

Legge federale contro la concorrenza sleale (LCSI)

del 19 dicembre 1986 (Stato 1° aprile 2012)

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,
visti gli articoli 95 capoverso 1, 96, 97 capoversi 1 e 2 e 122 capoverso 1
della Costituzione federale^{1;2}
visto il messaggio del Consiglio federale del 18 maggio 1983³,
decreta:

Capitolo 1: Scopo

Art. 1

La presente legge tende a garantire una concorrenza leale e inalterata nell'interesse di tutte le parti interessate.

Capitolo 2: Disposizioni di diritto civile e di procedura

Sezione 1: Illiceità della concorrenza sleale

Art. 2 Principio

È sleale e illecito qualsiasi comportamento o pratica d'affari ingannevole, o altrimenti lesivo delle norme della buona fede, che influisce sui rapporti tra concorrenti o tra fornitori e clienti.

Art. 3 Metodi sleali di pubblicità e di vendita e altri comportamenti illeciti

¹ Agisce in modo sleale, segnatamente, chiunque:

- a. denigra altri, le sue merci, le sue opere, le sue prestazioni, i suoi prezzi o le sue relazioni d'affari con affermazioni inesatte, fallaci o inutilmente lesive;
- b.⁴ dà indicazioni inesatte o fallaci su se stesso, la propria ditta, la designazione della propria impresa, le proprie merci, opere, prestazioni o i loro prezzi, le

RU **1988** 223

¹ RS **101**

² Nuovo testo giusta il n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

³ FF **1983** II 985

⁴ Nuovo testo giusta il n. I della LF del 24 mar. 1995, in vigore dal 1° nov. 1995 (RU **1995** 4086; FF **1994** III 403).

- proprie scorte, i propri metodi di vendita o le proprie relazioni d'affari oppure, con tali indicazioni, favorisce terzi nella concorrenza;
- c. si serve di titoli o denominazioni professionali non pertinenti, atti a far credere a distinzioni o capacità speciali;
 - d. si avvale di misure atte a generare confusione con le merci, le opere, le prestazioni o gli affari d'altri;
 - e. paragona in modo inesatto, fallace, inutilmente lesivo o plagiante la propria persona, le proprie merci, opere, prestazioni o i loro prezzi con quelli d'altri, oppure, con tali paragoni, favorisce terzi nella concorrenza;
 - f. offre reiteratamente sottocosto una scelta di merci, di opere o di prestazioni ed evidenzia particolarmente quest'offerta nella pubblicità, ingannando così la clientela sulle proprie capacità o su quelle dei propri concorrenti; l'inganno è presunto quando il prezzo di vendita è inferiore al prezzo di costo di forniture paragonabili di merci, opere o prestazioni dello stesso genere; se il convenuto fornisce la prova del prezzo di costo effettivo, questo prezzo è determinante per il giudizio;
 - g. inganna, con aggiunte in regalo, la clientela sul valore effettivo dell'offerta;
 - h. pregiudica la libertà di decisione della clientela usando metodi di vendita particolarmente aggressivi;
 - i. inganna la clientela dissimulando la qualità, la quantità, le possibilità d'utilizzazione, l'utilità o la pericolosità di merci, opere o prestazioni;
 - k.⁵ omette, in pubblici annunci concernenti il credito al consumo, di designare inequivocabilmente la propria ditta o di indicare chiaramente l'ammontare netto del credito, il costo totale del credito e il tasso annuo effettivo;
 - l.⁶ omette, in pubblici annunci concernenti il credito al consumo volto a finanziare beni o servizi, di designare inequivocabilmente la propria ditta o di indicare chiaramente il prezzo in contanti, il prezzo previsto dal contratto di credito e il tasso annuo effettivo;
 - m.⁷ offre o conclude, nell'ambito di un'attività d'affari, un contratto di credito al consumo o una vendita a rate anticipate, utilizzando moduli contrattuali che contengono indicazioni incomplete o inesatte sull'oggetto del contratto, il prezzo, le condizioni di pagamento, la durata del contratto, il diritto di revoca o di disdetta del cliente o sul diritto di costui al pagamento anticipato del debito residuo;

⁵ Nuovo testo giusta il n. II 2 dell'all. 2 alla LF del 23 mar. 2001 sul credito al consumo, in vigore dal 1° gen. 2003 (RU **2002** 3846; FF **1999** 2697).

