



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Dipartimento federale dell'economia,
della formazione e della ricerca DEFR
Segreteria di Stato dell'economia SECO

Ordinanza sull'indicazione dei prezzi OIP

Indicazione dei prezzi per i veicoli a motore



Indice

Abbreviazioni e definizioni impiegate nell'opuscolo	3
Obiettivi e campo d'applicazione dell'OIP	4
Principi per l'indicazione dei prezzi delle merci	5
Principi per l'indicazione dei prezzi dei servizi	6
Principi per l'indicazione dei prezzi nella pubblicità	7
Prezzi comparativi e riduzioni di prezzo	9
Vendita di veicoli a motore nel luogo dell'offerta	11
Vendita di veicoli a motore nella pubblicità	13
Commercio di pneumatici	18
Autofficine	20
Autolavaggi	22
Autosili	23
Basi legali	24
Controllo, responsabilità e sanzioni	25
Informazioni e Pubblicazioni	26

Destinatari dell'opuscolo

- Fornitori di prodotti e servizi in relazione con i veicoli a motore (automobili, motoveicoli, ciclomotori, camper, pneumatici, ecc.)
- Associazioni di categoria del settore
- Professionisti del settore marketing e pubblicità
- Scuole specializzate
- Organi d'esecuzione cantonali

Abbreviazioni e definizioni impiegate nell'opuscolo

- **OIP:** ordinanza dell'11 dicembre 1978 sull'indicazione dei prezzi (RS 942.211).
- **Offerta di acquisto:** tutti i negozi giuridici con effetti economici uguali o simili all'acquisto, ad esempio i contratti di credito al consumo, i contratti di nolo-vendita, il leasing e le offerte di ritiro vincolate a un acquisto.
- **Prezzo al minuto:** prezzo effettivamente pagabile in franchi svizzeri, comprensivo di tutte le tasse pubbliche come l'IVA, le tasse e i contributi di smaltimento anticipati e tutti gli altri supplementi non facoltativi.
- **Prezzo unitario:** base che determina il prezzo al minuto per litro, chilogrammo, metro, metro quadrato, metro cubo o per multiplo o sottomultiplo di tali unità.
- **Consumatori:** persone che acquistano merci o prestazioni di servizi per scopi che non sono in relazione con la loro attività commerciale o professionale.
- **Merci misurabili:** merci il cui prezzo al minuto è normalmente stabilito secondo il volume, il peso, la massa, la lunghezza o la superficie (es. benzina, gas, olio).
- **Veicoli a motore:** ogni veicolo con un dispositivo proprio di propulsione che circoli su terra senza guida di rotaia.¹
- **IVA:** imposta sul valore aggiunto.
- **Veicoli commerciali:** veicoli adibiti a un'attività professionale o commerciale, es. furgoni, camion, trattori ecc.
- **Automobili:** veicoli a motore leggeri per il trasporto di persone con massimo nove posti incluso quello del conducente (fino a 3,5 t).
- **Prezzo indicativo:** prezzo consigliato da produttori, importatori e grossisti per i consumatori.
- **CAS** (contributi anticipati per lo smaltimento): contributi disciplinati da una convenzione di diritto privato da corrispondere anticipatamente per lo smaltimento di varie merci quali apparecchi elettrici ed elettronici, pneumatici usati, ecc.
- **TAS** (tassa di smaltimento anticipata): tassa determinata dallo Stato da corrispondere anticipatamente per lo smaltimento di batterie e vetro.
- **Abbreviazioni per i franchi svizzeri:** fr., CHF.

Gli esempi di prezzo citati nel presente opuscolo non sono reali.

¹ Art. 7 cpv. 1 della legge federale sulla circolazione stradale (LCStr; RS 741.01)

Obiettivi e campo d'applicazione dell'OIP

L'OIP persegue tre obiettivi:

- trasparenza dei prezzi
- comparabilità dei prezzi
- indicazione dei prezzi che non induca in errore

L'OIP si applica:

- alle merci offerte in vendita ai consumatori
- alle prestazioni offerte ai consumatori elencate nell'OIP
- alla pubblicità con indicazione dei prezzi per tutte le merci e i servizi, se rivolta ai consumatori

L'OIP si applica solo alle **offerte rivolte ai consumatori**. Le **offerte rivolte a commercianti**, es. per veicoli commerciali, non rientrano pertanto nel campo d'applicazione dell'OIP.

Attenzione: le prescrizioni sull'etichetta energia sono valide per tutte le automobili nuove, anche se si tratta di offerte rivolte ai commercianti.



Principi per l'indicazione dei prezzi delle merci

Chi deve indicare i prezzi?

Sono tenuti a indicare i prezzi secondo le direttive i rivenditori di veicoli a motore, le stazioni di servizio, i rivenditori di pneumatici, i meccanici, i rivenditori di carburante, ecc.

Per quali prodotti devono essere indicati i prezzi?

Veicoli a motore, pneumatici, carburanti, accessori come bauli da tetto, cerchioni, portabiciclette ecc.

Quale prezzo deve essere indicato?

