



Camera di Commercio
Firenze

RACCOLTA PROVINCIALE DEGLI USI

Commissione Provinciale per la revisione degli Usi

2015



RACCOLTA PROVINCIALE DEGLI USI

2015

INDICE PER MATERIE

Titolo 1

Usi ricorrenti nelle contrattazioni in genere	29
§ 1 - Merce estera.....	31
§ 2 - Obbligazioni di fare	31
§ 3 - Offerta secondo gli usi (art. 1214 c.c.).....	31
§ 4 - Luogo di pagamento	31
§ 5 - Clausola “salvo visita”	31
§ 6 - Clausola “salvo venduto”	31
§ 7 - Mediazione: provvigione	31

Titolo 2

Comunioni tacite familiari.....	33
I – GENERALITÀ.....	35
Premessa.....	35
II - ORGANIZZAZIONE	35
§ 1 - Rappresentanza e amministrazione	35
§ 2 - La massaia.....	35
§ 3 - Gli altri componenti	35
III – IL PATRIMONIO E LA SUA DIVISIONE	35
§ 1 - Amministrazione del patrimonio comune	35
§ 2 - Rendiconto della comunione	35
§ 3 - Triplice qualità dei beni patrimoniali	36
§ 4 - Divisione dei beni secondo la loro qualità e origine	36
IV - DIRITTI E DOVERI DEI PARTECIPANTI.....	36
§ 1 - Obblighi di lavoro e coabitazione nel fondo agricolo	36
§ 2 - Partecipazione agli utili.....	36
§ 3 - Assistenza.....	36

V - RECESSO	37
§ 1 - Tentativi di riconciliazione e poteri disciplinari del capo famiglia	37
§ 2 - Recesso	37

Titolo 3

Compravendita e locazione di immobili urbani	39
I - COMPRAVENDITA	41
§ 1 - Mediazione	41
§ 1 bis – Pagamento della provvigione	41
§ 1 ter – La caparra	41
§ 1 quater – Spese di registrazione.....	41
§ 1 quinquies – Relazione tecnica.....	41
§ 2 - Permute	41
§ 3 - Appalto di lavori.....	41
II- LOCAZIONE	41
§ 1 - Pagamento del canone	41
§ 2 - Visita della cosa locata.....	41
§ 3 - Mediazione	42
§ 4 – Spese di registrazione	42

Titolo 4

Compravendita, affitto e conduzione di fondi rustici.....	43
I - COMPRAVENDITA DI FONDI RUSTICI.....	45
Premessa.....	45
§ 1 - Mediazione	45
II - AFFITTO DI FONDI RUSTICI	45
§ 1 - Eccedenza o diminuzione delle scorte vive o morte	45
§ 2 - Piante	45
§ 3 - Decorrenza del contratto di affitto.....	45
§ 4 - Affitto ad meliorandum	45

III - CONDUZIONE A MEZZADRIA	45
IV - CONDUZIONE A COLONIA PARZIARIA O IN COMPARTICIPAZIONE	45
V - CONDUZIONE A COLONIA MIGLIORITARIA	45
VI - CONDUZIONE IN ENFITEUSI.....	46
VII - ALTRE FORME DI CONDUZIONE	46

Titolo 4 bis

Amministrazione fondi rustici e urbani, condomini compresi..... 47

I - AMMINISTRAZIONE CONDOMINI	49
§ 1 - Convocazione dell'assemblea	49
§ 2 - Controfinestre e cancelletti antintrusivi	49
§ 3 – Tende e condizionatori	49
§ 4 - Autoclave-installazione	49
§ 5 - Ripartizione provvisoria di spese	49
§ 6 - Ripartizione spese particolari	49
§ 7 - Ripartizione spese centrali termiche e di produzione acqua calda	49
§ 8 - Balconi-Terrazze.....	49
§ 9 – Ripartizione spese per strade comuni a più edifici e proprietari.....	50
II - AMMINISTRAZIONE FONDI RUSTICI	50
§ 1 - Amministrazione fondi rustici.....	50
§ 2 bis – Poteri dei dirigenti preposti all'esercizio dell'impresa agricola e dei Fattori di campagna	50
§ 3 - Utilizzo delle strade in territorio agricolo	50

