte delle singole Regioni. Previa consultazione con le Associazioni del Commercio di riferimento maggiormente rappresentative, le Regioni dovranno scegliere se mantenere l'indirizzo della Conferenza delle Regioni del 2016 e, quindi, optare per l'avvio delle vendite di fine stagione a partire da mercoledì **5 gennaio 2022** (primo giorno feriale antecedente l'Epifania) e sabato **2 luglio 2022** o orientarsi verso una nuova data.

QUANTO DURANO?

La fine dei saldi, proprio come per l'inizio, non ha una data precisa perché è diversa per ogni Regione. Il periodo dei saldi, però, ha generalmente una durata di **60 giorni** (con qualche eccezione da regione a regione: in alcune regioni durano 30 giorni, in altre 45). Di conseguenza i saldi invernali potranno durare più o meno fino ai primi di marzo e quelli estivi fino al termine del mese di settembre.



VENDITE STRAORDINARIE E VENDITE PROMOZIONALI REGIONE PER REGIONE

Sono le leggi regionali a stabilire la specifica disciplina delle vendite promozionali e straordinarie. Di seguito, dunque, la normativa di ogni Regione in materia di saldi per fornire una guida utile per gli esercenti sulle norme da seguire.

REGIONE ABRUZZO

La normativa di riferimento per la Regione Abruzzo è la Legge Regionale 31 luglio 2018, n. 23, approvata dal Consiglio regionale con [verbale n. 110/6 del 2 luglio 2018](#), pubblicata nel BURA 13 agosto 2018, n. 77 Speciale ed entrata in vigore il 14 agosto 2018).

Nello specifico vengono trattate le vendite promozionali nell'**Art.44** e le vendite straordinarie nell'**Art.45** del [CAPO III](#) della sopra citata legge.

Ultima normativa: DETERMINAZIONE N. 48/DPH007 del 28.12.2020

REGIONE BASILICATA

La normativa di riferimento per la Regione Basilicata è la [Legge Regionale 20 luglio 1999, n. 19](#) (modificata e integrata da L.R. 30 settembre 2008). Le vendite di liquidazioni e saldi vengono trattate nel TITOLO IV, Art. 21, 22 e 23.

Ultima normativa: DGR 23.12.2020

REGIONE CALABRIA

La normativa di riferimento per la Regione Calabria è la [Legge Regionale 11 giugno 1999, n. 17](#) (successive modifiche e integrazioni con L.R. 13 giugno 2008, n. 15). Nel dettaglio, vengono trattati negli Articoli:

- Art. 16 - Vendite di liquidazione
- Art. 17 - Vendite di fine stagione o saldi
- Art. 18 - Disposizioni comuni

Ultima normativa: DGR n. 575 del 26/11/18

REGIONE CAMPANIA

La normativa di riferimento per la Regione Campania è la [Legge Regionale 9 gennaio 2014, n. 1](#), art. 25 comma 19. La legge è stata integrata con le modifiche apportate dalle leggi regionali 25 febbraio 2014, n. 10, 7 agosto 2014, n. 16, 5 aprile 2016, n. 6, 8 agosto 2016, n. 22, 27 gennaio 2017, n. 3 e 31 marzo 2017, n. 10.

Ultima normativa: L.R. n. 22/2016, art.7 - DGR n. 687 del 06/12/2011

REGIONE EMILIA ROMAGNA

La normativa di riferimento per la Regione Emilia Romagna è la [Legge Regionale 5 luglio 1999, n. 14](#) e [Delibera di Giunta regionale n. 1804 del 9 novembre 2016](#), che disciplina le vendite promozionali e stabilisce le date di inizio delle vendite di fine stagione.

Ultima normativa: D.G.R. n. 1785 del 30 novembre 2020

REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA

La normativa di riferimento per la Regione Friuli Venezia Giulia è la [Legge Regionale 5 dicembre 2005, n. 29](#), CAPO V (Pubblicità dei prezzi e vendite straordinarie). Nello specifico si fa riferimento agli Artt. 32, 33, 34, 35, 36, 37.

