

EDUARDO MARIA PICCIRILLI

MANUALE DEL COMMERCIANTE

III EDIZIONE

EDITORE
ACADEMY SCHOOL

Copyright by ACADEMY SCHOOL - Novembre 2008

I diritti di traduzione, riproduzione e adattamento totale o parziale e con qualsiasi mezzo (comprese le copie fotostatiche, i film didattici e i microfilm) sono preservati per tutti i paesi.

ACADEMY SCHOOL s.r.l.

Piazza Municipio (via s. maria,3) - Afragola (Na)

Tel. 081 852.58.19

E-mail: academyschool@fin.it

www.academyschool.it

PREFAZIONE

La terza edizione vede la luce dopo undici anni. La prima risale al 1997, la seconda al 2000 all'indomani dell'introduzione delle leggi Bassanini e del decreto Bersani 114/98.

Le leggi Bassanini hanno sburocrattizzato non poco la pubblica amministrazione, mentre il decreto Bersani ha strutturalmente modificato la figura del commerciante. Questi due strumenti legislativi hanno rivoluzionato, dopo quasi trent'anni, il commercio incidendo non poco nel settore tale da considerarsi una riforma epocale.

Si è ritenuto necessario aggiornare l'opera nelle parti che lo hanno richiesto, perché il quadro normativo è mutato talmente da richiedere una rivisitazione.

Oltre alle norme che hanno modificato la struttura delle società di capitali e la procedura fallimentare, dopo otto anni, è ancora una volta il Bersani ad incidere nel commercio.

Con il decreto-legge 223/2006, conosciuto anche come decreto sulle liberalizzazioni (convertito con modifiche in Legge 248/2006), sono state introdotte importanti novità nel settore della

distribuzione commerciale. In particolare, al fine di garantire la libera concorrenza e il corretto funzionamento del mercato, le attività economiche di distribuzione commerciale, ivi comprese la somministrazione di alimenti e bevande, devono poter essere svolte senza limiti e prescrizioni. E' stata liberalizzata l'attività di produzione del pane. I farmaci non soggetti a prescrizione medica possono essere venduti nei supermercati e in tutti gli esercizi commerciali presso un apposito reparto con l'assistenza di uno o più farmacisti abilitati all'esercizio della professione e iscritti al relativo ordine.

Sono state soppresse le commissioni provinciali e comunali per il rilascio delle licenze di pubblico esercizio e altre misure.

Le novità testè elencate sono riportate in questo manuale che vuole essere uno strumento di rapida consultazione per tutti coloro che hanno a che fare con il commercio.

Come già affermato nelle altre edizioni, si è ritenuto opportuno creare una guida al neofita che si avvicina alla complessa normativa che regola la figura del commerciante.

L'opera si arricchisce di una appendice curata dal dott. Gaetano Scarano che riporta le nozioni di merceologia.

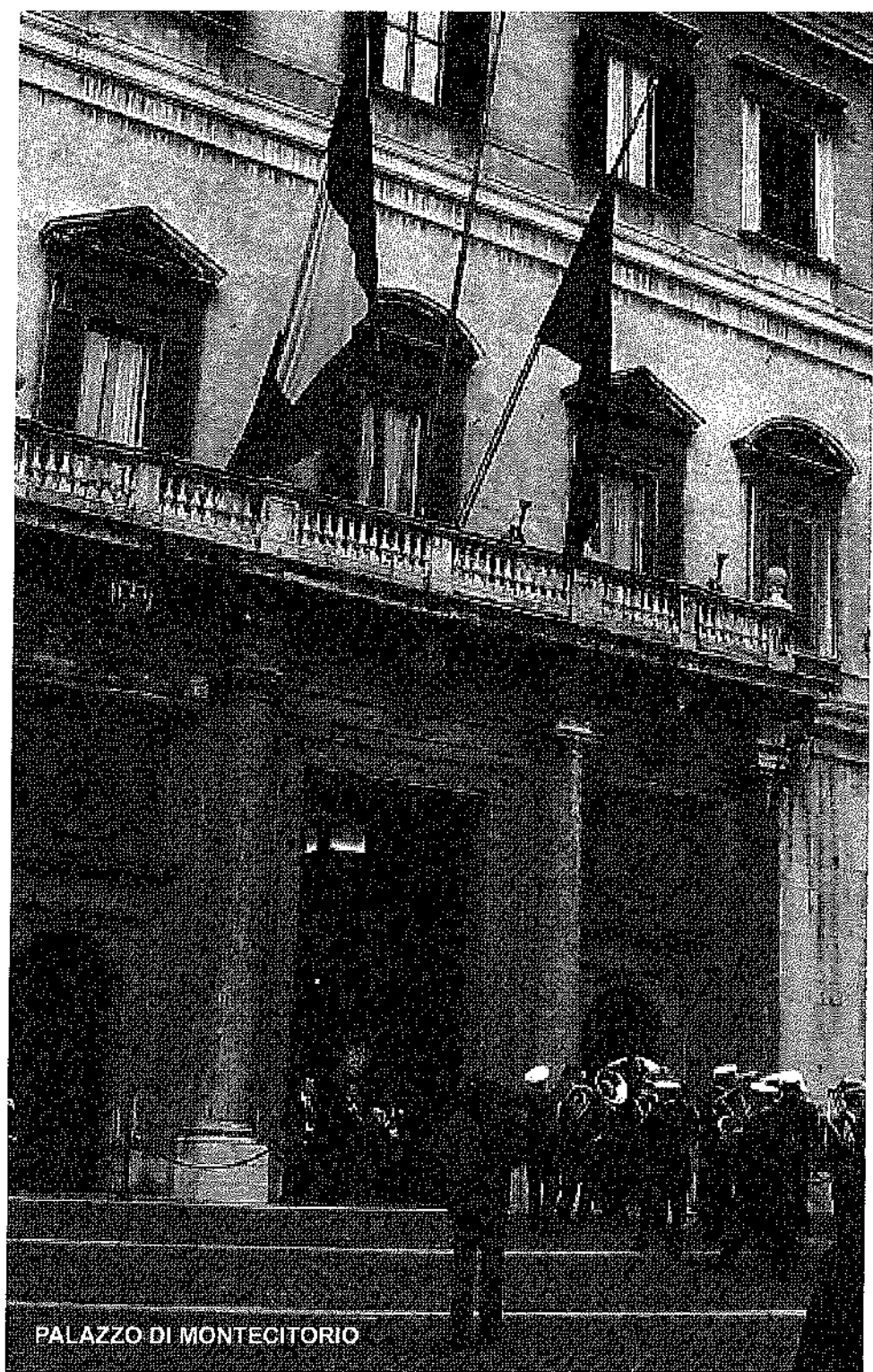
L'autore desidera ringraziare inoltre il dott. Antonio Numeroso per la collaborazione profusa nell'aggiornamento dell'opera.

Eduardo Maria Piccirilli

*A mia moglie
Ninzia Angelone
loderole compagna di vita*

CAPITOLO I

LEGISLAZIONE COMMERCIALE



1.1 LEGGI SUL COMMERCIO

Lo scambio di una determinata merce dietro il corrispettivo di una somma di denaro, è detta operazione commerciale. Se tale operazione viene posta in essere da un soggetto in modo continuativo, il soggetto prende il nome di **"commerciante"**.

La figura del commerciante è oggi regolata dal decreto legislativo 114/98, meglio conosciuto come "decreto Bersani". Tale decreto ha praticamente apportato un cambiamento epocale nel settore della piccola distribuzione. Oltre a mandare in soffitta la vecchia legge-quadro sul commercio (L. 426/71), il decreto Bersani ha avuto l'ambizione di centrare tre obiettivi:

- aumento dell'efficienza della rete distributiva;
- semplificazione dell'iter burocratico;
- ricerca di un nuovo equilibrio tra piccoli e grandi esercizi.

Le principali novità del decreto sono:

- la riduzione delle tabelle merceologiche da 14 a 2: alimentare e non alimentare;
- l'acquisizione del requisito professionale solo per coloro i quali esercitano il commercio di prodotti alimentari;

- la soppressione del R.E.C. (Registro esercenti il commercio) per l'esercizio dell'attività commerciale. Tale registro, però, è rimasto in vita per gli operatori appartenenti al settore della somministrazione di alimenti e bevande fino al 4 luglio 2006 (data di entrata in vigore del D.L. 223/2006) e per i titolari di imprese turistiche fino al 5 maggio 2001 (data di entrata in vigore della L. 135/2001);
- l'eliminazione dell'autorizzazione amministrativa per i piccoli negozi (fino a 150 o 250 mq, se il Comune è inferiore o superiore a 10.000 abitanti);
- maggiore flessibilità degli orari di apertura al pubblico dei punti vendita.

Il decreto Bersani regola tutte le attività commerciali, sia in sede fissa che in sede ambulante, ad eccezione di alcune categorie di attività che sono regolate da leggi speciali:

- farmacisti che vendono esclusivamente prodotti farmaceutici;
- tabaccaia che vendono solo generi di monopolio;
- titolari di impianti di distribuzione carburanti e lubrificanti per autotrazione;
- agricoltori, pescatori e cacciatori che vendono i loro prodotti;
- artigiani iscritti nell'apposito albo che vendono beni da loro prodotti nella propria bottega;
- soggetti preposti alle vendite fallimentari;
- coloro che espongono per la vendita le proprie opere d'arte, nonché quelle dell'ingegno a carattere creativo;
- coloro che vendono beni nell'ambito delle fiere campionarie, purché tale attività riguardi le sole merci oggetto delle manifestazioni e non duri oltre il periodo di svolgimento delle manifestazioni stesse;
- le cooperative di consumo;
- enti pubblici che vendono pubblicazioni o altro materiale informativo, concernenti l'oggetto della loro attività;
- somministratori al pubblico di alimenti e bevande (L. 287/91);
- imprenditori turistici (L. 217/83).

La Legge di riforma della legislazione nazionale del turismo (Legge 29 marzo 2001, n. 135) ha soppresso la sezione speciale imprese turistiche del Registro esercenti il commercio. Pertanto, l'autorizzazione comunale per l'esercizio dell'attività di impresa ricettiva (hotel, campeggio ecc) abilita ad effettuare unitamente all'attività ricettiva, la somministrazione di alimenti e bevande alle persone

alloggiate, ai loro ospiti ed a coloro che sono ospitati nella struttura ricettiva in occasione di manifestazioni e convegni organizzati.

Con il decreto-legge 223/2006, conosciuto anche come decreto Bersani-Visco sulle liberalizzazioni (convertito con modifiche in Legge 248/2006), sono state introdotte importanti novità nel settore della distribuzione commerciale. In particolare, al fine di garantire la libera concorrenza e il corretto funzionamento del mercato, le attività economiche di distribuzione commerciale, ivi comprese la somministrazione di alimenti e bevande, devono poter essere svolte senza i seguenti limiti e prescrizioni:

- l'iscrizione a registri abilitanti (ci riferiamo al Registro Esercenti il Commercio per l'attività di somministrazione di alimenti e bevande) ovvero il possesso di requisiti professionali soggettivi per l'esercizio di attività commerciali, fatti salvi quelli riguardanti il settore alimentare e della somministrazione degli alimenti e delle bevande;
- il rispetto di distanze minime obbligatorie tra attività commerciali appartenenti alla medesima tipologia di esercizio;
- le limitazioni quantitative all'assortimento merceologico offerto negli esercizi commerciali, fatta salva la distinzione tra settore alimentare e non alimentare;
- il rispetto di limiti riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale sub regionale;
- la fissazione di divieti generali ad effettuare vendite promozionali, a meno che non siano prescritti dal diritto comunitario;
- l'ottenimento di autorizzazioni preventive e le limitazioni di ordine temporale allo svolgimento di vendite promozionali di prodotti, effettuate all'interno degli esercizi commerciali, tranne che nei periodi immediatamente precedenti i saldi di fine stagione per i medesimi prodotti;
- il divieto o l'ottenimento di autorizzazioni preventive per il consumo immediato dei prodotti di gastronomia presso l'esercizio di vicinato, utilizzando i locali e gli arredi dell'azienda con esclusione del servizio assistito di somministrazione e con l'osservanza delle prescrizioni igienico-sanitarie.

Sono fatte salve le disposizioni che disciplinano le vendite sottocosto e i saldi fine stagione.

A decorrere dal 4 luglio 2006 (data di entrata in vigore del D.L. 223/2006) sono abrogate le disposizioni legislative e regola-

mentari statali di disciplina del settore della distribuzione commerciale incompatibili con le nuove disposizioni (ci riferiamo al D. Lgs. n. 114 del 1998 e alla legge n. 287 del 1991).

Le Regioni che hanno già regolamentato le attività commerciali e quelle di somministrazione dovranno adeguarsi a queste nuove norme.

Altre novità introdotte dal D.L. 223/226:

- *liberalizzazione delle attività di panificazione*. E' liberalizzata l'attività di produzione del pane. Per avviare l'attività, sarà sufficiente la sola dichiarazione di inizio attività al Comune. Sono aboliti i limiti quantitativi alla produzione e il numero dei panifici presenti in ciascun Comune.
- *disposizioni in materia di distribuzione dei farmaci*. I farmaci non soggetti a prescrizione medica possono essere venduti nei supermercati e in tutti gli esercizi commerciali (esclusi gli alimentari) presso un apposito reparto con l'assistenza di uno o più farmacisti abilitati all'esercizio della professione e iscritti al relativo ordine.
- *soppressione delle commissioni provinciali e comunali per il rilascio delle licenze di pubblico esercizio*. Il Comune, in sostanza, non dovrà più attendere il parere favorevole della Commissione per dare il proprio via libera e o il diniego per rilasciare la licenza all'apertura di pubblici esercizi (bar, ristoranti, tavole calde, ecc.).

1.2 VARIE FORME DI COMMERCIO

Le leggi di cui al paragrafo precedente prevedono tre tipologie di commercio: 1) il commercio all'ingrosso; 2) il commercio al dettaglio o al minuto; 3) la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande.

E' commerciante all'ingrosso chi professionalmente acquista merci in nome e per conto proprio e le rivende ad altri operatori commerciali, grossisti o dettaglianti, o ai cosiddetti *utilizzatori professionali* o in grande.

E' utilizzatore professionale di un prodotto chi lo acquista per utilizzarlo nell'ambito della propria attività, come per esempio: l'industriale, il professionista, etc. Sono utilizzatori in grande, invece, le cooperative di consumo, le unioni volontarie, gli ospedali, etc.

La legge fa esplicito divieto ai grossisti di effettuare vendite al dettaglio nello stesso punto di vendita.

E' commerciante al dettaglio (o al minuto) chi professionalmente acquista merce in nome e per conto proprio e la rivende al consumatore finale.

L'attività di dettagliante può essere esercitata: a) in sede fissa; b) su aree pubbliche; c) con apparecchi per la distribuzione automatica; d) per corrispondenza.

E' somministrazione al pubblico di alimenti e bevande chi professionalmente vende per il consumo immediato sul posto alimenti e bevande.

Per questo tipo di attività la legge ne distingue quattro:

- 1) esercizi di ristorazione, per la somministrazione di pasti e bevande, comprese le bevande superalcoliche, nonché latte, quali: ristoranti, trattorie, tavole calde, pizzerie, birrerie ed esercizi similari;
- 2) esercizi per la somministrazione di bevande, comprese le alcoliche di qualsiasi gradazione, latte, pasticceria, gelateria, dolciumi, prodotti di gastronomia quali: bar, caffè, pasticcerie, esercizi similari;
- 3) esercizi in cui vengono svolte le attività citate insieme ad altre di trattenimento e svago, quali: discoteche, locali notturni, sale da ballo, stabilimenti balneari, sale da gioco, ed altri similari;
- 4) esercizi di cui al punto 2 nei quali è esclusa la somministrazione di bevande alcoliche di qualsiasi gradazione.

Esiste un'altra forma di commercio non specificata dalla legge, ma molto diffusa: *CATERING*. Questo tipo di vendita ha per oggetto la fornitura a domicilio di cibi e bevande che apposite organizzazioni effettuano alle industrie, alle compagnie aeree, agli ospedali, etc.

1.3 REQUISITI PER L'ACCESSO ALL'ATTIVITA' COMMERCIALE

Coloro che intendono intraprendere un'attività di intermediazione dei beni non alimentari nel tempo e/o nello spazio, devono possedere i requisiti personali e morali.

Requisiti personali: il soggetto deve aver compiuto la maggiore età od essere minore emancipato.

Requisiti morali: non essere stati condannati per più di due volte in cinque anni per reati in materia di frode o di igiene (esempio: commercio di sostanze adulterate o di sostanze nocive); non essere dichiarati delinquenti abituali, non essere sottoposti a misure di prevenzione da parte della Autorità di Pubblica Sicurezza; essere in regola con la legge antimafia.

Il decreto legislativo del 12/09/2007 n. 169 (in vigore dal 01/01/2008) ha soppresso la lettera a) dell'articolo 5, comma 2 del D. Lgs. 114/1998: disposizione che vietava l'iscrizione nel registro delle imprese dei soggetti dichiarati falliti, fino alla pronuncia della sentenza di riabilitazione. Con l'abrogazione dell'intera lettera, quindi, non solo saranno superate le problematiche applicative relative alla soppressione del procedimento di riabilitazione, ma sarà possibile iscrivere nel registro delle imprese anche il fallito, quale titolare di una nuova impresa commerciale, distinta da quelle assoggettate a fallimento.

Coloro i quali intendono intraprendere un'attività di intermediazione dei beni alimentari nel tempo e/o nello spazio e/o di somministrazione di alimenti e bevande, oltre ai requisiti personali e morali, devono possedere anche il requisito professionale.

Requisiti professionali:

o aver frequentato con esito positivo un corso professionale per il commercio relativo ai prodotti alimentari e/o di somministratore al pubblico di alimento e bevande;

o aver esercitato in proprio o come dipendente, per almeno due anni nell'ultimo quinquennio, attività di prodotti alimentari e/o di somministratore al pubblico di alimento e bevande.

In caso di società, il possesso dei requisiti professionali è richiesto con riferimento al rappresentante legale o ad altra persona specificatamente preposta all'attività commerciale.

1.4 REGISTRO ESERCENTI IL COMMERCIO

Il Registro Esercenti il Commercio (R.E.C.) è un pubblico registro, istituito con la Legge 426/1971, tenuto da ogni Camera di Commercio Industria Artigianato ed Agricoltura, nel quale dovevano iscriversi (prima dell'entrata in vigore del D.L. 223/2006) tutti coloro che, individualmente o in società, intendevano svolgere un'attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande. L'iscrizione al Registro rappresentava una condizione preliminare per il rilascio, da parte del Comune, dell'autorizzazione per lo svolgimento dell'attività di somministrazione di alimenti e bevande. In passato tale iscrizione abilitante era necessaria anche per lo svolgimento di qualsiasi attività commerciale (ingrosso, minuto e in forma ambulante) o per esercitare l'attività alberghiera. Attualmente, dette iscrizioni non sono più necessarie, in seguito alla riforma della disciplina relativa al settore del commercio, di cui al D. Lgs 114 del 31.3.98 ed alla riforma della legislazione nazionale del turismo di cui alla Legge 29.3.2001, n. 135.

Con l'entrata in vigore del D.L. 223/2006 è stato soppresso, anche, l'obbligo di iscrizione al Registro Esercenti il Commercio per l'attività di somministrazione di alimenti e bevande. Di conseguenza l'ufficio R.E.C. delle Camere di Commercio non accettano più domande per sostenere l'esame di idoneità né iscrizioni al R.E.C.

Chi vuole avviare un'attività di somministrazione di alimenti e bevande deve presentare domanda al Comune nel quale intende esercitare l'attività e documentare, direttamente al Comune, il possesso dei requisiti personali, morali e professionali previsti dalla Legge 287/91.

Stante quanto sopra, il Comune deve provvedere direttamente alla verifica del possesso dei requisiti di cui all'art. 2 della L. 287/1991 nei confronti del titolare della ditta individuale o del legale rappresentante della società (oppure del suo delegato), che potranno essere riconosciuti esclusivamente a coloro che in alternativa:

- a) hanno frequentato con esito positivo un corso di qualificazione professionale riconosciuto dalla Regione riguardante l'attività di somministrazione di alimenti e bevande;
- b) hanno conseguito un diploma di scuola alberghiera o di altra scuola a specifico indirizzo professionale;

- c) hanno superato presso la Camera di Commercio l'esame di idoneità all'esercizio dell'attività in seguito a domanda presentata entro il 4 luglio 2006;
- d) sono stati iscritti al R.E.C. - sezione somministrazione in seguito a domanda presentata entro il 4 luglio 2006;
- e) hanno prestato servizio, per almeno due anni negli ultimi cinque, presso imprese esercenti attività di somministrazione di alimenti e bevande, in qualità dipendenti qualificati addetti alla somministrazione, alla produzione o all'amministrazione o, se trattasi di coniuge, parente o affine entro il terzo grado dell'imprenditore, in qualità di coadiutore.

1.5 LA PROGRAMMAZIONE DELLA RETE DI VENDITA

Non c'è dubbio che negli ultimi anni la legislazione emanata in materia di commercio ha rivoluzionato il settore. Le leggi Bassanini prima, e i decreti Bersani poi, hanno pressoché liberalizzato e sburocratizzato il settore.

In particolare, la legge Bassanini 1, L. 59/57, ha attribuito nuove funzioni ai Comuni:

- a) competenze programmatiche, consultive e di regolamentazione di taluni aspetti della materia in concorrenza con le regioni;
- b) competenze autorizzative vere e proprie;
- c) competenze di controllo e sanzionatorie.

La programmazione in particolare spetta alle Regioni. Non mancano, però, compiti di tipo programmatico ai Comuni.

L'art. 6 del decreto legislativo 114/98, dedicato alla "Programmazione della rete distributiva", al primo comma dopo aver individuato gli obiettivi che le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano devono perseguire nel definire gli indirizzi generali, al secondo comma affida alle stesse regioni criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale, affinché gli strumenti urbanistici comunali (piano regolatore e regolamento edilizio) individuano:

- a) aree da destinare agli strumenti commerciali e in particolare quelle nelle quali consentire gli insediamenti di medie e grandi strutture

di vendita;

b) i limiti ai quali sono sottoposti gli insediamenti commerciali per la tutela dei beni artistici, culturali, ambientali e dell'arredo urbano nell'ambito dei centri storici e nelle località di particolare interesse artistico e naturale;

c) i vincoli di natura urbanistica ed in particolare quelli inerenti la disponibilità di spazi pubblici o di uso pubblico e le quantità minime di spazi per parcheggi, relativi alle diverse strutture di vendita;

d) la correlazione dei procedimenti di rilascio della concessione o autorizzazione edilizia inerenti l'immobile o il complesso di immobili e dell'autorizzazione all'apertura di una media o grande struttura di vendita, eventualmente prevedendone la contestualità.

L'attività di programmazione dei comuni, quindi, si concretizza nell'adeguamento degli strumenti urbanistici.

Il comma 3 dell'art. 8 riserva ai comuni una più specifica attività di programmazione in ordine alle "medie strutture di vendita". L'Ente locale, infatti, dovrà adottare i criteri per il rilascio delle autorizzazioni per l'apertura, trasferimento e ampliamento degli esercizi di media grandezza, sulla base delle disposizioni regionali e gli obiettivi di cui all'art. 6 dello stesso decreto.

1.6 L'AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA

Con l'entrata in vigore del D. Lgs. 114/98 sono cadute le barriere d'ingresso per l'apertura di un esercizio commerciale. Oggi, infatti, chiunque può aprire un negozio cosiddetto di vicinato.

L'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie degli esercizi di vicinato (negozi con superficie di vendita fino ai 150 o 250 mq., in relazione al numero di abitanti residenti nel comune, rispettivamente inferiori a 10.000 o superiore a 10.000) sono soggetti ad una preventiva comunicazione al Comune competente per territorio, la quale comunicazione si trasforma in autorizzazione decorsi trenta giorni dal suo invio (cosiddetto silenzio-assenso).

Un regime autorizzatorio, seppure molto alleggerito e rivisitato rispetto al passato, è mantenuto per gli esercizi di media e grande superficie di vendita. L'apertura, il trasferimento di sede e l'amplia-

mento della superficie di una media struttura di vendita (fino a 1500 o 2500 mq., in relazione al numero di abitanti residenti nel comune, rispettivamente inferiore o superiore ai 10.000) sono sottoposti ad autorizzazione comunale.

Le istanze di autorizzazione si intendono accolte, qualora il Comune competente per territorio entro 90 giorni dal ricevimento delle stesse non comunichi il provvedimento di diniego (cosiddetto silenzio-assenso).

Anche per le grandi strutture di vendita (oltre i 1500 o 2500 mq., in relazione al numero di abitanti) vige un sistema autorizzatorio: l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento della superficie sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Comune competente per territorio.

La domanda di rilascio dell'autorizzazione è esaminata da una conferenza di servizi indetta dal Comune, entro 60 giorni dal ricevimento, composta da tre membri, rappresentanti rispettivamente la Regione, la Provincia e il Comune medesimo, che decide in base alla conformità dell'insediamento ai criteri di programmazione di cui all'art. 6 D. Lgs. 114/98. Le deliberazioni della conferenza dei servizi sono valide se adottate a maggioranza e subordinate al parere favorevole del rappresentante della regione (art. 9 comma 3 D. Lgs. 114/98).

1.7 SEGUE: LA REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE DI UNA MEDIA E GRANDE STRUTTURA DIVENDITA

Il decreto legislativo 114/98 prevede quattro ipotesi di revoca dell'autorizzazione, quando:

- 1) il titolare non inizia l'attività di una media struttura di vendita entro un anno dalla data del rilascio oppure entro due anni se si tratta di una grande struttura di vendita;
- 2) sospende l'attività per un periodo superiore ad un anno;
- 3) non risulta più in possesso dei requisiti soggettivi richiesti per l'esercizio del commercio;
- 4) si rende autore di ripetute violazioni delle prescrizioni in materia igienico-sanitario.

1.8 L'AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA PER IL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

Per commercio su aree pubbliche s'intende sia l'attività di vendita per merci al dettaglio sia la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande.

Tale attività può essere svolta su posteggi dati in concessione per dieci anni oppure su qualsiasi area, purché in forma itinerante. Tale tipo di commercio è sottoposto ad un regime autorizzatorio.

L'autorizzazione all'esercizio dell'attività di vendita su aree pubbliche mediante l'utilizzo del posteggio, è rilasciata dal dirigente dell'Ufficio commercio del Comune dove ha sede l'impresa. Tale autorizzazione abilita l'ambulante ad esercitare l'attività in forma itinerante nell'ambito del territorio Regionale.

La concessione relativa all'esercizio dell'attività di vendita esclusivamente in forma itinerante, è rilasciata dal dirigente dell'Ufficio commercio del Comune nel quale il richiedente ha la residenza. L'autorizzazione all'esercizio dell'attività sulle aree pubbliche di prodotti alimentari, abilita anche alla somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, abilitazione che deve risultare da apposita annotazione sul titolo autorizzatorio.

Le suddette autorizzazioni, che possono essere rilasciate sia a persone fisiche che a società regolarmente costituite, abilitano gli operatori anche alla partecipazione delle fiere su tutto il territorio nazionale.

Il Comune è tenuto, entro 90 giorni dal ricevimento dell'istanza, a comunicare l'eventuale provvedimento di diniego. In mancanza di comunicazione si applica il principio del cosiddetto silenzio assenso.

I coltivatori diretti, i mezzadri e i coloni, che esercitano l'attività di vendita dei propri prodotti su aree pubbliche, sono soggetti solo alle disposizioni relative alla concessione dei posteggi e alle soste per l'esercizio dell'attività in forma itinerante.

1.9 SEGUE: LA CONCESSIONE DEL POSTEGGIO

La concessione del posteggio ha una durata di dieci anni e può essere rinnovata.

Il posteggio temporaneamente non occupato dal titolare della concessione, può essere assegnato, per la durata di non utilizzazione, a soggetti che abbiano l'autorizzazione per l'esercizio in forma itinerante.

Il soggetto decade dalla concessione del posteggio, quando:

- non rispetta le norme sull'esercizio della sua attività;
- non utilizza, in ciascun anno solare, per un periodo di tempo superiore a 4 mesi la concessione senza giustificato motivo;
- non rimuove gli ingombri o i rifiuti prodotti dall'area utilizzata.

