

SCHEMA DI DISEGNO DI LEGGE RECANTE DISPOSIZIONI IN MATERIA DI DESTINAZIONE A SCOPO DI BENEFICENZA DI PROVENTI DERIVANTI DALLA VENDITA DI PRODOTTI

ART. 1 (Ambito e definizioni)

1. La presente legge disciplina la pubblicità e le relative pratiche commerciali, poste in essere da parte di produttori e professionisti in relazione alla promozione, alla vendita o alla fornitura ai consumatori di prodotti, i cui proventi siano in parte destinati a scopi di beneficenza, in favore dei soggetti di cui all'articolo 10, comma 1, lettere g), i), l), *l-quater*), e 100, comma 2, lettere a), b), f), g), h), m), *m-bis*), n), o), *o-bis*), del testo unico delle imposte sui redditi di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, dei soggetti di cui all'articolo 14, comma 1, del decreto-legge 14 marzo 2005, n. 35, convertito, con modificazioni, dalla legge 14 maggio 2005, n. 80, nonché degli enti del Terzo settore di cui all'articolo 82, comma 1, del decreto legislativo 3 luglio 2017, n. 117.
2. Ai fini della presente legge, si applicano le definizioni di cui agli articoli 13 e 18 del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206.
3. Resta ferma la disciplina fiscale in materia di oneri deducibili o detraibili.

ART. 2 (Informazioni sulla beneficenza)

1. I consumatori hanno diritto di ricevere dai produttori e dai professionisti un'adeguata informazione, ai sensi dell'articolo 2, comma 2, e dell'articolo 6, comma 1, del codice del consumo, circa la destinazione in beneficenza di una parte dei proventi della vendita di un prodotto nei casi di cui all'art. 1 comma 1.
2. A tal fine, i produttori o i professionisti riportano sulle confezioni dei prodotti di cui all'articolo 1, comma 1, le seguenti indicazioni:
 - a) il soggetto destinatario dei proventi della beneficenza;
 - b) le finalità a cui sono destinati i proventi della beneficenza;
 - c) l'importo complessivo destinato alla beneficenza, se predeterminato; ovvero, nel caso in cui non lo sia, la quota percentuale del prezzo di vendita o l'importo destinati alla beneficenza per ogni unità di prodotto.
3. I produttori e i professionisti forniscono le indicazioni di cui al comma 2 anche nell'ambito delle pratiche commerciali e in particolare nelle comunicazioni commerciali, compresa la pubblicità del prodotto. Il medesimo obbligo è previsto per i soggetti che svolgono attività di pubblicità del prodotto.

ART. 3 (Comunicazioni all'Autorità garante della concorrenza e del mercato)

1. Prima di porre in vendita i prodotti di cui all'articolo 1, comma 1, il produttore o il professionista comunica all'Autorità garante della concorrenza e del mercato:
 - a) le informazioni di cui all'articolo 2, comma 2;
 - b) il termine entro cui sarà effettuato il versamento dell'importo destinato alla beneficenza.

2. Entro tre mesi dalla scadenza del termine di cui al comma 1, lettera b), il produttore o il professionista di cui al comma 1 comunica all'Autorità garante della concorrenza e del mercato il versamento dell'importo destinato alla beneficenza.

ART. 4 **(Controlli e sanzioni)**

1. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato è l'autorità competente a irrogare le sanzioni per le violazioni degli obblighi stabiliti dalla presente legge.

2. Salvo che il fatto costituisca reato o una pratica commerciale scorretta ai sensi del Titolo III del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, chiunque violi le disposizioni previste dagli articoli 2 e 3 della presente legge è punito con la sanzione amministrativa da 5.000 a 50.000 euro.

3. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato pubblica, anche per estratto, i provvedimenti sanzionatori adottati su una apposita sezione del proprio sito internet istituzionale, sul sito del produttore o del professionista destinatario della sanzione, su uno o più quotidiani, nonché mediante ogni altro mezzo ritenuto opportuno in relazione all'esigenza di informare compiutamente i consumatori a cura e spese del produttore o del professionista. In caso di inottemperanza alle disposizioni di cui al presente comma, l'Autorità applica una sanzione amministrativa da 5.000 euro a 50.000 euro.

4. La misura delle sanzioni è determinata, in ogni singolo caso, facendo riferimento al prezzo di listino di ciascun prodotto e al numero delle unità poste in vendita. Nei casi di maggiore gravità la sanzione è aumentata fino a due terzi. Nei casi di minore gravità la sanzione è diminuita fino a due terzi. In caso di reiterazione della violazione è disposta la sospensione dell'attività per un periodo da un mese a un anno.

5. Trova applicazione, in quanto compatibile, l'articolo 27 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206.

ART. 5 **(Clausola di invarianza finanziaria)**

1. Dalla attuazione della presente legge non devono derivare nuovi o maggiori oneri, né minori entrate a carico della finanza pubblica.

2. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato svolge le attività previste dalla presente legge con le risorse umane, finanziarie e strumentali disponibili a legislazione vigente.