- Art. 32 - Pubblicità dei prezzi;
- Art. 33 - Disciplina delle vendite di liquidazione;
- Art. 34 - Disciplina delle vendite di fine stagione;
- Art. 35 - Disciplina delle vendite promozionali;
- Art. 36 - Vendite sottocosto;
- Art. 37 - Disposizioni comuni alle vendite straordinarie.

REGIONE LAZIO

La normativa di riferimento per la Regione Lazio è la [Legge Regionale 18 novembre 1999, n. 33](#), CAPO I che disciplina nel dettaglio le vendite straordinarie agli Artt.:

- Art. 46 - Disposizioni preliminari;

- Art. 47 - Vendite di liquidazione;
- Art. 48 - Vendite di fine stagione;
- Art. 49 - Vendite promozionali.

Ultima normativa: S.D. n.152/2020

REGIONE LIGURIA

La normativa di riferimento per la Regione Liguria è la [Legge Regionale n. 1 del gennaio 2007](#), con successive modifiche e integrazioni, che disciplina l'esercizio delle seguenti attività commerciali:

- commercio al dettaglio e all'ingrosso in sede fissa;
- commercio su aree pubbliche;
- vendita della stampa quotidiana e periodica;
- somministrazione di alimenti e bevande;
- distribuzione dei carburanti;
- forme speciali di commercio al dettaglio;
- centri di telefonia in sede fissa;
- atti di programmazione.

In seguito la Regione Liguria ha modificato la propria legge regionale n.1 del 2 gennaio 2007 con la **legge regionale n. 17 del 7 luglio 2020** "Modifiche alla legge regionale n.1 del 2 gennaio 2007 (Testo unico in materia di commercio)", pubblicata sul Burl n.6 del 15 luglio 2020.

Ultima normativa: DGR n. 942 del 18 novembre 2020

REGIONE LOMBARDIA

La normativa di riferimento per la Regione Lombardia è la [Legge Regionale 2 febbraio 2010, n. 6](#) (BURL n. 5, 3° suppl. ord. del 05 Febbraio 2010). Al CAPO II vengono definite le vendite straordinarie e nello specifico agli Artt.:

- Art. 114 - Vendite di liquidazione;
- Art. 115 - Vendite di fine stagione;
- Art. 116 - Vendite promozionali.

Ultima normativa: DELIBERAZIONE N° XI / 4056 Seduta del 14/12/2020 - DGR 23.12.2020

REGIONE MARCHE

La normativa di riferimento per la Regione Marche è la [Legge regionale 17 novembre 2014, n. 29](#) (Modifiche alla legge regionale 10 novembre 2009, n. 27 “Testo unico in materia di commercio”, alla legge regionale 11 luglio 2006, n. 9 “Testo unico delle norme regionali in materia di turismo” e alla legge regionale 29 aprile 2008, n. 8 “Interventi di sostegno e promozione del commercio equo e solidale”).

Ultima normativa: DGR n. 1531 del 01 dicembre 2020 - DGR del 15.12.2020

REGIONE MOLISE

La normativa di riferimento per la Regione Molise è la [Legge Regionale 23 novembre 2010, n. 20](#), con titolo "Modifiche alla legge regionale 27 settembre 1999, n. 33 «Disciplina regionale del commercio in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n.114, recante: 'Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4 della legge 18 marzo 1997, n. 59'».

Ultima normativa: L.R. n. 4 /2013

REGIONE PIEMONTE

La normativa di riferimento per la Regione Piemonte è la [Legge Regionale 12 novembre 1999, n. 28](#), CAPO VI che disciplina le vendite straordinarie come segue:

- Art. 13 - Vendite di liquidazione;
- Art. 14 - Vendite di fine stagione;
- Art. 14 bis - Vendite promozionali;
- Art. 14 ter. - Vendite con denominazione outlet.