Deve essere indicato il prezzo effettivamente pagabile in franchi svizzeri (prezzo al minuto), comprensivo di tutte le tasse pubbliche inglobabili (ad es. IVA, imposta sugli oli minerali, ecc.), i compensi per i diritti d'autore, le tasse o i contributi di smaltimento anticipati e altri supplementi non facoltativi (ad es. importo forfettario per la consegna, eventuale sanzione CO₂ per le automobili nuove² ecc.). Per le merci misurabili va sempre indicato il prezzo unitario: prezzo al chilo, al litro, al metro cubo (es. benzina senza piombo: fr. 1.80/l; gas naturale: fr. 1.725/kg).

Dove devono essere indicati i prezzi?

Il prezzo al minuto e il prezzo unitario devono essere indicati sulla merce stessa o in prossimità di quest'ultima (iscrizione, stampa, etichetta, cartellino, ecc.).

Come devono essere indicati i prezzi?

I prezzi devono essere chiari e ben leggibili. Vanno indicati in cifre e deve risultare chiaramente e senza possibilità di confusione a quale prodotto e unità di vendita si riferisce il prezzo al minuto.

I prezzi indicati in vetrina, negli showroom, alle esposizioni ecc. devono essere ben leggibili dall'esterno e associabili in maniera chiara ai relativi prodotti.



² Ordinanza del 30 novembre 2012 sulla riduzione delle emissioni di CO₂ (Ordinanza sul CO₂; RS 641.711)

Principi per l'indicazione dei prezzi dei servizi

Chi deve indicare i prezzi?

Sono tenuti a indicare i prezzi secondo le direttive le autofficine per la prestazione di servizi, gli autonoleggi, gli autolavaggi, le società di leasing e finanziamento e i gestori di parcheggi e autosili.

Quale prezzo deve essere indicato?

Deve essere indicato il prezzo effettivamente pagabile in franchi svizzeri, comprensivo di tutte le tasse pubbliche inglobabili, i compensi per i diritti d'autore e altri supplementi non facoltativi.

Modalità d'indicazione dei prezzi

I prezzi possono essere esposti o indicati in liste di prezzi, cataloghi, ecc.

Le indicazioni devono essere di facile consultazione, agevolmente leggibili ed esposte in luoghi ove la clientela soggiorna abitualmente.

La visibilità dei prezzi non deve essere ostacolata.

Devono essere chiari il genere e l'unità delle prestazioni di servizi oppure le tariffe (oraria, in base al chilometraggio, di base, ecc.) a cui si riferisce il prezzo indicato.



Principi per l'indicazione dei prezzi nella pubblicità

La pubblicità ai sensi dell'OIP comprende ogni annuncio diffuso tramite un mezzo pubblicitario allo scopo di promuovere la vendita di merce o servizi propri.³

Sono esempi in tal senso le pubblicità in giornali, riviste, opuscoli, cataloghi pubblicitari, liste di prezzi, radio, televisione, teletext, cartelloni, banner pubblicitari, siti Internet o e-mail.

Pubblicità senza prezzi

La pubblicità priva di indicazioni sui prezzi non sottostà all'OIP. A differenza di quanto avviene sul luogo della vendita o in vetrina, dove per tutte le offerte deve essere indicato un prezzo, nella pubblicità non è necessario fornire tale indicazione.

Pubblicità con prezzi o indicazioni su riduzioni di prezzo

Se vengono pubblicizzati un prezzo oppure una categoria di prezzi, limiti di prezzo o riduzioni di prezzo in cifre, deve essere riportato il prezzo effettivamente pagabile.

Ciò vale per tutte le merci e i servizi, quindi anche per servizi non riportati esplicitamente nell'OIP.

Specificazione

- L'indicazione dei prezzi deve evidenziare chiaramente la merce e l'unità di vendita o il genere e l'unità delle prestazioni di servizi e le tariffe cui il prezzo si riferisce.
- Le merci e le prestazioni di servizi devono essere designate secondo criteri essenziali quali la marca, il tipo, la qualità e le caratteristiche.
- Tali specificazioni devono essere chiaramente leggibili.
- La dimensione del carattere usata per le specificazioni dipende dalla tipologia e dal formato del mezzo pubblicitario.
- Per la pubblicità nei media visivi ed elettronici le specificazioni devono essere visibili per il tempo necessario a garantirne la lettura.
- L'indicazione dei prezzi deve riferirsi alla merce o al servizio illustrati o descritti.
- In caso di pubblicità in formato elettronico, ad es. su pagine Internet, banner pubblicitari, e-mail, smartphone, ecc. è consentito il rinvio a una pagina Internet che specifica l'offerta, a condizione che quest'ultima sia accessibile mediante un solo clic.

³ cfr. Thomas Wyler, *Werbung mit dem Preis als unlauterer Wettbewerb*, Basilea 1990, pag. 9

Prezzi indicativi nella pubblicità

Anche se non si tratta di prezzi effettivamente pagabili, i produttori, gli importatori e i grossisti devono comunque indicare ai consumatori i prezzi indicativi.

I prezzi raccomandati ma non vincolanti devono essere espressamente indicati come tali.