⁶ Nuovo testo giusta il n. II 2 dell'all. 2 alla LF del 23 mar. 2001 sul credito al consumo, in vigore dal 1° gen. 2003 (RU **2002** 3846; FF **1999** 2697).

⁷ Nuovo testo giusta il n. II 2 dell'all. 2 alla LF del 23 mar. 2001 sul credito al consumo, in vigore dal 1° gen. 2003 (RU **2002** 3846; FF **1999** 2697).

- n.⁸ omette, in pubblici annunci concernenti un credito al consumo (lett. k) o un credito al consumo volto a finanziare beni e servizi (lett. l), di segnalare che la concessione del credito al consumo è vietata se causa un eccessivo indebitamento del consumatore;
- o.⁹ trasmette o fa trasmettere mediante telecomunicazione pubblicità di massa che non ha relazione diretta con un contenuto richiesto e omette di chiedere preliminarmente il consenso dei clienti, di menzionare correttamente il mittente o di indicare la possibilità di opporvisi in modo agevole e gratuito; chi, nell'ambito della vendita di merci, opere o prestazioni, ottiene le coordinate dei propri clienti indicando loro che hanno la possibilità di opporsi all'invio di pubblicità di massa mediante telecomunicazione non agisce in modo sleale se trasmette loro, senza il loro consenso, pubblicità di massa per merci, opere e prestazioni proprie analoghe;
- p.¹⁰ pubblicizza l'iscrizione in elenchi di qualsiasi tipo o la pubblicazione di annunci mediante moduli di offerta, proposte di correzione o simili oppure propone direttamente tali iscrizioni o pubblicazioni di annunci senza indicare in caratteri grandi, in un punto ben visibile e in un linguaggio comprensibile:
1. il carattere oneroso e privato dell'offerta,
 2. la durata del contratto,
 3. il prezzo totale per la durata del contratto, e
 4. la diffusione geografica, la forma, la tiratura minima e l'ultimo termine di pubblicazione;
- q.¹¹ invia fatture per iscrizioni in elenchi di qualsiasi tipo o per pubblicazioni di annunci senza prima avere ricevuto una richiesta corrispondente;
- r.¹² subordina la consegna di merci, la distribuzione di premi o altre prestazioni a condizioni che per l'acquirente costituiscono un vantaggio principalmente se quest'ultimo recluta altre persone, e non tanto se vende o utilizza merci o prestazioni (sistema piramidale, «boule de neige» o a valanga);
- s.¹³ offre merci, opere o prestazioni mediante commercio elettronico, omettendo di:
1. indicare in modo chiaro e completo la sua identità e il suo indirizzo di contatto, incluso il suo indirizzo di posta elettronica,
 2. indicare le singole fasi tecniche della conclusione di un contratto,

⁸ Introdotta dal n. II 2 dell'all. 2 alla LF del 23 mar. 2001 sul credito al consumo, in vigore dal 1° gen. 2003 (RU **2002** 3846; FF **1999** 2697).

⁹ Introdotta dal n. 1 dell'all. alla LF del 24 mar. 2006, in vigore dal 1° apr. 2007 (RU **2007** 921; FF **2003** 6883).

¹⁰ Introdotta dal n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

¹¹ Introdotta dal n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

¹² Introdotta dal n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

¹³ Introdotta dal n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

3. mettere a disposizione mezzi tecnici adeguati che permettono di individuare e correggere errori di immissione prima dell'invio dell'ordinazione,
 4. confermare immediatamente per via elettronica l'ordinazione del cliente;
- t.¹⁴ nell'ambito di un concorso o di un'estrazione a sorte promette una vincita la cui riscossione è legata alla composizione di un numero a pagamento di un servizio a valore aggiunto, al versamento di un'indennità per spese, all'acquisto di una merce o di un servizio, oppure alla partecipazione a una manifestazione, a un viaggio promozionale o a un'altra estrazione a sorte;
- u.¹⁵ non rispetta l'annotazione contenuta nell'elenco telefonico con cui il cliente indica che non desidera ricevere messaggi pubblicitari da parte di terzi e che i dati che lo concernono non possono essere comunicati ai fini della pubblicità diretta.