Ultima normativa: DGR n. 53-2490 del 4 dicembre 2020



REGIONE PUGLIA

La normativa di riferimento per la Regione Puglia è il [Regolamento Regionale del 18 ottobre 2016, n. 10](#), il cui oggetto è la disciplina dei saldi definite dall'articolo 8 della [Legge Regionale 16 aprile 2015, n° 24](#) "Codice del Commercio". Nel dettaglio:

- Art. 2 - Disposizioni comuni per vendite straordinarie;
- Art. 3 - Vendite di liquidazione;
- Art. 4 - Vendite di fine stagione o saldi;
- Art. 5 - Vendite promozionali.

Ultima normativa: REG. REGIONALE n.14/2017

REGIONE SARDEGNA

La normativa di riferimento per la Regione Sardegna è la [Legge Regionale 18 maggio 2006, n. 5, Art. 7](#), dove vengono definite anche le vendite di liquidazione e le vendite promozionali.

Ultima normativa: Decreto Assessore Attività produttive n.8/2011

REGIONE SICILIA

La normativa di riferimento per la Regione Sicilia è la [Legge Regionale 25 marzo 1996, n. 9](#), con successive modifiche e integrazioni da Legge Regionale 28/97, Legge Regionale 20/2003 e Legge Regionale 17/2004.

Ultima normativa: Decreto Assessore Attività produttive n.2353-1.s - Decreto Assessore Attività produttive 29.12.2020

REGIONE TOSCANA

La normativa di riferimento per la Regione Toscana è la [Legge Regionale del 23 novembre 2018, n. 62](#), pubblicata sul Burt n. 53 parte prima, del 28 novembre 2018, ed entrata in vigore il 13 dicembre 2018, che disciplina la materia del Commercio, e si sostituisce alla Legge Regionale del 7 febbraio 2005, n. 28.

Ultima normativa: DGR n. 1512 del 30 novembre 2020

REGIONE UMBRIA

La normativa di riferimento per la Regione Umbria è la [Legge regionale 13 giugno 2014, n. 10, art. 31](#) che, oltre alle vendite straordinarie, include anche le vendite di liquidazione e le vendite promozionali.

REGIONE VALLE D'AOSTA

La normativa di riferimento per la Regione Valle d'Aosta è la [Legge Regionale 7 giugno 1999, n. 12](#), CAPO III, Art. 14**bis** (come modificato da Legge Regionale 29 marzo 2007, n. 4) e Art. 16. Nello specifico:

- Art. 14**bis** - Vendite promozionali;
- Art. 15 - Vendite di liquidazione;
- Art. 16 - Vendite di fine stagione o saldi.

Ultima normativa: L. R. n. 12 /1999, art.16

REGIONE VENETO

La normativa di riferimento per la Regione Veneto è la [Legge Regionale n. 50 del 28 dicembre 2012](#), Art. 25, recante le "Politiche per lo sviluppo del sistema commerciale nella Regione del Veneto"; si aggiunge anche la [Deliberazione della Giunta Regionale n. 1105 del 28 giugno 2013](#), aggiornata con la [Deliberazione della Giunta Regionale n. 1619 del 19 novembre 2015](#).

Ultima normativa: DGR n. 1673 del 1 dicembre 2020

PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

La normativa di riferimento per la Regione Provincia di Trento è la [Legge Provinciale 30 luglio 2010, n. 17, art. 28](#), in cui sono *regolate da questa sezione le vendite speciali, straordinarie, di saldi, di fine stagione, di promozione, di liquidazione, di realizzo, di rimanenze di magazzino, a prezzi scontati o ribassati, le offerte e tutte le altre vendite che, con sinonimi, comparativi, superlativi o altri nomi di fantasia sono presentate come occasioni particolarmente favorevoli per gli acquirenti, anche prospettate al pubblico attraverso mezzi pubblicitari o d'informazione inviati, consegnati, indirizzati tramite*



mezzi informatici o in qualunque modo destinati al consumatore o a gruppi di consumatori.