Il Sindaco può revocare la concessione del posteggio per motivi di pubblico interesse. In questo caso, il soggetto titolare dell'autorizzazione comunale ha diritto ad un altro posteggio.

Nessun soggetto può utilizzare più di un posteggio contemporaneamente.

1.10 SEGUE: LA REVOCA DELL'AUTORIZZAZIONE AL COMMERCIO SU AREE PUBBLICHE

L'autorizzazione al commercio su aree pubbliche può essere revocata quando:

- il soggetto titolare della concessione non inizia l'attività entro sei mesi dalla data del rilascio;
- vi sia stata decadenza dalla concessione del posteggio per mancato utilizzo dello stesso in ciascun anno solare per periodi di tempo superiore a quattro mesi, salvo il caso di assenza per malattia o gravidanza;
- il titolare non risulti più provvisto dei requisiti soggettivi per l'esercizio dell'attività (requisiti morali e professionali).

1.11 L'AUTORIZZAZIONE PER LA SOMMINISTRAZIONE AL PUBBLICO DI ALIMENTI E BEVANDE

Gli esercizi commerciali che hanno per oggetto la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande (bar, ristoranti, pizzerie, rosticcerie, tavole calde, etc.) sono considerati *esercizi pubblici*.

Per questo tipo di autorizzazioni, vi sono dei criteri e dei parametri a cui l'amministrazione comunale non può disattendere.

Sulla base delle direttive del Ministero dello Sviluppo Economico, infatti, le Regioni fissano i criteri e i parametri atti a determinare il numero delle autorizzazioni, che i Comuni competenti, dovranno rilasciare. Detti criteri e parametri sono stabiliti in relazione alla tipologia di esercizi e al reddito della popolazione residente e di quella fluttuante, ai flussi turistici ed alle abitudini di consumo extradomestico.

L'autorità competente al rilascio dell'autorizzazione (l'Amministrazione comunale), in relazione ai criteri e ai parametri dettati dalla Regione, può stabilire delle condizioni per il rilascio delle autorizzazioni.

I limiti numerici non si applicano quando si somministrano alimenti e bevande:

- al domicilio del consumatore;
- negli esercizi annessi ad alberghi, pensioni, locande o altri complessi ricettivi, limitatamente alle prestazioni rese agli alloggiati;
- negli esercizi posti nelle aree di servizio delle autostrade e nell'interno di stazioni ferroviarie, aeroportuali e marittime;
- negli esercizi nei quali sia prevalente l'attività congiunta di trattenimento e svago;
- nelle mense aziendali e negli spacci annessi ai circoli cooperativi e degli enti a carattere nazionale, le cui finalità sono riconosciute dal Ministero dell'Interno;
- a favore dei propri dipendenti direttamente da amministrazioni, enti o imprese pubbliche;
- scuole, ospedali, comunità religiose, stabilimenti militari;
- nei mezzi di trasporto pubblico.

1.12 SEGUE: REQUISITI DEI LOCALI

L'autorizzazione viene rilasciata dal dirigente dell'Ufficio commercio, previo accertamento della conformità dei locali ai criteri stabiliti con decreto del Ministero dell'Interno.

Le attività di somministrazione di alimenti e bevande devono essere esercitate nel rispetto delle vigenti norme in materia di:

- edilizia
- urbanistica
- igienico-sanitario
- destinazione d'uso dei locali e degli edifici.

Inoltre, i locali per essere dichiarati idonei per l'attività, devono avere i seguenti requisiti:

- accesso diretto dal suolo pubblico (via, piazza, etc.) e non in comune con l'accesso ad abitazione private;
- i locali parzialmente seminterrati devono avere gli accessi integralmente visibili dal suolo pubblico;
- i locali ubicati a livello più alto dal suolo pubblico, devono ottenere dall'autorità di pubblica sicurezza il benestare;
- la porta d'accesso al locale deve consentire l'apertura dall'esterno e nessun impedimento può essere frapposto all'ingresso dall'esterno durante l'orario di apertura;
- gli spazi interni dei locali autorizzati devono essere accessibili e non chiusi ad eccezione dei servizi igienici;
- i locali di circoli privati o di enti in cui si somministrano alimenti e bevande, devono essere ubicati all'interno, non devono avere un accesso diretto dal suolo pubblico e tale attività di ristoro non può essere pubblicizzata dall'esterno.

1.13 SEGUE: L'AUTORIZZAZIONE AMMINISTRATIVA

Per esercitare l'attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, comprese le alcoliche di qualsiasi gradazione, occorre un'autorizzazione amministrativa che viene rilasciata dal dirigente dell'Ufficio commercio del Comune nel cui territorio è ubicato l'esercizio.

L'autorizzazione ha validità fino al 31 dicembre del quinto anno successivo a quello del rilascio, ed è automaticamente rinnovata se non vi sono motivi ostativi.

L'autorizzazione è necessaria anche quando si somministrano alimenti e bevande con distributori automatici in locali adibiti esclusivamente a tale attività.

L'autorizzazione viene revocata quando:

- il richiedente non attivi l'esercizio entro 180 giorni dal rilascio;
- l'attività venga sospesa per un periodo superiore a 12 mesi;
- si verifica uno dei seguenti casi: perdita dei requisiti morali dell'esercente, morte dell'esercente, estinzione della società esercente;
- i locali non rispondano più ai requisiti stabiliti dal Ministero dell'interno.

L'autorizzazione può essere sospesa quando nell'esercizio siano avvenuti tumulti o gravi disordini o vi si ritrovino abitualmente persone pregiudicate o pericolose per l'ordine pubblico, per la moralità pubblica e il buon costume o per la sicurezza dei cittadini. Se i fatti che hanno causato la sospensione si ripetono, l'autorizzazione può essere revocata.

La somministrazione di bevande avente un contenuto alcolico superiore al 21 per cento del volume, non è consentita negli esercizi operanti nell'ambito di impianti sportivi, fiere, complessi di attrazione dello spettacolo viaggiante, installati con carattere temporaneo nel corso di sagre o fiere, e simili luoghi di convegno. In sintesi, in tutte quelle manifestazioni pubbliche all'aperto.

Il Sindaco con propria ordinanza può temporaneamente ed eccezionalmente estendere tale divieto anche alle bevande con contenuto alcolico inferiore al 21 per cento del volume.

I titolari di ristoranti, pizzeria, trattorie, birreria e altri esercizi simili, possono vendere per asporto, senza bisogno di ulteriore autorizzazione, sia le bevande sia i pasti che somministrano.

I titolari di bar, gelaterie, pasticcerie e altri esercizi simili, possono vendere per asporto senza bisogno di ulteriore autorizzazione, sia le bevande (escluso il latte) che i prodotti di gastronomia e dolciumi, compresi i generi di gelateria e di pasticceria. Tali esercizi possono munirsi di autorizzazione per vendere per asporto il latte.

1.14 IL COMMERCIO ALL'INGROSSO

L'esercizio dell'attività di commercio all'ingrosso, ivi compreso quello relativo ai prodotti ortofrutticoli, carni e ittici, è subordinato al possesso dei requisiti morali e professionali (limitatamente al settore alimentare) richiesti per l'attività di vendita al dettaglio.

L'albo provinciale dei commercianti all'ingrosso che fu istituito con L. 426/71 è stato soppresso con l'entrata in vigore del decreto legislativo 114/98.

E' assolutamente vietato ai grossisti effettuare le vendite al dettaglio nello stesso punto di vendita nel quale viene esercitata l'attività all'ingrosso.

1.15 IL SUB-INGRESSO NEGLI ESERCIZI

Il trasferimento di gestione o di proprietà di un esercizio di vendita o di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, comporta di diritto il trasferimento dell'autorizzazione amministrativa a chi subentra nell'attività.

Il trasferimento può essere per:

- atto tra vivi: contratto di affitto di azienda, contratto di compravendita, atto di donazione;
- causa di morte, per successione legittima o testamentaria.

Il contratto, che ha per oggetto il trasferimento d'azienda, deve essere stipulato per atto pubblico o con scrittura privata autenticata. Il trasferimento, che ha per oggetto la vendita di giornali, può avvenire solo quando il titolare raggiunge l'età pensionabile, o quando è impedito ad esercitare tale attività per malattia o infortunio.

Chi subentra in un esercizio di vicinato deve possedere i requisiti morali e professionali prescritti dall'art. 5 D. Lgs. 114/98 (v. par. 1.4).

1.16 LE SANZIONI PER CHI VIOLA LE NORME PREVISTE DALLE LEGGI SUL COMMERCIO

Chi non osserva le leggi sul commercio, commette un illecito amministrativo, punibile quindi con sanzione amministrativa.

Chiunque esercita un'attività commerciale privo dei requisiti morali e professionali prescritti dal "decreto Bersani" (D. Lgs. 114/98), è soggetto ad una sanzione amministrativa che varia da euro 2.582,00 a euro 15.494,00. Alla stessa sanzione è sottoposto chi non invia al Comune competente la comunicazione di apertura, trasferimento o ampliamento di un esercizio di vicinato, o chi esercita un'attività di media-grande struttura di vendita o il commercio su aree pubbliche senza la prescritta autorizzazione.

Se l'esercente commette due volte in un anno la stessa violazione, il Sindaco può disporre la sospensione della vendita fino a 20 giorni, a prescindere dal pagamento della sanzione.

Sono previste delle sanzioni amministrative più lievi, da euro 516,00 a euro 3.099,00, per il commerciante che non rispetta gli orari di apertura e chiusura, o ignora le norme sulla pubblicità dei prezzi e quelle sulle vendite straordinarie.

E' prevista, infine, la chiusura dell'esercizio per coloro i quali sospendano l'attività per più di un anno, o non siano più in possesso dei requisiti soggettivi o violino ripetutamente le disposizioni in materia igienico-sanitario.

Una delle principali novità introdotte con il "decreto Bersani" (D. Lgs. 114/98) è il trasferimento di competenza del sistema sanzionatorio dallo Stato ai Comuni. L'autorità competente ad irrogare la sanzione infatti, è il Sindaco del Comune in cui la violazione ha avuto luogo e non più l'Ufficio Provinciale dell'Industria Commercio e Artigianato (UPICA).

1.17 L'ORARIO DI VENDITA

Gli esercizi commerciali al dettaglio possono restare aperti per un massimo di tredici ore, nella fascia comprese tra le sette e le ventidue.

Le giornate di chiusura sono fissate alla domenica e nei giorni festivi, tranne che in dicembre e per otto domeniche e festività all'anno.

Spetta alle Regioni stabilire mezza giornata di chiusura infrasettimanale.

I limiti di orari non sono validi per gli esercizi che operano in situazioni particolari, come nei campeggi, sui tratti autostradali, nelle stazioni ferroviarie e nei complessi alberghieri.

Infine, le Regioni, sentiti i sindacati e le associazioni di categorie, dovranno individuare le città (o anche una sola parte dei territori comunali) turistiche e d'arte per le quali potranno scattare orari di apertura ad hoc.

1.18 LA PUBBLICITA' DEI PREZZI

Gli esercenti il commercio al minuto che espongono la merce nelle vetrine esterne, o all'ingresso del locale, o nelle immediate adiacenze dell'esercizio o su aree pubbliche, o sui banchi di vendita, devono indicare in modo chiaro e leggibile il prezzo di vendita al pubblico mediante l'uso di un cartellino.

Tale obbligo non vige per i rivenditori di giornali e riviste.

Per gli esercenti la vendita di: autoveicoli, motoveicoli, macchine, pezzi di ricambio per autoveicoli e motoveicoli, materiale per impianti elettrici e materiale da costruzione, non sono soggetti all'obbligo di esposizione dei prezzi mediante cartellini, purché mettano a disposizione degli acquirenti cataloghi e listini prezzi con indicazione atte ad individuare il tipo di merce ed il corrispondente prezzo.

Per l'esposizione dei libri, non c'è obbligo quando il prezzo è esposto in copertina.

Negli esercizi organizzati con il sistema di vendita del self-service, il prezzo va indicato per tutte le merci esposte al pubblico.

I prodotti alimentari esposti per la vendita al consumatore, debbono recare l'indicazione del prezzo di vendita e del prezzo per unità di misura per le merci che non possono essere vendute a pezzi o a collo. Il D.L. 223/2006 ha previsto un sistema informativo sui prezzi nella filiera dei prodotti agro-alimentari. L'art. 9 del decreto dispone che il Ministero dello sviluppo economico e il Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali mettano a disposizione delle Regioni, delle Province e dei Comuni, anche al fine di garantire l'informazione al consumatore, un sistema di rilevazione dei prezzi all'ingrosso e al dettaglio dei prodotti agro-alimentari. I dati raccolti dovranno essere resi pubblici anche mediante la pubblicazione sul sito internet e la stipula di convenzioni gratuite con testate giornalistiche ed emittenti radio televisive e gestori del servizio di telefonia.

Nel periodo delle vendite straordinarie (saldi di fine stagione, promozioni o liquidazioni), lo sconto o il ribasso devono essere espressi in percentuale sul normale prezzo di vendita che deve essere comunque indicato.

1.19 NORME PER LA VENDITA A PESO E A MISURA

Gli esercenti la vendita di merci a peso: macelleria, drogheria, etc., sono obbligati ad usare bilance autorizzate e verificate dall'Ufficio Metrico. Tale obbligo vale anche per coloro i quali effettuano la vendita a misura, cioè con l'utilizzo del metro. La verifica va richiesta all'Ufficio Metrico solo dopo aver ottenuto dal Comune l'iscrizione nel Ruolo utenti per pesi e misure.

Per quanto riguarda la vendita di merci, il cui prezzo viene fissato per unità di peso, essa deve essere effettuata a peso ed al netto della tara.

Per le vendite di prodotti alimentari, vi è l'obbligo di indicare il prezzo a peso netto.

1.20 FORME SPECIALI DI VENDITA

La vendita al dettaglio per corrispondenza, o in spacci interni, o tramite televisione, o per mezzo di apparecchi automatici, o presso il domicilio del consumatore, è soggetta a comunicazione al Comune nel quale l'esercente ha la residenza, se persona fisica, o la sede legale, se società. L'attività può essere iniziata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione.

Per le vendite televisive, in particolare, il "decreto Bersani" (D. Lgs 114/98) ha prescritto:

- il divieto delle vendite all'asta e quindi la possibilità esclusiva di cedere i prodotti sulla base di un prezzo fisso;
- l'accertamento effettuato dall'emittente televisiva, nei confronti del titolare della ditta che espleta vendite attraverso tale strumento, per verificare il possesso dei requisiti di accesso all'attività commerciale;
- l'indicazione nel corso della trasmissione della ditta, sede del venditore, numero di iscrizione al registro delle imprese e numero di partita IVA.

L'imprenditore, che svolge l'attività di vendita al domicilio del consumatore, avvalendosi dei propri incaricati, è tenuto a trasmettere l'elenco degli stessi all'autorità di pubblica sicurezza di residenza (sede legale in caso di società) ed a rilasciare a ciascuno di loro un tesserino con fotografia, dal quale risulti, oltre alle generalità del dipendente, la ditta per la quale l'incaricato lavora. Il tesserino è obbligatorio anche per il titolare della ditta, qualora egli intenda operare personalmente.

Anche gli ambulanti, quando effettuano le vendite presso il domicilio del consumatore, sono tenuti a mostrare il tesserino, dal quale risultano i loro dati personali.

1.21 SEGUE: IL COMMERCIO ELETTRONICO

Le norme da seguire per lo svolgimento di attività di commercio elettronico sono alquanto numerose. Le principali sono:

- D. Lgs. 50/90 (attuazione della direttiva n. 85/577/CEE in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali);
- D. Lgs. 114/98 (riforma della disciplina relativa al settore del com-

mercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997);

- D. Lgs. 185/99 (attuazione della direttiva 97/7/CE relativa alla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza);
- D. Lgs. 70/2003 (attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno).

Il "decreto Bersani" (D. Lgs. 114/98) relativamente al commercio elettronico si limita solamente a promuovere con azioni rivolte a:

- sostenere una crescita equilibrata del mercato elettronico;
- tutelare gli interessi del consumatore;
- promuovere lo sviluppo di campagne di informazioni ed apprendimento per operatori del settore ed operatori del servizio;
- predisporre azioni specifiche finalizzate a migliorare la competitività globale delle imprese, con particolare riferimento alle piccole e medie imprese, attraverso l'utilizzo del commercio elettronico;
- favorire l'uso di strumenti e tecniche di gestione di qualità volte a garantire l'affidabilità degli operatori ed ad accrescere la fiducia del consumatore.

Con il decreto legislativo n. 70 del 9 aprile 2003 l'Italia ha recepito la direttiva 2000/31/CE in materia di servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico. Il decreto adegua i servizi cosiddetti della società dell'informazione alle disposizioni nazionali in applicazione del principio di libera circolazione dei servizi. Tra le altre cose, viene sancito l'obbligo di fornire informazioni generali sui prestatori dei servizi, viene definito il regime relativo alle comunicazioni commerciali (tra le quali il c.d. "spam") e si definiscono gli ambiti di responsabilità per internet service providers.

Il D. Lgs 70/2003 ha integrato (per ciò che riguarda il commercio elettronico del tipo *B2C – Business to Consumer*) il precedente decreto legislativo n. 185 del 1999 che aveva attuato in Italia la Direttiva comunitaria n. 7 del 1997, relativa alla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza (vale a dire quei contratti che utilizzano tecniche di comunicazione a distanza per la conclusione del contratto, tra cui, ovviamente, può ricomprendersi Internet).

[illegible]

CAPITOLO II

DIRITTO COMMERCIALE



2.1 L'IMPRENDITORE IN GENERALE

E' imprenditore, secondo l'art. 2082 del codice civile, chi esercita professionalmente un'attività economica organizzata al fine della produzione e dello scambio di beni e servizi.

Questa disposizione fissa i requisiti indispensabili per definire un soggetto imprenditore. In essa vengono, infatti, individuati cinque requisiti: 1) *attività*, vi è esercizio di una serie di atti soggetti ad una disciplina generale; 2) *economica*, diretta a produrre beni o servizi o a scambiare beni o servizi; 3) *professionalmente*, l'attività esercitata non deve essere occasionale, in altre parole deve essere svolta in modo abituale; 4) *organizzata*, ci deve essere un'organizzazione di beni e uomini atti alla produzione o allo scambio di beni e servizi; 5) *scopo di lucro*, requisito questo non specificato dal legislatore ma che, sia la giurisprudenza che la dottrina, sono concordi nel ritenere che l'attività esercitata dall'imprenditore deve essere finalizzata all'ottenimento di un lucro.

Malgrado la presenza di tutti i requisiti suddetti, tuttavia il legislatore non ha sottoposto allo statuto dell'imprenditore commerciale il piccolo imprenditore o chi esercita un'attività professionale intel-

lettuale (dottori commercialisti, avvocati, medici, etc.).

E' piccolo imprenditore, secondo la definizione dell'art. 2083 del codice civile, colui che esercita l'attività d'impresa con prevalenza del lavoro proprio o della propria famiglia, come ad esempio: i coltivatori diretti del fondo, i piccoli artigiani ed i piccoli commercianti. Non è piccolo imprenditore, tout court, chi fa anche da solo e senza un apparato aziendale, commercio di oggetti preziosi.

2.2 SEGUE: L'IMPRENDITORE COMMERCIALE

E' imprenditore commerciale, e quindi soggetto a fallimento, chi esercita una o più attività elencate dall'art. 2195 del codice civile.

Quindi, sono imprenditori commerciali coloro che esercitano:

- 1) un'attività industriale diretta alla produzione di beni (es. costruttori di automobili);
- 2) un'attività intermediaria nella circolazione dei beni (commercianti);
- 3) un'attività di trasporto per terra, per aria, per acqua;
- 4) un'attività bancaria o assicurativa;
- 5) altre attività ausiliarie delle precedenti (es. mediatori, agenti di commercio, etc.).

Quando il ruolo di imprenditore è assunto da un singolo individuo, si dice che l'attività commerciale è svolta da una *ditta individuale*; quando, invece, sono due o più persone, si dice che l'attività commerciale è svolta da una società, che può essere di persona o di capitali.

2.3 IL REGISTRO DELLE IMPRESE

Il Registro delle Imprese, tenuto dalle Camere di Commercio, è un'anagrafe delle imprese, sia ditte individuali che societarie, dove chiunque può attingere notizie di carattere economico e amministrativo. Tale registro, già previsto dal codice civile del 1942 all'art. 2188, è diventato operativo a partire dal 19 febbraio 1996 ed ha sostituito il Registro Ditte, tenuto dalle Camere di Commercio e la Cancelleria Commerciale del Tribunale.

Solo le società avevano l'obbligo di iscriversi sia al Registro

Ditte che alla Cancelleria Commerciale del Tribunale, mentre per le ditte individuali vi era l'obbligo dell'iscrizione nel Registro delle Ditte.

Con l'istituzione del Registro delle Imprese tutte le imprese sono diventate uguali di fronte all'anagrafe. Vi è l'obbligo da parte dell'imprenditore di iscrizione e di comunicare qualsiasi variazione.

Dal 1° luglio 2003, le società possono depositare le pratiche al Registro Imprese esclusivamente con firma digitale e per via telematica o su supporto informatico. Per le ditte individuali permane anche la possibilità di utilizzare i moduli cartacei.

Una delle funzioni principali del Registro è assicurare per ciascun tipo di impresa la *pubblicità legale*, specialmente per le società di capitali, le quali acquistano la personalità giuridica solo con la loro iscrizione (pubblicità costitutiva). Per altri tipi di iscrizioni (società di persone, imprenditori agricoli), la pubblicazione nel registro ha valore di pubblicità dichiarativa (la presunta notorietà ai terzi). Il piccolo imprenditore, invece, è iscritto nel Registro delle Imprese esclusivamente a *fini certificativi* e di *pubblicità notizia*.

Grazie al Decreto-Legge 7/2007 (terzo pacchetto Bersani sulle liberalizzazioni), convertito con modificazioni nella L. 40/2007, coloro che avviano una nuova attività d'impresa potranno godere di notevoli semplificazioni di carattere amministrativo. Infatti, l'art. 9 del decreto prevede che tutti gli adempimenti amministrativi di carattere nazionale previsti per l'iscrizione al Registro delle imprese, ed ai fini previdenziali, assistenziali e fiscali nonché per l'ottenimento del codice fiscale e della partita IVA vengono sostituiti da una comunicazione unica al Registro Imprese, che rilascia contestualmente la ricevuta. La ricevuta costituisce titolo per l'immediato avvio dell'attività imprenditoriale. E' lo stesso Ufficio del Registro delle imprese che dà notizia alle autorità competenti (INPS, INAIL, Agenzia delle Entrate) dell'avvenuta presentazione della comunicazione unica. L'amministrazione competente comunica immediatamente all'interessato il codice fiscale e la partita IVA e, entro sette giorni, gli ulteriori dati definitivi relativi alle posizioni registrate. La stessa procedura si applica anche in caso di modifica o cessazione dell'attività d'impresa.

2.4 LA SOCIETA' IN GENERALE

Secondo la definizione dell'art. 2247 del codice civile, la società è un contratto con il quale due o più persone conferiscono beni o servizi per l'esercizio in comune di un'attività economica allo scopo di dividerne gli utili.

La società nasce dunque da un contratto plurilaterale, perché vi è il conferimento e quindi la partecipazione di due o più persone. La società può nascere anche da un contratto unilaterale, cioè con il conferimento di una sola persona per la costituzione della società a responsabilità limitata unipersonale, grazie al recepimento di una direttiva CEE, che è stata introdotta nel nostro ordinamento. La riforma del diritto societario, adottata con il decreto legislativo n° 6 del 17 gennaio 2003, ha esteso questa possibilità (costituzione di società unipersonale) anche alle società per azioni.

Oltre alla società unipersonale e alle società cooperative, il nostro ordinamento ne prevede sei: società semplice, società in nome collettivo, società in accomandita semplice, società a responsabilità limitata, società per azioni e società in accomandita per azioni.

I criteri su cui si fonda la distinzione dei vari tipi di società sono tre:

- 1) la presenza o meno della responsabilità personale dei soci al pagamento dei debiti della società;
- 2) la natura dell'attività sociale, perché se l'attività svolta è un'attività commerciale, non si può adottare la struttura della società semplice che, per sua natura non può svolgere questo tipo di attività;
- 3) presenza o meno di azioni, cioè quando il patrimonio sociale è diviso in un numero determinato di quote, ed ogni quota viene rappresentata da un documento, denominato *azione*, il cui possesso è necessario per esercitare i diritti sociali.

2.5 SEGUE: LA SOCIETÀ SEMPLICE

La società semplice (insieme alla società in nome collettivo e alla società in accomandita semplice sono dette società di persona) costituisce il tipo meno complesso di società prevista dal legislatore. Il contratto può essere concluso in qualunque forma, anche oralmente, ma questa struttura societaria non può mai svolgere, come abbiamo già detto, un'attività commerciale.

L'amministrazione, in genere, è affidata a tutti i soci, però il contratto può stabilire che essa venga affidata ad uno solo di essi.

La società semplice, per sua natura, non può svolgere un'attività commerciale e quindi non è soggetta a fallimento. Tuttavia, i soci sono responsabili solidalmente ed illimitatamente per le obbligazioni sociali. Un creditore della società dopo aver escusso infruttuosamente il patrimonio sociale, può agire contro qualsiasi socio per soddisfare il suo credito.

Diversamente da quanto stabiliva il codice del 1942, anche la società semplice (detta anche società di fatto) è soggetta ad iscrizione nel Registro delle Imprese. Il D. Lgs. 228/2001 ha attribuito efficacia di pubblicità legale all'iscrizione delle società semplici.

2.6 SEGUE: LA SOCIETÀ IN NOME COLLETTIVO

Per costituire una società in nome collettivo (abbreviata s.n.c.) è necessario che il contratto tra i soci sia stipulato per atto pubblico o per scrittura privata autentica e che sia registrato nel Registro delle Imprese. Gli elementi essenziali di questo contratto sono:

- oggetto sociale, cioè il genere di attività economica da esercitare;
- sede sociale, cioè il luogo in cui la società pone il centro della sua attività;
- ragione sociale, cioè il nome della società che è dato dal nome di uno o più soci seguito da una "& C.";
- durata, poiché questo tipo di società deve essere a tempo determinato si deve indicare la scadenza;
- conferimenti, cioè la quota di capitale, che può essere in

denaro o in natura, che ciascun socio conferisce nella società;

- amministrazione, se non viene indicato il socio o i soci che hanno l'amministrazione o la rappresentanza, essa viene espletata da tutti i soci

Anche per la s.n.c. vige il principio della responsabilità illimitata e solidale.

2.7 SEGUE: LA SOCIETA' IN ACCOMANDITA SEMPLICE

La società in accomandita semplice (abbreviata s.a.s.) si distingue dalla s.n.c. solo perché prevede due categorie di soci: gli accomandatari, che sono di diritto anche amministratori e che hanno una responsabilità illimitata e solidale, e gli accomandanti che hanno, invece, una responsabilità limitata alla quota conferita.

L'atto costitutivo, cioè il contratto societario, deve indicare chi sono i soci accomandatari e i soci accomandanti.

Alla s.a.s. si applicano le stesse norme della s.n.c.

2.8 LA SOCIETA' PER AZIONI

La società per azioni (abbreviata s.p.a.) insieme alla società in accomandita per azioni (abbreviata s.a.p.a.) e alla società a responsabilità limitata (abbreviata s.r.l.) sono dette società di capitali. Esse una volta iscritte nel Registro delle Imprese acquistano la personalità giuridica, cioè diventano titolari di diritti e di doveri e per le obbligazioni sociali ne risponde soltanto la società con il proprio patrimonio (cosiddetto principio assoluto dell'autonomia patrimoniale).

La disciplina della s.p.a. è stata oggetto di una profonda riforma avvenuta con il D. Lgs. 6/2003, successivamente integrato e corretto dal D. Lgs. 37/2004 e dal D. Lgs. 310/2004. L'atto costitutivo della s.p.a. deve essere stipulato per atto pubblico. Il capitale sociale, che non può essere inferiore a 120.000,00 euro, è diviso in speciali certificati denominati azioni. Il nome delle s.p.a., come quelle delle

altre società di capitali, è detto denominazione sociale e non è necessario indicare il nome di uno dei soci.

Ogni atto che comporta la modifica dell'atto costitutivo e il bilancio annuale devono essere registrati nel Registro delle Imprese.

