

Sconto Iva 22%: Movimento Consumatori chiede all'Antitrust di pronunciarsi sulla correttezza di questa pratica promozionale



Movimento Consumatori, grazie a un'indagine svolta dalla sede regionale MC Puglia, ha presentato un esposto all'Antitrust per fare chiarezza sulla correttezza **di una pratica promozionale** sempre più in voga

tra le grandi catene di distribuzione in Italia: **su determinati acquisti, si promette lo sconto applicato all'Iva e alla sua aliquota, attualmente pari al 22%.**

MC ritiene infatti che questi messaggi pubblicitari siano potenzialmente in grado di far credere al consumatore che lo sconto applicato sia corrispondente all'aliquota Iva, mentre si tratta, nella maggior parte dei casi esaminati, di **un rimborso o sconto pari al 18,04% del prezzo finale per il consumatore.**

Questa precisazione, talvolta presente – sebbene in forme e caratteri meno evidenti rispetto al messaggio principale o accessibile a seguito di lettura di specifiche condizioni dell'offerta – non appare sufficiente a rendere chiaro l'effettivo sconto che costituisce un indubbio elemento comparativo e che induce quindi il consumatore a ritenere che a fronte di uno "sconto Iva 22%", possa ricevere uno sconto del 22% sul prezzo (pari all'aliquota Iva) piuttosto che uno sconto pari all'imposta stessa calcolata aumentando del 22%

l'imponibile. Fare riferimento per le modalità di determinazione dello sconto applicato all' "imponibile" piuttosto che allo "scorporo" richiede una conoscenza degli aspetti commerciali diversa e superiore a quella richiesta al consumatore medio, in quanto il prezzo di vendita del bene al consumatore è sempre comprensivo dell'Iva e di ogni altra imposta applicabile.

Movimento Consumatori auspica, quindi, che l'Antitrust si esprima in merito a questa pratica promozionale, che, specialmente negli ultimi tempi, imperversa su volantini pubblicitari, cataloghi e siti Internet di numerose grandi catene di distribuzione, chiarendo se sia ingannevole o meno.

Si ricorda infatti che l'art. 21, comma 1 del D. Lgs. 206/2005 considera ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso, precisando riguardo agli elementi alla lettera d) **il prezzo o il modo in cui questo è calcolato o l'esistenza di uno specifico vantaggio quanto al prezzo.**