² Il capoverso 1 lettera s non si applica alla telefonia vocale e ai contratti che si concludono esclusivamente mediante lo scambio di messaggi elettronici o mediante mezzi di comunicazione individuale analoghi.¹⁶

Art. 4 Incitamento a violare o a rescindere un contratto

Agisce in modo sleale, segnatamente, chiunque:

- a. incita il cliente a rescindere un contratto per stipularne uno con lui;
- b. ...¹⁷
- c. induce lavoratori, mandatari o altri ausiliari a rivelare o a spiare segreti di fabbrica o d'affari del loro datore di lavoro o del loro mandante;
- d.¹⁸ incita il compratore o creditato che ha concluso una vendita a rate anticipate o un contratto di credito al consumo, a revocare il contratto oppure il compratore che ha concluso una vendita a rate anticipate, a disdirlo, per stipulare il contratto con lui.

¹⁴ Introdotta dal n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

¹⁵ Introdotta dal n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

¹⁶ Introdotta dal n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

¹⁷ Abrogata dal n. 1 dall'art. 2 del DF del 7 ott. 2005 che approva e traspone nel diritto svizzero la Conv. penale del Consiglio d'Europa sulla corruzione e il relativo Prot. aggiuntivo, con effetto dal 1° lug. 2006 (RU **2006** 2371; FF **2004** 6189).

¹⁸ Nuovo testo giusta il n. II 2 dell'all. 2 alla LF del 23 mar. 2001 sul credito al consumo, in vigore dal 1° gen. 2003 (RU **2002** 3846; FF **1999** 2697).

Art. 4a¹⁹ Corruzione attiva e passiva

¹ Agisce in modo sleale chiunque:

- a. offre, promette o procura un indebito vantaggio a un lavoratore, a un associato, a un mandatario o a un altro ausiliario di un terzo nel settore privato, a favore di lui o di terzi, per indurlo a commettere un atto o un'omissione in relazione con le sue attività di servizio o d'affari e contrastante coi doveri d'ufficio o sottostante al suo potere d'apprezzamento;
- b. in qualità di lavoratore, associato, mandatario o altro ausiliario di un terzo nel settore privato si fa promettere o accetta, per sé o per terzi, un indebito vantaggio per commettere un atto o un'omissione in relazione con le sue attività di servizio o d'affari e contrastante coi doveri d'ufficio o sottostante al suo potere d'apprezzamento.

² Non sono indebiti i vantaggi accettati contrattualmente dal terzo né quelli di esigua entità usuali nelle relazioni sociali.

Art. 5 Sfruttamento di una prestazione d'altri

Agisce in modo sleale, segnatamente, chiunque:

- a. sfrutta, senza esserne autorizzato, il risultato affidatogli di un lavoro, per esempio offerte, calcoli o piani;
- b. sfrutta il risultato del lavoro di un terzo, per esempio offerte, calcoli o piani, benché sappia che gli è stato affidato o reso accessibile senza esserne autorizzati;
- c. riprende come tale, con mezzi tecnici di riproduzione, senza prestazione personale appropriata, e sfrutta il risultato del lavoro di un terzo, pronto a essere immesso sul mercato.

Art. 6 Violazione di segreti di fabbrica e di affari

Agisce in modo sleale, segnatamente, chiunque sfrutta o comunica ad altri segreti di fabbrica o di affari che ha spiato o di cui è venuto a conoscenza in altro modo illecito.

Art. 7 Inosservanza di condizioni di lavoro

Agisce in modo sleale, segnatamente, chiunque non rispetta condizioni di lavoro imposte anche al concorrente da norme giuridiche o per contratto o conformi agli usi professionali o locali.

¹⁹ Introdotta dal n. 1 dall'art. 2 del DF del 7 ott. 2005 che approva e traspone nel diritto svizzero la Conv. penale del Consiglio d'Europa sulla corruzione e il relativo Prot. aggiuntivo, in vigore dal 1° lug. 2006 (RU 2006 2371; FF 2004 6189).

Art. 8 Utilizzazione di condizioni commerciali abusive

Agisce in modo sleale, segnatamente, chiunque utilizza, a detrimento di una parte contraente, condizioni commerciali generali preformulate che, in modo fallace:

- a. derogano notevolmente all'ordinamento legale applicabile direttamente o per analogia, o
- b. prevedono una ripartizione dei diritti e dei doveri notevolmente in contrasto con quella risultante dalla natura del contratto.

Sezione 2: Disposizioni di procedura²⁰**Art. 9** Legittimazione attiva²¹

¹ Chi è lesa o minacciata da concorrenza sleale nella clientela, nel credito, nella reputazione professionale, negli affari o in genere negli interessi economici può domandare al giudice:

- a. di proibire una lesione imminente;
- b. di far cessare una lesione attuale;
- c. di accertare l'illiceità di una lesione che continua a produrre effetti molesti.