Titolo 5

Compravendita di prodotti..... 51

I - PRODOTTI DELLA ZOOTECNIA.....	53
A) BOVINI DA VITA, DA LATTE, DA MACELLO	53
§ 1 - Forme e modi di contrattazione	53
§ 2 - Passaggio di proprietà.....	53
§ 3 - Tolleranze per le vacche lattifere o gravide.....	54

§ 4 - Pagamento.....	54
§ 5 - Garanzia.....	54
§ 6 - Difetti, vizi o malattie - azione redibitoria.....	54
§ 7 - Obblighi del compratore e del venditore.....	55
§ 8 - Verifiche delle malattie e dei vizi.....	55
§ 9 - Come e dove si provvede alla restituzione.....	55
§ 10 - Obblighi in caso di malattia.....	55
§ 11 - Effetti e presunzioni conseguenti a morte.....	56
§ 12 - Rescissione del contratto nella vendita a gruppo.....	56
§ 13 - Mediazione.....	56
B) EQUINI.....	56
§ 1 - Forme e modi di contrattazione.....	56
§ 2 - Passaggio di proprietà.....	56
§ 3 - Pagamento.....	56
§ 4 - Obblighi di garanzia del venditore - Azione redibitoria.....	56
§ 5 - Mediazione.....	57
C) SUINI.....	57
§ 1 - Forme e modi di contrattazione.....	57
§ 2 - Pagamento.....	57
§ 3 - Garanzie.....	57
§ 4 - Mediazione.....	57
D) OVINI E CAPRINI.....	57
§ 1 - Forme e modi di contrattazione.....	57
§ 2 - Pagamento.....	58
§ 3 - Obblighi di garanzia del venditore - Azione redibitoria.....	58
§ 4 - Mediazione.....	58
E) ANIMALI DA CORTILE: POLLAME E CONIGLI.....	58
§ 1 - Contrattazioni.....	58

§ 2 - Assettatura del pollame e dei conigli morti.....	58
§ 3 - Garanzie.....	58
F) PELLI BOVINE FRESCHE DI MACELLO	58
§ 1 - Contrattazione e consegna delle pelli.....	58
§ 2 - Prezzo.....	58
G) LANE GREGGE	58
§ 1 - Tipi di lane.....	59
§ 2 - Tolleranze.....	59
§ 3 - Prezzo.....	59
§ 4 - Mediazione	59
§ 5 - Imballaggi.....	59
H) LANA LAVATA A FONDO.....	59
I) UOVA.....	59
II - PRODOTTI DELL'AGRICOLTURA	59
A) FRUMENTO, GRANOTURCO, CEREALI MINORI.....	59
§ 1 - Forma del contratto.....	59
§ 2 - Vendite.....	60
§ 3 - Clausola "circa"	60
§ 4 - Qualità della merce.....	60
§ 5 - Verifiche.....	60
§ 6 - Pesatura	60
§ 7 - Rischi di viaggio.....	60
§ 8 - Differenze di qualità.....	60
§ 9 - Difetti della merce	61
§ 10 - Avarie	61
§ 11 - Mediazione	61
B) GRANOTURCO	61
C) RISO	61

D) CEREALI MINORI.....	61
E) PATATE.....	61
F) ORTAGGI.....	61
- COMMERCIO ALL'INGROSSO - PASSAGGIO DALLA PRODUZIONE AL COMMERCIO.....	61
- COMMERCIO ALL'INGROSSO PER LA VENDITA SUI MERCATI LOCALI	61
§ 3 - Contrattazioni	62
§ 4 - Commissionari	62
§ 5 - Vendita di prodotti ortofrutticoli.....	62
G) UVA DA MOSTO	62
§ 1 - Qualità della merce.....	62
§ 2 - Consegna e trasporto.....	62
Il produttore consegna le uve presso le cantine sociali oppure presso la cantina dell'acquirente.	62
§ 3 - Pesatura	62
§ 4 - Mediazione	63
H) OLIVA DA TAVOLA.....	63
I) AGRUMI	63
L) FRUTTA FRESCA.....	63
- COMMERCIO ALL'INGROSSO - PASSAGGIO DALLA PRODUZIONE AL COMMERCIO.....	63
- COMMERCIO ALL'INGROSSO PER LA VENDITA SUI MERCATI LOCALI	63
§ 5 - Contrattazioni	63
§ 6 – “Clausola in pianta a peso”	63
§ 7 - Commissionari	63
M) FRUTTA SECCA.....	63
§ 1 - Compravendita di marroni e/o castagne: mediazione	64
§ 2 - Compravendita di noci: calo naturale.....	64
N) ERBE, SEMENTI E FORAGGI	64
§ 1 - Produzione e vendita	64
§ 1 bis - Foraggio.....	64