È fatta salva la legislazione federale sui cartelli e altre limitazioni della concorrenza.⁴



**Modello speciale
Rapido Bella Premium
Fr. 25'500.-**

1,6 VVT 6,5 l/100 km, 150 g CO₂/km, categoria di efficienza energetica E (media di tutti gli autoveicoli nuovi venduti: 148 g CO₂/km), cambio manuale, cerchi in lega 17", vernice metallizzata, alettone, interni parzialmente in pelle colore nero/grigio, tecnologia Bluetooth®) (prezzo raccomandato).

⁴ Legge federale del 6 ottobre 1995 sui cartelli e altre limitazioni della concorrenza (Legge sui cartelli, LCart; RS 251)

Prezzi comparativi e riduzioni di prezzo

Le seguenti disposizioni si applicano all'offerta di merci e servizi sul luogo di vendita e nella pubblicità.

Oltre al prezzo pagabile effettivamente, nei seguenti casi e alle condizioni elencate, il fornitore può indicare prezzi comparativi:

Autocomparazione

Confronto tra il proprio prezzo attualmente in vigore e il proprio prezzo praticato **nel periodo immediatamente precedente**, es. «Offerta! Prima fr. 350.–, ora solo fr. 225.–».

Regola del «diviso due»: il prezzo comparativo può essere indicato solamente per una durata pari alla metà del periodo in cui è stato praticato, e al massimo per due mesi.

Prezzo di lancio

Confronto tra il proprio prezzo attualmente praticato e il proprio prezzo che sarà praticato **nel periodo immediatamente successivo**, es. «Offerta di lancio, fr. 250.– invece di fr. 340.–»

Regola del «diviso due»: il prezzo comparativo può essere indicato solamente per una durata pari alla metà del periodo in cui verrà praticato, e al massimo per due mesi.

Confronto con la concorrenza

Confronto del proprio prezzo con quello praticato dai concorrenti, es. «Il mio prezzo per il motorino ABC: fr. 1565.– rispetto ai fr. 1685.– della concorrenza».

Condizioni: il prezzo della concorrenza deve essere effettivamente praticato da altri fornitori nel settore di mercato considerato per una parte preponderante delle merci o delle prestazioni di servizi identiche. È possibile ma non necessario citare i concorrenti rispetto ai quali è stato effettuato il confronto.

Confronto con prezzi indicativi

Il prezzo indicativo può essere impiegato come prezzo comparativo se sono soddisfatti i presupposti del confronto con la concorrenza.

Questo prezzo deve essere effettivamente praticato da altri fornitori nel settore di mercato considerato per una parte preponderante delle merci o delle prestazioni di servizi identiche.

Se i prezzi indicativi o di catalogo del produttore, dell'importatore o del grossista sono eccessivi, cioè più elevati rispetto ai prezzi praticati sul mercato, non possono essere usati come prezzi comparativi.

Tipologia del confronto dei prezzi

In caso di prezzo di lancio o di confronto con la concorrenza, dall'annuncio deve risultare di quale tipo di comparazione dei prezzi si tratta. Qualora ciò non avvenga, si tratta di auto-comparazione.

Obbligo del fornitore

Su richiesta, il fornitore deve comprovare l'adempimento delle condizioni che giustificano l'indicazione di prezzi comparativi.

Riduzioni di prezzo

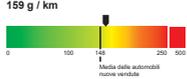
L'indicazione in cifre di riduzioni di prezzo, abbuoni, vantaggi procurati da campagne di ritiro o di scambio, da regali o simili (es. «sconto del 25%», «fr. 3000.– di risparmio» ecc.) è assimilata ai prezzi comparativi. Di conseguenza, devono essere osservate le condizioni speciali per autocomparazioni, prezzi di lancio e confronti con la concorrenza (es. prezzo di riferimento effettivamente praticato, limiti di durata ecc.).

Per tali indicazioni vale inoltre l'obbligo di indicazione dei prezzi e la specificazione (es. sconto del 25% sulla merce XY, descrizione della merce, fr. 75.– invece di fr. 100.–). Sono escluse le indicazioni relative a più prodotti di uguale natura, prodotti diversi, gruppi di prodotti o assortimenti, se **valgono la stessa aliquota o importo di riduzione** (es. «25% di sconto sull'assortimento Z» oppure «1000 CHF di sconto su tutti i modelli ibridi»).

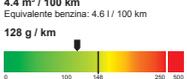
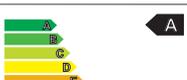
Attenzione: le regole su prezzi comparativi e riduzioni di prezzo si applicano anche a produttori, importatori e grossisti.