² Può in particolare chiedere che una rettificazione o la sentenza sia comunicata a terzi o pubblicata.

³ Può inoltre, giusta il Codice delle obbligazioni²², proporre azioni di risarcimento del danno, di riparazione morale e di consegna dell'utile conformemente alle disposizioni sulla gestione d'affari senza mandato.

Art. 10 Legittimazione attiva di clienti e di organizzazioni, nonché della Confederazione²³

¹ Le azioni previste nell'articolo 9 possono pure essere proposte da clienti minacciati o lesi da concorrenza sleale nei loro interessi economici.

² Le azioni previste nell'articolo 9 capoversi 1 e 2 possono inoltre essere proposte da:²⁴

- a. associazioni professionali ed economiche autorizzate dai loro statuti a difendere gli interessi economici dei loro membri;

²⁰ Nuovo testo giusta il n. II 15 dell'all. 1 al Codice di procedura civile del 19 dic. 2008, in vigore dal 1° gen. 2011 (RU **2010** 1739; FF **2006** 6593).

²¹ Nuovo testo giusta il n. II 15 dell'all. 1 al Codice di procedura civile del 19 dic. 2008, in vigore dal 1° gen. 2011 (RU **2010** 1739; FF **2006** 6593).

²² RS **220**

²³ Nuovo testo giusta il n. II 15 dell'all. 1 al Codice di procedura civile del 19 dic. 2008, in vigore dal 1° gen. 2011 (RU **2010** 1739; FF **2006** 6593).

²⁴ Nuovo testo giusta il n. I della LF del 20 mar. 1992, in vigore dal 1° ago. 1992 (RU **1992** 1514; FF **1992** I 312).

- b. organizzazioni d'importanza nazionale o regionale che per statuto si dedicano alla protezione dei consumatori.
- c. ...²⁵

³ Le azioni previste nell'articolo 9 capoversi 1 e 2 possono essere proposte anche dalla Confederazione, se essa ritiene necessario tutelare l'interesse pubblico, segnatamente se:

- a. è minacciata o lesa la reputazione della Svizzera all'estero e le persone colpite nei loro interessi economici risiedono all'estero; o
- b. sono minacciati o lesi gli interessi di molte persone, di un gruppo di soggetti appartenenti a un determinato settore economico oppure altri interessi collettivi.²⁶

⁴ Qualora sia necessario per tutelare l'interesse pubblico, il Consiglio federale può informare l'opinione pubblica sui comportamenti sleali di determinate ditte citandole per nome. Quando l'interesse pubblico non sussiste più, le informazioni pubblicate sono cancellate.²⁷

⁵ In caso di azioni proposte dalla Confederazione, la presente legge è imperativamente applicata ai sensi dell'articolo 18 della legge federale del 18 dicembre 1987²⁸ sul diritto internazionale privato.²⁹

Art. 11 Azioni contro il datore di lavoro

Se la concorrenza sleale è stata fatta da un lavoratore o da un altro ausiliario nell'esercizio delle sue incombenze di servizio o d'affari, le azioni previste nell'articolo 9 capoversi 1 e 2 possono essere proposte anche contro il datore di lavoro.

²⁵ Introdotta dal n. I della LF del 20 mar. 1992 (RU **1992** 1514; FF **1992** I 312). Abrogata dal n. I della LF del 17 giu. 2011, con effetto dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

²⁶ Introdotta dal n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

²⁷ Introdotta dal n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

²⁸ **RS 291**

²⁹ Introdotta dal n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

...³⁰

Art. 12 e 13³¹

Art. 13a³² Inversione dell'onere della prova

¹ Il giudice può esigere dall'inserzionista la prova dell'esattezza materiale delle allegazioni di fatto contenute nella pubblicità se, tenuto conto degli interessi legittimi dell'inserzionista e di ogni altra parte nel procedimento, tale esigenza sembra appropriata nel singolo caso.

² ...³³

Art. 14 e 15³⁴

Capitolo 3: Disposizioni di diritto amministrativo³⁵

Art. 16 Obbligo d'indicare i prezzi

¹ Per le merci offerte ai consumatori devono essere indicati i prezzi da pagare effettivamente, salve le eccezioni previste dal Consiglio federale. Eccezioni sono in particolare ammissibili per motivi tecnici o di sicurezza. Lo stesso obbligo sussiste per le prestazioni di servizi designate dal Consiglio federale.