Gli organi della s.p.a., *nel sistema di amministrazione tradizionale*, sono:

- l'assemblea dei soci, che dà le linee direttive all'organo amministrativo ed approva il bilancio;
- il consiglio di amministrazione o l'amministratore unico a seconda della previsione dell'atto costitutivo, che ha il potere di gestione e di rappresentanza della società;
- il collegio sindacale che ha funzioni eminentemente di controllo, in particolare: controlla l'attività degli amministratori, assistendo alle riunioni del consiglio di amministrazione; ha un controllo di legittimità sulle delibere delle assemblee le quali devono essere conformi alla legge e all'atto costitutivo. Il controllo contabile può essere anche attribuito ad un revisore o società di revisione esterni alla società.

Al sistema tradizionale di governance (basato su un consiglio di amministrazione o amministratore unico controllato da un collegio sindacale ed eventualmente da un revisore esterno) la riforma del 2003 ha affiancato due nuovi modelli di amministrazione e controllo delle s.p.a.: il sistema c.d. *monistico* ed il sistema c.d. *dualistico*. Entrambi i sistemi possono essere adottati dalla società solo con un'espressa previsione statutaria, in assenza della quale si applica la disciplina del modello ordinario o tradizionale.

Nel sistema *monistico* l'amministrazione della società è affidata ad un consiglio di amministrazione collegiale. Il Consiglio di Amministrazione nomina al suo interno un Comitato di Controllo che esercita non il controllo contabile bensì il controllo sul corretto esercizio dell'amministrazione. A differenza del modello tradizionale (in cui l'assemblea elegge separatamente gli organi di amministrazione e di controllo) nel modello monistico i controllori sono emanazione degli stessi soggetti controllati.

Il sistema *dualistico* prevede l'elezione da parte dell'Assemblea di un organo denominato Consiglio di Sorveglianza, il quale elegge a sua volta il Consiglio di gestione. Il Consiglio di gestione ha l'esclusiva responsabilità della gestione e direzione dell'impresa e compie

tutte le operazioni necessarie per l'attuazione dell'oggetto sociale. Il Consiglio di Sorveglianza è l'organo centrale del modello dualistico. Esso riunisce in sé delle competenze che nel modello tradizionale sono demandate all'Assemblea ed altre che sono proprie del Collegio Sindacale. Infatti, il Consiglio di sorveglianza nomina gli amministratori ed approva il bilancio (competenze assembleari); inoltre vigila sul corretto esercizio dell'amministrazione (competenze dell'organo di controllo).

Sia nel sistema dualistico che nel sistema monistico il controllo contabile è affidato ad un revisore contabile o società di revisione.

2.9 SEGUE: LA SOCIETA' IN ACCOMANDITA PER AZIONI

La società in accomandita per azioni si distingue dalla s.p.a. solo perché prevede due categorie di soci: gli accomandatari, che sono di diritto anche amministratori e gli accomandanti.

L'atto costitutivo, cioè il contratto societario, deve indicare chi sono i soci accomandatari e i soci accomandanti.

Alla s.a.p.a. si applicano le stesse norme della s.p.a.

2.10 SEGUE: LA SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA

La società a responsabilità limitata avendo personalità giuridica, è responsabile delle obbligazioni sociali nei confronti dei terzi. A differenza della s.p.a., le quote di partecipazione dei soci non possono essere rappresentate da azioni. Inoltre, il capitale minimo di questo tipo di società non può essere inferiore a 10.000 euro. L'atto costitutivo della s.r.l. deve essere stipulato per atto pubblico.

La recente riforma del diritto delle società di capitali ha rivoluzionato profondamente la disciplina delle società a responsabilità limitata. Essa si è ispirata ai seguenti principi generali:

- prevedere un autonomo ed organico complesso di norme modellato sul principio della rilevanza centrale del socio e dei rapporti contrattuali tra i soci;

- prevedere un'ampia autonomia statutaria;
- prevedere la libertà di forme organizzative, nel rispetto dei principi di certezza nei rapporti con i terzi.

L'autonomia statutaria prevista dalla nuova normativa permette di scegliere tra norme generali che ripropongono il modello della s.p.a. e norme specifiche che consentono di derogare a quelle generali, potendosi così definire strutture organizzative che portano a costituire la s.r.l. come un nuovo tipo di società, con caratteristiche peculiari e proprie rispetto alla tradizionale fisionomia della s.p.a.

Rispetto alla vecchia disciplina non è più richiesto che la quota di partecipazione minima debba essere necessariamente dell'ammontare di un euro. Potranno, infatti, esservi quote inferiori all'euro.

La regola generale stabilita dall'art. 2468 c. c. prevede che:

- le quote siano proporzionali al conferimento;
- i diritti sociali siano proporzionali alla partecipazione posseduta.

Entrambe queste regole, tuttavia possono essere derogate. L'atto costitutivo può prevedere l'attribuzione a singoli soci di particolari diritti riguardanti l'amministrazione della società o la distribuzione degli utili.

L'amministrazione della società spetta, ove l'atto costitutivo non disponga diversamente, ai soci. Quando l'amministrazione è affidata a più persone, queste costituiscono il consiglio di amministrazione. L'atto costitutivo può tuttavia prevedere che l'amministrazione sia disgiunta o congiunta. La cosiddetta amministrazione congiunta è un'altra novità introdotta dalla riforma che consente in tal modo la possibilità di avere più amministratori unici.

Il collegio sindacale è obbligatorio solo se il capitale sociale non è inferiore a quello minimo stabilito per le società per azioni (120.000 euro) oppure se per due esercizi consecutivi siano stati superati due dei seguenti limiti:

- totale dell'attivo dello stato patrimoniale: 3.125.000,00 €;
- totale delle vendite e delle prestazioni: 6.250.000,00 €;
- dipendenti occupati in media durante l'esercizio: 50 unità.

2.11 LE SOCIETÀ COOPERATIVE

Le cooperative sono società che possono essere sia a responsabilità limitata che illimitata ed hanno come scopo il fine mutualistico, ciò significa che la loro attività è diretta ad offrire beni o servizi ai soci a condizioni più vantaggiose di quelle di mercato.

Anche le società cooperative devono costituirsi per atto pubblico.

La caratteristica di questo tipo di società è che è richiesto un numero minimo di soci, che in via ordinaria è di 9.

Un'altra caratteristica è che il capitale è soggetto a variazione con l'entrata e l'uscita dei soci, senza che ciò comporti una modifica dello statuto. Tale tipo di società è definita, infatti, a capitale aperto.

La riforma del 2003 ha innovato, anche, la disciplina delle società cooperative. Il legislatore ha introdotto una distinzione, in base al grado di meritevolezza, fra:

- *Cooperative a mutualità prevalente* caratterizzate dal fatto di agire principalmente con i propri soci e dal fatto di possedere uno statuto che prevede clausole limitative della distribuzione di utili e riserve accumulate dalla società. Queste cooperative sono meritevoli del trattamento previsto dall'art. 45 della Costituzione;

- *Cooperative a mutualità non prevalente* collocabili in un'area molto vicina alle società lucrative e per questo non meritevoli del trattamento previsto dall'art. 45 Cost.

2.12 I CONSORZI

Con il contratto di consorzio due o più imprenditori istituiscono un'organizzazione comune per la disciplina o per lo svolgimento di determinate fasi delle rispettive imprese.

Il consorzio può essere:

con attività interne;

con attività esterna, in questo caso viene istituito un ufficio destinato a svolgere l'attività con i terzi.

2.13 L'ASSOCIAZIONE IN PARTECIPAZIONE

Nel contratto di associazione in partecipazione si hanno due parti: l'associante e l'associato. L'associante è colui che ha una propria impresa ovvero che intende compiere uno o più affari, attribuendo all'associato una parte degli utili dell'impresa o degli affari.

L'associato è colui che dà un determinato apporto all'associante, il quale lo utilizza nell'impresa o nell'affare.

Poiché la gestione dell'impresa o dell'affare spetta all'associante, questi è l'unico responsabile e risponde con il suo patrimonio di fronte ai terzi.

2.14 L'IMPRESA FAMILIARE

Con la riforma del diritto di famiglia del 1975, l'imprenditore che si vuole avvalere dei suoi familiari entro il 3° grado (genitori, figli, ecc.) e/o affini entro il 2° grado (cognati, ecc.), è tenuto a stipulare un contratto davanti al notaio, con il quale si istituisce "l'impresa familiare".

Anche se l'imprenditore costituisce l'impresa familiare, l'attività non è mai svolta sotto forma di società, ma è solo una forma che garantisce la partecipazione agli utili dei familiari. Infatti, all'imprenditore spetta in ogni caso il 51% degli utili e la gestione straordinaria dell'impresa.

2.15 I LIBRI OBBLIGATORI PER LE SOCIETÀ

Le società di persone devono tenere obbligatoriamente i seguenti libri: libro giornale e libro degli inventari, nonché libri obbligatori ai fini IVA.

Per quanto riguarda le società per azioni, le innovazioni discendono dall'inserimento dei nuovi modelli di organizzazione e controllo, dalla conseguente proliferazione dei possibili organi sociali (ognuno dei quali deve dotarsi di un proprio libro) e dall'innovativa possibilità di ricorso agli strumenti finanziari. Oltre al libro giornale e al libro degli inventari, nonché ai libri previsti dalla disposizio-

ni tributarie, le s.p.a. devono obbligatoriamente tenere i seguenti libri: libro dei soci, libro delle adunanze e delle deliberazioni delle assemblee, il libro delle adunanze e delle deliberazioni del consiglio di amministrazione o del consiglio di gestione, il libro delle adunanze e delle deliberazioni del collegio sindacale ovvero del consiglio di sorveglianza o del comitato per il controllo di gestione, il libro delle adunanze e delle deliberazioni del comitato esecutivo se questo esiste, il libro degli strumenti finanziari emessi in relazione a patrimoni destinati a uno specifico affare, il libro delle obbligazioni e il libro delle adunanze e delle deliberazioni delle assemblee degli obbligazionisti se sono stati emessi titoli obbligazionari.

Più incisive sono, invece, le novità che interessano le società a responsabilità limitata. Le nuove s.r.l. devono obbligatoriamente tenere i seguenti libri:

- libro giornale;
- libro degli inventari;
- libro dei soci (tra le informazioni obbligatorie viene inserita quella relativa alla partecipazione di spettanza di ciascun socio: ciò in dipendenza del fatto che, a seguito della riforma, le partecipazioni dei soci possono, per espressa previsione dell'atto costitutivo, essere fissate in misura non proporzionale ai conferimenti effettuati);
- libro delle decisioni dei soci (rimpiazza il libro delle adunanze e delle deliberazioni dell'assemblea: la nuova denominazione tiene conto dell'introduzione nel sistema della possibilità per i soci di assumere decisioni in forma non collegiale, attraverso il meccanismo della consultazione scritta o del consenso espresso per iscritto);
- libro delle decisioni degli amministratori (sostituisce il tradizionale libro delle deliberazioni del consiglio di amministrazione: anche in questo caso, la modifica di denominazione è collegata all'analogica, innovativa possibilità per l'organo amministrativo di adottare le proprie decisioni con modalità non collegiale);
- libro delle decisioni del collegio sindacale o del revisore, nominati ai sensi dell'art. 2477 del codice civile.

La Legge 383/2001 ha espressamente abrogato, per i libri contabili obbligatori (libro giornale, libro degli inventari), l'obbligo di vidimazione iniziale. Tuttavia, rimane in vita l'obbligo di numerazione delle pagine prima di essere utilizzate e della bollatura.

L'obbligo di cui sopra vale anche per i registri contabili previ-

sti da norme tributarie (registri IVA e registro dei beni ammortizzabili).

La semplificazione in commento non riguarda i libri sociali della s.p.a. e della s.r.l., per i quali rimane, pertanto, obbligatoria l'osservanza delle seguenti formalità estrinseche prima dell'uso:

- numerazione progressiva di ogni pagina;
- bollatura di ogni foglio;
- indicazione nell'ultima pagina del numero di fogli che compongono il libro, ad opera dell'ufficio del Registro delle Imprese o di un notaio.

2.16 CONCETTO DI AZIENDA E L'AVVIAMENTO COMMERCIALE

L'imprenditore per esercitare la sua attività ha bisogno di un complesso di beni e di servizi di cui poter disporre. Questo complesso viene appunto denominato "*azienda*". Il concetto di azienda è inteso a proteggere, entro certi limiti, l'unità economica del complesso di beni, che è in relazione alla sua funzionalità all'esercizio dell'impresa. L'unità economica dell'azienda si ritrova sotto due profili: l'uno immediato, diretto al servizio della produzione e l'altro successivo, diretto alla realizzazione del profitto.

Impresa ed azienda sono due concetti interdipendenti ma diversi tra loro. I due concetti si muovono, infatti, su due piani diversi: su un piano soggettivo è concetto d'impresa, nel senso che si riferisce all'imprenditore; su un piano oggettivo è concetto di azienda, nel senso che costituisce lo strumento per l'esercizio dell'attività dell'imprenditore.

Per conseguire gli scopi finali dell'impresa, è necessario che l'imprenditore mantenga funzionale l'azienda ai fini della produzione e quindi soddisfare la domanda da parte dei consumatori. Da qui l'importanza della conquista e della conservazione di un certo flusso di domanda e della convenienza di acquistare beni o servizi presso l'impresa.

Per comprendere la realtà dell'azienda e la sua disciplina, occorre introdurre il concetto di "*avviamento*".

L'avviamento commerciale è la capacità dell'impresa di conseguire profitto: si può fare riferimento al profitto passato così come a

quello futuro. Dalla previsione di capacità future di profitto scaturisce il valore dell'azienda.

La legge riconosce al commerciante il diritto alla protezione dell'avviamento commerciale.

Ciò ricorre principalmente in tre casi:

- nella compravendita dell'azienda;
- nell'espropriazione dell'immobile per pubblica utilità;
- nella cessazione del rapporto di locazione quando non sia dovuto a inadempimento, disdetta, recesso del conduttore o procedura concorsuale. In questo caso al conduttore spetta un'indennità pari a 18 mensilità dell'ultimo canone corrisposto.

2.17 SEGNI DISTINTIVI DELL'AZIENDA

Per favorire la formazione e la conservazione della clientela, l'impresa ha interesse a che i consumatori possano facilmente distinguere la sua azienda, il suo negozio e i suoi prodotti o servizi. Da qui, quindi, la nascita dei segni distintivi: *ditta, insegna e marchio*.

La ditta è il nome sotto il quale l'imprenditore esercita la sua attività; l'insegna è il segno distintivo del locale nel quale si svolge l'attività; il marchio è il segno che contraddistingue il prodotto dell'imprenditore, che se registrato presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, gode di una particolare tutela.

2.18 I COLLABORATORI DELL'IMPRENDITORE

L'imprenditore per svolgere la sua attività ha normalmente bisogno di collaboratori, i quali possono essere **collaboratori subordinati o interni e collaboratori autonomi o esterni**.

I collaboratori subordinati sono coloro che si obbligano mediante retribuzione a prestare la propria opera nell'impresa alle dipendenze e sotto la direzione dell'imprenditore. Tali collaboratori sono: l'istitutore, il procuratore e il commesso.

L'**istitutore** è il rappresentante generale dell'imprenditore preposto all'esercizio dell'intera impresa commerciale o di un ramo di essa, nella sede principale o in una sede secondaria. All'istitutore è

quindi affidata o l'intera attività d'impresa o una parte della stessa che costituisce un'unità organica.

Il procuratore è un altro rappresentante generale dell'imprenditore. Egli ha il potere di compiere tutti gli atti di esercizio dell'impresa, differisce però dall'istitutore perché non è preposto all'esercizio dell'impresa e quindi vi è un altro soggetto cui sono riservate le decisioni di vertice dell'impresa.

Il commesso ha, invece, un limitato potere di rappresentanza. Egli può compiere solo gli atti che ordinariamente comporta il tipo di operazioni di cui è incaricato. I tipi principali di commessi sono due: i commessi di negozio, che svolgono la loro opera nei locali dell'impresa; i commessi viaggiatori, svolgono la loro opera viaggiando in determinate zone.

2.19 SEGUE: I COLLABORATORI ESTERNI ALL'IMPRESA

I collaboratori esterni all'impresa sono coloro che si obbligano nei confronti dell'imprenditore a compiere per suo conto, senza vincolo di subordinazione, un'opera o un servizio. Spesso anch'essi sono a loro volta imprenditori e con la loro impresa forniscono un determinato servizio.

Questi soggetti possono essere:

mediatore o sensale, è colui che mette in relazione due o più parti per la conclusione di un affare, senza essere legato ad alcune di esse;

agente o rappresentante di commercio, è colui che agisce per conto di una parte per la conclusione di contratti;

procacciatore d'affari, figura non prevista dal diritto commerciale, è colui che senza vincoli contrattuali ha il compito di reperire nuovi clienti;

commissionario, è colui che conclude contratti di compravendita in nome proprio ma per conto di altri;

spedizionario, è colui che conclude contratti di trasporto in nome proprio ma per conto di altri.

2.20 LA CRISI ECONOMICA DELL'IMPRENDITORE COMMERCIALE

Gli imprenditori commerciali ricorrono sovente ad un particolare tipo di credito, nel senso che i creditori degli imprenditori (credito a cui ricorrono) sono a loro volta debitori di altri imprenditori e la mancata riscossione di un loro credito può comportare come conseguenza la crisi di interi settori delle attività economiche.

Onde evitare che un'impresa possa causare le crisi a catena di altre imprese, la legge ha previsto, nei casi di difficoltà finanziarie temporanee dell'imprenditore, l'istituto del *concordato preventivo*. Il legislatore, con il D.L. n° 35 del 14 marzo 2005, ha novellato parzialmente il concordato preventivo definendolo "strumento attraverso il quale la crisi dell'impresa può essere risolta anche tramite accordi stragiudiziali che abbiano ad oggetto la ristrutturazione dell'impresa". La vecchia normativa prevedeva che l'imprenditore per proporre domanda di concordato preventivo dovesse essere "meritevole" (vale a dire onesto ma sfortunato) e in "stato d'insolvenza". La nuova normativa ha eliminato il primo requisito, mentre il secondo è stato sostituito con quello di "crisi". Vengono eliminati, inoltre, le condizioni, *rectius*, la forma che la proposta di concordato doveva soddisfare, cioè:

- a) il concordato con garanzia;
- b) il concordato con cessione dei beni.

Le nuove condizioni si fondano su un piano che prevede:

- la ristrutturazione dei debiti e la soddisfazione dei crediti attraverso qualsiasi forma;
- l'attribuzione delle attività delle imprese interessate dalla proposta di concordato ad un assuntore;
- la suddivisione dei crediti in classi secondo posizione giuridica e interessi economici;
- i trattamenti differenziati tra creditori appartenenti a classi diverse.

Il ricorso al concordato preventivo evita all'imprenditore il fallimento.

2.21 SEGUE: LA DICHIARAZIONE DI FALLIMENTO

Se l'incapacità finanziaria dell'imprenditore non è temporanea, cioè nel senso che l'imprenditore non riesce più a far fronte con regolarità alle proprie obbligazioni, egli diventa insolvente.

Quando si manifesta lo stato d'insolvenza dell'imprenditore, il legislatore ha ritenuto che il miglior rimedio sia quello di liquidare, con la maggior rapidità possibile, tutto l'attivo del suo patrimonio in modo che il ricavato possa essere distribuito tra i suoi creditori (sia quelli relativi all'impresa che non), e curando che tutti i creditori siano trattati egualmente e senza preferenza (cosiddetto principio della *par condicio creditorum*).

La dichiarazione di fallimento è fatta con sentenza del Tribunale del luogo dove ha sede l'impresa.

Possono fare istanza di fallimento:

- l'imprenditore;
- uno o più creditori;
- il Pubblico Ministero, quando lo stato di insolvenza emerge nel corso di un procedimento penale; oppure qualora nel corso di un procedimento civile l'insolvenza sia rilevata dal giudice che ne dà segnalazione al Pubblico Ministero affinché questi possa chiedere il fallimento.

La sentenza che dichiara il fallimento:

- nomina il giudice delegato che controlla e vigila sulla regolarità della procedura (prima della riforma, la Legge Fallimentare prevedeva la direzione del giudice delegato sulle operazioni del fallimento);
- nomina il curatore il cui compito principale consiste nell'amministrazione dei beni del fallito e nel compimento di tutte le operazioni della procedura, sotto la vigilanza del giudice delegato e del comitato dei creditori;
- ordina al fallito di depositare i libri e le scritture contabili;
- invita i creditori a presentare istanza di insinuazione al passivo (questi poi si costituiscono in comitato);
- stabilisce la data dell'adunanza di tutti i creditori per la verifica del passivo.

2.22 SEGUE: LE CONSEGUENZE DEL FALLIMENTO PER IL FALLITO

La dichiarazione di fallimento comporta per il fallito determinate incapacità:

- *la perdita della capacità di esercitare alcune professioni* (dottore commercialista, avvocato, titolare di farmacia);
- *la perdita della capacità di assumere determinati uffici* (tutore o curatore; giudice di pace; giudice popolare; esattore delle imposte; amministratore o liquidatore di società per azioni).

La riforma ha notevolmente limitato gli effetti personali del fallimento, che sono i seguenti:

- il fallito (o gli amministratori o i liquidatori della società fallita) deve consegnare al curatore la propria corrispondenza, inclusa quella elettronica, riguardante solo i rapporti compresi nel fallimento (la disciplina anteriore alla riforma prevedeva che tutta la corrispondenza del fallito fosse consegnata al curatore);

- il fallito (o gli amministratori o i liquidatori della società fallita) deve comunicare al curatore ogni cambiamento della propria residenza o del proprio domicilio. In caso di mancato adempimento, è prevista una sanzione penale (la disciplina precedente prevedeva che il fallito non potesse allontanarsi dalla sua residenza senza il permesso del giudice delegato).

Le suddette limitazioni perdurano fino alla chiusura del fallimento.

La riforma, nell'ottica dell'eliminazione delle sanzioni personali a carico del fallito, ha soppresso il registro dei falliti attraverso l'abrogazione dell'art. 50 L. F., nonché ha soppresso la prevista incapacità per il fallito, nei 5 anni successivi al fallimento, di esercitare il diritto di voto. La disposizione che contempla tali abrogazioni è entrata in vigore il 16 gennaio 2006. In coordinamento con tali interventi è stato soppresso l'istituto della riabilitazione. Con la riabilitazione il fallito era cancellato dal registro e riacquistava tutte le capacità che aveva perduto con la dichiarazione di fallimento.

Occorre poi evidenziare l'avvenuta abrogazione (ad opera del D. Lgs. 169/2007) del disposto di cui all'art. 5 comma 2 lett. a) del D. Lgs. 114/98 che vietava l'esercizio dell'attività commerciale ai soggetti dichiarati falliti i quali pertanto potranno ottenere l'iscrizione presso il Registro delle Imprese.

2.23 SEGUE: CHIUSURA DEL FALLIMENTO E L'ESDEBITAZIONE DEL FALLITO

Il fallimento si chiude con decreto motivato del Tribunale quando:

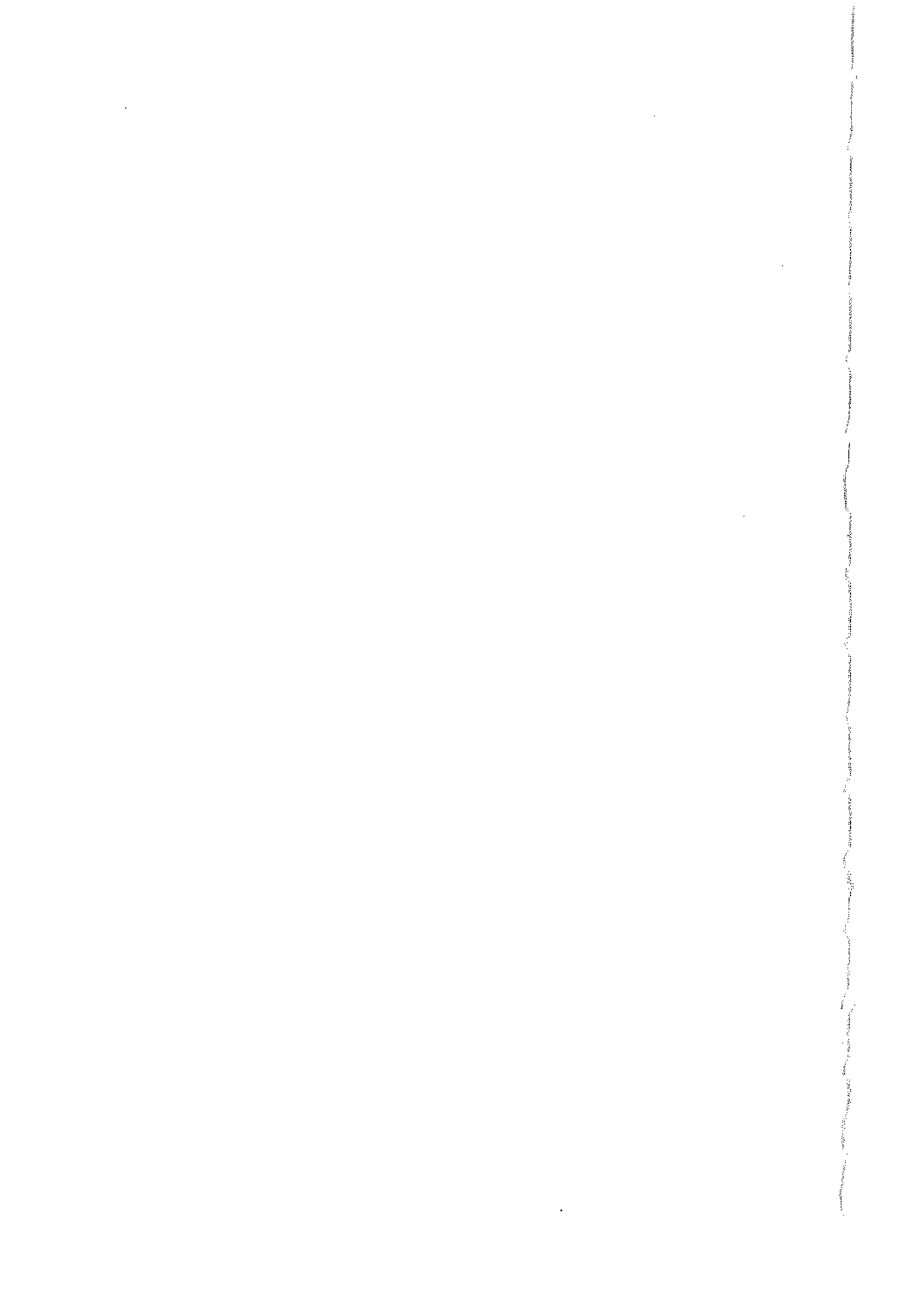
- è stato liquidato tutto l'attivo del fallimento, vi è stata, quindi la trasformazione in denaro dei beni e la conseguente ripartizione tra creditori;

- sono stati estinti tutti i debiti;

- non ci sono state istanze di insinuazione al passivo;

- manca l'attivo.

La riforma ha introdotto ex novo nella Legge Fallimentare l'istituto dell'esdebitazione del fallito. Questa consiste nella liberazione del fallito, una volta chiusa la procedura senza l'integrale pagamento di tutti i creditori, dai debiti residui nei confronti dei creditori concorsuali non soddisfatti per intero, a condizione che egli sia considerato <<meritevole>>. Può beneficiare dell'esdebitazione solo il fallito persona fisica, essendo pertanto escluse dall'istituto le società dichiarate fallite.



CAPITOLO III

NOZIONI DI LEGISLAZIONE PENALE
RELATIVA ALL'ATTIVITA' COMMERCIALE



3.1 INTRODUZIONE

Abbiamo già visto, nelle pagine precedenti, che quando l'imprenditore commerciale non rispetta la legge in materia amministrativa viene punito con sanzioni.

Ci sono altre violazioni che, se commesse nell'esercizio della propria attività, possono avere conseguenze penali.

Ebbene, in questo capitolo, ci occuperemo delle violazioni del codice penale.

Prima di passare al reato, ci sono alcune parole che l'imprenditore non deve mai dimenticare e cioè: contraffazione, adulterazione, sofisticazione e alterazione.

La *contraffazione* è quell'azione fraudolenta che consiste nel vendere un prodotto dichiarato di qualità superiore a quella effettiva o di composizione diversa da quella reale, esempio vendere mozzarella prodotta con latte in polvere per mozzarella con latte di bufala.