- L'etichetta energia deve essere apposta in modo ben visibile e leggibile sull'automobile esposta o nelle sue immediate vicinanze.
- L'etichetta energia fornisce informazioni su marca, tipo, carburante, tipo di cambio e numero di marce, peso a vuoto, classe di emissioni. Contiene inoltre indicazioni relative al consumo energetico, alle emissioni di CO₂, all'efficienza energetica (categorie da A a G), alla durata e validità dell'etichetta energia e al numero di approvazione del tipo.
- Le etichette per veicoli diesel, elettrici, ibridi plug-in, a gas ecc. contengono ulteriori informazioni come es. l'equivalente benzina o le emissioni di CO₂ per la produzione di elettricità.
- Esiste anche una variante semplificata dell'etichetta energia (cfr. illustrazione), adatta ad esempio alla riproduzione su schermo. Nell'impiego della variante semplificata va prestata particolare attenzione alla presenza in altre parti del testo delle indicazioni presenti nella parte superiore dell'etichetta completa (marca, tipo, carburante, cambio, peso a vuoto e classe di emissioni).
- Anche per i veicoli usati a partire dal model year 2000 su www.etichettaenergia.ch può essere creata (su base volontaria) un'etichetta energia servendosi del numero di approvazione del tipo. L'etichetta viene creata sulla base del modello di calcolo per le automobili nuove in vigore in quel momento.

Esempio di etichetta energia standard: per veicoli diesel

Etichetta energia 2014	
Marca	Esempio
Tipo	Modello
Carburante	Diesel
Cambio	Manuale, 6 marce
Peso a vuoto	1652 kg
Livello di emissione	EURO5
Consumo di energia Consumo secondo norma UE	5.5 l / 100 km Equivalente benzina: 6.2 l / 100 km
Emissioni di CO₂ Il CO ₂ è il composto gassoso a effetto serra, principale responsabile del surriscaldamento della Terra.	159 g / km  Media delle automobili nuove vendute
Efficienza energetica Per la classificazione nelle categorie dell'etichetta sono determinanti due valori: il consumo di energia e il peso.	
Il consumo di energia e le emissioni di CO ₂ di un veicolo dipendono anche dallo stile di guida e da altri fattori non tecnici.	
Le informazioni relative al consumo di energia e alle emissioni di CO ₂ , compreso un elenco di tutte le nuove automobili commercializzate, sono disponibili gratuitamente presso tutti i punti di vendita oppure sul sito Internet www.etichettaenergia.ch	
Valido fino al 31.12.2014: XXXXXXX (m6)	

Esempio di etichetta energia semplificata: per veicoli a gas

Etichetta energia 2014	
Consumo di energia Consumo secondo norma UE	4.4 m³ / 100 km Equivalente benzina: 4.6 l / 100 km
Emissioni di CO₂ Il CO ₂ è il composto gassoso a effetto serra, principale responsabile del surriscaldamento della Terra.	128 g / km  Media delle automobili nuove vendute
di cui con incidenza sul clima	115 g / km
Efficienza energetica Per la classificazione nelle categorie dell'etichetta sono determinanti due valori: il consumo di energia e il peso.	
Il consumo di energia e le emissioni di CO ₂ di un veicolo dipendono anche dallo stile di guida e da altri fattori non tecnici.	
Le informazioni relative al consumo di energia e alle emissioni di CO ₂ , compreso un elenco di tutte le nuove automobili commercializzate, sono disponibili gratuitamente presso tutti i punti di vendita oppure sul sito Internet www.etichettaenergia.ch	
Valido fino al 31.12.2014: XXXXXXX (m6)	

Vendita di veicoli a motore nella pubblicità

Prescrizioni dell'OIP sulla specificazione

- Il principio di **specificazione** prescrive che le automobili vengano descritte in modo leggibile secondo i criteri essenziali. Sono considerati criteri essenziali nel caso di pubblicità di veicoli a motore la marca, il modello, il tipo/versione e la cilindrata.
- L'indicazione dei prezzi deve riferirsi alla merce o al servizio illustrati o descritti.
- Se le pubblicità indicano prezzi **«a partire da»** devono essere specificati sia il modello base al quale il prezzo di partenza si riferisce che il modello illustrato, di cui deve essere indicato anche il prezzo.

Esempio di pubblicità con prezzo «a partire da» formulata correttamente

Rapido Futura da CHF 12 900.–

Modello raffigurato:

Rapido Futura sport

1,4 VVT, 6,1 l/100 km,
140 g CO₂/km, categoria
di efficienza energetica D,
CHF 23 500.–

Rapido Futura Soft,

1,2 VVT, 5,5 l/100 km,
130 g CO₂/km, categoria
di efficienza energetica B,
CHF 12 900.–

Media di tutti gli auto- veicoli nuovi venduti:

148 g CO₂/km
(prezzo raccomandato)



Etichetta energia nella pubblicità

- L'ordinanza sull'energia e l'ordinanza dipartimentale⁶ che la integra, aggiornata annualmente, contengono i seguenti obblighi di informazione:
 - **Consumo energetico:** «x l/100 km», oppure «x m³/100 km», oppure «x kWh/100 km», con l'aggiunta di «equivalente benzina: x l/100 km» per i veicoli non a benzina.
 - **Emissioni di CO₂:** «x g CO₂/km».⁷
 - **Categoria di efficienza energetica (valori da A a G):** «categoria di efficienza energetica x».
 - **Ulteriori informazioni sulle emissioni di CO₂:** «media di tutti i veicoli nuovi venduti y g/km».⁸
- Queste informazioni devono essere sempre fornite se dalla pubblicità è possibile identificare in modo univoco un determinato tipo di automobile, ad esempio se viene indicato il prezzo per un determinato modello.
- Per la pubblicità su carta, tali indicazioni devono essere riportate con una dimensione del carattere almeno pari a quella del resto del testo. Anche in mancanza di altro testo, le informazioni contenute nella pubblicità devono risultare ben leggibili.
- Per la pubblicità nei media visivi ed elettronici le specificazioni devono essere visibili per il tempo necessario a garantirne la lettura.