Ultima normativa: L.P. 4/2000 riformata dalla L.P. 17/2010 "Disciplina dell'attività commerciale"

PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO

La normativa di riferimento per la Regione Provincia di Bolzano è la [Legge Provinciale 17 febbraio 2000, n. 7, art. 10](#), concernente il "nuovo ordinamento del commercio" (pubblicata nel Suppl. n. 1 al B.U. 29 febbraio 2000, n. 9) e relativo regolamento di esecuzione ([Decreto del Presidente della Giunta Provinciale 30 ottobre 2000, n. 391, art. 14](#)).

Ultima normativa: L.P. 17.02.00, n. 7 - Delibera Giunta Camera di Commercio di Bolzano 16.10.2015

STORIA E CURIOSITÀ

Perché le vendite di fine stagione si chiamano *saldi*? Questa parola è entrata ormai nel gergo comune con una qualifica ben precisa, ma in realtà è strettamente connessa ad un lessico commerciale. Il termine "**saldi**" indica, infatti, la **differenza tra le entrate e le uscite**, nonché un "saldo" positivo o negativo; motivo per cui i saldi sono la merce che non è stata venduta in un negozio a fine stagione e la vendita stessa dell'invenduto.

La nascita dei saldi in Italia è segnata da una storia molto interessante, riportata in una pubblicazione dell'**Istituto Bruno Leoni** (centro studi torinese), firmata dall'avvocato **Silvio Boccalatte**. (http://www.brunoleonimedia.it/public/BP/IBL_BP_108-Saldi_Commercio.pdf)

LE PRIME NORME DEL PERIODO FASCISTA

È nel periodo dell'Italia fascista che vengono promulgate le prime leggi sulle "vendite straordinarie", comunemente chiamate saldi. Risale al **2 giugno 1939** l'introduzione di due categorie di vendita: le **vendite di liquidazione** e le **vendite straordinarie**. Entrambe furono definite *forme di vendita al pubblico con le quali un commerciante cerca di esitare in breve tempo tutte le proprie merci o gran parte di esse,*



presentando al pubblico la vendita come occasione particolarmente favorevole.

Le vendite straordinarie riguardavano, in particolare, la vendita di capi d'abbigliamento, poiché erano considerati prodotti di *carattere stagionale [...] suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono esitati durante una certa stagione o entro un breve periodo di tempo.*

Alcune norme nel tempo sono state mantenute, come ad esempio il cartellino sulla merce che deve indicare chiaramente il prezzo, senza essere modificato durante l'intero periodo dei saldi. A cambiare, invece, è la possibilità dei negozianti di scegliere liberamente il periodo in cui effettuare le vendite straordinarie. Le leggi odierne, infatti, regolamentano il periodo dell'anno in cui devono essere svolti i saldi, sia in estate che in inverno.

In quel tempo, uno dei principali fattori a scoraggiare i commercianti era la trafila burocratica indispensabile per aderire alle vendite straordinarie. Era necessario, infatti, presentare una domanda e attendere che fosse approvata da una parte della corporazione locale, ovvero dalle associazioni controllate dal governo intorno a cui ruotava il piano economico del fascismo.

I SALDI DOPO IL FASCISMO

La fine del regime fascista nel 1944 comportò, nelle zone in cui l'Italia era stata liberata, l'abolizione delle sopra citate corporazioni. I poteri che finora avevano detenuto, furono trasferiti integralmente alle Camere di Commercio, Industria e Agricoltura dei vari capoluoghi e agli Uffici provinciali dell'industria e del commercio. In realtà non è tutto, poiché venne emanato un ulteriore decreto legislativo in grado di rimettere ordine e organizzazione sul tema saldi.

Nel suo lavoro, l'avvocato Silvio Boccalatte scrive:

Confermando l'adagio secondo cui in Italia non v'è nulla di più definitivo del provvisorio, stiamo tuttora attendendo tale decreto legislativo: nei decenni successivi all'abrogazione dell'ordinamento corporativo, quindi, la disciplina dei saldi si fece alquanto confusa e fu oggetto di normazione specifica solo da parte della Provincia Autonoma di Bolzano, tramite la legge provinciale 18 marzo 1978, n. 13.