² Il Consiglio federale disciplina l'indicazione dei prezzi e delle mance.

³ Ai beni e servizi misurabili sono inoltre applicabili le disposizioni dell'articolo 11 della legge federale del 9 giugno 1977³⁶ sulla metrologia.

Art. 17 Indicazione dei prezzi nella pubblicità

Se nella pubblicità sono menzionati prezzi o riduzioni di prezzo, la loro indicazione è soggetta alle disposizioni emanate dal Consiglio federale.

³⁰ Abrogato dal n. II 15 dell'all. 1 al Codice di procedura civile del 19 dic. 2008, con effetto dal 1° gen. 2011 (RU **2010** 1739; FF **2006** 6593).

³¹ Abrogati dal n. II 15 dell'all. 1 al Codice di procedura civile del 19 dic. 2008, con effetto dal 1° gen. 2011 (RU **2010** 1739; FF **2006** 6593).

³² Introdotto dal n. I della LF del 18 giu. 1993, in vigore dal 1° apr. 1994 (RU **1994** 375; FF **1993** I 609).

³³ Abrogato dal n. II 15 dell'all. 1 al Codice di procedura civile del 19 dic. 2008, con effetto dal 1° gen. 2011 (RU **2010** 1739; FF **2006** 6593).

³⁴ Abrogati dal n. II 15 dell'all. 1 al Codice di procedura civile del 19 dic. 2008, con effetto dal 1° gen. 2011 (RU **2010** 1739; FF **2006** 6593).

³⁵ Nuovo testo giusta il n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

³⁶ RS **941.20**

Art. 18 Indicazioni fallaci di prezzi

È vietato, usando procedimenti che possono indurre in errore:

- a. indicare prezzi;
- b. annunciare riduzioni di prezzo o
- c. menzionare altri prezzi oltre a quelli pagabili effettivamente.

Art. 19 Obbligo d'informare

¹ Gli organi competenti dei Cantoni possono chiedere informazioni e esigere documenti in quanto necessario per l'accertamento dei fatti.

² Sottostanno all'obbligo d'informare:

- a. le persone e le ditte che offrono merci al consumatore o le producono, ne fanno commercio o le acquistano;
- b. le persone e le ditte che offrono servizi, li forniscono, li procurano o ne fanno uso;
- c. le organizzazioni dell'economia;
- d. le organizzazioni d'importanza nazionale o regionale che per statuto si dedicano alla protezione dei consumatori.

³ L'obbligo d'informare decade se la deposizione può essere rifiutata giusta l'articolo 42 della legge del 4 dicembre 1947³⁷ di procedura civile federale.

⁴ Rimangono salve le disposizioni del Codice di procedura penale del 5 ottobre 2007³⁸ e le disposizioni cantonali di procedura amministrativa.³⁹

Art. 20 Esecuzione

¹ L'esecuzione compete ai Cantoni, l'alta vigilanza alla Confederazione.

² Il Consiglio federale emana le disposizioni esecutive.

Capitolo 3a: Collaborazione con le autorità estere di vigilanza⁴⁰**Art. 21** Collaborazione

¹ Le autorità federali preposte all'esecuzione della presente legge possono collaborare con le autorità estere competenti e con organizzazioni o enti internazionali e, in particolare, coordinare le indagini, sempre che:

³⁷ RS 273

³⁸ RS 312.0

³⁹ Nuovo testo giusta il n. II 7 dell'all. 1 al Codice di procedura penale del 5 ott. 2007, in vigore dal 1° gen. 2011 (RU 2010 1881; FF 2006 989).

⁴⁰ Nuovo testo giusta il n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU 2011 4909; FF 2009 5337).

- a. tale collaborazione sia necessaria per lottare contro le pratiche d'affari sleali;
e
- b. le autorità estere, le organizzazioni internazionali o gli enti internazionali siano vincolati al segreto d'ufficio o sottostiano a un corrispondente obbligo di discrezione.

² Il Consiglio federale può concludere accordi internazionali di collaborazione con le autorità estere di vigilanza per lottare contro le pratiche d'affari sleali.