⁶ Ordinanza del DATEC del 5 luglio 2011 concernente le indicazioni dell'etichetta Energia per le automobili nuove (OEEA; RS 730.011.1)

⁷ Per le auto a propulsione alternativa (elettriche, ibride plug-in, a etanolo, a gas) sono necessarie ulteriori informazioni: es. per le auto elettriche: emissioni di CO₂ per la produzione dell'elettricità; per le automobili funzionanti con una percentuale di biocarburanti: informazioni sul contenuto di CO₂ di origine fossile o con incidenza sul clima

⁸ Valori secondo OEEA, art. 4 Valore comparativo

Publicità con offerte di leasing

- Trattandosi di negozi giuridici con effetto economico uguale o simile all'acquisto, anche le offerte di leasing sottostanno all'obbligo di indicazione dei prezzi.
- La specificazione delle offerte di leasing deve contenere le seguenti informazioni:
 - rata mensile
 - durata o numero delle rate
 - prezzo in contanti
 - tasso annuo effettivo
 - chilometraggio annuo
 - indicazioni sulla cauzione
 - indicazioni sulla presenza o meno dell'assicurazione casco totale.
- La società finanziaria deve essere identificata in modo univoco.⁹
- Va inoltre segnalata l'impossibilità di concessione di un leasing se ciò causa un eccessivo indebitamento del consumatore.¹⁰

Esempio di corretta pubblicità per leasing auto



**Acquistate in leasing
la vostra nuova
Rapido ibrida diesel**

Rapido 1,3 VVT-i Hybrid
3,6 l/100 km, equivalente benzina
4 l/100 km, 95g CO₂/km (media di tutti i
veicoli nuovi venduti: 148g CO₂/km)

Categoria di efficienza energetica A
Tasso annuo effettivo: solo 3,5%

Prezzo in contanti CHF 28'500.–, rata leasing mensile CHF 405.–, durata 36 mesi, 12'000 km/anno. Assicurazione casco totale non inclusa. Cauzione pari al 10% del prezzo in contanti, rimborsata alla scadenza del contratto. La concessione di leasing è vietata se comporta un indebitamento eccessivo del consumatore. Prezzo raccomandato. RapidoLeasing SA

⁹ Cfr. legge federale del 19 dicembre 1986 contro la concorrenza sleale (LCSI; RS 241), art. 3 cpv. 1 lett. I

¹⁰ Art. 3 cpv. 1 lett. n LCSI

Pubblicità con sconti e riduzioni di prezzo

- Semplici indicazioni verbali quali «prezzi molto vantaggiosi» «sconti favolosi», «euro-bonus» ecc. non rientrano nel campo di applicazione dell'OIP, a meno che non contengano indicazioni in cifre sulle riduzioni di prezzo. Conformemente alla LCSI le stesse sono però sottoposte al divieto di indurre in errore.
- Nel caso di indicazioni relative a riduzioni di prezzo vanno generalmente forniti i prezzi e specificata l'offerta.
- Nella pubblicità in cui le **aliquote** (%) o gli **importi di riduzione** (CHF) applicati a più prodotti, a prodotti di diversa natura, a gruppi di prodotti o ad assortimenti **sono i medesimi** non è necessario indicare il prezzo per ogni prodotto.
- «10% di sconto per il ritiro dell'usato e l'acquisto di una nuova XY o YX».
- «Saldi di primavera: 15% di sconto su tutti i veicoli».
- «3000 franchi di sconto per l'acquisto di un veicolo modello ABC».
- Non sono ammesse indicazioni imprecise sulle riduzioni di prezzo come «**sconti fino al**». È possibile utilizzare una fascia di riduzione (es. dal 30 al 50% di sconto oppure da CHF 2000 a CHF 6000 di sconto) se vengono illustrati e specificati tramite prezzi almeno due esempi di veicoli disponibili a prezzo ridotto. Devono cioè essere riportati un esempio con lo sconto inferiore e uno con quello maggiore. Devono inoltre essere osservate le condizioni speciali per auto-comparazioni, prezzi di lancio e confronti con la concorrenza (es. limiti temporali, prezzo di riferimento effettivamente praticato, ecc., cfr. pag. 9).

Esempio di sconto corretto con fascia di riduzione



Sconto da CHF 2000.– a CHF 6000.–

Non fatevi scappare il bonus Rapido!

A seconda del modello, potrete risparmiare da CHF 2000.– a CHF 6000.– per l'acquisto della vostra nuova Rapido.

es. **Rapido Futura Soft**, 1,2 VVT, 5.5 l/100 km, 130 g CO₂/km, categoria di efficienza energetica B, prezzo CHF 12 900.– con uno sconto di CHF 2000.–, prezzo: CHF 10 900.–

Rapido ibrido diesel 1,3 VVT-i, 3,6 l/100 km (equivalente benzina 4 l/100 km), 95 g CO₂/km, categoria di efficienza energetica A, prezzo CHF 28 500.– con uno sconto di CHF 6000.–, prezzo: CHF 22 500.– (media di tutti i veicoli nuovi venduti: 148 g CO₂/km)

Prezzo raccomandato.