O) FIORI E PIANTE ORNAMENTALI	64
- FIORI RECISI.....	64
§ 1 - Contrattazioni all'ingrosso	64
§ 2 - Caratteristiche	68
P) PIANTE DA VIVAIO E DA TRAPIANTO	68
§ 1 - Caratteristiche	68
§ 2- Garanzia di attecchimento.....	68
Q) PIANTE OFFICINALI E COLONIALI	68
- PIANTE OFFICINALI.....	68
§ 1 - Definizione	69
§ 2 - Commercializzazione	69
§ 3 - Essiccazione	69
§ 4 - Vendita al dettaglio.....	69
§ 5 – Alterazioni	69
§ 6 - Usi industriali	69
§ 7 - Approvvigionamento	69
§ 8 - Essenze.....	70
R) VENDITA DI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI AL MINUTO A PEZZO	70
III – PRODOTTI DELLA SILVICOLTURA.....	70
A) LEGNA DA ARDERE	70
§ 1 - Contrattazioni	70
§ 2 - Trasporto.....	70
§ 3 - Classificazione	70
B) CARBONE VEGETALE.....	71
§ 1 - Contrattazioni	71
§ 2 - Consegna.....	71
§ 3 - Trasporto e imballaggio	71
§ 4 - Classificazione	71

§ 5 - Mediazione 71

 C) CIPPATO.....71

 D) SUGHERO, ETC.....71

 E) BOSCO DI ALTO FUSTO71

§ 1 - Contrattazioni 72

IV - PRODOTTI DELLA CACCIA E DELLA PESCA 72

 A) PESCE FRESCO E CONGELATO72

 B) CACCIAGIONE72

 C) PELLI DA PELLICCERIA72

V - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE ESTRATTIVE 72

VI - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE ALIMENTARI 72

 A) RISO72

 B) FARINA, SEMOLA E SOTTOPRODOTTI DELLA MACINAZIONE72

§ 1 - Specie di vendita..... 72

§ 2 - Consegna..... 72

§ 3 - Spese di pesatura..... 73

§ 4 - Spese di facchinaggio..... 73

§ 5 - Mediazione 73

 C) PASTE73

§ 1 - Contrattazioni 73

§ 2 - Spese di facchinaggio..... 73

 D) PRODOTTI DELLA PANETTERIA E PRODOTTI DOLCIARI73

 E) ZUCCHERO73

 F) CARNI FRESCHE, CONGELATE, PREPARATE E FRATTAGLIE73

 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DELLE CARNI FRESCHE E CONGELATE.....73