L'*adulterazione* è quell'operazione fraudolenta che consiste nel variare la composizione analitica di un alimento nel senso di aggiungere o sottrarre qualche componente, esempio aggiungere acqua alla birra spillata.

La *sostituzione* è quella operazione fraudolenta consistente nell'aggiungere all'alimento sostanze estranee alla sua composizione con lo scopo di migliorarne l'aspetto o per coprirne i difetti.

L'*alterazione* è quel processo spontaneo di modificazione delle caratteristiche di un alimento, quale vendere prodotti già scaduti.

Un imprenditore commette reato, quando viola una norma penale (che prevede una pena per il trasgressore).

I reati si distinguono in: delitti e contravvenzioni.

I *delitti* sono: l'*ergastolo* che è la privazione della libertà per tutta la vita; la *reclusione* che è la privazione della libertà che varia, a seconda del reato, da 15 giorni a 24 anni; la *multa* che consiste nel pagamento di una somma di denaro allo Stato.

Le *contravvenzioni* sono: l'*arresto*, che a seconda del reato varia da 15 giorni a 3 anni; l'*ammenda* che consiste nel pagamento di una somma di denaro allo Stato.

Nel nostro ordinamento le pene si distinguono in principali (sono quelle che abbiamo visto sopra e vengono inflitte dal giudice con sentenza) ed accessorie. Queste ultime sono conseguenze inevitabili della condanna, i cui effetti producono: l'interdizione dai pubblici uffici, l'interdizione da una professione o da un'arte o da una attività commerciale.

3.2 CORRUZIONE E FRODE CONTRO LO STATO O ALTRO ENTE PUBBLICO

L'imprenditore che corrompe o istiga alla corruzione un pubblico ufficiale o persona incaricata ad un pubblico servizio, commette reato ed è punibile come delitto.

Commette reato anche l'imprenditore che froda lo Stato o altro Ente Pubblico nell'esecuzione di contratti di fornitura.

3.3 SEGUE: I REATI CONTRO LA FEDE PUBBLICA E LA MORALITA'

L'imprenditore commerciale che contraffatta o altera monete o possiede monete contraffatte, commette reato punibile con la reclusione o con la multa, a seconda se il reato sia stato commesso con dolo (cioè cognizione di causa, volutamente) o con colpa (cioè con imperizia, imprudenza).

Commette reato, ed è punibile con la reclusione o con multa, anche chi contraffatta, altera o fa uso indebito di marchi, brevetti o di segni distintivi di opera dell'ingegno e dei prodotti industriali. Questi sono denominati *reati contro la fede pubblica*.

E' considerato, invece, *reato contro la moralità* ed è quindi punibile con la reclusione, l'imprenditore che commercia o distribuisce o espone pubblicamente, disegni, immagini od altri oggetti osceni di qualsiasi specie.

3.4 SEGUE: ALTRE FORME DI REATO

Commette frode, ed è quindi reato punibile con la reclusione o con la multa, il commerciante o il somministratore al pubblico di alimenti o bevande, che consegna all'acquirente un bene diverso per origine, provenienza, qualità o quantità da quello dichiarato o pattuito.

Commette reato l'imprenditore, che allo scopo di creare confusione nel mercato delle merci, diffonde notizie false, esagerate, tendenziose, atte a provocare artificiosi aumenti o diminuzioni del prezzo delle merci. Tale reato è conosciuto con il nome di *aggiotaggio* e lo compie anche chi, con manovre speculative od occulte, accaparra od incetta materie prime, generi alimentari di largo consumo o prodotti di prima necessità in modo da determinare la scarsità o il rincaro dei prezzi di questi articoli sul mercato.

Commette, altresì, reato chi pone in vendita o somministra sostanze alimentari non genuine come genuine o mette in commercio sostanze contraffatte o adulterate.

E', infine, reato chi pone ed è punibile con la reclusione o la multa, il commercio di sostanze alimentari che sono nocive al con-

- *l'indebita compensazione*, per cui è punito con la reclusione da sei mesi a due anni chiunque ometta il versamento di somme dovute a motivo dell'utilizzazione in compensazione di crediti non spettanti o inesistenti, per un ammontare superiore a cinquantamila euro con riferimento al singolo periodo d'imposta.

3.6 ATTIVITA' NON AUTORIZZATE, MISURE E PESI ILLEGALI

Chi commercia senza autorizzazione cose preziose commette reato.

Chi somministra bevande alcoliche ad un minore di anni 16 o a persona affetta da malattia mentale, commette reato.

Chi tiene in un luogo pubblico o aperto al pubblico un gioco d'azzardo, è punito con l'arresto e un'ammenda.

Sono considerati giochi d'azzardo, anche, quelli con apparecchi e congegni automatici, semiautomatici ed elettronici che hanno insita la scommessa o che consentono vincite puramente aleatorie di un qualsiasi premio in denaro o in natura o che consentano vincite di valore superiore ai limiti fissati per l'utilizzo di apparecchi leciti, escluse le macchine vidimatrici per i giochi gestiti dallo Stato.

Per i contravventori oltre all'arresto e all'ammenda, sono previsti la confisca degli apparecchi e la sospensione della licenza.

E' soggetto a contravvenzione il commerciante che possiede, nella sua bottega, misure o pesi non legali.

CAPITOLO IV

NOZIONI DI LEGISLAZIONE IGIENICO-SANITARIA SUL COMMERCIO



4.1 LA LICENZA SANITARIA DEI LOCALI

Il locale che l'imprenditore utilizza per l'esercizio della sua attività, deve essere munito di licenza sanitaria, ciò significa che il locale, per essere autorizzato dall'autorità sanitaria, deve rispettare una serie di norme generali e speciali. Le norme generali riguardano la staticità e la destinazione d'uso dei locali, mentre quelle speciali riguardano il tipo di attività che si vuole svolgere nei locali.

L'autorizzazione sanitaria o licenza sanitaria è rilasciata:

- dall'organo regionale, o dalle province autonome di Trento e Bolzano, per le attività che riguardano laboratori e stabilimenti per la produzione, preparazione e confezionamento delle sostanze alimentari di origine vegetale, animale o miste;
- dagli organi comunali o loro consorzi, nel caso di deposito all'ingrosso di alimentari di origine vegetale o animale e nel caso di piccoli laboratori artigiani annessi ad esercizi di somministrazione di alimenti e bevande.

A prescindere dal tipo di attività, il locale deve essere: salubre, dotato di sufficiente areazione ed illuminazione, privo di umidità o esalazioni nocive. Inoltre, l'imprenditore deve usare mezzi efficaci contro gli insetti, i roditori ed altri animali.

L'autorità sanitaria, prima di rilasciare la licenza, deve accertare che i locali abbiano i requisiti minimi obbligatori previsti dalla legge e dai regolamenti. Una volta ottenuta l'autorizzazione, l'imprenditore deve comunicare alla stessa autorità eventuali variazioni o modifiche apportate ai locali ed agli impianti.

4.2 L'IGIENE DEL PERSONALE

Oltre alle norme di igienicità dei locali, vi sono anche delle norme che riguardano l'igienicità del conduttore, dei familiari e del personale. Quindi, chi è addetto alla produzione, preparazione, manipolazione, vendita, trasporto e distribuzione dei beni alimentari confezionati in involucri, deve fare un corso presso l'ASL o scuole autorizzate. Detto corso ha sostituito il libretto sanitario. Inoltre, questi stessi soggetti devono sottoporsi periodicamente a visite di controllo e a vaccinazioni antitifoidiche e paratifoidee ed altri trattamenti di profilassi, nonché indossare copricapo, adeguata giacca o tuta di colore bianco e curare la pulizia della propria persona.

In caso di contrazione di malattie infettive, questi devono essere allontanati dal luogo di lavoro fino a completa guarigione certificata da un medico.

4.3 L'IGIENICITA' DEI PRODOTTI

Il commerciante e il somministratore di alimenti e bevande, oltre a curare l'igienicità dei locali e della persona, deve curare anche l'igienicità dei prodotti, degli utensili, dei scaffali, dei banconi e relative suppellettili che sono presenti nel negozio o bottega.

Tali norme devono essere applicate indistintamente da tutti gli operatori commerciali.

4.4 GLI ORGANI DI VIGILANZA E LORO POTERI

La vigilanza in materia di produzione e vendita di generi alimentari, spetta:

ai Comuni o loro consorzi, tramite le A.S.L.;

alle Regioni e Province autonome, tramite gli organi competenti;

al Ministero della Sanità.

Questi organi, molte volte per vigilare sull'igiene degli alimenti si avvalgono dei N.A.S. (Nucleo Antisofisticazioni e Frodi, del corpo dei Carabinieri), dei laboratori pubblici di igiene e salute, degli ispettori dell'Ufficio repressioni e frodi, dei vigili sanitari, etc.

La vigilanza sanitaria avviene per ispezioni e per prelievi di campioni. Sia nell'uno che nell'altro caso deve essere redatto verbale e sottoscritto dall'Ufficiale e dall'esercente.

Se la verifica avviene su campione, lo stesso viene analizzato dai laboratori provinciali di igiene e profilassi o presso altri laboratori e l'esercente può chiedere una delle parti del campione chiusa e sigillata.

CAPITOLO V

LEGISLAZIONE DEL LAVORO E LE ASSICURAZIONI SOCIALI OBBLIGATORIE



PALAZZO CHIGI

5.1 INTRODUZIONE

Il lavoro si distingue in lavoro autonomo e in lavoro subordinato.

Il lavoro autonomo è svolto da un soggetto, senza vincolo di subordinazione, e nasce da un contratto d'opera in cui il lavoratore autonomo si obbliga a compiere un'opera o un servizio dietro il pagamento di un corrispettivo.

Il lavoratore subordinato, secondo la definizione dell'art. 2094 codice civile, è quel soggetto che si obbliga mediante retribuzione a collaborare nell'impresa, prestando il proprio lavoro intellettuale o manuale alle dipendenze e sotto la direzione dell'imprenditore.

I lavoratori subordinati si distinguono in dirigenti, quadri, impiegati e operai.

L'imprenditore commerciale si può avvalere dei seguenti tipi di dipendenti:

- personale con funzioni diverse;
- institori (vedi par. 2.18);
- procuratori (vedi par. 2.18).

Dall'1 luglio del 1973, il personale dipendente delle aziende

della distribuzione commerciale, è stato inquadrato in un'unica classificazione articolata su 8 livelli professionali, ciascuno con una diversa retribuzione.

Alcuni esempi di livelli:

1° livello: gestore o gerente il negozio, filiale o supermercato;

2° livello: cassiere principale, capo reparto, contabile con mansioni di concetto, etc.;

3° livello: vetrinista, commesso stimatore o commesso di libreria, etc.;

4° livello: contabile di ordine, cassiere comune, operatore meccanografico, commesso alla vendita al pubblico, magazziniere, etc.;

5° livello: fatturista, archivista e protocollista, dattilografo, schedarista, addetto al controllo e alla verifica delle merci, centralinista, etc.;

6° livello: dimostratore, imballatore, impaccatore, fattorino, etc.;

7° livello: addetto alle pulizie, garzone, etc.

5.2 VARIE FORME DI CONTRATTO

Il contratto di lavoro è, salvo casi particolari, a tempo indeterminato. Tuttavia, la legge consente all'imprenditore commerciale di poter assumere lavoratori a tempo determinato per: sostituzione di prestatori assenti ai quali deve essere conservato il posto di lavoro; eseguire un'opera occasionale; lavori stagionali; etc..

Gli imprenditori commerciali che hanno un'azienda con un numero di dipendenti inferiore a 15, non hanno particolari obblighi di assunzione. Quando l'azienda ha un numero di dipendenti superiore a 15, l'imprenditore è obbligato ad assumere (con una percentuale che varia a seconda del numero effettivo di lavoratori già in servizio) lavoratori che appartengano alle categorie protette: invalidi civili, invalidi di guerra, profughi, sordomuti, etc.

Il D. Lgs. 297/02 ha abrogato le liste di collocamento (restano in vigore solo le liste dei lavoratori disabili, dei lavoratori in mobilità e dei lavoratori dello spettacolo) e ha esteso a tutti i contratti il principio dell'assunzione diretta. La chiamata è nominativa salvo

dare comunicazione dell'avvenuta assunzione.

Con la legge-delega del 14 febbraio 2003, n. 30 (c.d. legge Biagi), il Parlamento ha affidato al Governo il compito di attuare la riforma del mercato del lavoro. In attuazione di tale legge, il Governo ha quindi emanato il D. Lgs. 10 settembre 2003, n. 276.

La nuova normativa ha l'obiettivo di rendere più flessibile e trasparente il mercato del lavoro, migliorandone l'efficienza e sostenendo politiche attive per il lavoro e favorendo la diminuzione del tasso di disoccupazione.

Il D. Lgs. 276/2003 ha reso operativa la riforma dei Servizi per l'impiego, accostando ai tradizionali operatori pubblici nel mercato (i Centri per l'impiego), le nuove Agenzie per il lavoro e altri operatori autorizzati (es. Università). Le Agenzie per il lavoro sono soggetti privati in possesso di autorizzazione dello Stato che svolgono attività di somministrazione di lavoro, intermediazione, ricerca e selezione del personale, supporto alla ricollocazione professionale.

Numerosi sono i nuovi contratti di lavoro introdotti nel nostro ordinamento o disciplinati per la prima volta per effetto della riforma Biagi:

- *il contratto di inserimento*. Sostituisce il contratto di formazione e lavoro e può essere definito come un contratto a termine svolto secondo un progetto predisposto dal datore di lavoro, con lo scopo di adattare le competenze del lavoratore a un determinato contesto lavorativo o di attuare l'inserimento o reinserimento nel mercato del lavoro di particolari categorie di persone (si rivolge soprattutto alle donne delle aree svantaggiate e ai lavoratori più anziani);
- *il contratto a progetto* (ex Co. Co. Co.). E' un contratto di lavoro autonomo, con cui un lavoratore s'impegna, stabilmente ma senza vincolo di subordinazione, ad eseguire un progetto o un programma secondo le direttive, i criteri e i tempi concordati con il committente. Il contratto a progetto rappresenta una diversa modalità di realizzare una collaborazione coordinata e continuativa (in cui le collaborazioni devono essere ricondotte ad un progetto). In questo caso, è indispensabile il contratto scritto nel quale sia descritta la prestazione e il risultato da raggiungere;
- *il lavoro ripartito* (o job sharing). E' il contratto con cui due o più lavoratori (coniugi, madre e figli, fratelli e sorelle, studenti, etc.) assumono insieme (in solido) l'impegno ad adempiere un'unica presta-

zione lavorativa coprendo, in orari differenti, l'intera giornata lavorativa;

- *il lavoro a chiamata* (o job on call o lavoro intermittente). E' un tipo di lavoro subordinato, in cui il lavoratore fornisce prestazioni discontinue, secondo le esigenze del datore di lavoro.

La riforma Biagi ha ridisciplinato, anche, alcuni tipi contrattuali già previsti dal nostro ordinamento come il *contratto di apprendistato*, *part-time* e *temporaneo*.

5.3 CONTRATTO COLLETTIVO E IL RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO

Ogni rapporto di lavoro subordinato è regolato, oltre che dal codice civile e dalle leggi speciali (per esempio lo Statuto dei lavoratori che è un elenco di diritti e di doveri sia per il dipendente che per il datore), dal contratto collettivo di categoria.

Il rapporto di lavoro subordinato nel commercio è regolato dal contratto collettivo nazionale rinnovato il 2 luglio 2004 ed ha validità sino al 31 dicembre 2007 per i commercianti, mentre per i somministratori di alimenti e bevande il contratto (che è quello turistico) è stato rinnovato il 27 luglio 2007 e scade il 31 dicembre 2009.

I datori di lavoro devono stipulare tale contratto anche se non appartengono a nessuna organizzazione sindacale (esempio ASCOM, CONFESERCENTI, CONFCOMMERCIO).

Il contratto prevede le voci e la misura minima della retribuzione e le norme che regolano lo svolgimento del rapporto di lavoro.

Gli elementi principali della retribuzione sono:

- paga base prevista per ciascun livello;
- indennità di contingenza (detta anche scala mobile o caro vita);
- terzo elemento, che consiste in una determinata somma che il datore è tenuto a dare in più rispetto al contratto collettivo. In alcune province, il terzo elemento è previsto dagli accordi o dal contratto stesso;
- scatti di anzianità, spettano al dipendente che presta la propria opera presso la stessa azienda. Tale diritto matura ogni 3 anni;
- superminimo, è un riconoscimento del datore di lavoro al dipen-

dente per la massima diligenza prestata;

- assegni di famiglia, spettano al dipendente nel caso abbia familiari a carico. Tale contributo è erogato dall'INPS;
- indennità di cassa, il 5% della paga base concessa al dipendente che ha la responsabilità della gestione della cassa.

Il contratto di lavoro stabilisce anche l'orario ordinario e straordinario.

Ci sono alcuni diritti, previsti dalla legge, che né il dipendente né il datore di lavoro possono derogare: il riposo settimanale, le ferie e la maternità.

5.4 I LIBRI OBBLIGATORI PER IL DATORE DI LAVORO

L'imprenditore commerciale, prima di assumere dipendenti, deve obbligatoriamente acquistare e vidimare presso gli organi competenti, i seguenti registri:

libro matricola, deputato ad iscrivere i lavoratori in ordine cronologico, indicando le generalità complete, la categoria e la qualifica assegnata, la data di assunzione, etc.;

libro paga, deputato ad accogliere le ore di lavoro, la retribuzione con i relativi assegni familiari e le ritenute effettuate;

libro degli infortuni, deputato ad accogliere infortuni dei dipendenti che comportano un'assenza dal lavoro superiore a 3 giorni.

I libri paga e matricola devono essere vidimati dall'INPS o dall'INAIL, mentre il libro infortunio deve essere vidimato dall'ASL competente.

Con decreto ministeriale 9 Luglio 2008, a partire dal 1 gennaio 2009 i libri di cui sopra saranno sostituiti con il libro unico del lavoro.

5.5 GLI ENTI DI PREVIDENZA E ASSISTENZA OBBLIGATORI

L'INPS, Istituto Nazionale della Previdenza Sociale, è un Ente di diritto pubblico a cui è affidata la gestione della:

- assicurazione sociale contro l'invalidità e la vecchiaia, contro la disoccupazione, contro la tubercolosi;
- Cassa unica per assegni familiari;
- Cassa integrazione guadagni;
- forma di previdenza integrativa;
- riscossione dei contributi per l'assicurazione contro le malattie e l'assistenza alle lavoratrici madri;
- erogazione dell'indennità di malattia ad alcune categorie di lavoratori.

L'INAIL, Istituto Nazionale della Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro, è un ente di diritto pubblico che assicura i lavoratori soggetti al rischio di infortunio sul lavoro o di malattia professionale.

Servizio Sanitario Nazionale, è dato dal complesso delle funzioni, strutture e altre attività destinate alla promozione, al mantenimento e al recupero della salute fisica e psichica di tutta la popolazione. Tale servizio viene espletato dalle A.S.L., Azienda Sanitaria Locale, le quali provvedono ad erogare le seguenti prestazioni: assistenza medica, assistenza ospedaliera, riabilitazione, etc.

5.6 GLI ORGANI DI VIGILANZA

La vigilanza in materia di lavoro viene esercitata da:

- Ispettorato del Lavoro a cui compete tra l'altro, l'accertamento dell'esecuzione delle Leggi sul lavoro e sui contratti collettivi;
- INPS cui compete l'accertamento dei contributi previdenziali obbligatori;
- INAIL a cui compete l'accertamento dei premi di assicurazione obbligatori;
- ASL, a cui compete l'accertamento in materia di igiene e medicina del lavoro nonché la prevenzione sugli infortuni.

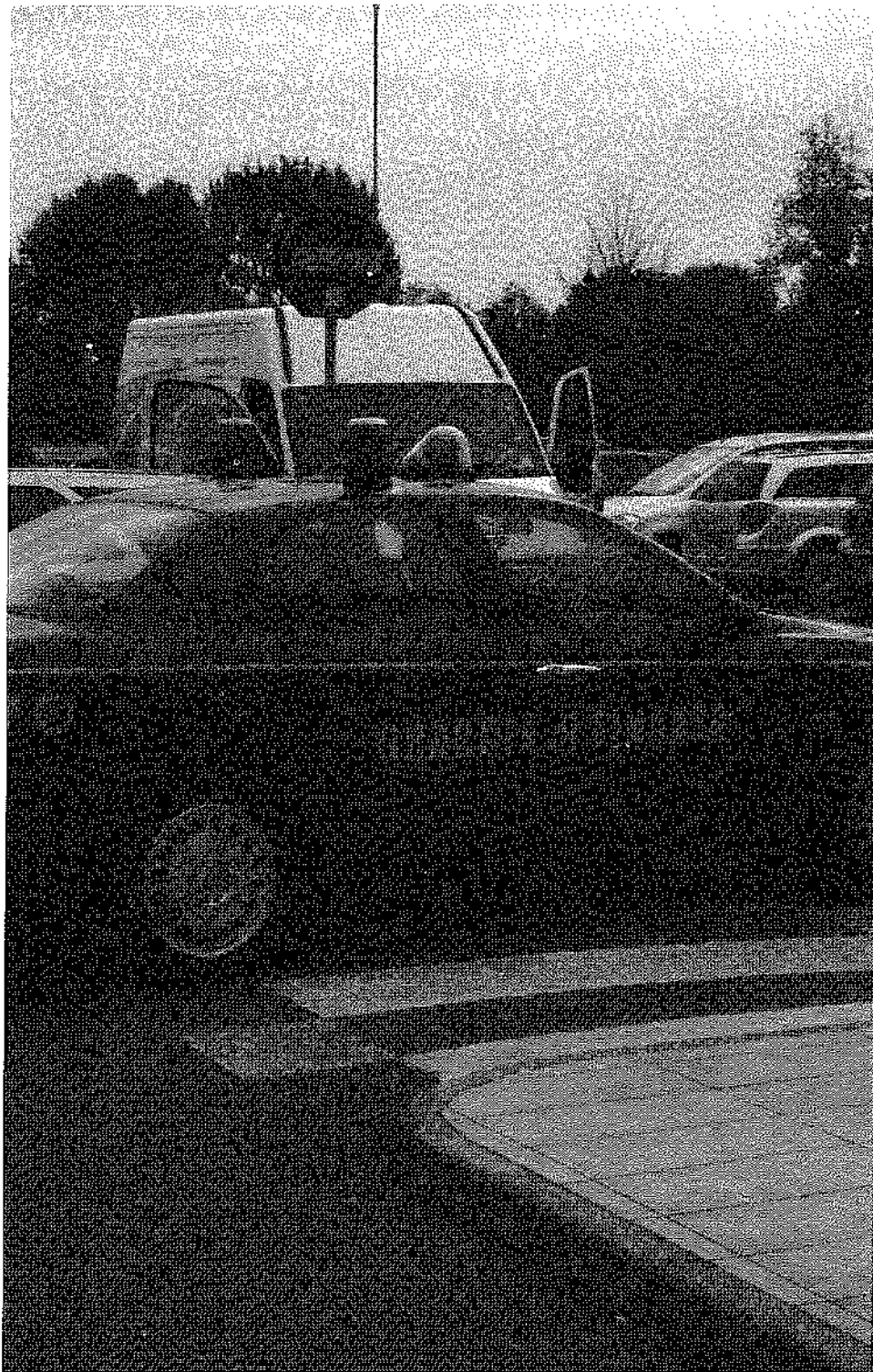
Agli ufficiali degli organi di vigilanza, la legge riconosce, nei

limiti dell'esercizio delle loro funzioni, il grado di polizia giudiziaria. Questa attribuzione dà loro diritto di ispezionare a qualunque ora i locali, interrogare sia il datore che il prestatore di lavoro, esaminare i libri ed ogni altra documentazione relativa al rapporto di lavoro.

CAPITOLO VI

LEGISLAZIONE FISCALE

www.italy.it



6.1 INTRODUZIONE

Le principali entrate dello Stato sono costituite da quelle prestazioni obbligatorie imposte, collegate ad un fatto economico. In altre parole, ogni prestazione imposta coattivamente a prescindere dalla volontà del cittadino, costituisce tributo.

Quest'ultimo si distingue in: imposte, tasse e contributi.

L'imposta è un prelievo coattivo che lo stato opera sui cittadini in ragione della loro capacità contributiva (art. 53 della Carta Costituzionale).

La tassa è il pagamento di una somma di denaro da parte del cittadino allo Stato o ad altro Ente Pubblico dietro il corrispettivo di un servizio (es. richiesta di un certificato al Comune, pagamento di una somma per il rilascio di una licenza o di un'altra autorizzazione amministrativa). E' un istituto di confine tra le entrate di diritto privato e le entrate pubbliche non tributarie. Anche se da un punto di vista pratico ed economico la tassa è un corrispettivo, sul piano giuridico non c'è sinallagma tra attività amministrativa e il pagamento della tassa. E' un tributo e quindi costituisce prestazione imposta coattivamente.

Il contributo è anch'esso un prelievo coattivo, ma a differen-

za dell'imposta si applica solo a quei cittadini che possono trarre un beneficio (es. per la bonifica di una certa zona, lo Stato chiede ai cittadini un contributo).

In questa sede, ci limitiamo solo a trattare le imposte.

Le imposte si distinguono in dirette e indirette. Le prime sono quelle che colpiscono le manifestazioni dirette o immediate della capacità contributiva, mentre le seconde sono quelle che colpiscono le manifestazioni indirette o mediate della capacità contributiva.

Rientrano tra le imposte dirette: l'IRPEF, l'IRES e l'IRAP.

Rientrano tra le imposte indirette: l'IVA, l'IMPOSTA DI REGISTRO, l'IMPOSTA DI BOLLO, l'IMPOSTA SULLE SUCCESSIONI.

Ci sono altri tributi che anche se rientrano tra le imposte dirette o indirette, tuttavia sono chiamati tributi locali, perché l'Ente a vantaggio del quale sono indirizzate è Regione, Provincia o Comune: l'ICI, la TARSU, l'IMPOSTA SULLA PUBBLICITA', la COSAP, l'IMPOSTA PROVINCIALE SULLE TRASCRIZIONI, l'IRAP.

Le imposte, difatti, si definiscono erariali quando il gettito è destinato allo Stato, mentre si definiscono locali quando il gettito è destinato ad un Ente territoriale (Regioni, Province, Comuni, etc.).

6.2 ANAGRAFE TRIBUTARIA

L'Anagrafe Tributaria è un Ufficio del Ministero delle Finanze deputato a raccogliere tutte quelle informazioni necessarie per l'accertamento dei tributi. L'Ufficio Anagrafe individua ogni soggetto persona fisica grazie ad un numero alfanumerico, tratto da nome cognome luogo e data di nascita, attribuito sin dalla nascita, chiamato codice fiscale.

I soggetti, siano essi persone fisiche che società, che intraprendono un'attività autonoma devono chiedere, entro trenta giorni dall'inizio dell'attività, il numero di partita IVA e successivamente comunicare allo stesso ufficio (Ufficio dell'Agenzia delle Entrate) qualsiasi variazione. Il numero di partita IVA attribuito alle società funge anche da codice fiscale.

6.3 LE ENTRATE ERARIALI. L'IRPEF

L'IRPEF (Imposta sul Reddito delle Persone Fisiche) è un'imposta personale e generale, progressiva a scaglioni, che colpisce il reddito delle persone fisiche residenti nel territorio dello Stato.

E' a carattere personale perché colpisce il reddito prodotto, in un anno solare, da una persona fisica. E' a carattere generale perché colpisce tutti i redditi prodotti dal soggetto: redditi da lavoro dipendente e/o autonomo, redditi da fabbricati, redditi di capitali, etc. E' un'imposta progressiva per scaglioni, perché l'aliquota è più alta man mano che il reddito tassabile (imponibile) passa da uno scaglione ad un altro. L'aliquota minima è del 23%, mentre quella massima è del 43%.

6.4 SEGUE: L'IRES

Con la legge 7 aprile 2003, n. 80 il governo è stato delegato a riformare l'intero sistema fiscale statale.

Ad oggi, il processo di riforma ha trovato compimento – grazie all'emanazione del D. Lgs. 12-12-2003, n. 344 – solo in relazione all'istituzione dell'IRES (Imposta sul Reddito delle Società) che, a decorrere del 1° gennaio 2004, ha sostituito l'IRPEG (Imposta sul Reddito delle Persone Giuridiche).