Pubblicità comparativa con la concorrenza

Un confronto dei prezzi può avvenire solo fra prodotti identici.

Se il prezzo della concorrenza per un determinato tipo di veicolo citato per il confronto include servizi aggiuntivi (assistenza e manutenzione gratuite fino a 100 000 km o 8 anni, garanzia di 3 anni o 100 000 km) non previsti dalla propria offerta, tale differenza deve essere chiaramente indicata. Non si deve dar adito a inganni di qualsiasi tipo.

Pubblicità comparativa con prezzi indicativi

Produttori, importatori e grossisti possono comunicare **prezzi indicativi** nella pubblicità anche se non si tratta di prezzi effettivamente pagabili. I prezzi raccomandati ma non vincolanti devono essere espressamente indicati come tali.

I prezzi indicativi o i prezzi di catalogo di produttori, importatori e grossisti possono essere utilizzati come prezzi comparativi soltanto se si tratta di reali prezzi di mercato, cioè se sono realmente praticati da altri fornitori nel settore di mercato considerato per una parte preponderante delle merci o delle prestazioni di servizi identiche.

Commercio di pneumatici

Nel luogo dell'offerta

Nel luogo dell'offerta deve essere indicato il prezzo effettivamente pagabile per gli pneumatici in franchi svizzeri. Per i principi si rimanda al capitolo «Principi per l'indicazione dei prezzi delle merci».

Nella pubblicità

- Se vengono pubblicizzati dei prezzi, è obbligatorio indicare quello effettivamente pagabile.
- Vale il principio della **specificazione**, ovvero di una descrizione ben leggibile degli pneumatici secondo criteri essenziali quali la marca, il tipo, le caratteristiche, ecc. Sono considerati criteri essenziali per gli pneumatici per automobili:
 - marca
 - dimensioni (es. 185/70 R 14 88 H)
 - 185: larghezza
 - 70: rapporto altezza / larghezza
 - R: struttura radiale
 - 14: diametro del cerchio
 - 88: indice di carico
 - H: indice di velocità
 - tipo: es. TL, normale
 - caratteristiche: invernali (M+S), estivi, quattro stagioni.
- Produttori, importatori e grossisti possono indicare ai consumatori prezzi o **prezzi indicativi** o mettere a loro disposizione liste di prezzi, cataloghi di prezzi o simili. I prezzi raccomandati ma non vincolanti devono essere espressamente indicati come tali.

Confronto dei prezzi

I principi sull'utilizzo di prezzi comparativi e informazioni su riduzioni di prezzo sono elencati ai capitoli «Principi per l'indicazione dei prezzi nella pubblicità» e «Prezzi comparativi e riduzioni di prezzo».

Si ricorda che i **prezzi indicativi** o i prezzi di catalogo di produttori, importatori e grossisti possono essere utilizzati come prezzi comparativi soltanto se si tratta di reali prezzi di mercato, cioè se sono realmente praticati da altri fornitori nel settore di mercato considerato per una parte preponderante delle merci o delle prestazioni di servizi identiche.

Le seguenti indicazioni non sono ammesse, nella pubblicità e nella vendita, se si riferiscono in maniera diretta o indiretta a **prezzi indicativi di produttori o importatori** di pneumatici per automobili che non sono prezzi di mercato:

- Prezzo di listino CHF 140.–, nostro prezzo CHF 100.–
- 30% di sconto
- 30% sul prezzo di listino o sul prezzo indicativo
- Fino al 30% di sconto
- 4 per 3
- CHF 40.– di risparmio per pneumatico



Autofficine

Per quali servizi occorre fornire i prezzi?

- **Interventi previsti dal libretto di uso e manutenzione**, es. controllo di frizione, freni, freno a mano, pressione degli pneumatici e profondità del battistrada, livello di carica della batteria, cinghia dentata, controllo livello liquidi (freni, raffreddamento motore, lavacrystal, servosterzo), cambio olio, ecc.

Attenzione: L'obbligo di indicazione dei prezzi per le autofficine è limitato ai servizi di manutenzione per le marche automobilistiche da esse rappresentate.

- **Manutenzione del sistema antinquinamento¹¹**, es. controllo del filtro aria, del sistema di preparazione della miscela, dell'avviamento, del regime di minimo, della misurazione della concentrazione di CO, CO₂ e HC, ecc.

- **Ruote/pneumatici**
 - Cambio ruote
 - Bilanciatura
 - Cambio pneumatici
 - Deposito di ruote e pneumatici

- **Pulizia**
 - Carrozzeria
 - Interni
 - Motore e vano motore
 - Sottoscocca

- **Controlli per il collaudo ufficiale dei veicoli a motore**, es. pulizia del veicolo, controllo delle luci, verifica dell'orientamento dei fari, bilanciamento dei freni, controllo di sicurezza di sterzo, sospensioni e sottoscocca.