§ 1 - Contrattazioni delle carni fresche..... 73

§ 2 - Contrattazione delle carni congelate..... 73

 - CARNI PREPARATE73

§ 3 - Salsiccia 73

§ 4 - Soprassata..... 74

§ 5 - Salame..... 74

§ 6 - Finocchiona 74

§ 7 - Consegna dei salumi 74

§ 8 – Prosciutto - consegna..... 74

 G) PESCI PREPARATI.....74

 - MERLUZZI.....74

§ 1 - Stoccafisso 74

§ 2 - Classificazione dello stoccafisso..... 74

§ 3 - Baccalà 74

§ 4 - Requisiti del baccalà 74

§ 5 - Filetti di baccalà salato o filettoni..... 75

 - ALTRI PESCI75

§ 6 - Alici..... 75

§ 7 - Sardelle 75

§ 8 - Salacche 75

§ 9 - Aringhe..... 75

§ 10 - Peso delle latte 75

 H) PRODOTTI SURGELATI75

 I) CONSERVE ALIMENTARI75

 L) LATTE E DERIVATI.....75

 M) OLIO DI OLIVA.....75

§ 1 - Contrattazioni e campioni per vendite all’ingrosso 75

§ 2 - Difetti della merce 76

§ 3 - Clausola “circa” 76

§ 4 - Vendita delle olive sulla pianta 76

 - OLIO LAMPANTE76

§ 5 - Olio lampante	76
§ 6 - Contrattazione degli olii lampanti: reversibilità	76
- OLIO DI OLIVA ESTRATTO CON SOLVENTI.....	76
§ 7 - Olio estratto con solventi.....	76
§ 8 - Vendita su campione	76
N) OLI E GRASSI VEGETALI PER USI ALIMENTARI E INDUSTRIALI.....	77
- OLIO DI SEMI	77
§ 1 - Vendita su qualità	77
§ 2 - Prezzo.....	77
O) OLI GRASSI E ANIMALI PER USI ALIMENTARI E INDUSTRIALI.....	77
- GRASSI ANIMALI	77
§ 1 - Lardo salato: classifica	77
§ 2 - Provvigioni al rappresentante.....	77
P) VINI	77
§ 1 - Vendita a peso	77
§ 1 bis - Vendita per il piccolo commercio.....	77
§ 2 - Campioni ed analisi.....	78
§ 3 - Contrattazioni	78
§ 4 - Clausola “circa”	78
§ 5 - Trasporto.....	78
§ 6 - Pagamento.....	78
§ 7 - Avarie	78
§ 8 – Mediazione.....	79
§ 9 - Vino da tavola	79
§ 10 - Vino da miscita.....	79
Q) ALCOOL E LIQUORI	79
§ 1 - Alcool “buon gusto”: contrattazioni	79
§ 2 - Alcool denaturato: contrattazioni	79

§ 3 - Liquori: prezzo	79
R) BIRRA	79
S) ACQUE MINERALI, GASOSE E GHIACCIO	79
T) VENDITA DI PRODOTTI ALIMENTARI AL MINUTO A PEZZO	79
VII - PRODOTTI DELL'INDUSTRIA DEL TABACCO	80
VIII - PRODOTTI DELL'INDUSTRIA DELLE PELLI.....	80
A) PELLI CONCIATE.....	80
§ 1 - Unità di base di contrattazione.....	80
§ 2 - Imballaggio.....	80
§ 3 - Tolleranze.....	80
§ 4 - Mediazione	80
B) LAVORI IN PELLE E CUOIO.....	80
C) PELLI GREZZE	80
- PELLI SALAMOIATE DA MACELLO	80
§ 1 - Classificazione delle pelli	80
§ 2 - Pelli gropponate.....	81
§ 3 - Croste.....	81
§ 4 - Vendita a peso	81
§ 5 - Tolleranza.....	81
§ 6 - Consegna.....	81
§ 7 - Tolleranza sulla quantità e sul peso.....	81
§ 8 - Indicazione degli estremi minimi e massimi e media di peso	82
§ 9 - Prezzo.....	82
§ 10 - Trattenute sul prezzo	82
§ 12 - Mediazione	82
- PELLI BOVINE GREZZE ESOTICHE DI IMBARCO O VIAGGIANTI E PELLI PREGIATE GREZZE SALATE DA ALLEVAMENTO E SELVATICHE	82
§ 13 - Ordinazioni.....	82

§ 14 - Contrattazione	82
§ 15 - Clausola “condizione d’origine”	83
§ 16 - Qualità delle pelli	83
§ 17 - Imballaggio.....	83
§ 18 - Tare per imballaggio	83
§ 19 - Consegna e imbarco.....	83
§ 20 - Condizioni di peso: tolleranza calo	83
- PELLI BOVINE GREZZE ESOTICHE PRONTE IN ITALIA MAGAZZINO ESTERO E NAZIONALIZZATO.....	84
§ 21 - Contrattazioni	84
§ 22 - Mediazione	84
- PELLI OVINE E CAPRINE.....	84
§ 23 - Contrattazioni delle pelli di agnello e capretto	84
§ 24 - Contrattazione delle pelli di montone	84
§ 25 - Ricevimento	84
§ 26 - Mediazione	84
- PELLI DI CONIGLIO E DI LEPRE.....	84
§ 27 - Contrattazioni	85
- PELLI PREGIATE DA PELLICCERIA.....	85
§ 29 - Contrattazioni	85
IX - PRODOTTI DELL'INDUSTRIA TESSILE	85
X - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE DELL'ABBIGLIAMENTO E DELL'ARREDAMENTO.....	85
A) CAPPELLI.....	85
B) VESTITI E BIANCHERIA	85
- CONFEZIONI IN GENERE PER L'ABBIGLIAMENTO	85
§ 1 – Sfera di applicazione	85
§ 3 - Disposizioni	86
§ 4 - Consegne.....	86
§ 5 – Spedizioni.....	86