L'IRES, come l'IRPEG, è un'imposta proporzionale (cioè vi è una sola aliquota che oggi è pari a 27,5%) e colpisce il reddito prodotto dalle persone giuridiche che hanno la sede legale nel territorio dello Stato (le persone giuridiche sono le società di capitali, gli Enti, etc. vedi cap. II).

Il reddito imponibile ai fini IRES viene fuori dalla differenza tra i ricavi e i costi, più la somma degli altri redditi posseduti dall'ente o società di capitale.

Per effetto delle modifiche apportate dal D. L. 223/2006, a decorrere dal 1° maggio 2007 le dichiarazioni dei soggetti IRES possono essere presentate solo con modalità telematiche e non oltre l'ultimo giorno del settimo mese successivo alla chiusura del periodo d'imposta.

Il D. Lgs. 344/2003 non ha influito in modo significativo sulle

regole ordinarie di determinazione della base imponibile ma ha riformulato le norme che regolamentano le operazioni meno ricorrenti nella vita societaria e ha introdotto nuovi istituti sino ad allora sconosciuti nell'ordinamento tributario italiano. Esaminiamo, adesso, alcuni di questi nuovi istituti:

- **il nuovo regime dei dividendi derivanti dalla partecipazione in società ed enti soggetti ad IRES.** Per questi dividendi si è passati dal *criterio di imputazione* (in base al quale essi, già tassati in capo alla società, concorrevano per l'intero ammontare alla formazione del reddito del socio al momento della percezione, con il riconoscimento di un credito di imposta) ai *criteri dell'esenzione e della trasparenza*. Secondo le nuove disposizioni i dividendi, comunque tassati in capo alla società, sono esenti in capo al socio per il 95% del loro ammontare. Pertanto, i dividendi concorrono alla formazione del reddito del socio solo per il restante 5% nell'esercizio in cui sono percepiti, con conseguente abolizione del credito d'imposta. Quest'ultimo consentiva di evitare la duplicazione della tassazione a carico del socio (nel momento della percezione dei dividendi) con la tassazione a carico della società (nel momento della produzione di utili) e quindi di far recuperare al socio l'IRPEG pagata dalla società;

- **regime della participation exemption.** A decorrere dal 2007, si considerano esenti ai fini fiscali (nella misura del 84%) le plusvalenze, realizzate nelle ipotesi di cui all'art. 86 commi 1-3, relative alle partecipazioni in società con o senza personalità giuridica, fatta eccezione per quelle in società semplici o enti ad esse equiparate. Correlativamente al regime di esenzione delle plusvalenze viene prevista l'indeducibilità delle eventuali minusvalenze.

La Legge Finanziaria 2008 ha previsto per le imprese più piccole (di norma soggette a tassazione secondo le aliquote progressive IRPEF) la possibilità di accesso alla cosiddetta "Opzione IRES".

Le imprese individuali, le società di persone e le società in nome collettivo potranno infatti optare per la tassazione separata dei redditi all'aliquota del 27,5%, secondo modalità e termini che saranno fissati con successivo provvedimento attuativo. In mancanza di esplicita opzione in tal senso, il regime naturale di tassazione rimane tuttavia quello IRPEF attuale.

6.5 SEGUE: L'IVA

L'IVA, imposta sul valore aggiunto, è un'imposta proporzionale con diverse aliquote e si applica sulle cessioni di beni e servizi effettuate nel territorio dello Stato nell'esercizio di impresa o di arti e professioni.

Poiché per l'imprenditore o per l'esercente arti e professioni, vige il principio della rivalsa (l'imprenditore acquista la merce e paga l'IVA, poi vende la merce e riscuote l'IVA), è il consumatore finale che, non avendo la possibilità di rivalersi su altro soggetto, paga l'IVA.

La proporzionalità con diverse aliquote dell'IVA è dovuta dal fatto che, a seconda della cessione, vige un'aliquota diversa:

- aliquota del 20% (detta anche ordinaria) si applica quasi per tutti i beni o prestazioni di servizi;
- aliquota del 4% si applica per i beni considerati di prima necessità, esempio: pane, latte fresco, frutta, gran parte dei medicinali, etc.;
- aliquota del 10% si applica per alcuni prodotti alimentari, per la somministrazione di alimenti e bevande nei pubblici esercizi, esclusi quelli di lusso.

6.6 VOLUME DI AFFARI E OBBLIGHI CONTABILI AI FINI IVA

Il volume di affari dell'imprenditore è dato dalla somma, al netto di IVA, di tutte le cessioni di beni e delle prestazioni di servizio effettuate in un esercizio (anno solare).

I commercianti e i somministratori al pubblico di alimenti e bevande, fissano il prezzo dei loro beni al lordo dell'IVA e sono obbligati a rilasciare lo scontrino fiscale in luogo della fattura, a meno che questa non sia richiesta dal cliente. Quindi, il commerciante, per determinare il suo volume d'affari, deve scorporare l'IVA dall'ammontare dei corrispettivi.

La legge IVA impone agli esercenti attività imprenditoriali o arti e professioni di avere una contabilità IVA. Pertanto, essi sono obbligati a tenere i seguenti registri: fatture acquisti, corrispettivi (solo per le attività munite di registratori di cassa), fatture emesse.

Inoltre questi soggetti sono tenuti, ogni mese o ogni trimestre (possono optare per il versamento trimestrale i soggetti che nell'anno precedente non hanno realizzato un volume d'affari superiore a 309.874,14 euro, per gli esercenti arti, professioni e le imprese di servizi, o di 516.465,90, per le imprese esercenti altre attività), a versare all'Erario l'IVA a debito e a presentare la relativa dichiarazione dal 1° maggio al 30 giugno di ogni anno insieme alla dichiarazione dei redditi (un ulteriore termine, il 30 settembre, è previsto, invece, per le dichiarazioni trasmesse telematicamente).

In materia di registri IVA importanti novità sono state apportate sia dal D.P.R. 435/2001 (Regolamento di semplificazione e razionalizzazione degli adempimenti tributari), sia dalla Legge 383/2001 (c.d. <<Legge dei 100 giorni>>).

Il D.P.R. 435/2001 ha introdotto sostanziali modifiche in materia di tenuta dei registri contabili stabilendo che i contribuenti (e quindi soggetti IRES, s.n.c., s.a.s., società equiparate alle società di persona e persone fisiche che esercitano imprese o arti e professioni) possono non tenere i registri IVA sempreché provvedano a :

- effettuare le registrazioni dei dati contabili nel registro cronologico, entro i termini previsti dalla disciplina IVA;
- fornire su richiesta dell'Amministrazione Finanziaria i dati contabili che sarebbero stati necessari annotare nei registri non tenuti.

La Legge 383/2001 ha soppresso, invece, l'obbligo di bollatura per i libri IVA (cioè non è più obbligatorio vidimare i registri presso il notaio). Tuttavia, rimane in vita l'obbligo della numerazione progressiva di tali registri.

6.7 ALTRE ENTRATE ERARIALI

L'Imposta di Registro è un'imposta fissa per alcuni tipi di atti e proporzionale per altri. Colpisce tutti gli atti soggetti a registrazione presso l'Ufficio dell'Agenzia delle Entrate.

Gli atti che vengono registrati, per obbligo o per volontà, hanno lo scopo di produrre data certa e di essere riconosciuti giuridicamente.

Gli atti soggetti a registrazione sono: i contratti di costituzione di società, i contratti di cessione o di gestione di aziende, i con-

tratti di compravendita di immobili, etc. Questi atti devono essere registrati entro 20 giorni dalla stipulazione.

L'Imposta di Bollo si applica su atti, documenti determinati dalla legge. L'obbligazione tributaria può essere adempiuta:

- *in modo virtuale*, attraverso il versamento all'Ufficio dell'Agenzia delle Entrate o ad altri uffici autorizzati o mediante versamento in conto corrente postale;
- *mediante pagamento all'intermediario convenzionato con l'Agenzia delle Entrate*. Questi rilascerà, con modalità telematiche, un contrassegno sostitutivo delle marche da bollo.

Dal 1° settembre 2007, inseguito alla modifiche apportate dalla L. 296/2006, è venuta meno la possibilità di pagare il tributo mediante modalità ordinarie e straordinarie, che prevedevano l'utilizzo della carta filigranata e bollata, del visto per bollo e del bollo a punzone.

L'Imposta di successioni e donazioni si applica sui beni ricevuti in eredità o in donazione solo a partire da un ceto patrimonio.

6.8 LE ENTRATE LOCALI

L'ICI, imposta comunale sugli immobili, si applica sui fabbricati, sulle aree fabbricabili e sui terreni. Essa è dovuta dai soggetti che a titolo di proprietà o di uso o di usufrutto godono dell'immobile.

LA COSAP, canone comunale per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, colpisce le occupazioni permanenti o temporanee. L'importo del canone varia a seconda della superficie occupata.

LA TARSU, tassa per lo smaltimento dei rifiuti solidi urbani, è dovuta da chiunque occupa o conduce locali a qualsiasi uso.

La tassa sulle pubbliche affissioni, è dovuta da chiunque intende fare pubblicità su un'area comunale, sia con volantini che con manifesti.

6.9 SEGUE: L'IRAP

L'Imposta Regionale sull'Attività Produttive (IRAP) è stata istituita con il decreto legislativo 446/97 ed è entrata in vigore a partire dal 1° gennaio 1998. L'IRAP è un'imposta diretta, reale, regionale, proporzionale e indeducibile ai fini delle imposte sui redditi (IRPEF e IRES).

E' diretta perché colpisce il reddito prodotto dalla gestione caratteristica (cosiddetto utile operativo).

E' reale perché colpisce il reddito realizzato dal contribuente senza tenere conto della sua situazione personale.

E' regionale perché, pur essendo un tributo statale (perché introdotto con legge dello Stato) il gettito dell'imposta viene introitato dalle Regioni e non dallo Stato.

E' proporzionale perché si applica un'aliquota costante pari, in via ordinaria, al 3.9% (la Legge Finanziaria 2008 ha ridotto l'aliquota ordinaria IRAP dal 4,25% al 3.9%).

E' indeducibile ai fini delle imposte dirette perché non può essere sottratta dall'IRPEF o IRES dovuta.

L'obbligazione tributaria ai fini IRAP, sorge nel momento in cui il contribuente effettua l'esercizio di un'attività organizzata, anche non economica, diretta alla produzione e allo scambio di beni ovvero alla prestazioni di servizi.

Dal presupposto dell'imposta emerge che soggetti passivi ai fini IRAP sono anche le amministrazioni dello Stato.

La base imponibile ai fini IRAP è costituita dal valore della produzione netta per le imprese private, mentre per le amministrazioni pubbliche è costituita dal personale dipendente. Qui ci limiteremo a trattare l'IRAP solo da un punto di vista delle aziende private.

Il valore della produzione netta è determinato come differenza tra il valore della produzione lorda meno i costi sostenuti per realizzarla. I costi della produzione indeducibili ai fini IRAP sono:

- gli oneri relativi al personale dipendente;
- i compensi per prestazioni occasionali;
- i costi per i rapporti di collaborazione coordinata e continuativa (ora <<lavoro a progetto>>, a seguito della riforma Biagi), salvo il caso del compenso erogato a professionista abilitato (es. dottori commercialisti);

- i compensi per attività commerciali non esercitate abitualmente;
- i compensi per prestazioni assimilati al lavoro dipendente;
- gli utili spettanti agli associati in partecipazione, quando l'apporto è costituito da una prestazione d'opera;
- i canoni di locazione finanziaria per la parte riferibile agli interessi passivi;
- le perdite su crediti, svalutazioni degli stessi e accantonamenti per rischi su crediti;
- gli accantonamenti per indennità di fine rapporto di lavoro dipendente e collaborazione coordinata e continuativa e/o a progetto.

Sono deducibili, invece, ai fini IRAP:

- i premi INAIL;
- il costo degli apprendisti, dei disabili e quello relativo al personale assunto contratto di formazione e lavoro ovvero con i contratti di inserimento e di apprendistato previsti dalla Legge n. 30/2003, meglio nota come Legge Biagi.

Con l'entrata in vigore dell'Imposta Regionale sulle Attività Produttive, sono state abolite tutta una serie di balzelli, tra cui ricordiamo:

- l'ICIAP;
- il contributo al servizio sanitario nazionale;
- la tassa di concessione governativa per l'attribuzione del numero di partita IVA;
- l'imposta sul patrimonio netto delle imprese;
- le tasse di concessioni comunali.

CAPITOLO VII

I CONTRATTI E I TITOLI DI CREDITO



7.1 IL CONTRATTO IN GENERALE

Il contratto è l'accordo di due o più parti (una parte può essere composta anche da due o più soggetti) per costituire, regolare, modificare o estinguere tra loro un rapporto giuridico patrimoniale (art. 1321 c.c.).

Gli elementi essenziali del contratto sono: le parti, la causa, l'oggetto e la forma.

La causa del contratto è la funzione economico-sociale del negozio e deve essere lecita, cioè non contraria a norme imperative, all'ordine pubblico o al buon costume.

L'oggetto deve essere possibile, lecito, determinato o determinabile. In particolare l'oggetto del contratto è rappresentato dal bene che è materia dello scambio.

La forma è il modo di manifestare la volontà contrattuale che, per alcuni contratti è richiesta la forma scritta (es. compravendita di beni immobili).

Le parti possono stabilire un'apposita clausola che prevede una penale da pagare in caso di inadempimento di una delle parti. Tale clausola prende il nome di caparra penale o di caparra confir-

matoria. Se è prevista la caparra penale, la parte inadempiente è tenuta ad una certa prestazione stabilita o da stabilire. Se è prevista la caparra confirmatoria, invece, l'acquirente è tenuto a dare all'altra parte una somma di denaro, che, in caso di inadempimento, tale somma sarà trattenuta dal venditore. In caso di inadempimento del venditore, questi è tenuto a versare all'acquirente il doppio della caparra all'acquirente.

7.2 SEGUE: LE GARANZIE DEL CONTRATTO

Le principali garanzie che le parti possono dare per le obbligazioni assunte dal contratto sono: personali o reali.

Le garanzie personali consistono nella costituzione di un nuovo rapporto obbligatorio (un'altra parte assume l'obbligo della prestazione in caso di inadempimento del debitore) che si aggiunge a rafforzare la garanzia del creditore.

Le garanzie personali sono: l'avallo e la fideiussione. Questi due istituti si costituiscono quando un terzo si obbliga a pagare al posto del debitore. Mentre l'avallo si formalizza con l'apposizione della firma del terzo (esempio, quando un soggetto mette la sua firma a fianco del debitore di una cambiale), la fideiussione, invece, si costituisce per contratto. In questo ultimo caso il terzo si obbliga ad intervenire finanziariamente in caso di inadempimento del debitore.

Le garanzie reali si costituiscono sui beni che lo stesso debitore dà al creditore riservandogli un diritto di prelazione.

Ci sono due forme di garanzie reali: il pegno e l'ipoteca.

Il pegno si costituisce con contratto ed ha per oggetto il trasferimento di un bene mobile dal debitore al creditore, sottraendone così il godimento al legittimo proprietario. Se il debitore non adempie alla scadenza la sua obbligazione, il creditore può far vendere il bene e soddisfarsi sul ricavato (divieto del patto commissorio, cioè il creditore non può mai trattenersi il bene).

Anche l'ipoteca si formalizza per contratto ed ha per oggetto, invece, beni mobili registrati (es. autovetture) e beni immobili. Essa si costituisce mediante iscrizione (cosiddetta pubblicità costitutiva) nell'apposito registro presso l'Ufficio dei Registri Immobiliari del

luogo ove si trova il bene. Con l'ipoteca si dà diritto al creditore, in caso di inadempimento del debitore, di poter espropriare il bene ed essere soddisfatto con preferenza sul prezzo ricavato (diritto di prelazione) dalla vendita del bene.

7.3 IL CONTRATTO DI COMPRAVENDITA

La compravendita è il più importante contratto di scambio. Esso ha per oggetto il trasferimento della proprietà di un bene (mobile o immobile) o di altro diritto reale o di credito (es. la cessione di crediti) dietro il corrispettivo di un prezzo. Questo tipo di contratto si può costituire anche in senso non formale (cioè per iscritto), quando ha per oggetto lo scambio di beni mobili.

La legge impone che la merce per essere contrattata deve essere ben individuata nella specie, nella qualità e nella quantità.

Dal momento della costituzione del contratto di compravendita nascono una serie di obblighi per il venditore e per il compratore.

Obblighi del venditore:

- consegnare la merce nel rispetto del tempo stabilito che può essere: immediata, pronta entro un limitato numero di giorni e differita ad una certa data;
- garantire il compratore da eventuali vizi o difetti della merce;
- garantire al compratore la piena proprietà della merce.

Obblighi del compratore:

- ritirare la merce;
- pagare il prezzo nei modi e nei tempi pattuiti.

Per quanto riguarda la consegna della merce, è bene ricordare che essa può essere:

- franco magazzino venditore: il costo e il rischio di trasporto della merce dal magazzino del venditore al magazzino del compratore sono a carico del compratore;
- franco magazzino compratore: il costo e il rischio di trasporto della merce dal magazzino del venditore al magazzino del compratore, sono a carico del venditore;
- franco stazione di partenza: il venditore deve consegnare la merce presso la stazione di partenza, quando il trasporto avviene con mezzi

7.8 SEGUE: ALTRI TIPI DI CAMBIALI

La *cambiale finanziaria* è un particolare titolo di credito all'ordine introdotta dalla Legge n° 43 del 13/01/1994 ed è equiparabile alle cambiali ordinarie: deve però contenere la denominazione di cambiale finanziaria. Questo titolo di credito viene emesso in serie (da società, enti ed imprese) con scadenza non inferiore a 3 mesi e non superiore a 12 mesi dalla data di emissione ed è girabile solo con la clausola senza garanzia.

Le cambiali finanziarie sono dirette alla raccolta di risparmio tra il pubblico.

Le imprese che necessitano di un finanziamento a breve termine, possono reperire fondi tra il pubblico senza ricorrere all'indebitamento bancario.

La *cambiale ipotecaria* è un titolo il cui pagamento è garantito da un'ipoteca su immobili o su beni mobili registrati (autovetture, etc.) in favore del possessore della cambiale.

L'iscrizione dell'ipoteca viene annotata sul retro del titolo a cura dell'ufficio ove viene registrato il bene.

7.9 GLI ASSEGNI

Gli assegni sono titoli di credito pagabili a vista e possono essere bancari o circolari.

L'assegno bancario è un titolo che viene emesso da un soggetto che ha un conto corrente di corrispondenza con una banca. Esso è paragonabile alla cambiale tratta. Infatti, il correntista (traente) con l'emissione dell'assegno bancario ordina alla banca (trattario) di pagare una determinata somma al possessore dell'assegno (beneficiario).

L'assegno circolare è la promessa incondizionata di un istituto di credito di pagare a vista una somma determinata. E' paragonabile al pagherò cambiario perché figurano due soggetti: l'emittente o debitore (banca) e il beneficiario o creditore.

La legge dispone che per poter emettere assegni circolari, le banche devono essere in possesso di apposita autorizzazione della Banca d'Italia.

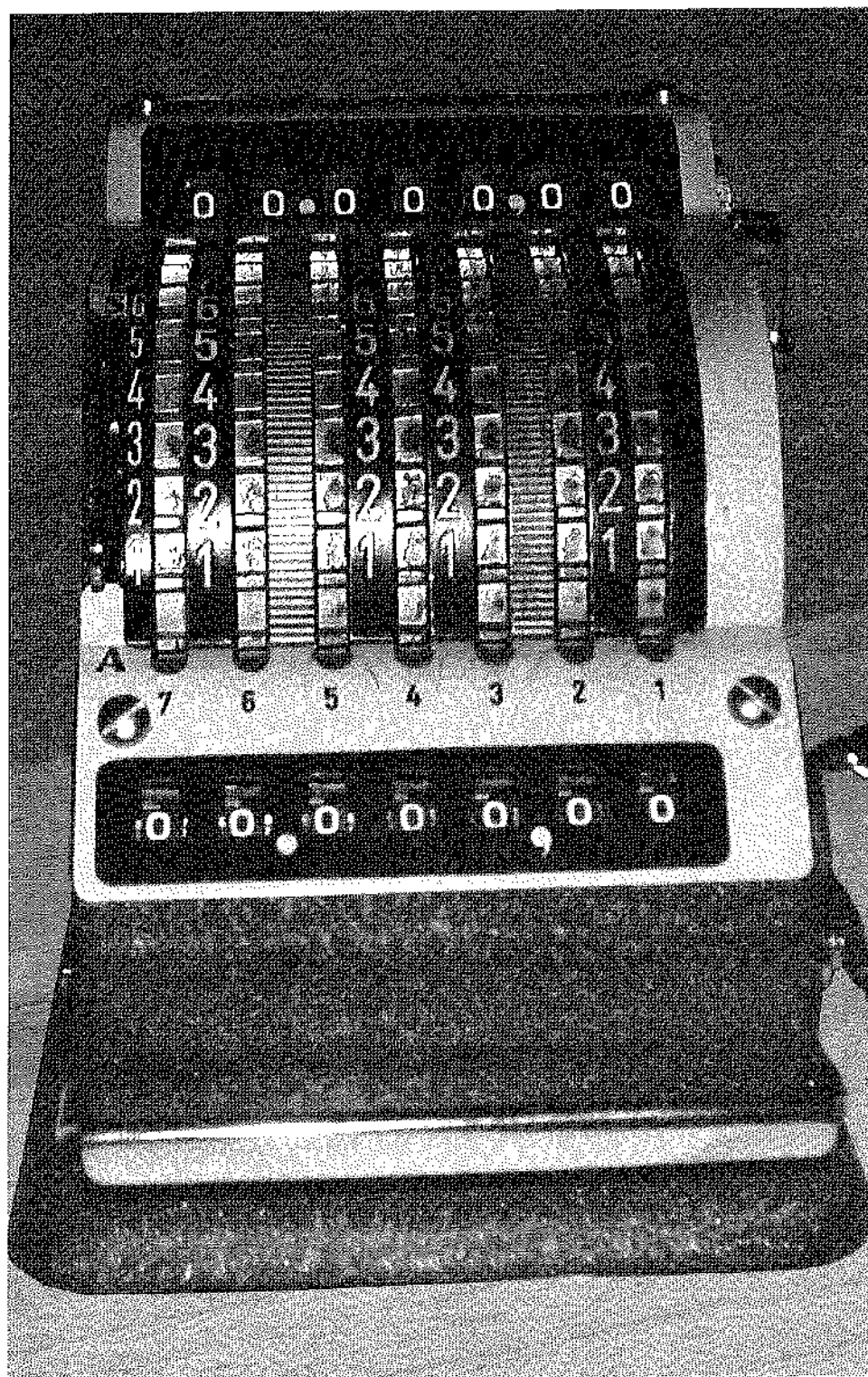
7.10 SEGUE: OPERAZIONI BANCARIE

La banca può concedere finanziamenti al commerciante, tra l'altro, nei seguenti modi:

- apertura di credito o fido bancario. E' un contratto con il quale una banca si obbliga a tenere a disposizione del cliente una somma di denaro per un determinato periodo di tempo;
- anticipazione bancaria. E' un finanziamento concesso su pegno di titoli o merci;
- sconto bancario. E' un contratto con il quale una banca anticipa l'importo del credito rappresentato, in genere da una cambiale non ancora scaduta, decurtato dallo sconto.

CAPITOLO VIII

CONTABILITA' AZIENDALE



8.1 INTRODUZIONE

Ogni imprenditore commerciale   obbligato, sia ai fini civili-
stici che fiscali, a tenere una contabilit , ovvero annotare su apposi-
ti registri tutti gli accadimenti o fatti di gestione.

La legge fiscale prevede, per i contribuenti che svolgono atti-
vit  d'impresa, diversi regimi di contabilit : ordinario, semplificato,
super-semplificato, agevolato per le nuove iniziative, marginale, regi-
me di franchigia IVA, forfettone.

La *contabilit  ordinaria*   obbligatoria per le societ  di capitali,
per le altre imprese che superano i limiti imposti dalla legge o pu 
essere optata, cio  scelta dall'imprenditore.

Per questo tipo di contabilit  la legge impone la tenuta dei
seguenti libri:

- libro giornale,   un registro deputato a raccogliere tutti gli accadi-
menti di gestione in ordine cronologico, cio  annotati in ordine di
data;
- libro degli inventari,   un registro periodico redatto all'inizio dell'at-
tivit  e successivamente alla fine di ogni esercizio ed   deputato a
raccogliere l'elenco e la valutazione dei componenti attivi e passivi

dell'azienda e il conto dei profitti e delle perdite;

- libro degli acquisti, è un registro deputato a raccogliere tutti gli acquisti dell'azienda;
- libro delle fatture, raccoglie tutte le vendite fatte con fatture;
- libro corrispettivi, è un registro obbligatorio per gli esercenti muniti di registratori di cassa ed è deputato a raccogliere le entrate giornaliere;
- libro beni ammortizzabili, è un registro deputato a raccogliere tutti i beni aziendali soggetti ad ammortamento.

La *contabilità semplificata* può essere adottata dalle società di persone o dalle imprese individuali, sempreché questi soggetti non superino i limiti imposti dalla legge. Il regime semplificato si applica, infatti, alle imprese di servizi con un volume d'affari non superiore a 309.874,14 euro e alle imprese che svolgono altre attività con volume d'affari non superiore a 516.456,90 euro. Il regime agevolativo viene meno (e quindi diventa obbligatorio quello ordinario) a partire dall'anno successivo a quello in cui sia superato il suddetto volume d'affari.

I soggetti ammessi al beneficio della contabilità semplificata non sono obbligati a tenere i registri previsti dal codice civile: libro giornale e libro degli inventari. Essi sono, in ogni caso, obbligati alla tenuta dei registri obbligatori ai fini IVA.

A decorrere dal 1° gennaio 1997, l'art. 3 della Legge n° 662/1996 ha introdotto un regime particolarmente semplificato per alcuni contribuenti minori, vale a dire il c.d. *regime super-semplificato*. Questo regime è riservato a quei contribuenti esercenti imprese che nell'anno precedente non abbiano conseguito un volume d'affari superiore a 15.493,17 euro (se trattasi di attività di servizi) o a 25.822,84 euro (se trattasi di altro tipo di attività), purché ricorrano anche determinate condizioni previste dalla legge. Nel regime super-semplificato è possibile tenere i soli registri IVA o, in alternativa, un apposito prospetto semplificato, approvato con D.M. 11 febbraio 1997, ove registrare le annotazioni obbligatorie.

La Legge 23/12/2000 n° 388 (Legge Finanziaria per il 2001) ha introdotto due ulteriori regimi contabili riservati alle persone fisiche esercenti imprese nonché alle imprese familiari: il *regime marginale* e il *regime agevolato per le nuove iniziative imprenditoriali*.

Del regime fiscale per le attività marginali possono avvalersi i

contribuenti persone fisiche, per i quali si applicano gli studi di settore e che non abbiano conseguito nel periodo d'imposta precedente ricavi o compensi superiori ai limiti stabiliti con appositi provvedimenti del direttore dell'Agenzia delle Entrate. Esso prevede il pagamento di un'imposta sostitutiva dell'IRPEF calcolata nella misura del 15% sul reddito d'impresa conseguito. Sul piano contabile il regime in oggetto si sostanzia in una considerevole semplificazione degli adempimenti imposti dalla normativa fiscale. I soggetti ammessi al regime marginale sono esonerati dalla tenuta delle scritture contabili rilevanti ai fini delle imposte dirette, dell'IRAP e dell'IVA.

Il regime fiscale agevolato per le nuove iniziative imprenditoriali   riservato alle ditte individuali e alle imprese familiari che avviano una nuova attivit  imprenditoriale. Si applica al periodo d'imposta in cui l'attivit    iniziata e ai due successivi e prevede il pagamento di un'imposta sostitutiva dell'IRPEF calcolata nella misura del 10% del reddito d'impresa conseguito. Come nel regime marginale, i soggetti ammessi al regime agevolato sono esonerati dai seguenti obblighi contabili:

- registrazione e tenuta delle scritture contabili rilevanti ai fini delle imposte dirette, dell'IRAP e dell'IVA;
- liquidazioni e versamenti periodici dell'IVA.