- **Controllo invernale o estivo**
- **Soccorso stradale e traino**
- **Cambio olio (incluso filtro)**
- **Batteria e controllo luci**

¹¹ Ordinanza concernente le esigenze tecniche per i veicoli stradali (OETV; RS 741.41)

Modalità d'indicazione dei prezzi

- Il prezzo effettivamente pagabile deve essere indicato in franchi svizzeri.
- Dall'indicazione dei prezzi deve emergere chiaramente di quali prestazioni si tratta. Non è ad esempio ammesso indicare prezzi minimi o fornire indicazioni non precise (es. «a partire da CHF 12.–», oppure «da CHF 25.– a CHF 50.–»).
- Possono essere indicati **prezzi forfettari**.

Cambio ruota: Fr. 35.–

Cambio gomme
(inclusa bilanciatura): Fr. 80.–

Manutenzione del sistema antinquinamento

Misurazione emissioni di scarico
(motore benzina): Fr. 100.–

Motore diesel: Fr. 150.–

Pulizia interni:

Auto di piccole dimensioni: Fr. 30.–

Auto di medie dimensioni: Fr. 45.–

Auto di grosse dimensioni: Fr. 50.–

- In alternativa possono anche essere indicate le **tariffe** (es. tariffa oraria, prezzo al pezzo). Questa possibilità rende applicabile l'OIP a tutte le prestazioni di servizi il cui costo è difficilmente determinabile in anticipo.

Costi in base all'onere lavorativo:
ora Fr. 145.–

Dove e in che forma si devono indicare i prezzi?

- I prezzi per i servizi offerti dalle autofficine vanno comunicati alla clientela tramite prezzi esposti o liste di prezzi che devono risultare di facile consultazione e agevolmente leggibili.
- Le indicazioni sui prezzi devono essere affisse o esposte nei punti in cui i consumatori si soffermano abitualmente.
- Le indicazioni sui prezzi devono essere accessibili ai consumatori senza che essi ne debbano fare richiesta.
- È auspicabile l'indicazione dei prezzi anche in un sito internet, ma ciò non esonera dall'indicare i prezzi nel luogo dell'offerta.
- In base alle disposizioni sull'indicazione dei prezzi, un'informazione fornita solo verbalmente non è sufficiente.

Autolavaggi



Self-Car-Wash

getto ad alta pressione:
• Fr. 1.- per 2 min.

spazzola antigraffio:
• Fr. 1.- per 2 min.

risciacquo:
• Fr. 1.- per 2 min.

cera protettiva:
• Fr. 1.- per 2 min.

asciugatura con aria calda:
• Fr. 1.- per 2 min.

Gli autolavaggi sono equiparati alle autofficine.

Il prezzo effettivamente pagabile deve essere indicato in franchi svizzeri.

L'indicazione deve evidenziare il genere e l'unità delle prestazioni di servizi oppure le tariffe cui i prezzi si riferiscono.

Normalmente gli **autolavaggi automatici** (autolavaggi a portale o a tunnel) offrono differenti programmi di lavaggio a prezzi diversi. Deve risultare chiaramente quali programmi di lavaggio sono inclusi nel prezzo, es. programma di lavaggio con lavaggio principale, pulizia cerchi e asciugatura: CHF 9.-; programma di lavaggio con prelavaggio, lavaggio principale, pulizia cerchi, ceratura, asciugatura e lavaggio sottoscocca: CHF 17.-.

Negli **autolavaggi self-service** deve essere indicata la durata di utilizzo alla quale fa riferimento il prezzo, es. aspiratore: CHF 1.- per 5 min., lancia ad alta pressione: CHF 1.- per 2 min.

Autosili

Per il parcheggio di veicoli a motore deve essere indicato in franchi svizzeri il prezzo effettivamente pagabile.

I prezzi devono essere comunicati all'ingresso del parcheggio o alla cassa.

Un'indicazione supplementare dei prezzi in internet permette la loro confrontabilità.

Consiglio: è auspicabile indicare il periodo entro il quale è possibile parcheggiare gratuitamente.

Esempio di lista dei prezzi per autosili



Tariffa oraria

È possibile parcheggiare gratuitamente per i primi 15 minuti.
In caso di perdita del biglietto è previsto il pagamento di una tassa di CHF 20.-.

fino a ... ore	Franchi
½	1.00
1	2.00
1½	3.00
2	4.00
3	5.00
4	6.50
5	8.00
6	9.00
7	10.00
8	11.00
9	12.00
10	13.00
11	14.00
12	15.00
13	16.00
14	17.00
15	18.00
16	19.00
17	20.00
18	21.00