§ 6 - Reclami.....	86
§ 7 – Tolleranza.....	86
§ 8 – Pagamenti	86
- CONFEZIONI IN GENERE DI MAGLIERIA	86
§ 9 – Sfera di applicazione	86
§ 10 – Ordinazioni relative al mercato nazionale	87
§ 11 – Disposizioni	87
§ 12 – Consegne.....	87
§ 13 – Spedizioni	87
§ 14 – Spedizioni	87
§ 15 – Reclami.....	87
§ 16 – Pagamenti	88
C) CALZATURE	88
§ 17 – Ordini od offerte	88
§ 18 – Prezzi	88
§ 19 – Spedizioni e consegne	88
§ 20 – Termini di consegna	88
§ 21 – Condizioni e modalità di pagamento	89
§ 22 – Ritardi nel pagamento.....	89
§ 23 – Reclami.....	89
D) GUANTI, OMBRELLI E ACCESSORI.....	89
E) LAVORI IN PAGLIA E ALTRE MATERIE VEGETALI E ARTIFICIALI DA INTRECCIO	89
- MATERIE PRIME	89
§ 1 – Definizioni	89
§ 2 – Altre materie prime vegetali e artificiali da intreccio. Definizioni	89
§ 3 – Altre materie prime vegetali e artificiali da intreccio; classificazioni	90
§ 4 – Altre materie prime vegetali e artificiali da intreccio: contraffazioni.....	91
- SEMILAVORATI.....	91

§ 5 – Trecce, definizione, classificazione, garanzia di misura	91
§ 6 – Altri semilavorati	91
- PRODOTTI FINITI	91
§ 7 – Lavori d’intreccio	91
§ 8 – Ordini e contraffazioni	92
§ 9 – Semilavorati e prodotti finiti, spese di trasporto	92
§ 10 – Verifica della qualità	92
XI - PRODOTTI DELL'INDUSTRIA DEL LEGNO	92
A) LEGNO COMUNE	92
- LEGNAME DA LAVORO	92
§ 1 - Tipologia del legname da lavoro	92
§ 2 – Contrattazioni	96
- SEMILAVORATI	96
§ 3 - Perline e listoni	96
§ 4 - Parquets	96
B) COMPENSATI	96
C) MOBILI E INFISSI	96
- MOBILI	96
§ 1 - Denominazioni	97
§ 2 – Consegna	97
- INFISSI	97
D) LAVORI IN SUGHERO	97
§ 1 - Sughero	97
XII - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE DELLA CARTA, POLIGRAFICHE E FOTOCINEMATOGRAFICHE	97
A) CARTA E CARTONI	97
§ 1 - Ordinazioni	97
§ 2 - Ordinazioni speciali	97
§ 3 - Specie di vendita	98

§ 4 - Composizione dell'impasto e collatura.....	98
§ 5 - Peso ed imballaggi	98
§ 6 - Tolleranze sulla carta	98
§ 7 - Formati dei cartoni	99
B) PRODOTTI TIPOGRAFICI.....	99
§ 1 - Ordinazioni.....	99
§ 2 - Preventivi	99
§ 3 - Modificazioni ordinate dal committente	100
§ 4 - Quantitativi di stampa	100
§ 5 - Esecuzione	100
§ 6 - Proprietà artistica	101
§ 7 - Materie prime e quantitativi di scarto.....	101
§ 8 - Stampa periodica	101
§ 9 - Termini di consegna.....	102
§ 10 - Pagamenti.....	102
§ 11 - Reclami.....	102
D) LIBRI.....	102
§ 1 - Oggetto del contratto	102
§ 2 - Commissione (contenuto)	102
§ 3 - Conclusione del contratto.....	102
§ 4 - Clausole speciali	103
§ 5 - Unità di contrattazione	103
E) LEGATORIA.....	103
§ 1 - Brossura	103
§ 2 - Consegne a cura della legatoria.....	103
F) IMBALLAGGI E CONFEZIONI.....	103
§ 1 - Definizione	103
§ 2 - Unità di base di contrattazione.....	103

