

Enti non commerciali fuori dal Ddl Ferragni

Vendite di beneficenza

Ma la stretta scatta per le realtà partecipate da produttori professionisti

Terzo settore escluso dagli adempimenti: il Ddl fa salve le norme del Codice

Gabriele Sepio

Con l'approvazione giovedì scorso in consiglio dei ministri del disegno di legge sulla trasparenza delle attività di vendita di prodotti destinati a enti che perseguono scopi benefici vengono introdotte una serie di misure con l'obiettivo, certamente meritevole, di tutelare i consumatori a fronte di campagne di raccolta non sempre orientate alla trasparenza.

Tuttavia quando le norme, come per il cosiddetto Ddl Ferragni, nascono sotto la spinta emotiva di un caso mediatico si corre sempre un po' il rischio di andare oltre gli obiettivi iniziali creando un certo disorientamento tra gli operatori, specie per quelle realtà che seguono da tempo protocolli di trasparenza. Insomma, certamente è giusto perseguire la trasparenza, ma sempre nell'ottica di mantenere una proporzionalità tra i costi e benefici richiesti.

Vediamo, dunque, quali sono le novità introdotte dal Ddl. Sul fronte dei soggetti coinvolti nelle nuove procedure l'articolo 1 parla di «pro-

ducenti e professionisti» che attivano campagne di vendita, promozione e fornitura di prodotti ai consumatori e i cui proventi siano in parte destinati a soggetti che svolgono attività di interesse generale. Vista la formula utilizzata non è del tutto chiaro se chi distribuisce prodotti altrui, ad esempio, sarà escluso dai nuovi adempimenti.

Il Ddl non specifica, inoltre, se le raccolte gravate dai nuovi adempimenti siano solamente quelle pubbliche (rivolte a un pubblico indistinto) o anche quelle private (rivolte a soggetti individuati). Tenuto conto della casistica da cui scaturisce la proposta normativa è auspicabile che queste ultime possano restare fuori unitamente, magari, a quelle iniziative attivate da piccole realtà imprenditoriali a favore degli Enti del terzo settore.

Questi ultimi, come già auspicato su queste pagine (si veda il Sole 24 Ore del 25 gennaio), dovrebbero essere esclusi dai nuovi adempimenti nel caso in cui agiscano in qualità di produttori (ad esempio coop e imprese sociali) a fronte del fatto che il decreto fa salve le disposizioni del codice del terzo settore in tema di raccolta fondi, ivi comprese, dunque, le linee guida approvate con Dm del 22 luglio 2022.

Gli adempimenti non scatteranno, inoltre, per gli enti non commerciali a meno che non si tratti di realtà "partecipate" direttamente o indirettamente, da produttori e professionisti che attivano iniziative per il sociale. L'obiettivo dovrebbe essere quello di includere nell'ambito applicativo della misura anche gli enti non commerciali, promotori di vendite a scopo bene-

fico, che siano direttamente collegati a soggetti profit promotori dell'iniziativa. Pensiamo a una fondazione corporate emanazione del produttore proponente la raccolta.

Sul fronte degli adempimenti è previsto l'obbligo per i produttori/professionisti di indicare sulle confezioni dei beni commercializzati il soggetto destinatario dei fondi raccolti e la finalità della campagna nonché l'importo che si intende donare, se predeterminato, o, la percentuale del prezzo di vendita da destinare in beneficenza.

In alternativa è prevista per il produttore la possibilità di apporre sulla confezione una targhetta che, con apposita evidenziazione grafica, fornisca le indicazioni richieste con chiarezza e semplicità. Adempimenti che, in ogni caso, potrebbero risultare eccessivamente onerosi anche in considerazione della durata, spesso piuttosto limitata, delle raccolte. L'alternativa potrebbe essere quella di prevedere specifici obblighi di comunicazione via web e sui social con puntuale visibilità dell'iniziativa nei punti vendita.

Le informazioni dovranno essere inviate all'Autorità garante della concorrenza e del mercato accanto alla comunicazione del termine entro cui verrà effettuato il pagamento. Eventuali inadempimenti faranno scattare sanzioni amministrative da 5mila a 50mila euro determinate in considerazione del prezzo di listino di ciascun prodotto e del numero delle unità poste in vendita. A queste si potrà aggiungere anche la pubblicazione del provvedimento sanzionatorio sul web o sui quotidiani.