Un altro regime era quello *forfetario*, caratterizzato dal calcolo forfetario delle imposte, previsto per contribuenti che nell'anno precedente non avessero realizzato un volume d'affari superiore a 10.329,14 euro. Tale regime   stato abrogato a decorrere dal 1  gennaio 2007 ed in sua vece   stato introdotto il *nuovo regime di franchigia IVA*. Il nuovo regime contabile   applicabile alle persone fisiche esercenti attivit  commerciali e agricole che prevedono di realizzare o hanno realizzato nel periodo d'imposta precedente un volume d'affari non superiore a 7.000 euro e non hanno effettuato o prevedono di non effettuare cessioni all'esportazione. I contribuenti in franchigia sono esonerati dagli obblighi di liquidazioni e versamenti periodici rilevanti ai fini dell'IVA. Permangono, comunque, alcuni adempimenti:

- l'obbligo di numerazione e conservazione delle fatture di acquisto e delle bollette doganali;
- l'obbligo di certificazione dei corrispettivi;
- l'obbligo di trasmissione telematica dei corrispettivi all'Agenzia

delle Entrate.

La Legge Finanziaria 2008 ha introdotto un nuovo regime fiscale, detto *forfettone*, per le imprese con un fatturato inferiore ai 30.000 euro (ci riferiamo agli imprenditori minimi o marginali) e senza dipendenti. Il nuovo regime prevede un'imposta secca del 20% sul reddito d'impresa conseguito, in sostituzione dell'IRPEF, IRAP e IVA. Gli imprenditori che aderiscono al forfettone non dovranno più tenere i libri IVA e gli altri libri contabili e sono esentati dalla presentazione degli studi di settore. A carico dei contribuenti minimi vi è, comunque, l'obbligo di numerare e conservare le fatture di acquisto e le bollette doganali, l'obbligo di certificazione dei corrispettivi e l'obbligo di conservare i documenti ricevuti ed emessi. Il forfettone non è applicabile per gli imprenditori che operano in attività alle quali si applicano regimi IVA speciali come l'agricoltura, i tabaccaia, il commercio di fiammiferi, l'editoria, le agenzie di viaggi, l'agriturismo, etc.

8.2 RICAVI, COSTI E REDDITO D'ESERCIZIO

La vendita dei prodotti è caratterizzata da un entrata monetaria: l'importo di questa entrata prende il nome di ricavo o meglio ricavo di vendita.

Il ricavo, infatti, è il beneficio che consegue l'imprenditore, espresso in moneta, ottenuto con la vendita dei propri prodotti.

L'acquisizione dei fattori produttivi è caratterizzata da un'uscita di moneta: l'importo di questa uscita prende il nome di costo o meglio costo di acquisto.

Il costo, infatti, è l'onere, il sacrificio che sopporta l'imprenditore, espresso in moneta, sostenuto per l'acquisto di fattori produttivi necessari per l'esercizio della sua attività.

Ci sono vari tipi di:

- costi di esercizio, sono quelli inerenti all'attività corrente dell'anno, esempio costi per acquisti di merci, costi del personale, etc.;
- - costi pluriennali, sono quelli riferiti a beni che danno la loro utilità in più anni, esempio costi per macchine, costi d'impianto, etc.;
- costi fissi, sono quelli che non variano al variare del volume di produzione, esempio affitto del locale, ammortamento beni immobili,

etc.;

- costi variabili, sono quelli che variano al variare della produzione, esempio acquisti di merce, etc.;
- costo figurativo,   quel compenso dovuto all'imprenditore per la sua opera prestata nell'impresa e per il suo capitale investito;
- costo sospeso,   quel costo il cui effetto gestionale si avr  negli esercizi futuri.

Il risultato che viene fuori dalla somma algebrica dei ricavi e dei costi in un esercizio, prende il nome di reddito di esercizio o di risultato economico.

Per determinare il reddito di esercizio esistono due criteri diversi:

- a) criterio o procedimento sintetico: mediante il confronto fra il valore del capitale all'inizio ed al termine del periodo considerato;
- b) criterio o procedimento analitico: mediante il confronto fra i costi e i ricavi relativi alla produzione del periodo considerato.

Il secondo procedimento   il pi  usato in commercio.

Il reddito di esercizio   in perdita quando i costi superano i ricavi,   in utile quando i ricavi superano i costi.

8.3 IL BILANCIO

L'imprenditore durante l'anno tiene la contabilit , cio  rileva le varie operazioni di gestione: acquisti, spese, ricavi, etc.

A fine anno egli vuole trarne le conclusioni, cio  chiudere i conti e vedere se la gestione si   chiusa in utile o in perdita.

Il documento di sintesi che   necessario a tale scopo   il bilancio di esercizio.

Lo scopo della redazione del bilancio   duplice: interno ed esterno.

Lo scopo interno della redazione del bilancio da parte dell'imprenditore,   quello di accertare l'esito della gestione al fine di trarne tutti quegli elementi necessari per migliorarla.

Lo scopo esterno, invece,   quello (obbligatorio per le societ  di capitali e per gli imprenditori in contabilit  ordinaria) di rendere conto della gestione ai terzi interessati: soci, creditori, banche, Stato, etc.

Abbiamo due tipi di bilanci: ordinari e straordinari. Il bilancio ordinario viene redatto ogni anno a fine di ogni esercizio.

Il bilancio straordinario, invece, viene redatto in circostanze straordinarie: cessione di azienda, fusione tra imprese, trasformazione di società, etc.

Con il decreto legislativo 127 del 1991, il nostro ordinamento ha recepito la IV direttiva CEE che ha apportato profonde modifiche allo schema di bilancio. Infatti, il bilancio di esercizio, secondo le nuove norme del codice civile, si compone di tre elementi che messi insieme formano il documento contabile (bilancio di esercizio): stato patrimoniale, conto economico e nota integrativa.

Lo stato patrimoniale dimostra la composizione del capitale alla fine dell'esercizio.

Il conto economico dimostra la composizione del reddito di esercizio.

La nota integrativa integra ovvero specifica le voci già indicate nei due documenti precedenti.

I soggetti obbligati a rispettare la forma di questo bilancio sono le società di capitali. Gli altri soggetti (ditte individuali, società di persone) possono non rispettare tale schema.

Il bilancio di esercizio costituisce il punto di riferimento per la tassazione periodica del reddito d'impresa. La riforma del 2003 ha, però, eliminato l'ultimo comma dell'art. 2426 del codice civile, grazie al quale venivano consentite rettifiche di valore ed accantonamenti in applicazione di norme tributarie. In questo modo il legislatore ha posto fine all'interferenza della normativa fiscale sul risultato dell'esercizio determinato in base alle norme civilistiche.

8.4 I DOCUMENTI COMMERCIALI

Ogni imprenditore o professionista è obbligato a documentare l'avvenuta vendita o prestazione di servizi.

Tale documento prende il nome di fattura commerciale. Quando essa viene emessa dallo stesso acquirente (venditore e acquirente sono la stessa persona) prende il nome di autofattura.

Gli elementi essenziali della fattura sono:

- numero e data di emissione;
- nome o ragione sociale, indirizzo, codice fiscale e partita IVA del compratore;
- natura, qualità e quantità della merce o servizio;
- prezzo unitario complessivo;
- importo totale della fattura senza IVA e con IVA;
- aliquote e importo dell'IVA.

Se la fattura viene emessa al momento della consegna o spedizione della merce, è detta fattura immediata, se invece viene emessa entro il giorno 15 del mese successivo a quello di consegna o spedizione della merce (in questo caso la merce deve essere accompagnata da un documento di trasporto) è detta fattura differita.

Con l'emanazione del D. Lgs. 52/2004 sono entrate in vigore le nuove regole comunitarie sulla fatturazione elettronica. Il decreto consente di gestire con procedure informatiche tutte le scritture e i documenti fiscalmente rilevanti, con particolare riguardo all'emissione, alla conservazione e all'esibizione degli stessi, eliminando in tal modo, i documenti in formato cartaceo. Sono così previste due tipologie di fatture: quella cartacea e quella elettronica. Per poter emettere la fattura elettronica occorre il previo accordo con il destinatario. L'attestazione della data, l'autenticità dell'origine e l'integrità del contenuto della fattura elettronica sono garantite dall'apposizione del riferimento temporale e della firma elettronica qualificata dell'emittente.

Il documento di trasporto è un documento che ha sostituito la bolla di accompagnamento della merce. Esso deve essere redatto al momento del trasporto della merce (anche su fogli semplici) con l'indicazione del mittente, del destinatario, della merce e del vettore.

La fattura commerciale non è obbligatoria (se non è richiesta dal cliente) per alcuni imprenditori commerciali. In luogo di essa,

l'imprenditore deve emettere la ricevuta o lo scontrino fiscale.

La ricevuta fiscale è un documento datato e numerato progressivamente ed è obbligatorio per le seguenti attività:

- somministratori di pasti e bevande (pizzerie, ristoranti, tavole calde, etc.);
- prestazioni alberghiere;
- cessioni di determinati beni (commercio di elettrodomestici, di mobili per arredamenti, di pellicce, di gioielli);
- alcune prestazioni di servizi (parrucchieri, barbieri, meccanici, idraulici, etc.).

Lo scontrino fiscale è un documento che deve essere emesso (tramite apposite macchine di misuratori fiscali) dai seguenti soggetti:

- commercianti al dettaglio in sede fissa e quelli che esercitano l'attività su aree pubbliche;
- esercenti l'attività di somministrazione in pubblici esercizi di bevande (bar, caffè), di generi di pasticceria e gelateria, di dolciumi, etc.

Tuttavia, il D.L. 223/2006 ha soppresso l'obbligo di emissione della ricevuta e dello scontrino fiscale e, di contro, ha introdotto l'obbligo per i commercianti al minuto e soggetti svolgenti attività assimilate di trasmettere telematicamente, all'Agenzia delle Entrate, l'ammontare complessivo dei corrispettivi giornalieri delle cessioni di beni e delle prestazioni di servizi. L'avvio di tale procedura è subordinata all'emanazione di un apposito provvedimento dell'Agenzia delle Entrate che a tutt'oggi non è stato ancora emanato.

8.5 SEGUE: MISURATORI FISCALI

I misuratori che per legge devono essere installati per il controllo di cassa o di peso, sono:

- registratori di cassa;
- bilance elettroniche.

Queste macchine emettono lo scontrino fiscale. Sia le macchine che lo scontrino devono avere le caratteristiche previste dal decreto del Ministero delle Finanze del 23/03/1983.

Ogni apparecchio deve essere dotato di apposito libretto con pagine numerate progressivamente e deve avere le seguenti indica-

zioni: generalità complete del fabbricante e del compratore, modello e marca, numero di matricola ed estremi di approvazione del modello, dichiarazione di responsabilità del fabbricante.

Entro il giorno successivo all'installazione della macchina nel negozio, si deve dare comunicazione all'Ufficio dell'Agenzia delle Entrate competente per territorio con dichiarazione redatta in duplice copia e controfirmata dal tecnico installatore.

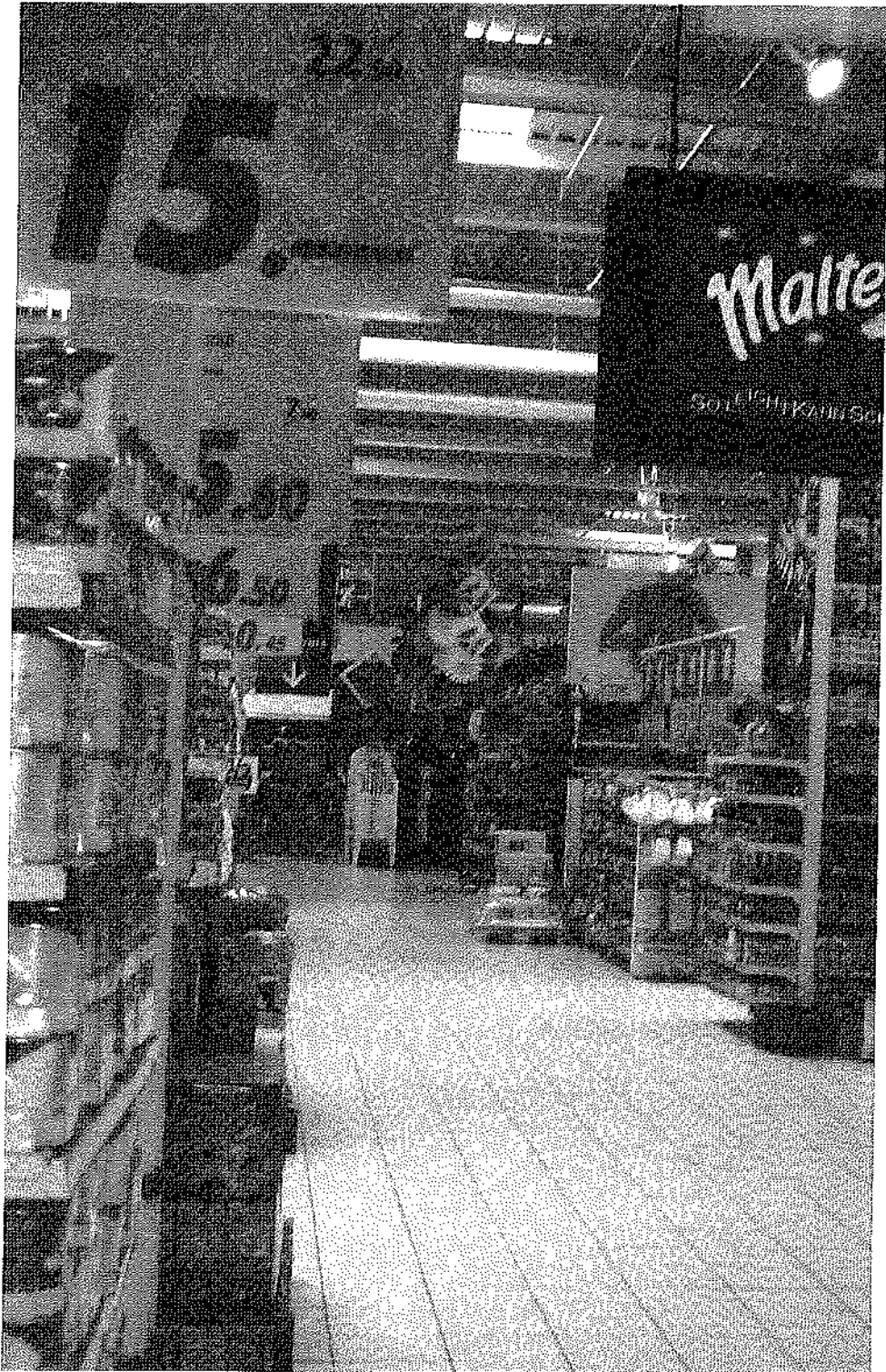
Con il Provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate del 28 luglio 2003 (modificativo del D.M. 23 marzo 1983) è stata introdotta una nuova e più circostanziata disciplina sulla verifica periodica dei misuratori fiscali. In particolare, sono state introdotte nuove modalità operative per i controlli periodici dei registratori di cassa, ponendo, a carico dell'utente l'onere di richiedere annualmente, ad appositi centri di assistenza, la verifica periodica dei misuratori installati nel proprio esercizio.

L'inosservanza delle norme sui misuratori fiscali comporta l'applicazione di una sanzione amministrativa da un minimo di 1.032,00 euro ad un massimo di 7.746,00 euro (prima del D.Lgs. 74/2000 erano previste anche la reclusione e la sospensione della licenza).

11/11/2020 11:11:11 AM

CAPITOLO IX

IL MERCATO E LE STRATEGIE DELL'IMPRENDITORE



9.1 IL MERCATO

Le attività economiche si dividono in tre settori:

- primario o dell'agricoltura;
- secondario o dell'industria;
- terziario o dei servizi. In tale settore sono compresi il commercio, i pubblici esercizi, l'attività bancaria, l'attività assicurativa, l'attività dei trasporti, etc.

Il settore del commercio viene anche definito: distribuzione commerciale o apparato distributivo.

Ogni settore economico ha generalmente un suo mercato.

Ogni impresa, nell'ambito delle leggi generali che regolano la vita politica, economica, sociale e il settore a cui appartiene, entra in rapporto con altri soggetti o istituzioni, a cui deve richiedere o cedere dei beni o servizi. Le imprese, a loro volta, si raggruppano in categorie, originando dei distinti mercati con i quali l'impresa dovrà attivare un sistema di scambi. Il mercato, infatti, è il luogo degli scambi di beni e servizi, dove l'insieme dei venditori formano la cosiddetta offerta e l'insieme dei compratori formano la cosiddetta domanda.

Le imprese, quindi, raggruppandosi formano distinti mercati:

- a) la borsa valori è un mercato altamente regolamentato, dove vengono negoziati valori mobiliari (azioni, obbligazioni, etc.) e valute estere (dollaro, yen, etc.). In Italia, il mercato borsistico è gestito da Borsa Italiana s.p.a., la quale organizza e gestisce il mercato italiano attraverso un sistema di negoziazione completamente elettronico per l'esecuzione degli scambi in tempo reale. I soggetti che possono operare in questo mercato sono le S.I.M. (società di intermediazioni mobiliari). Gli organi, invece, che controllano il mercato borsistico sono la CONSOB e la Banca d'Italia.
- b) la borsa merci è il luogo dove vengono scambiati prodotti agricoli non deperibili e altri beni. Tale mercato è organizzato e regolato dalle Camere di Commercio. Ogni settimana viene pubblicato un listino prezzi delle merci contratte. Le più importanti borse merci sono: New York Cotton exchange per il cotone; Chicago Board of Trade per i cereali; etc. Con il decreto del Ministro delle Politiche Agricole del 6 Aprile 2006 è stata istituita la Borsa Merci Telematica Italiana il cui compito è facilitare l'incontro tra le proposte d'acquisto e di vendita, collegando in modo sicuro gli operatori attraverso un sistema telematico ad asta continua aperto 24 ore su 24. L'accesso alla borsa merci telematica è riservato alla nuova figura professionale dei soggetti abilitati all'intermediazione (SAT);
- c) le fiere provinciali, nazionali, internazionali sono particolari mercati dove vengono scambiati particolari tipi di beni. Il calendario delle fiere provinciali viene pubblicato dalla Camere di Commercio, mentre quelle nazionali e internazionali viene pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale di ottobre di ogni anno;
- d) i mercati alla produzione sono numerosissimi soprattutto nel settore agricolo;
- e) i mercati generali all'ingrosso sono quelli organizzati dai pubblici poteri in strutture ubicate in aree urbane dove raccolgono produttori, grossisti e dettaglianti dei settori ortofrutticolo, del pesce, delle carni, dei fiori;
- f) le aste sono mercati particolari stabiliti in alcuni giorni della settimana o mese o anno, saltuariamente o in occasione di vendite straordinarie (es. giudiziarie).

9.2 SEGUE: LA DIMENSIONE DEL MERCATO E LE SUE REGOLE

Il mercato oggi non ha limiti territoriali ben precisi. Molte volte un imprenditore trova conveniente scambiare con l'estero (in tal caso è obbligato a chiedere un numero meccanografico alla Camera di Commercio).

Poiché oggi l'Italia è in un contesto di mercato europeo, possiamo distinguere tra operazioni extracomunitarie e operazioni comunitarie.

Gli scambi con i paesi extracomunitari sono soggetti ad un dazio pagabile presso ogni dogana. La dogana su tutte le importazioni applica e riscuote l'IVA e consegna all'interessato un documento fiscale detto bolletta doganale. Per gli scambi intracomunitari (cioè con i Paesi che fanno parte dell'Unione Economica: Italia, Austria, Belgio, Bulgaria, Cipro, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Malta, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Svezia, Ungheria), non valgono le stesse regole viste sopra.

9.3 IL MARKETING

Non tutti gli autori danno una definizione univoca al marketing né il termine trova corrispondente traduzione in italiano. Secondo Sergio Sciarelli, il marketing "è un processo mediante il quale l'azienda studia il mercato o i mercati che ritiene interessanti, analizza le tendenze della domanda e la situazione della concorrenza, individua l'esistenza di opportunità di business, orienta la produzione in funzione dei potenziali acquirenti da conquistare, crea la domanda per i motivi prodotti e provvede a collocare questi ultimi presso gli sbocchi prescelti".

Quindi, possiamo dire che il marketing, è un sistema di scelte e di funzioni ovvero di strategie che aiutano l'imprenditore a conoscere il mercato e ad utilizzare al meglio gli strumenti appropriati.

Le funzioni del marketing rappresentano, per l'imprenditore anche l'inizio della sua attività, le linee direttive su cui muoversi. Le

funzioni sono dirette, infatti, ad analizzare il mercato, a programmare i prodotti, a promuovere la domanda e a raggiungere il massimo della vendita. Quest'ultima funzione, la vendita appunto, rappresenta il momento conclusivo ed è di particolare importanza, perché da essa dipende la vita dell'azienda.

Un imprenditore, prima di investire in un'azienda, è bene che attui una serie di iniziative necessarie a capire l'effetto penetrativo nel mercato di appartenenza (in poche parole deve attuare una operazione di marketing). Ciò significa che egli dovrà ubicare la sua azienda in un posto strategico, fare un'indagine di mercato atta a prendere tutte quelle informazioni utili per la scelta della soluzione migliore, la situazione commerciale e il grado di specializzazione dei punti vendita, la presenza nella zona di uffici, strade e quant'altro necessario alla sua attività, etc.

9.4 LE VARIE FORME DI COMMERCIO ALL'INGROSSO

Vi sono due figure di commercio all'ingrosso:

- 1) il grossista tradizionale che, in genere, vende a credito e con consegna della merce presso il negozio del commerciante al minuto;
- 2) il cash and carry che vende a self-service con pagamento in contanti e consegna della merce all'uscita dello stesso magazzino.

Le strutture in cui si concentrano generalmente i punti di vendita dei commercianti all'ingrosso sono:

- centro commerciale all'ingrosso;
- mercato generale all'ingrosso.

Per centro commerciale si deve intendere un complesso di almeno cinque esercizi, attrezzature e servizi che viene concepito, promosso e realizzato da una società.

Esso può essere:

- monosettoriale, come per esempio la Città Commerciale del Piemonte per l'abbigliamento;
- polisettoriale, come per esempio il C.I.S. della Campania.

9.5 LE VARIE FORME DI COMMERCIO AL DETTAGLIO

Le forme più importanti, in ordine di dimensione, di commercio al dettaglio sono:

- il negozio tradizionale ha generalmente una superficie minima atta a vendere solo prodotti limitati ad una sola categoria merceologica;
- il minimercato è un punto di vendita avente una superficie tra i 200 e i 400 mq atto a vendere prodotti di due o più categorie merceologiche;
- il supermercato vende articoli alimentari con il sistema del self-service su una superficie superiore ai 400 mq;
- il grande magazzino è un punto di vendita di articoli non alimentari su una superficie superiore ai 400 mq;
- l'ipermercato è un punto vendita di tutte le tabelle merceologiche su una superficie superiore ai 2500 mq suddiviso in reparti, ciascuno dei quali avente le caratteristiche del supermercato e del grande magazzino;
- il centro commerciale al dettaglio è il punto vendita, con almeno otto esercizi, che si estende su una superficie di almeno 3500 mq.

Altre forme di commercio al dettaglio sono il drugstore e il discount.

Il drugstore è un particolare esercizio non specializzato e con un orario di vendita molto più ampio rispetto agli altri.

Tale forma di vendita è molto diffusa all'estero.

Il discount è una particolare forma di gestione in cui, a pari superficie di vendita rispetto agli altri esercizi, l'imprenditore riduce il numero degli articoli trattati e riduce la percentuale di ricarico.

9.6 LE TECNICHE DI VENDITA

Le principali tecniche di vendita sono:

- l'assistita, effettuata solo tramite personale addetto (titolare, commesso, etc);
- a libero servizio, detta anche self-service, il cliente sceglie la merce senza l'intervento di addetti;
- parzialmente assistita, il personale addetto interviene solo in via sussidiaria;

- mista, vengono previsti alcuni reparti self-service e altri assistiti;
- via internet (commercio elettronico);
- per corrispondenza su catalogo;
- a domicilio del consumatore;
- con programmi diffusi attraverso le reti televisive o radiofoniche;
- con apparecchi per la distribuzione automatica.

9.7 SEGUE: IL MERCHANDISING E L'IMMAGINE DEL PUNTO VENDITA

L'immagine del punto vendita rappresenta il fiore all'occhiello di ogni azienda, soprattutto per le aziende di distribuzione.

L'immagine è data dall'insegna, dall'eventuale marchio di commercio, dall'architettura interna ed esterna, dalla vetrina, dall'arredo, dalle luci, dall'esposizione della merce e da ogni altro elemento atto a richiamare l'attenzione del cliente.

Uno degli elementi fondamentali dell'immagine è la luce che deve essere intonata con l'arredo, appropriata e in quantità adeguata.

La disposizione dell'arredo e delle attrezzature e la collocazione dei prodotti in un punto vendita è fondamentale in quanto permette la promozione delle vendite, e quindi dà un input maggiore alla vendita. L'organizzazione di questi elementi all'interno di un negozio è chiamata "merchandising".

Una percentuale molto alta di vendita è rappresentata dalla vendita visiva, perché il consumatore vedendo il prodotto viene attratto anche se non avverte il bisogno di acquistarlo.

Le leve del merchandising da un punto di vista operativo sono:

- a) il lay-out. Il termine indica la disposizione fisica delle strutture tecnico-produttive che costituiscono la superficie di vendita;
- b) il display. E' l'esposizione dei prodotti, del materiale pubblicitario e promozionale;
- c) l'assegnazione dello spazio di ogni singolo prodotto o raggruppamenti di prodotti posti in vendita.

La leva di cui al punto c) è fondamentale perché assegnando lo spazio ad ogni singolo prodotto o gruppi di prodotti, si possono creare dei percorsi interni per facilitare la scelta da parte del cliente

con strutture espositive. Queste ultime trovano una forma a gonnola, generalmente, nei piccoli negozi, perché è una struttura verticale di centro-negozio che consente l'esposizione su tutti i lati.

L'esposizione verticale presenta 4 livelli:

- il livello terra è una zona debole e poco redditizia;
- il livello mani è una zona discreta e alquanto redditizia;
- il livello occhio è un'ottima zona e molto redditizia;
- il livello alto è una zona debole e poco redditizia.

La vetrina di un negozio costituisce uno strumento fondamentale di comunicazione, soprattutto per i piccoli commercianti.

Essa, infatti, deve attirare l'attenzione, creare l'interesse e trasformarlo in desiderio di acquisto. La vetrina, in genere, accoglie prodotti di maggior richiamo e per il prezzo e per la qualità.

9.8 LA VITA DEL PRODOTTO

Le scelte operative della gamma di vendita non possono certo rimanere inalterate per periodi lunghi di tempo, perché fenomeni di invecchiamento tecnologico o psicologico dei prodotti ne pregiudicano la validità in termini di mercato. In certi casi, quando il prodotto è in declino, nemmeno un processo di ringiovanimento è sufficiente, perché le scelte di mercato possono orientarsi verso prodotti del tutto nuovi e perfettamente sostitutivi di quello invecchiato.

Quindi, possiamo dire che ciascun prodotto ha un suo ciclo di vita, che si sviluppa dalla nascita, all'affermazione, allo sviluppo e, poi, al declino.

Dunque, ogni prodotto, dal momento della sua immissione nel mercato a quello della sua eliminazione dalla gamma di vendita dell'impresa, attraversa cinque fasi:

- 1) introduzione: il prodotto inizia ad affermarsi con una crescita piuttosto lenta delle vendite;
- 2) sviluppo: l'espansione delle vendite ha luogo ad un ritmo molto rapido, a seguito dell'affermazione del prodotto nel mercato;
- 3) maturità: le vendite continuano a svilupparsi, ma ad un tasso meno elevato;
- 4) saturazione: il livello delle vendite si stabilizza definitivamente

intorno a valori alti;

5) declino: il volume delle vendite comincia a ridursi rapidamente. In questo caso, occorre o fare una nuova promozione delle vendite attraverso la pubblicità o attraverso il rinnovo del prodotto o eliminarlo dal mercato.

La maggior parte dei beni di consumo durevole, dei beni voluttuari e dei prodotti alimentari conservati, commercializzati da marche note, ha una vita che varia a seconda della qualità, della pubblicità che si fa al prodotto, del prezzo e dalla concorrenza dei prodotti simili.