§ 3 - Termini di consegna..... 104

§ 4 - Perizie..... 104

 G) CARTE SPECIALI PER IMBALLAGGIO E CONFEZIONI E IMBALLAGGI DI CARTA SPECIALE104

§ 1 - Definizione 104

§ 2 - Tolleranze..... 104

§ 3 - Verifica della merce 104

§ 4 - Perizie..... 104

 H) CARTA E CARTONE ONDULATI E IMBALLAGGI DI CARTA E CARTONE ONDULATI105

§ 2 - Imballaggio..... 105

§ 3 - Tolleranze..... 105

§ 4 - Perizia..... 105

 XIII - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE METALLURGICHE.....106

 XIV - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE MECCANICHE106

 A) MACCHINE E APPARECCHI DIVERSI - MACCHINE AD USO AGRICOLO106

§ 1 - Mediazione 106

§ 2 - Macchine nuove ed usate..... 106

 - MACCHINE PER USO UFFICIO E FAMILIARE106

 - MACCHINE UTENSILI PER INDUSTRIA, MACCHINE PER USO UFFICIO E FAMILIARE106

§ 3 – Consegna e imballaggio 106

 B) MEZZI DI TRASPORTO106

 - AUTOVETTURE E MOTOVEICOLI 106

§ 1 - Contrattazioni degli autoveicoli..... 106

§ 2 Garanzie- Veicoli usati..... 106

§ 3 Mediazione 107

§ 4 Riparazione autoveicoli e motoveicoli..... 107

 - NATANTI DA DIPORTO107

§ 5 - Contrattazioni di natanti da diporto usati 107

§ 6 - Mediazioni 107

§ 7 - Noleggio di natanti da diporto.....	107
- CARAVANS	107
§ 8 Condizioni di vendita.....	107
- AUTOCARAVAN-MOTOCARAVAN-MOTOR HOME.....	108
§ 9 Mediazione	108
- MEZZI PESANTI.....	108
XV - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE DELLA TRASFORMAZIONE DEI MINERALI NON METALLIFERI	108
A) PERLE, GEMME E PIETRE PREZIOSE NATURALI E SINTETICHE.....	108
- PREZIOSI.....	108
§ 1 - Perle	108
§ 2 - Diamanti.....	108
§ 3 - Rubini	108
§ 4 - Smeraldi	108
§ 5 - Zaffiri	109
§ 6 – Pietre semi-preziose naturali, usate in gioielleria e oreficeria	109
§ 7 – Pietre sintetiche	109
§ 8 – Specie di vendita	109
§ 9 - Unità di peso per le pietre preziose e le perle.....	109
§ 10 – Unità di peso per i metalli	109
§ 11 – Cali di lavorazione per i metalli	109
§ 13 – Stima	110
- PIETRE DURE	110
§ 14 - Classificazione.....	110
§ 15 - Qualità.....	110
§ 16 - Tolleranza.....	110
§ 17 - Contrattazione	110
§ 18 - Imballaggio.....	110
B) MARMO – PIETRE E ALABASTRO LAVORATO	110

§ 1 – Pietre comuni	110
§ 2 – Tarsia e commesso in pietre	110
C) CALCE, CEMENTI E GESSO	111
D) MATERIALI DA COSTRUZIONE	111
E) PORCELLANE, MAIOLICHE E TERRAGLIE – CERAMICHE ARTISTICHE E COMUNI	111
§ 1 - Classificazione	111
§ 3 – Qualità della ceramica.....	112
§ 4 - Imballaggio.....	112
§ 5 - Tolleranze.....	112
F) LAVORI DI VETRO E CRISTALLO	112
- ARTICOLI DI VETRO	112
§ 1 - Bicchierame	112
§ 2 - Imballaggi.....	112
§ 3 – Tolleranze per rotture	112
§ 4 – Tolleranze sulla capacità	112
§ 5 - Ordinazioni.....	113
- VETRO IN LASTRE	113
§ 6 - Classificazione	113
§ 7 – Dimensioni e peso.....	113
§ 8 – Tolleranze di spessore.....	113
§ 9 - Contrattazione	114
§ 10 - Sistema di misurazione	114
§ 11 - Imballaggio.....	114
§ 12 - Trasporto	114
XVI - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE CHIMICHE.....	115
A) CONCIMI CHIMICI - FERTILIZZANTI.....	115
§ 1 - Garanzia e tolleranza	115
§ 2 - Imballaggi.....	115