Basi legali

- Legge federale del 19 dicembre 1986 contro la concorrenza sleale (**LCSI**; RS 241)
<http://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/19860391/index.html>
- Ordinanza dell'11 dicembre 1978 sull'indicazione dei prezzi (**OIP**; RS 942.211)
<http://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/19780313/index.html>
- Legge federale del 30 marzo 1911 di complemento del Codice civile svizzero (Libro quinto: Diritto delle obbligazioni, **CO**), Disposizioni generali; locazione 253–274; compera 184–215)
<http://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/19110009/index.html>
- Legge federale del 23 marzo 2001 sul credito al consumo (**LCC**; RS 221.214.1)
<http://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/20010555/index.html>
- Appendice 3.6 dell'ordinanza del 7 dicembre 1998 sull'energia (**OEn**; RS 730.01)
<http://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/19983391/index.html>
- Ordinanza del 30 novembre 2012 sulla riduzione delle emissioni di CO₂ (**Ordinanza sul CO₂**; RS 641.711)
<http://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/20120090/index.html>
- Ordinanza del DATEC del 5 luglio 2011 concernente le indicazioni dell'etichetta Energia per le automobili nuove (**OEEA**, RS 730.011.1)
<http://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/20110111/index.html>
- Ordinanza del 19 giugno 1995 concernente le esigenze tecniche per i veicoli stradali (**OETV**; RS 741.41)
<http://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/19950165/index.html>

Controllo, responsabilità e sanzioni

OIP

Sorveglianza

- I **Cantoni** vigilano sulla corretta applicazione dell'ordinanza sull'indicazione dei prezzi e denunciano le infrazioni alle autorità competenti.
- Alla **Segreteria di Stato dell'economia (SECO)** spetta l'alta vigilanza sull'esecuzione cantonale. La SECO emana direttive e circolari all'attenzione degli organi d'esecuzione cantonali. È autorizzata a richiedere informazioni e documenti e a denunciare infrazioni alle autorità cantonali competenti. La SECO può inoltre condurre colloqui con i settori e le organizzazioni interessati sul tema dell'indicazione dei prezzi.

Responsabilità penale

I titolari di negozi di qualsiasi genere sono tenuti a garantire che l'indicazione dei prezzi nel luogo dell'offerta e nella pubblicità sia conforme alle prescrizioni.

Sanzioni

Le infrazioni all'OIP sono sanzionate con una multa fino a CHF 20 000.-.

Etichetta energia per automobili

Sorveglianza

- L'**Ufficio federale dell'energia UFE** è responsabile del controllo sull'esecuzione dell'appendice 3.6 (Etichetta Energia per le automobili) dell'ordinanza sull'energia.
- Su incarico dell'Ufficio federale dell'energia un **organo di controllo** conduce annualmente numerosi controlli a campione presso i commercianti di auto nuove. Vengono regolarmente valutate le liste di prezzi, una selezione di pubblicità su stampa e ora anche in forma elettronica.

Sanzioni

- Le violazioni alla legge sull'energia sono sanzionate con una multa fino a CHF 40 000.-.

Informazioni e Pubblicazioni

Per informazioni sull'OIP:

- **Segreteria di Stato dell'economia (SECO)**
Settore Diritto
Holzikofenweg 36
3003 Berna
Tel. 031 322 77 70 (segreteria)
E-mail: pbv-oip@seco.admin.ch,
[www.seco.admin.ch/Temi/Soggetti speciali/
L'indicazione dei prezzi](http://www.seco.admin.ch/Temi/Soggetti speciali/L'indicazione dei prezzi)
- **Autorità cantonali competenti**
Per l'elenco delle autorità cantonali:
[www.seco.admin.ch/Temi/Soggetti
speciali/L'indicazione dei prezzi/Autorità
competenti/Informazioni](http://www.seco.admin.ch/Temi/Soggetti speciali/L'indicazione dei prezzi/Autorità competenti/Informazioni)

Per informazioni sull'etichetta Energia per le automobili:

- **Ufficio federale dell'energia (UFE)**
Mühlestrasse 4
3063 Ittigen
Indirizzo postale: Ufficio federale
dell'energia 3003 Berna
Tel. 031 322 56 11
E-mail: contact@bfe.admin.ch
www.bfe.admin.ch/energieetikette
- **Svizzera energia**
<http://www.svizzeraenergia.ch/>
Infoline: 0848 444 444

Schede informative della SECO

In collaborazione con le associazioni di categoria e con le associazioni dei consumatori la SECO ha redatto alcune schede informative riguardanti l'applicazione dell'ordinanza sull'indicazione dei prezzi (OIP).

Le schede possono essere richieste gratuitamente:

- agli organi cantonali d'esecuzione
- alla SECO e
- sul sito [www.seco.admin.ch/Temi/Soggetti
speciali/L'indicazione dei prezzi/Negozio
online](http://www.seco.admin.ch/Temi/Soggetti speciali/L'indicazione dei prezzi/Negozio online)

Editore/Distribuzione

Dipartimento federale dell'economia,
della formazione e della ricerca (DEFR)
Segreteria di Stato dell'economia SECO
Settore Diritto
Holzikofenweg 36, 3003 Berna

Edizione italiana:

5000 copie

Data di pubblicazione:

gennaio 2014

Distribuzione:

Il presente opuscolo può essere ordinato o
consultato gratuitamente sul sito della SECO
www.seco.admin.ch.

Il presente opuscolo sostituisce:

- le direttive del 10 maggio 1987 per le autorimesse
- il promemoria del 1° aprile 1991 relativo alle offerte di leasing di automobili
- il foglio informativo del 1° ottobre 1997 per i pneumatici delle autovetture.



Schweizerische
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

3