9.9 SEGUE: L'ATTIVITA' PROMOZIONALE

La promozione delle vendite è molto importante, in quanto da essa dipende la vita del prodotto e può essere realizzata mediante:

- l'attività di relazioni pubbliche che si attua attraverso conferenze, convegni e qualunque altro strumento atto a far gradire l'impresa al pubblico;
- la pubblicità che è l'attività più tradizionale di sviluppo delle vendite. Essa viene attuata mediante apposite campagne, in cui è prevista l'utilizzazione concentrata di più veicoli pubblicitari (televisione, radio, giornali, internet, manifesti, etc.). Le campagne pubblicitarie si rendono necessarie per propagandare un nuovo prodotto, per rivitalizzare un prodotto in declino, per rafforzare l'affermazione della marca o per sottolineare la continuità di presenza del prodotto nel mercato;
- la propaganda ha l'obiettivo di creare, per periodi limitati di tempo, particolari incentivi per l'acquisto dei prodotti. In sostanza, sono iniziative speciali di vendite fatte in determinate occasioni per facilitare l'affermazione di un prodotto nuovo (prezzo basso per facilitare l'acquisto) o per rivitalizzare un prodotto in declino (vendite di fine stagione, vendite per liquidazione, vendite per rinnovo locale, etc.);
- l'attività persuasiva del venditore. I venditori (sia titolari che commessi) a contatto con la clientela possono esercitare un'azione persuasiva di segnata efficacia. Il loro ruolo di consulenti di acquisto li pone in una posizione preminente nell'intero processo promozionale.

9.10 SEGUE: LE SCORTE

Le scorte di magazzino vengono definite come l'insieme di beni, oggetto dell'attività, che l'imprenditore deve tenere a disposizione per far fronte alle esigenze che possono derivare da un aumento della domanda. E' vero che l'imprenditore deve tenere un certo quantitativo di scorte per far fronte ad ogni evenienza, ma è altrettanto vero che un cumulo di merce nel magazzino, comporta alti costi di gestione.

L'obiettivo dell'imprenditore deve essere quello di minimizzare i costi di gestione delle scorte. Tale obiettivo si raggiunge nel variare la quantità da ordinare a seconda del:

a) preventivo di vendita riferito ad un determinato periodo di tempo che può essere una stagione, una settimana a seconda se si vendono articoli stagionali (esempio abbigliamento) o articoli soggetti a scadenza (esempio prodotti alimentari);

b) settore merceologico in cui opera l'esercizio commerciale.

Le merci acquistate per la vendita (dette anche scorte o stock di merce) costituiscono una parte rilevante del capitale investito dall'imprenditore.

Ogni quantitativo di merce acquistata rimane nel magazzino un determinato lasso di tempo prima di essere venduta.

Se questo tempo è lungo, la merce è a rotazione lenta, se, invece, è breve, la merce è a rotazione rapida.

Questi due concetti sono molto importanti, perché quanto più è rapida la rotazione delle scorte nel magazzino, maggiore è la redditività del capitale investito in merci.

APPENDICE MERCEOLOGICA
a cura di Gaetano Scarano



1. Farina

Nell'uso comune, con il termine farina serve ad indicare quella di grano e in particolar modo quella di grano tenero, mentre per semola si intende la polvere di grano duro. Per il loro ruolo nella fabbricazione di pane e pasta, queste sono, infatti, le più diffuse nel mondo, tutelate dalle leggi dei diversi paesi. Con il Decreto del Presidente della Repubblica n.187 del 9 febbraio 2001 si sono stabilite le caratteristiche e le denominazioni delle farine.

Esistono anche farine di mais, di orzo, di farro, di riso, di avena, di segale, di legumi, frutta a guscio, tuberi, ecc..

La proprietà più importante della farina, di cui tenere conto per la scelta del tipo più adatto ad una certa ricetta, è il suo contenuto proteico, in particolare di quello di gliadina e glutenina. Queste due proteine semplici poste a contatto con l'acqua formano un complesso proteico detto glutine che costituisce la struttura portante dell'impasto rappresentata come forza della farina. Si tratta di una sorta di reticolo all'interno della massa di farina e acqua che la rende compatta, elastica e capace di trattenere gli amidi ed eventualmente i gas della lievitazione che formano così le bolle caratteristiche della struttura spugnosa di pane ed altri prodotti lievitati.

In base alla quantità, ma anche alla qualità, del glutine contenuto in una data farina, l'impasto con l'acqua avrà più o meno resistenza ed elasticità, e varierà anche il tempo necessario per la lievitazione.

1.1 Farina di frumento

Il principale ingrediente della cucina, in particolare di quella europea e americana, è la farina di frumento, caratterizzata dall'alta qualità e quantità del suo glutine.

Questa caratteristica dà alla pasta la tenacia necessaria per una cottura al dente mentre al pane e agli altri prodotti lievitati una struttura più sostenuta rispetto a quella che si potrebbe ottenere utilizzando altri prodotti.

1.2 Farina di grano tenero

Dalla macinazione del grano tenero si ottiene una resa in farina che oscilla tra il 70 e l'82%; il rimanente 18-30% è costituito da crusca per uso zootecnico. La percentuale di farina estratta dal chicco dipende, oltre che dal tipo di grano, anche dal tipo di macinazione

impostata nei molini.

Le farine derivate da basse estrazioni (abburattamento del 70-75%) provengono principalmente dalla parte centrale del chicco e si contraddistinguono ad occhio nudo per la loro purezza e candore; sono denominate in Italia farina tipo 00. Al contrario, una farina ad alto tasso di estrazione (circa 80%) sarà meno chiara in quanto contiene anche la farina proveniente dalla parte esterna del chicco (strato aleuronico); in relazione al contenuto in ceneri (minerali) possono essere denominate farina tipo 0, tipo 1 o tipo 2. Quando la percentuale di estrazione giunge al 100% si ottiene la cosiddetta farina integrale, cioè uno sfarinato comprensivo anche di crusca.

La tabella seguente riassume le principali caratteristiche delle farine di grano tenero in commercio in Italia:

Denominazione del prodotto	Umidità max	Proteine min
Farina di grano tenero tipo 00	14,50%	9,00%
Farina di grano tenero tipo 0	14,50%	11,00%
Farina di grano tenero tipo 1	14,50%	12,00%
Farina di grano tenero tipo 2	14,50%	12,00%
Farina integrale di grano tenero	14,50%	12,00%
Nota: tabella contenuta nel DPR 9 febbraio 2001, n. 187.		

La farina proveniente dal grano duro viene denominata semola rimacinata ed è prodotta prevalentemente nelle regioni del sud Italia. Essa si distingue da quella di grano tenero sia per la granulometria più accentuata che per il suo caratteristico colore giallo ambrato, colore che si ripercuote anche sui prodotti con essa ottenuti. Questa farina si utilizza prevalentemente per la produzione di pane e pasta (sia casereccio che industriale) ma anche per dolci tipici.

1.3 Produzione industriale

L'industria che provvede alla macinazione del frumento si chiama molitoria. I moderni mulini sono organizzati in tre sezioni distinte: nei silos vengono conservate le scorte di frumento, che devono essere periodicamente ventilate per evitare il formarsi di muffe; nella sala

di macinazione ci sono le macine che trasformano il frumento in farina; nel magazzino vengono conservati i sacchi di farina in attesa della spedizione.

Nella sala di macinazione molte macchine sono disposte in file parallele, perché ognuna riceve il "macinato" dalla macchina precedente. La prima operazione è quella di rottura. Il frumento proveniente dal silo entra nella prima macchina, dove viene "rotto" da due cilindri d'acciaio solcati da righe, che ruotano in senso contrario. Il macinato cade su un setaccio oscillante che trattiene i frammenti più grossi (crusca) e fa passare quelli più piccoli, costituiti da farina grossolana mescolata a crusca: questa operazione si chiama abburattamento (cioè setacciatura). Poi il procedimento si ripete nelle altre macchine, dove i cilindri sono sempre più ravvicinati e i setacci più fitti. La lavorazione si conclude con l'operazione di rimacina. Il prodotto delle operazioni precedenti è avviato alla "rimacina", cioè alle macchine con rulli perfettamente cilindrici e molto ravvicinati: si ottiene così la farina grossolana (tipo 2), fine (tipo 1), molto fine (tipo 0) e finissima (tipo 00).

2. Pasta

La pasta o pasta alimentare è un alimento a base di semola o farina di diversa origine diviso in piccole forme regolari destinate ad una cottura con calore umido e prodotte attraverso le seguenti operazioni tecniche:

- miscelazione e lavorazione della farina e di altri ingredienti con una sostanza più o meno liquida, come acqua o uovo, che consenta di ottenere un impasto;
- frammentazione e formatura di quest'ultimo;
- eventuale essiccazione.

Questi stessi passaggi sono alla base delle preparazioni più disparate: molto asciutte come le paste italiane e il cuscus arabo oppure molli come le paste cinesi quasi liquide che rimangono in forma solo una volta sbollentate.

I termini pasta e pastasciutta possono indicare un piatto dove la pasta alimentare sia l'ingrediente principale accompagnato da una salsa, sugo o altro condimento.

In Italia la pasta secca, che costituisce i tre quarti dei consumi totali,

è ottenuta dalla trafilazione, laminazione e conseguente essiccamento di impasti preparati esclusivamente con semola o semolato di grano duro ed acqua. La legge ne stabilisce chiaramente le caratteristiche e le eventuali denominazioni con il Decreto del Presidente della Repubblica n.187 del 9 febbraio 2001.

L'altro quarto dei consumi è rappresentato dalla pasta fresca, per cui, oltre ad un più elevato livello di umidità e di acidità, è previsto anche l'impiego del grano tenero e la sfogliatura dell'impasto in alternativa alla trafilazione.

Con 28 kg annui pro capite, l'Italia da sempre si trova al primo posto nella graduatoria mondiale per il consumo di pasta, a grande distanza dal Venezuela che è secondo consumandone solo la metà. Il 37% dei consumi italiani avviene al nord (24 kg pro capite), il 23% al centro (28 kg pro capite) e il 40% (34 kg pro capite!) al sud.

L'Italia, con 3.191.505 tonnellate per l'anno 2005, detiene anche il primato della produzione mondiale, seguita dagli Stati Uniti con 2.000.000 di tonnellate e dal Brasile con 1.000.000. Le esportazioni assorbono circa il 50% della produzione italiana e sono in continua crescita sia per l'aumento della richiesta nei mercati tradizionali (Germania, Francia, Regno Unito, USA etc.), sia per l'allargamento dei mercati verso l'est europeo ed orientale (Russia, Polonia, Cina, India etc.).

2.1 Pasta secca

Due tipi di pasta secca: spaghetti e fusilli, chiamati anche eliche o celentani.

Le paste alimentari prodotte industrialmente e destinate al commercio, secondo la legge italiana, possono essere solo di acqua e sfarinati di grano duro nei tipi e con le caratteristiche riportate nella tabella sottostante, dove il grado di acidità è espresso dal numero di centimetri cubici di "soluzione alcalina normale" occorrente per neutralizzare 100 grammi di sostanza secca.

Tutte le paste contenenti ingredienti diversi sono considerate paste speciali e devono essere messe in commercio con la dicitura "pasta di semola di grano duro" completata dalla menzione dell'ingrediente utilizzato e, nel caso di più ingredienti, di quello o di quelli caratterizzanti.

2.2 Diversi tipi di pasta secca all'uovo

La pasta all'uovo è prodotta esclusivamente con semola e uova intere di gallina, prive di guscio, per un peso complessivo non inferiore a duecento grammi di uovo (corrispondente a 4 uova) per ogni chilogrammo di semola.

Le uova possono essere sostituite da una corrispondente quantità di ovo prodotto liquido fabbricato esclusivamente con uova intere di gallina, rispondente ai requisiti prescritti dal decreto legislativo 4 febbraio 1993, n.65.

Questa pasta deve essere posta in vendita con la sola denominazione pasta all'uovo e deve avere le seguenti caratteristiche: umidità massima 12,50 %, contenuto in ceneri non superiore a 1,10 su cento parti di sostanza secca, proteine (azoto x 5,70) in quantità non inferiore a 12,50 su cento parti di sostanza secca, acidità massima pari a 5 gradi, estratto etereo e contenuto degli steroli non inferiori, rispettivamente, a 2,80 grammi e 0,145 grammi, riferiti a cento parti di sostanza secca. Il limite massimo delle ceneri per la pasta all'uovo con più di 4 uova è elevato mediamente, su cento parti di sostanza secca, di 0,05 per ogni uovo o quantità corrispondente di ovo prodotto in più rispetto al minimo prescritto.

Nella produzione delle paste, delle paste speciali e della pasta all'uovo è ammesso il reimpiego, nell'ambito dello stesso stabilimento di produzione, di prodotto o parti di esso provenienti dal processo produttivo o di confezionamento; è inoltre tollerata la presenza di farine di grano tenero in misura non superiore al 3 per cento.

La pasta prodotta in altri Paesi (soggetti ad altri regolamenti), in tutto o in parte con sfarinati di grano tenero e posta in vendita in Italia, deve riportare una delle denominazioni di vendita seguenti:

- pasta di farina di grano tenero, se ottenuta totalmente da sfarinati di grano tenero
- pasta di semola di grano duro e di farina di grano tenero, se ottenuta dalla miscelazione dei due prodotti con prevalenza della semola
- pasta di farina di grano tenero e di semola di grano duro, se ottenuta dalla miscelazione dei due prodotti con prevalenza della farina di grano tenero.

2.3 Pasta fresca

La legge italiana consente la preparazione di paste fresche secondo le prescrizioni stabilite per le secche, eccetto che per l'umidità e l'acidità, che non devono superare il limite di 7 gradi.

Le paste alimentari fresche, poste in vendita allo stato sfuso, devono essere conservate, dalla produzione alla vendita, a temperatura non superiore a $+4^{\circ}\text{C}$, con tolleranza di 3°C durante il trasporto e di 2°C negli altri casi; durante il trasporto dal luogo di produzione al punto di vendita devono essere contenute in imballaggi, non destinati al consumatore finale, che assicurino un'adeguata protezione dagli agenti esterni e che rechino la dicitura "paste fresche da vendersi sfuse".

Il consumo del prodotto deve avvenire entro e non oltre cinque giorni dalla data di produzione.

Le paste alimentari fresche, poste in vendita in imballaggi preconfezionati, devono possedere i seguenti requisiti:

- avere un tenore di umidità non inferiore al 24 per cento
- avere un'attività dell'acqua libera (A_w) non inferiore a 0,92 né superiore a 0,97
- essere state sottoposte al trattamento termico equivalente almeno alla pastorizzazione
- essere conservate, dalla produzione alla vendita, a temperatura non superiore a $+4^{\circ}\text{C}$, con una tolleranza di 2°C .

Per facilitare i trasporti ed allungare la conservazione è consentita la preparazione di paste fresche stabilizzate, ossia paste alimentari che abbiano un tenore di umidità non inferiore al 20 per cento, un'attività dell'acqua libera (A_w) non superiore a 0,92 e che siano state sottoposte a trattamenti termici e a tecnologie di produzione che consentano il trasporto e la conservazione a temperatura ambiente.

Negli ultimi anni, inoltre, le industrie alimentari hanno proposto la pasta in vari formati cotti, conditi secondo ricette tradizionali e poi surgelati che, come tali, sottostanno anche alle norme sulla surgelazione. È proposta, sempre precotta ma non surgelata, anche in confezioni sigillate utilizzabili a breve scadenza.

2.4 Dietetica

Oltre quelle già descritte, sul mercato italiano crescono i consumi di paste con caratteristiche particolari, come quelle destinate alla dieta dei celiaci.

Queste paste dietetiche vengono prodotte interamente con sfarinati privi di glutine quali sono quelli di riso o di mais che hanno la più larga diffusione. Per la pasta di riso, in particolare, sono anche in corso delle spinte di marketing da parte delle aziende produttrici per farla entrare nelle abitudini dell'intera popolazione.

2.5 Le variabili della pasta

Le paste preparate industrialmente, artigianalmente o tradizionalmente in famiglia possono essere distinte, in base alla forma, nelle seguenti categorie:

a) paste lunghe

- a sezione tonda come vermicelli e spaghetti
- a sezione forata come bucatini e ziti
- a sezione rettangolare o a lente come trenette e linguine
- a spessore largo come lasagne e reginette
- paste in nidi o matasse
- a spessore largo come pappardelle
- a spessore ridotto come capellini, tagliolini e fettuccine

b) paste corte

- lunghe come rigatoni, sedani, fusilli, penne e garganelli
- medie come pipe, conchiglie, ditali e orecchiette
- paste minute o pastine specifiche per minestre come quadrucci, stelline e ditalini
- paste ripiene come tortellini, ravioli, agnolotti e cannelloni
- paste fantasia di forme assai varie ed insolite

In base al tipo di superficie, le paste si dividono ancora in due categorie:

- lisce, apprezzate per la leggerezza
- rigate, apprezzate per la capacità di trattenere i sughi

Viene infine considerata la ruvidezza della superficie che aiuta la salsa ad attaccarsi e rende il contatto in bocca più gustoso. Essa cambia in base alla tecnica ed agli strumenti di produzione, pertanto si apprezzano le più rugose e porose:

- pasta fatta a mano (cioè con tavola e matterello)
- pasta trafilata al bronzo.

2.6 Trafilazione della pasta

I processi principali della produzione della pasta sono:

Macinazione del frumento

Impasto e gramolatura

Fase 1: La semola si impasta con acqua, in modo da legare l'amido ed il glutine; l'impasto viene poi amalgamato e omogeneizzato con una macchina chiamata gramola.

Fase 2: Trafilazione. L'impasto viene estruso attraverso una trafilatrice, che ne imprime la forma desiderata.

Fase 3: Laminazione. L'impasto viene passato attraverso serie di cilindri contrapposti dalla distanza decrescente fino ad ottenere una sfoglia dello spessore desiderato. Tale sistema evita alla pasta la temperatura (80 °C o superiore) e la pressione (10 bar o superiore) cui è sottoposta la pasta nel processo di trafilazione/estrazione.

Fase 4: Essiccamento. A seconda dei tipi la pasta viene essiccata mediante aria calda, con tempi e procedimenti diversi. Per legge l'umidità finale non può superare il 12,5%, partendo da una percentuale di umidità pari a circa il 35%.

Fase 5: Raffreddamento.

Fase 6: Confezionamento.

3. Il Vino

Il vino è una bevanda alcolica fermentata, ottenuta esclusivamente dalla fermentazione (totale o parziale) del frutto della vite, l'uva (sia essa pigiata o meno), o del mosto.

Il termine "vino" ha origine dal verbo sanscrito vena ("amare"), da cui deriva anche il nome latino Venus della dea Venere.

È accertato che la produzione su larga scala di vino è iniziata poco dopo il 3000 avanti Cristo, quindi circa 5.000 anni fa.

I primi documenti riguardanti la coltivazione della vite risalgono al 1700 AC, ma è solo con la civiltà egizia che si ha lo sviluppo delle coltivazioni e di conseguenza la produzione del vino.

L'impero romano dà un ulteriore impulso alla produzione del vino, che passa dall'essere un prodotto elitario a divenire una bevanda di uso quotidiano. In questo periodo le colture della vite si diffondono su gran parte del territorio, e con l'aumentare della produzione crescono anche i consumi.

Ad ogni modo il vino prodotto a quei tempi era molto differente

dalla sostanza che conosciamo oggi. A causa delle tecniche di conservazione (soprattutto la bollitura), il vino risultava essere una sostanza sciropposa, molto dolce e molto alcolica. Era quindi necessario allungarlo con acqua e aggiungere miele e spezie per ottenere un sapore più gradevole.

Nel corso del medioevo nascono tutte quelle tecniche di coltivazione e produzione che arriveranno praticamente immutate fino al XVIII secolo, quando ormai la produzione ha carattere "moderno". Ciò grazie alla stabilizzazione della qualità e del gusto dei vini, nonché all'introduzione delle bottiglie di vetro e dei tappi di sughero. Nel novecento si ha, inizialmente da parte della Francia, l'introduzione di normative che vanno a regolamentare la produzione (origine controllata, definizione dei territori di produzione, ecc.) che porteranno a un incremento qualitativo nella produzione del vino a scapito della quantità.

3.1 Enologia

L'enologia è lo studio del vino in generale. Essa si occupa della viticoltura, della vinificazione, dell'affinamento (compresa la conservazione in cantina) e della degustazione.

Il nome deriva dal greco *oinos* (vino) e *logos* (studio).

Vino e salute

Il vino è una bevanda con effetti psicoattivi a causa dell'elevato contenuto in alcol etilico, il componente presente in maggior quantità nel vino esclusa l'acqua. Da questo punto di vista il vino viene considerato al pari di altre sostanze stupefacenti, anche perché, come queste, provoca dipendenza (alcolismo).

Per il suo contenuto in alcol, il consumo elevato di vino, come di altre bevande alcoliche, provoca effetti tossici, in particolare per il fegato. L'alcol etilico è inoltre cancerogeno per diversi organi ed è tossico per gli embrioni, motivo per il quale il consumo di vino è sconsigliato alle donne in gravidanza.

D'altro canto il consumo limitato di vino (due bicchieri al giorno), sembra avere effetti positivi sulla salute riducendo ad esempio il colesterolo.

3.2 Classificazione dei vini

I vini possono essere classificati sia in funzione del vitigno (varietà di vite utilizzata per la produzione) che in funzione della zona di produzione.

I vitigni più famosi e diffusi nel mondo (i cosiddetti "Vitigni internazionali" o "Alloctoni") sono fra i rossi il Cabernet-Sauvignon, il Cabernet franc, il Merlot, il Pinot noir; tra i bianchi il Sauvignon blanc, lo Chardonnay, il Muscat ed il Riesling.

Le zone di produzione più famose nel mondo sono, oltre alle diverse regioni dell'Italia, la provincia di Bordeaux, la Borgogna, la Champagne e l'Alsazia in Francia, La Rioja in Spagna e la Napa Valley in California.

3.3 Legislazione italiana

In Italia in esecuzione della legge n. 116 del 1963, fu emanato il D.P.R. 930/1963 che disciplina le caratteristiche produttive dei vari - vini, distinguendoli in:

- vini da tavola
- vini da tavola con indicazione geografica
- vini da tavola con indicazione del vitigno e geografica
- vini di qualità prodotto in regione determinata (VQPRD)
- vini a denominazione di origine controllata (DOC)
- vini a denominazione di origine controllata e garantita (DOCG).

I vini speciali (aromatizzati, liquorosi, spumanti) hanno trovato regolamentazione con il D.P.R. n. 162 del 1965.

Le necessarie correzioni al D.P.R. 930/1963 furono apportate con la nuova L. n. 164 del 1992, nel tentativo di creare una sorta di verticalizzazione della qualità per consentire ai vini migliori di essere più chiaramente identificati.

Vengono così identificati:

- vini da tavola
- vini da tavola con indicazione geografica tipica (IGT)
- vini di qualità prodotti in regione determinata (VQPRD)
- vini a denominazione di origine controllata (DOC)
- vini a denominazione di origine controllata e garantita (DOCG)
- vini di qualità prodotti in regione determinata (VQPRD, DOC, DOCG) con indicazione della sottozona (comune, frazione, fattoria, podere, vigna).

Idonei disciplinari di produzione dei Vini DOC e DOCG stabiliscono le condizioni da rispettare per rientrare in quelle precise caratteristiche produttrici a garanzia del livello qualitativo:

- la denominazione di origine
- i terreni di produzione dell'uva
- a resa massima per ettaro
- il minimo titolo alcoolometrico
- le caratteristiche fisico-chimiche.

Tutta la produzione di tali vini è sottoposta a controllo delle caratteristiche chimico-fisiche ed organolettiche nell'arco di tutta la produzione e, per i DOCG, anche per l'imbottigliamento. Apposite commissioni di esperti giudicano poi il prodotto e lo promuovono o meno.

Attualmente le DOC sono oltre 260 (in progressivo aumento), da cui discendono oltre 1500 sottodenominazioni.

Le principali DOCG sono:

Barolo, Barbaresco, Roero, Dolcetto di Dogliani Superiore, Gattinara, Ghemme, Moscato d'Asti e Asti Spumante, Brachetto d'Acqui, Gavi o Cortese di Gavi (Piemonte)

Franciacorta, Valtellina superiore, Sforzato della Valtellina (Lombardia)

Bardolino Superiore, Soave Superiore, Recioto di Soave (Veneto)

Ramandolo, Colli Orientali del Friuli Picolit (Friuli Venezia Giulia)

Albana di Romagna (Emilia Romagna)

Brunello di Montalcino, Chianti, Chianti classico, vino nobile di Montepulciano, Vernaccia di San Gimignano, Carmignano, Morellino di Scansano (Toscana)

Montefalco Sagrantino, Torgiano Rosso Riserva (Umbria)

Rosso Conero Riserva, Vernaccia di Serrapetrona (Marche)

Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane (Abruzzo)

Fiano di Avellino, Greco di Tufo, Taurasi (Campania)

Cerasuolo di Vittoria (Sicilia)

Vermentino di Gallura (Sardegna).

Nelle DOC E DOCG, inoltre, può esservi una "sottozona" che delimita, specialmente nella DOCG, la zona ristretta di produzione del vino.

3.4 Vini da tavola

I disciplinari di produzione solitamente definiscono i vini da tavola “veri e propri”, come quei vini generici di qualità più modesta, che possono riportare sull’etichetta la sola indicazione “Vino da tavola” ed il nome o la ragione sociale dell’imbottigliatore; facoltativamente possono riportare l’indicazione del colore (Bianco, Rosato, Rosso), ma non il o i vitigni utilizzati e l’anno di produzione. Tuttavia la dicitura vino da tavola non è sempre sinonimo di “scarsa” qualità ma semplicemente di non appartenenza ad alcun disciplinare di produzione. Non è quindi raro trovare vini da tavola di grande qualità e prestigio.

3.5 Vini ad Indicazione Geografica Tipica (IGT)

Per indicazione geografica tipica dei vini si intende il nome geografico di una zona utilizzato per designare il prodotto che ne deriva.

Questa categoria comprende i vini da tavola prodotti in determinate regioni o aree geografiche (autorizzate per legge), talvolta secondo un generico disciplinare di produzione; essi possono riportare sull’etichetta, oltre all’indicazione del colore, anche l’indicazione dei vitigni utilizzati e l’annata di raccolta delle uve.

Generalmente in questa categoria rientrano i vini da tavola di qualità più elevata.

È opportuno precisare inoltre che nelle due categorie sopra descritte si possono trovare anche vini di elevatissima qualità; la loro collocazione tra i “Vini da tavola” o tra gli IGT è dovuta sia a scelte commerciali, sia all’impossibilità, per la loro composizione (vitigni utilizzati), di rientrare nei disciplinari dei vini di qualità delle zone di produzione.

3.6 Vini a Denominazione di Origine Controllata (DOC)

Per denominazione di origine dei vini si intende il nome geografico di una zona viticola particolarmente vocata; esso viene utilizzato per designare un prodotto di qualità e rinomato, le cui caratteristiche sono connesse all’ambiente naturale ed ai fattori umani.

La categoria dei vini DOC comprende i vini prodotti in determinate zone geografiche nel rispetto di uno specifico disciplinare di produzione (approvato con decreto ministeriale).

Tali vini, prima di essere messi in commercio, devono essere sotto-

posti in fase di produzione ad una preliminare analisi chimico-fisica e ad un esame organolettico che certifichi il rispetto dei requisiti previsti dal disciplinare; il mancato rispetto dei requisiti ne impedisce la messa in commercio con la dicitura DOC.

Il primo vino italiano ad avere il riconoscimento della DOC, è stato il vino Marsala.

3.7 Vini a Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG)

La categoria dei vini DOCG comprende i vini prodotti in determinate zone geografiche nel rispetto di uno specifico disciplinare di produzione (approvato con decreto ministeriale).

Le DOCG sono riservate ai vini già riconosciuti DOC da almeno cinque anni che siano ritenuti di particolare pregio, in relazione alle caratteristiche qualitative intrinseche, rispetto alla media di quelle degli analoghi vini così classificati, per effetto dell'incidenza di tradizionali fattori naturali, umani e storici e che abbiano acquisito rinomanza e valorizzazione commerciale a livello nazionale ed internazionale.

Tali vini, prima di essere messi in commercio, devono essere sottoposti in fase di produzione ad una preliminare analisi chimico-fisica e ad un esame organolettico che certifichi il rispetto dei requisiti previsti dal disciplinare; l'esame organolettico inoltre deve essere ripetuto, partita per partita, anche nella fase dell'imbottigliamento, per i vini DOCG è infine prevista anche un'analisi sensoriale (assaggio) eseguita da un'apposita Commissione; il mancato rispetto dei requisiti ne impedisce la messa in commercio con la dicitura DOCG.