B) ANTICRITTOGAMICI, ANTIPARASSITARI E DISERBANTI115

§ 1 - Pagamento..... 115

§ 2 - Imballaggi..... 115

§ 3 - Confezioni spray..... 115

C) SAPONI E DETERSIVI115

§ 1 - Contrattazione 115

D) PRODOTTI FARMACEUTICI, CHIMICI E DI PROFUMERIA116

§ 1 - Compenso di mediazione..... 116

§ 2 - Modalità di contrattazione di vendita 116

§ 3 - Clausole speciali ed esecuzione del contratto 116

§ 4 - Imballaggi e trasporti 116

§ 5 - Consegne..... 116

§ 6 - Verifica della merce 117

§ 7- Tolleranza sulla quantità contraffatta 117

§ 8 - Tare 117

§ 9 - Spese di trasporto, facchinaggio, pesatura 117

§ 10 - Reclami nei rapporti tra produttori 117

E) COLORI E VERNICI117

F) MATERIE PLASTICHE E GOMME.....117

§ 1 - Concorso stampo 117

§ 2 - Destinazione del prodotto 118

§ 3 - Bozze di stampa 118

§ 4 - Tolleranze..... 118

§ 5 - Esecuzione 118

§ 6 - Addebito di spese 118

§ 7 - Laccatura degli oggetti stampigliati e metallizzazione 118

§ 8 - Clichès 118

§ 9 - Punzoni 118

G) DERIVATI DALLA DISTILLAZIONE DEL PETROLIO E DEL CARBONE	118
– OLI MINERALI LUBRIFICANTI	118
§ 1 - Contrattazioni	118
§ 2 - Campioni e analisi	119
§ 3 - Imballaggi; latte, fusti e cassette	119
§ 4 - Trasporto: cisterne e autocisterne	119
- OLI MINERALI	119
§ 5 - Denominazione	119
§ 6 - Imballaggi.....	119
§ 7 - Peso e tara	120
§ 8 - Trasporto: cisterne e autocisterne	120
§ 9 - Spedizione e consegna.....	120
- CARBONE COKE METALLURGICO E CARBONI FOSSILI	120
§ 10 - Contrattazioni	120
H) GAS COMPRESSI, LIQUEFATTI E SCIOLTI	121
- GAS TECNICI	121
§ 1 - Contrattazioni per gas in bombole	121
§ 2 - Consegna.....	121
§ 3 - Misurazioni e tolleranze	121
§ 4 - Cauzione e restituzione bombole	121
§ 5 - Bombole di proprietà del compratore o di terzi.....	121
§ 6 - Responsabilità ed obblighi del compratore.....	122
- GAS METANO COMPRESSO IN BOMBOLE	122
§ 7 - Contrattazioni	122
§ 8 - Misurazione	122
§ 9 - Disciplina dell'uso delle bombole per metano	122
- GAS DI PETROLIO LIQUEFATTI.....	122
§ 10 - Contrattazioni	122

§ 11 - Responsabilità.....	122
I) PRODOTTI AUSILIARI PER L'INDUSTRIA TESSILE	123
XVII - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE DELLA GOMMA ELASTICA.....	123
XVIII PRODOTTI DELLE INDUSTRIE VARIE.....	123
A) LAMPADE E CAVI ELETTRICI.....	123
B) STRUMENTI MUSICALI.....	123
C) STRACCI.....	123

Titolo 6

Credito, assicurazioni, factoring e leasing	125
I - USI BANCARI	127
II - USO DELLE ASSICURAZIONI	127
III - USI DEL FACTORING	127
IV - USI DEL LEASING.....	127