Si dovrà attendere il **luglio del 1979** per avere il **primo disegno di legge nazionale sulle vendite straordinarie**: il [n. 405 A.C.](#) (= Atto



Camera), presentato da alcuni deputati democristiani. Il primo firmatario fu **Aristide Tesini**, il quale nel discorso di presentazione, sosteneva che frequentemente le "vendite straordinarie o di liquidazione" contenevano pubblicità illusoria, poiché non veniva effettuato alcuno sconto. È stata proprio questa una delle motivazioni per cui si rendeva necessario un intervento immediato. In aggiunta anche al fatto che, ormai, la legge del 1939 con la sua burocrazia ormai inadeguata, non veniva più rispettata.

Aristide Tesini, nella presentazione, concludeva:

Con la presente proposta di legge si tende, moralizzando il mercato, ad eliminare quelle abnormi forme di vendita che, facendo leva sulla credulità, impediscono un corretto sviluppo di una sana e leale concorrenza, base del nostro sistema economico.

È stato questo uno dei principi fondamentali su cui i legislatori basarono le future regolamentazioni sul tema saldi. Si rendeva necessaria, infatti, la tutela dei consumatori dalla pubblicità ingannevole e dei negozianti da una concorrenza sleale, in cui alcuni commercianti promuovevano falsi deprezzamenti sulla merce. Il governo accettò il disegno di legge trasformandolo nella **legge 19 marzo 1980, n. 80**.

In sostanza, la legge ricalcava la normativa già in vigore nel periodo fascista, ma con l'aggiunta di ulteriori distinzioni tra **vendite fallimentari** (da svolgere solamente in caso di cessazione dell'attività) e "**vendite straordinarie** per fine stagione, dette anche *saldi stagionali*".

CURIOSITÀ

L'Onorevole **Aristide Tesini**, fautore della legge n. 80/80, è stato Presidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio.

LA LEGGE 80 DEL 1980

La legge n. 80 del 1980 ha determinato lo svolgimento dei saldi in massimo due diversi periodi dell'anno e la loro durata, che non poteva essere superiore alle quattro settimane. Si definiva anche l'esposizione della merce in saldo: doveva essere indicata chiaramente ed esibita in modo separato da quella non in saldo.



ULTERIORI MISURE (ALCUNE IN VIGORE ANCORA OGGI) DELLA LEGGE:

- In caso di controlli, il venditore doveva dimostrare che gli sconti esposti erano stati rispettati;
- non doveva essere fatta pubblicità "ingannevole";
- non vi erano limiti di acquisto dei capi in saldo;
- per avere lo sconto non erano obbligatori abbinamenti con altra merce.

LA LEGGE DEL 1991

Dopo la legge del 1980, ulteriori modifiche furono eseguite dieci anni dopo dalla **legge 12 aprile 1991, n. 130**. Uno degli emendamenti più importanti riguarda l'unificazione, in tutta Italia, dei periodi dei saldi. Se prima la decisione spettava alle Camere di commercio, **con la legge 1991 i saldi si sarebbero svolti negli stessi periodi**, ovvero dal 7 gennaio al 7 marzo e dal 10 luglio al 10 settembre. Al di fuori di questi periodi erano concesse solamente le "vendite promozionali" che, però, erano vietate nei 40 giorni precedenti ai saldi e per l'abbigliamento durante i giorni dei saldi.

LE MODIFICHE DEL 1998

Sette anni dopo, **nel 1998**, hanno fatto seguito alla legge del 1991 **ulteriori modifiche sulle date delle vendite straordinarie**. Fu stabilito, infatti, che fossero le singole regioni a deliberare la data di inizio saldi. Un potere che venne rafforzato nel 2001 con la **riforma del titolo V della Costituzione Italiana**, in cui le regioni hanno acquisito sempre più poteri decisionali, iniziando a disporre quasi del tutto in fatto di legislazione del commercio.

Resta, ad oggi, alle Regioni la facoltà di stabilire una specifica disciplina in materia di vendite straordinarie, comportando vincoli e divieti diversi da regione a regione.