Le DOCG e le DOC sono le menzioni specifiche tradizionali utilizzate dall'Italia per designare i VQPRD (vini di qualità prodotti in regioni determinate).

Alcuni di tali vini possono anche fregiarsi delle diciture "Classico", "Riserva" o "Superiore".

La specificazione "Classico" indica un vino prodotto in una zona di origine più antica nell'ambito della stessa DOCG o DOC.

La qualificazione di "Riserva" è attribuita ai vini che vengono sottoposti ad un periodo di invecchiamento più lungo rispetto a quello previsto dal disciplinare.

La dicitura "Superiore" è attribuita ai vini che hanno una gradazione alcolica più elevata rispetto a quella prevista dal disciplinare.

3.8 L'Etichetta

L'etichetta costituisce una sorta di Carta d'identità del vino, in quanto contiene tutti gli elementi necessari per identificare il prodotto a cui si riferisce.

Le informazioni che devono essere riportate sull'etichetta sono stabilite sia dalle norme in vigore che dai rispettivi disciplinari di produzione; devono essere riportate le informazioni relative alle analisi chimiche del prodotto, grado alcolico con tolleranza 0,5% in volume, calcolato a 15 °C, in quanto il volume dell'alcool e dell'acqua variano in modo differenziale al variare della temperatura, indicazione dei solfiti contenuti, capacità del contenitore, comune di produzione, nome ragione sociale e sede dell'imbottigliatore, nome dell'azienda.

Per i vini DOC e DOCG è obbligatorio indicare l'anno di produzione.

A partire dalla vendemmia 2005 è diventato obbligatorio anche in Italia indicare la presenza di anidride solforosa o solfiti.

4. Caffè

Il caffè è una bevanda ottenuta dalla torrefazione e macinazione dei semi della *Coffea arabica*, una pianta originaria dell'Etiopia ma esistente in varie zone del mondo in diverse tipologie quali *Coffea Robusta*, *Coffea Liberica* e *Coffea Excelsa*.

4.1 Leggenda sulla scoperta

Esistono molte leggende sull'origine del caffè.

La più conosciuta narra di un pastore chiamato Kaldi portava a pascolare le capre in Etiopia. Un giorno queste incontrando una pianta di caffè cominciarono a mangiare le bacche e a masticare le foglie.

Arrivata la notte le capre anziché dormire si misero a vagabondare con energia e vivacità mai espressa fino ad allora. Vedendo questo il pastore ne individuò la ragione e abbrustolì i semi della pianta mangiati dal suo gregge, li macinò e, dopo averne fatta un'infusione, scoprì il caffè. Le capacità eccitanti della bevanda furono presto sfruttate in ambito religioso per le veglie notturne e la bevanda fu grandemente apprezzata dai mistici sufi.

4.2 Diffusione in Italia

Venezia per i suoi rapporti commerciali con il Vicino Oriente fu la prima a far uso del caffè in Italia, forse fin dal XVI secolo, ma le prime botteghe da caffè furono aperte solo nel 1645.

Sempre nel XVII secolo, a Londra ed a Parigi una libbra di caffè veniva pagata fino a 40 scudi. L'uso si andò poi via via generalizzando per crescere fino all'immenso consumo che se ne fa tuttora.

Verso il 1650, cominciò ad essere importato e consumato in Inghilterra e si aprirono di conseguenza i primi caffè (intesi come circoli e bar), come ad esempio quelli di Oxford e di Londra. I caffè divennero presto luoghi di nascita e diffusione di idee liberali, e furono frequentati da letterati, politici e filosofi.

Nel 1670 aprì il primo caffè a Berlino e nel 1686 a Parigi.

La prima piantagione in Brasile risale al 1727, ma l'industria dipendeva esclusivamente dalla pratica della schiavitù, abolita formalmente nel 1888.

4.3 Qualità e conservazione del caffè

La qualità del caffè dipende da come viene tostato.

Si consiglia di tostarne poco per volta e conservarlo in vaso di metallo ben chiuso, macinando sul momento solo quello che necessita, perché perde facilmente il proprio profumo. Una permanenza dei chicchi per 2 o 3 settimane a temperatura ambiente e a contatto dell'aria, è sufficiente per alterare fortemente il gusto della bevanda, dovuto al processo di irrancidimento dell'olio contenuto, e nel caso dell'espresso, la quasi assenza in tazzina, della crema in superficie. Attualmente, i materiali usati dall'industria per la confezione del caffè in chicchi, sono sufficientemente impermeabili all'aria da permetterne una buona conservazione anche nel proprio barattolo o busta.

4.4 Proprietà del caffè

A coloro ai quali l'uso del caffè provoca troppo eccitamento - può provocare in soggetti predisposti episodi di tachicardia sinusale, quindi cardiopalmo, oppure insonnia - viene consigliato di astenersene o di usarlo con moderazione; l'effetto potrebbe anche essere corretto mescolandovi un po' di cicoria oppure orzo tostato. L'uso costante potrebbe neutralizzare gli effetti negativi del caffè su molte

persone, ma potrebbe anche nuocere, essendovi dei temperamenti tanto eccitabili da non essere correggibili.

Preso alla mattina a digiuno pare che il caffè sbarazzi lo stomaco dai residui di un'imperfetta digestione e lo predisponga ad una colazione più appetitosa; va precisato ad ogni modo che una tazzina di caffè, cioè 10 cl di caffè, e un cucchiaino di zucchero, apportano all'organismo solo 45 calorie in totale, contro le 400 indicativamente raccomandate dai dietologi per una colazione bilanciata, una che cioè fornisca il 29% delle calorie consumate nelle 24 ore successive: è fortemente sbagliato, pertanto, sostituire la colazione con una semplice tazzina di caffè, aggiungendo a ciò che, contrariamente al pensiero comune, trascurare la colazione espone gravemente all'obesità gli individui predisposti ad ingrassare.

Prima di mettersi in viaggio il caffè non è consigliato, se non dopo aver mangiato. Infatti, è uno stimolante e facilita l'attenzione, ma favorisce anche un'ipersecrezione gastrica fastidiosa, soprattutto a stomaco vuoto.

Il caffè mescolato al latte bollente (il famoso cappuccino) ha la proprietà di bloccare l'appetito ed è comunemente pensato essere un sostitutivo del pranzo anche se impropriamente. Questo perché, con la temperatura, l'acido tannico del caffè si combina con la caseina del latte, dando luogo al tannato di caseina, composto difficile da digerire.

4.5 Il mercato del caffè

Il mercato globale di settore consta di circa 90.000 milioni di dollari. Il Brasile, da solo, produce quasi un terzo del caffè nel mondo. Nelle ultime tre stagioni il suo raccolto medio, si è aggirato sui 32 milioni di sacchi (un sacco equivale a 60 kg) con esportazioni intorno ai 27 milioni. Al Salone Internazionale del caffè sono presenti tutti i settori merceologici più importanti con un +12,4% di espositori rispetto alla passata edizione. Il Salone offre a 360° un panorama dei comparti legati alla lavorazione del caffè includendo liofilizzazione e decaffeinizzazione, aziende di imballaggio e confezionamento, enti portuali e spedizionieri, associazioni e agenzie di promozioni. In percentuale, spicca il comparto bar, gelateria e pasticceria (45 %); ristoranti (36%), torrefattori (14%), produttori di caffè (3%) e broker del caffè (2%).

5. Conservazione degli alimenti

La conservazione degli alimenti è l'insieme delle tecniche che servono a rallentare i processi di alterazione a cui vanno incontro gli alimenti sia per l'effetto del tempo che dell'ambiente esterno mantenendone inalterate le proprietà nutritive ed organolettiche. Questo consente di consumare gli alimenti in luoghi diversi da quelli di produzione e in stagioni differenti da quelle di raccolta, ottenendo così un'economia di spese evitando il deprezzamento dovuto all'esubero. I metodi di conservazione degli alimenti si basano sulla creazione di condizioni sfavorevoli allo sviluppo, all'attività e alla vita stessa dei microorganismi.

Industrialmente possono essere utilizzate diverse tecniche di conservazione, quali:

- Uso del calore
- Essiccamento ed affumicatura
- Tecniche del freddo
- Liofilizzazione
- Uso di additivi e coadiuvanti.

5.1 Uso del calore

L'azione del calore impedisce i processi putrefattivi provocati dallo sviluppo della flora batterica (a temperatura ambiente). I sistemi per ottenere questo tipo di conservazione sono:

Sterilizzazione: viene effettuata alla temperatura di 100-120° C, questo processo riesce ad eliminare anche le spore consentendo così una lunga durata del prodotto, però si ha la inattivazione delle vitamine e la coagulazione delle proteine. I prodotti così ottenuti offrono elevate garanzie igieniche (devono però essere conservati in contenitori ermeticamente chiusi.)

Bassa pastorizzazione: viene effettuata alle temperature di 60-80°C per una durata di 30 secondi. Questa tecnica consente di alterare solo in minima parte i principi nutritivi ma, non eliminando le spore consente una conservazione limitata nel tempo.

Alta pastorizzazione: viene effettuata a più alte temperature ma solo per pochi secondi. Per quanto riguarda la conservazione vale il discorso fatto per la bassa pastorizzazione.

5.2 Essiccamento ed affumicatura

L'essiccamento è il metodo più antico ed economico usato per

togliere acqua dai cibi freschi. L'acqua favorisce lo sviluppo di batteri e muffe responsabili delle alterazioni. L'essiccazione si realizza senza alcuna garanzia igienica sfruttando l'azione dell'aria e il calore del sole. Industrialmente vengono usati essiccatori muniti di ventilatori che immettono aria calda. Questi vengono usati per verdure e frutta; per, invece, alimenti come il latte e le uova si usa la tecnica sotto vuoto che evita di sottoporre il prodotto ad elevate temperature. L'affumicatura abbinata all'essiccazione prevede l'uso di fumo che blocca lo sviluppo di microorganismi attraverso le sostanze antisettiche in esso contenute.

L'affumicatura è un metodo di conservazione molto utilizzato per le carni suine e per alcuni prodotti ittici. Consiste nell'esposizione di un alimento al fumo di legno più o meno aromatico di varie specie vegetali, quali alloro, rosmarino, ginepro, faggio, quercia, castagno, pioppo, ecc., alla temperatura di 80-100 gradi centigradi per 30 min o 20-25 gradi centigradi per vari giorni con il 70-75 per cento di umidità relativa. Per favorire la penetrazione del fumo in genere l'alimento è preventivamente salato. Il fumo esplica un'azione conservante oltre a conferire particolari caratteristiche organolettiche. L'azione conservante dovuta a vari componenti del fumo ed in particolare all'aldeide formica (oltre che al cresolo, guaiacolo, metanolo, etanolo, ecc.), alla sottrazione di acqua e alla coagulazione delle proteine. Per altro, nel fumo si trovano composti dannosi all'organismo umano tra i quali gli idrocarburi policiclici aromatici che, secondo alcuni autori, risultano poco dannosi nella forma in cui sono generalmente presenti negli alimenti affumicati.

5.3 Tecniche del freddo

Negli ultimi anni viene utilizzato un metodo di conservazione che sfrutta il freddo, mantenendo, così, le proprietà organolettiche e i principi nutritivi che hanno gli alimenti freschi. La durata e l'efficacia della conservazione dipendono dal valore delle basse temperature raggiunte. Una volta che l'alimento ha raggiunto la temperatura ambiente esso deve essere consumato in breve tempo in quanto il freddo non elimina i microorganismi, che a temperatura ambiente possono riprendere la loro attività.

I metodi di conservazione che sfruttano le basse temperature sono:
Prerrefrigerazione: E' utilizzata per prodotti ortofrutticoli e consiste

nel raffreddarli per minimizzare i processi di maturazione per permettere un tempo più lungo di commercializzazione.

Refrigerazione: Consiste nel portare gli alimenti al di sopra del loro punto di congelamento. In questo modo può essere applicata per periodi piuttosto brevi.

Congelazione: Consiste nell'abbassare la temperatura degli alimenti lentamente a temperature al disotto del punto di congelamento. In tal modo vengono bloccati i processi biologici dei microorganismi prolungando il periodo di commerciabilità. Questa tecnica comunque è sempre meno adoperata poiché il congelamento lento provoca la formazione di grossi cristalli di ghiaccio nell'acqua contenuta negli alimenti, con conseguente rottura delle pareti cellulari e la perdita dei principi nutritivi.

Surgelazione: E' un metodo di perfezionamento della congelazione. Una macchina frigorifera può considerarsi costituita da un compressore (1), un condensatore (2), un evaporatore (4), una valvola di espansione (3). Questi organi sono collegati tra loro in modo da costituire un circuito chiuso. Il compressore aspira il liquido frigorifero allo stato gassoso e, dopo averlo compresso e quindi riscaldato, lo invia al condensatore, ove avviene la cessione del calore latente di condensazione e dell'equivalente termico del lavoro di compressione e quindi di liquefazione; il liquido ottenuto subisce una laminazione attraverso la valvola laminatrice e passa nell'evaporatore ove, espandendosi, sottrae calore all'ambiente circostante. Il fluido frigorifero evolve, quindi, ciclicamente passando dallo stato liquido a quello gassoso, involvendo, pertanto, sia le proprietà dei liquidi, sia quelle dei gas.

5.4 Liofilizzazione

E' una tecnica che consente l'eliminazione totale dell'acqua degli alimenti i quali vengono ridotti in polveri disidratate che per aggiunta della giusta quantità di acqua assumono il gusto e le caratteristiche nutritive che avevano i prodotti prima del trattamento. La liofilizzazione avviene a bassissime temperature ed in alto vuoto in modo che l'acqua in essi contenuta si trasformi in ghiaccio e sublimi passando dallo stato solido a quello di vapore. La liofilizzazione può definirsi come un processo di disidratazione controllata di prodotti alimentari preventivamente congelati che, combinando i vantaggi dell'essic-

cazione e della congelazione rapida, consente di ottenere alimenti conservati che, oltre a possedere caratteristiche organolettiche molto simili a quelle dei prodotti freschi, posseggono diversi requisiti, quali:

- lungo periodo di conservazione (superiore ai due anni) anche a temperatura ambiente, se adeguatamente confezionato
- protezione dagli inquinamenti da parte dei microorganismi
- ineccepibilità igienica,
- facilità di caricamento, trasporto e magazzinaggio del prodotto
- rapida ricostituzione del prodotto non appena il liofilizzato viene posto in presenza dell'acqua.

Inoltre, risultano praticamente inalterati il patrimonio proteico, il contenuto in vitamine, gli elementi minerali ed i lipidi, la cui conservazione serve a garantire la buona digeribilità del prodotto.

5.5 Uso di additivi e coadiuvanti nelle produzioni alimentari

Talune delle tecniche di conservazione dei prodotti alimentari prevedono l'impiego di additivi e/o coadiuvanti, talvolta indispensabili per una corretta conservazione, di modo che non vengano perdute le caratteristiche organolettiche e nutrizionali dell'alimento. Più precisamente, queste sostanze evitano l'insorgere di infezioni fungine, di fermentazioni indesiderate, di attacchi batterici e microorganici in genere. In agricoltura biologica l'uso di queste sostanze è fortemente limitato (REG. CEE 2092/91 ed allegati II e VI - elenco dei prodotti ammessi -).

6. H.A.C.C.P.

L'H.A.C.C.P. (Hazard Analysis Critical Control Point) è un sistema di autocontrollo che ogni operatore nel settore della produzione di alimenti deve mettere in atto al fine di valutare e stimare pericoli e rischi e stabilire misure di controllo per prevenire l'insorgere di problemi igienici e sanitari.

Il sistema HACCP nasce dall'esigenza di garantire la salubrità delle preparazioni alimentari. Prima dell'adozione del sistema HACCP i controlli venivano con analisi sulla salubrità soltanto del prodotto finito, pronto per la vendita al consumatore. Il sistema di autocontrollo invece mira a valutare in ogni fase della produzione i rischi che possono influenzare la sicurezza degli alimenti, attuando in questo modo misure preventive.

Il sistema venne ideato negli anni sessanta negli Stati Uniti con l'intento di assicurare che gli alimenti forniti agli astronauti della NASA non avessero alcun effetto negativo sulla salute che potesse mettere a rischio missioni nello spazio.

L'HACCP è stato introdotto in Europa nel 1993 con la direttiva 43/93/CEE (recepita in Italia con il decreto legislativo 26 maggio 1997, n. 155), che prevede l'obbligo di applicazione del protocollo HACCP per tutti gli operatori a qualsiasi livello della catena produttiva alimentare. Questa normativa è stata sostituita nel 2006 dal regolamento 852/2004.

6.1 I principi del sistema H.A.C.C.P.

I punti fondamentali del sistema dell'HACCP sono identificabili in sette principi, che prima della loro applicazione devono essere preceduti da cinque passi preliminari. Si tratta, quindi, di mettere in pratica dodici passaggi chiave secondo uno schema ben specificato. Illustriamo brevemente queste tappe basilari di sviluppo del sistema HACCP: 1) Formazione dell'HACCP-team 2) Descrizione del prodotto 3) Identificazione della destinazione d'uso 4) Costruzione del diagramma di flusso 5) Conferma sul posto del diagramma di flusso.

Il sistema HACCP è basato sull'applicazione di sette principi:

1. Individuazione dei pericoli ed analisi del rischio
2. Individuazione dei CCP (punti di controllo critici)
3. Definizione dei Limiti Critici
4. Definizione delle attività di monitoraggio
5. Definizione delle azioni correttive
6. Definizione delle attività di verifica
7. Gestione della documentazione

Principio 1: Identificare i rischi potenziali associati alla produzione di un alimento in tutte le sue fasi, dalla coltura o allevamento al processo, alla produzione e distribuzione fino al consumo. Valutare le probabilità che il rischio si verifichi e identificare le misure preventive per il suo controllo. I pericoli che attendano alla sicurezza del prodotto possono essere classificati in: Fisici, chimici e biologici.

Principio 2: Identificare i punti, le procedure e le tappe operazionali che possono essere controllate al fine di eliminare i rischi o minimizzare la loro probabilità di verificarsi (punti di controllo critici). Una

fase rappresenta ogni stadio di produzione e/o manipolazione degli alimenti, comprendenti sia il lavoro agricolo che le materie prime, la loro ricezione e/o produzione, formulazione, processo, conservazione, trasporto, vendita e uso del consumatore.

Principio 3: Stabilire i limiti critici che devono essere osservati per assicurare che ogni CCP sia sotto controllo. In pratica, limite critico è quel valore che separa l'accettabilità dall'inaccettabilità. I limiti critici sono desunti da quelli di legge, ove presenti, oppure da GMP (good manufacturing practices), nel senso che possono derivare dall'adozione di un'igienica pratica di lavorazione.

Principio 4: Stabilire un sistema di monitoraggio che permetta di assicurarsi il controllo dei CCP tramite un test, oppure con osservazioni programmate. Il sistema di monitoraggio sarà, quindi, costituito dalle rilevazioni, di un determinato parametro che deve permanere entro un limite critico stabilito.

Principio 5: Stabilire l'azione da attuare quando il monitoraggio indica che un particolare CCP non è sotto controllo. Le azioni correttive richiedono sia le azioni di trattamento delle "non conformità", che la revisione del sistema per eliminare la possibilità che la deviazione dei parametri prefissati possa verificarsi nuovamente.

Principio 6: Stabilire procedure per la verifica che includano prove supplementari e procedure per confermare che il sistema HACCP stia funzionando efficacemente.

Principio 7: Stabilire una documentazione riguardante tutte le procedure di registrazione appropriate a questi principi e loro applicazioni.

BIBLIOGRAFIA

- Antolisei Francesco, *Manuale di diritto penale*, Giuffrè, 2008.
- Agenzia delle Entrate, *Annuario del contribuente*, 2008
- Auletta G. – Salanitro N., *Diritto commerciale*, A. Giuffrè, 2008
- Barbolla Francesco – Scognamiglio Lucio, *Forme speciali di Commercio*, Maggioli, 1999
- Barbolla Francesco – Cardosi Gianfranco – Paradisi Daniela, *La riforma del commercio*, Maggioli, 1999
- Campobasso Gian Franco, *Manuale di diritto commerciale*, UTET, 2008
- Cardosi Gianfranco, *Il commercio su aree pubbliche*, Maggioli, 1998
- Corrioni Luigi, *Gli esercizi pubblici della somministrazione di alimenti e bevande*, CEL, 1999
- Dei Bruno – Sorignani P. R., *Manuale di contabilità fiscale*, IPSOA, 2008
- Di Stilo Rocco Orlando, *Le attività commerciali*, Maggioli, 2008
- Fiore Elena, *Commercio e pubblici esercizi*, Maggioli, 2001
- Frizzera Bruno, *Guida pratica fiscale: imposte dirette*, Il Sole-24 ORE, 2008

Frizzera Bruno, *Guida pratica fiscale: imposte indirette*,
Il Sole-24 ORE, 2008

Gazzoni Francesco, *Manuale di diritto privato*,
Edizioni Scientifiche Italiane, 2006

Ghera Edoardo, *Diritto del Lavoro*, Cacucci, 2006

J. Paul Peter e James H. Donnelly jr, *Marketing*, McGraw – Hill Libri
Italia srl, 2007

La Monica Mario, *Introduzione al diritto penale*, CEDAM, 2002

Lupi Raffaele, *Manuale di diritto tributario, parte speciale*, 2007

Sciarelli Sergio, *Elementi di Economia e Gestione delle Imprese*, CEDAM,
2008

Tesauro F., *Istituzione di diritto tributario. Parte Speciale*, UTET, 2008

INDICE

PREFAZIONE	pag.	003
CAPITOLO I Legislazione Commerciale	pag.	007
1.1 Leggi sul commercio	pag.	009
1.2 Varie forme di commercio	pag.	012
1.3 Requisiti per l'accesso all'attività commerciale	pag.	013
1.4 Registro esercenti il commercio	pag.	015
1.5 La programmazione della rete di vendita	pag.	016
1.6 L'autorizzazione amministrativa	pag.	017
1.7 Segue: la revoca dell'autorizzazione di una media e grande struttura di vendita	pag.	018
1.8 L'autorizzazione amministrativa per il commercio su aree pubbliche	pag.	019
1.9 La concessione del posteggio	pag.	020
1.10 Segue: la revoca dell'autorizzazione al commercio su aree pubbliche	pag.	020
1.11 L'autorizzazione per la somministrazione al pubblico di alimenti e bevande	pag.	021
1.12 Segue: requisiti dei locali	pag.	022
1.13 Segue: l'autorizzazione amministrativa	pag.	022
1.14 Il commercio all'ingrosso	pag.	023
1.15 Il sub-ingrosso negli esercizi	pag.	024
1.16 le sanzioni per chi viola le norme previste		

dalle leggi sul commercio	pag. 025
1.17 L'orario di vendita	pag. 026
1.18 La pubblicità dei prezzi	pag. 026
1.19 Norme per la vendita a peso e a misura	pag. 027
1.20 Forme speciali di vendita	pag. 028
1.21 Segue: il commercio elettronico	pag. 028
 CAPITOLO II Diritto Commerciale	pag. 031
2.1 L'imprenditore in generale	pag. 033
2.2 Segue: l'imprenditore commerciale	pag. 034
2.3 Il registro delle imprese	pag. 034
2.4 La società in generale	pag. 036
2.5 Segue: la società semplice	pag. 037
2.6 Segue: la società in nome collettivo	pag. 037
2.7 Segue: la società in accomandita semplice	pag. 038
2.8 La società per azioni	pag. 038
2.9 Segue: la società in accomandita per azioni	pag. 040
2.10 Segue: la società a responsabilità limitata	pag. 040
2.11 Le società cooperative	pag. 042
2.12 I consorzi	pag. 042
2.13 L'associazione in partecipazione	pag. 043
2.13 L'associazione in partecipazione	pag. 043
2.14 L'impresa familiare	pag. 043
2.15 I libri obbligatori per le società	pag. 043
2.16 Concetto di azienda e l'avviamento commerciale	pag. 045

2.17 Segni distintivi dell'azienda	pag.	046
2.18 I collaboratori dell'imprenditore	pag.	046
2.19 segue: i collaboratori esterni all'impresa	pag.	047
2.20 La crisi economica dell'imprenditore commerciale	pag.	048
2.21 Segue: la dichiarazione di fallimento	pag.	049
2.22 Segue: le conseguenze del fallimento per il fallito	pag.	050
2.23 Segue: chiusura del fallimento e l'esdebitazione del fallito	pag.	051

CAPITOLO III Nozioni di Legislazione

Penale Relativa all'Attività Commerciale	pag.	053
3.1 Introduzione	pag.	055
3.2 Corruzione e frode contro lo stato o altro ente pubblico	pag.	056
3.3 Segue: i reati contro la fede pubblica e la moralità	pag.	057
3.4 Segue: altre forme di reato	pag.	057
3.5 Reati di natura commerciale, lavoro e fiscale	pag.	058
3.6 Attività non autorizzate, misure e pesi illegali	pag.	060

CAPITOLO IV Nozioni di Legislazione

Igienico-Sanitaria Sul Commercio	pag.	061
4.1 La licenza sanitaria dei locali	pag.	063
4.2 L'igiene del personale	pag.	064
4.3 L'igienicità dei prodotti	pag.	064
4.4 Gli organi di vigilanza e loro poteri	pag.	065

CAPITOLO V Legislazione del Lavoro

e le Assicurazioni Sociali Obbligatorie	pag.	067
5.1 Introduzione	pag.	069
5.2 Varie forme di contratto	pag.	070
5.3 Contratto Collettivo e il Rapporto di Lavoro Subordinato	pag.	072
5.4 I libri obbligatori per il datore di lavoro	pag.	073
5.5 Gli enti di previdenza e assistenza obbligatori	pag.	074
5.6 Gli organi di vigilanza	pag.	074

CAPITOLO VI Legislazione Fiscale

6.1 Introduzione	pag.	077
6.2 Anagrafe tributaria	pag.	079
6.3 Le entrate erariali. l'IRPEF	pag.	080
6.4 Segue: L'IRES	pag.	081
6.5 Segue: l'IVA	pag.	082
6.6 Volume di affari e obblighi contabili ai fini IVA	pag.	083
6.7 Altre entrate erariali	pag.	084
6.8 Le entrate locali	pag.	085
6.9 Segue: l'IRAP	pag.	086

CAPITOLO VII I Contratti

e i Titoli di Credito	pag.	089
7.1 Il contratto in generale	pag.	090
7.2 Segue: le garanzie del contratto	pag.	091

7.3	Il contratto di compravendita	pag.	092
7.4	Il contratto di locazione	pag.	093
7.5	Segue: altri tipi di contratti	pag.	094
7.6	I titoli di credito. Introduzione	pag.	095
7.7	Segue: la cambiale	pag.	096
7.8	Segue: altri tipi di cambiali	pag.	097
7.9	Gli assegni	pag.	098
7.10	Segue: operazioni bancarie	pag.	099

CAPITOLO VIII Contabilità Aziendale

8.1	Introduzione	pag.	103
8.2	Ricavi, costi e reddito d'esercizio	pag.	106
8.3	Il bilancio	pag.	107
8.4	I documenti commerciali	pag.	110
8.5	Segue: misuratori fiscali	pag.	111

CAPITOLO IX Il Mercato e le Strategie

Dell'Imprenditore

9.1	Il mercato	pag.	115
9.2	Segue: la dimensione del mercato e le sue regole	pag.	117
9.3	Il marketing	pag.	117
9.4	Le varie forme di commercio all'ingrosso	pag.	118
9.5	le varie forme di commercio al dettaglio	pag.	119
9.6	Le tecniche di vendita	pag.	119

9.7 Segue: il merchandising e l'immagine del punto vendita	pag. 120
9.8 La vita del prodotto	pag. 121
9.9 Segue: l'attività promozionale	pag. 122
9.10 Segue: le scorte	pag. 123
 APPENDICE MERCEOLOGICA	 pag. 125
 BIBLIOGRAFIA	 pag. 149







Finito di stampare nel mese di Novembre
presso la
Soc. Coop. Grafica ETICA s. l.
Via De Gasperi, 138 - 80021 Afragola (Na)
Tel. 081/85244483 / Fax 081/8524855
email: eticagrafica@inwind.it

Foto di Alfonso Cesare
www.6x6.it