Art. 22 Comunicazione di dati

¹ Nell'ambito della collaborazione prevista all'articolo 21, le autorità federali preposte all'esecuzione della presente legge possono comunicare ad autorità estere e a organizzazioni o enti internazionali i dati concernenti persone e atti, e segnatamente:

- a. le persone coinvolte in una pratica d'affari sleale;
- b. l'invio di materiale pubblicitario o di altri documenti che comprovano l'esistenza di una pratica d'affari sleale;
- c. le modalità finanziarie dell'operazione;
- d. il blocco di caselle postali.

² Esse possono comunicare i dati se i destinatari garantiscono la reciprocità e assicurano di trattare i dati unicamente per combattere le pratiche d'affari sleali. È fatto salvo l'articolo 6 della legge federale del 19 giugno 1992⁴¹ sulla protezione dei dati.

³ Se il destinatario dei dati è un'organizzazione internazionale o un ente internazionale, i dati possono essere comunicati anche in assenza di reciprocità.

Capitolo 4: Disposizioni penali

Art. 23⁴² Concorrenza sleale

¹ Chiunque, intenzionalmente, si rende colpevole di concorrenza sleale ai sensi degli articoli 3, 4, 4a, 5 o 6 è punito, a querela di parte, con una pena detentiva sino a tre anni o con una pena pecuniaria.⁴³

² Può sporgere querela chiunque è legittimato all'azione civile secondo gli articoli 9 e 10.

³ La Confederazione ha i diritti procedurali di un accusatore privato.⁴⁴

⁴¹ RS 235.1

⁴² Nuovo testo giusta il n. 1 dall'art. 2 del DF del 7 ott. 2005 che approva e traspone nel diritto svizzero la Conv. penale del Consiglio d'Europa sulla corruzione e il relativo Prot. aggiuntivo, in vigore dal 1° lug. 2006 (RU 2006 2371; FF 2004 6189).

⁴³ Nuovo testo giusta l'art. 333 del Codice penale, nella versione della LF del 13 dic. 2002, in vigore dal 1° gen. 2007 (RU 2006 3459).

⁴⁴ Introdotto dal n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU 2011 4909; FF 2009 5337).

Art. 24 Violazione dell'obbligo d'indicare i prezzi al consumatore

¹ Chiunque, intenzionalmente,

- a. disattende l'obbligo di indicare i prezzi (art. 16);
- b. contravviene alle prescrizioni sull'indicazione dei prezzi nella pubblicità (art. 17);
- c. indica prezzi in modo fallace (art. 18);
- d. disattende l'obbligo di informare in materia d'indicazione dei prezzi (art. 19);
- e. contravviene alle prescrizioni esecutive del Consiglio federale in merito all'indicazione dei prezzi (art. 16 e 20),

è punito con una multa sino a 20 000 franchi.⁴⁵

² Se l'autore ha agito per negligenza, la pena è della multa.

Art. 25⁴⁶**Art. 26** Infrazioni commesse nell'azienda

Alle infrazioni commesse nell'azienda da mandatari e simili si applicano gli articoli 6 e 7 della legge federale del 22 marzo 1974⁴⁷ sul diritto penale amministrativo.

Art. 27 Perseguimento penale

¹ Il perseguimento penale spetta ai Cantoni.

² Le autorità cantonali comunicano al Ministero pubblico della Confederazione e al Dipartimento federale dell'economia, in copia integrale, immediatamente e gratuitamente, tutte le sentenze, tutti i decreti penali e tutte le decisioni di non doversi procedere.⁴⁸

⁴⁵ Nuovo testo giusta l'art. 333 del Codice penale, nella versione della LF del 13 dic. 2002, in vigore dal 1° gen. 2007 (RU **2006** 3459).

⁴⁶ Abrogato dal n. I della LF del 24 mar. 1995 (RU **1995** 4086; FF **1994** III 403).
⁴⁷ RS **313.0**

⁴⁸ Nuovo testo giusta il n. I della LF del 17 giu. 2011, in vigore dal 1° apr. 2012 (RU **2011** 4909; FF **2009** 5337).

Capitolo 5: Disposizioni finali

Art. 28 Diritto previgente: abrogazione

La legge federale del 30 settembre 1943⁴⁹ sulla concorrenza sleale è abrogata.

Art. 29 Referendum ed entrata in vigore

¹ La presente legge sottostà al referendum facoltativo.

² Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.

Data dell'entrata in vigore: 1° marzo 1988⁵⁰

⁴⁹ [CS 2 935; RU 1962 1085 art. 2, 1970 308, 1978 2057]
⁵⁰ DCF del 14 dic. 1987