

L.R. 7-2-2005 n. 28

Codice del Commercio. Testo Unico in materia di commercio in sede fissa, su aree pubbliche, somministrazione di alimenti e bevande, vendita di stampa quotidiana e periodica e distribuzione di carburanti.

Pubblicata nel B.U. Toscana 10 febbraio 2005, n. 11, parte prima.

Art. 90

Publicità dei prezzi.

1. Per le merci oggetto di vendite straordinarie devono essere indicati:

- a) il prezzo normale di vendita;
- b) lo sconto o il ribasso espresso in percentuale;
- c) il prezzo effettivamente praticato a seguito dello sconto o del ribasso.

Art. 96

Vendite promozionali.

1. Le vendite promozionali, con le quali vengono offerte condizioni favorevoli di acquisto dei prodotti in vendita, sono effettuate dall'esercente dettagliante per tutti o una parte di tali prodotti. Le merci offerte in promozione devono esser distinguibili da quelle vendute alle condizioni ordinarie.
2. Le vendite di cui al comma 1 dei prodotti del settore merceologico non alimentare di carattere stagionale che formano oggetto delle vendite di fine stagione di cui all'articolo 95 non possono svolgersi nei trenta giorni precedenti alle vendite di fine stagione.
3. Alle vendite di cui al comma 1 si applicano le disposizioni di cui all'articolo 90 [\(90\)](#).

[\(90\)](#) Articolo così sostituito dall'*art. 52, L.R. 5 giugno 2007, n. 34*. Il testo originario era così formulato: «Art. 96. Vendite promozionali. 1. Le vendite promozionali sono effettuate dall'esercente dettagliante per tutti o una parte dei prodotti merceologici e per periodi di tempo limitati.

2. Le vendite di cui al comma 1 dei prodotti del settore merceologico non alimentare di carattere stagionale che formano oggetto delle vendite di fine stagione di cui all'articolo 95 non possono svolgersi nei periodi delle vendite di fine stagione, nei trenta giorni precedenti a tali periodi e nel mese di dicembre.

3. Alle vendite disciplinate dal presente articolo si applicano le disposizioni di cui all'articolo 90.».