Titolo 7

Altri usi.....	129
I – PRESTAZIONI VARIE DI OPERE E SERVIZI.....	131
A) LAVANDERIA, TINTORIA E STIRATORIA DI ABITI, INDUMENTI, STOFFE ETC.	131
- LAVATURA E PULITURA A SECCO E AD ACQUA DI ABITI, INDUMENTI, STOFFE ETC.....	131
§ 1 - Consegna della merce e disposizioni per la lavorazione	131
§ 2 - Prezzo.....	131
§ 3 - Ritiro degli oggetti.....	131
§ 4 - Responsabilità della ditta che esegue il lavoro.....	131
§ 5 - Riuscita della tintura	131
§ 6 - Termini di riconsegna	131
§ 7 - Smarrimento dei capi.....	131
- NOLEGGIO E LAVATURA DI BIANCHERIA	132
§ 8 - Noleggio e lavatura di biancheria	132
- LAVANDERIA A GETTONI.....	132

B) OPERE EDILIZIE E STRADALI	132
- PIETrame GREZZO E LAVORATO	132
§ 1 - Classificazione	132
- CONTRATTAZIONE E MISURAZIONE DELLE PIETRE E DI ALTRI MATERIALI	133
§ 2 - Pietrame da muro	133
§ 3 - Le pietre lavorate.....	133
§ 4 - Sasso spezzato e tout vénant.....	133
§ 5 - Ghiaie e rena	133
§ 6 - Laterizi.....	133
§ 7 - Calce e cemento.....	133
§ 8 - Legname da cantiere e da costruzione	133
§ 9 - Tubi	134
§ 10 - Manufatti in cemento	134
§ 11 – Coperture, manti.....	134
§ 12 - Recinzioni.....	134
§ 13 - Profilati in acciaio e tondini per armature.....	134
§ 14 - Prodotti bituminosi per l’edilizia e le strade.....	134
§ 15 - Mosaici e ceramiche da rivestimento.....	134
§ 16 - Sbadacchiature	134
- SCAVI E RINTERRI	134
§ 17 - Modo di misurazione	134
- DEMOLIZIONI	135
§ 18 - Modo di misurazione	135
- MALTE E CALCESTRUZZO	135
§ 19 - Modo di misurazione	135
- STRUTTURE MURARIE.....	135
§ 20 - Modo di misurazione	135
- SOLAI.....	136

§ 21 - Modo di misurazione	136
- SOFFITTI, TETTI E VOLTE	136
§ 22 - Modo di misurazione	136
- INTONACI	136
§ 23 - Modo di misurazione	136
- STUCCHI	136
§ 24 - Stucchi.....	136
- PAVIMENTI E RIVESTIMENTI	137
§ 25 - Modo di misurazione	137
- IMPERMEABILIZZAZIONE	137
§ 26 - Contrattazione	137
§ 27 - Coibentazioni	137
- INFISSI	137
§ 28 - Fornitura e messa in opera	137
§ 29 - Opere murarie per la posa degli infissi	137
- CARPENTERIA METALLICA	137
§ 30 - Contrattazione	137
- TINTEGGIATURA.....	137
§ 31 - Modo di misurazione	138
- IMPIANTO ELETTRICO IN GENERE.....	138
§ 32 - Contrattazioni	138
- IMPIANTI ELETTRICI, ELETTRODOMESTICI, RADIO, TELEVISORI, MATERIALE ELETTRICO E RIPARAZIONE DI IMPIANTI DI ANTENNA SINGOLI E CONDOMINIALI	138
§ 33 - Installazione degli impianti elettrici negli stabili nuovi.....	138
§ 34 - Riparazione di impianti elettrici esistenti	139
§ 35 - Riparazione di piccoli elettrodomestici	139
§ 36 - Riparazione di elettrodomestici.....	139
§ 36bis - Riparazione di apparecchi telefonici	139

§ 37 - Riparazione di radio, registratori, radio-registratori, autoradio, televisori, video registratori, telecamere.....	139
§ 38 - Vendita di apparecchi radio, televisori, video registratori, elettrodomestici, telecamere, impianti hi-fi, apparecchi elettronici di uso domestico in genere.	140
§ 39 - Installazione e riparazione di antenne TV.....	140
- IMPIANTO DI RISCALDAMENTO E DI CONDIZIONAMENTO	140
§ 40 - Metodo di Misurazione della temperatura in ambiente domestico	140
§ 41 - Contrattazione	140
§ 42 - Caratteristiche impianto di condizionamento	140
§ 43 - Contrattazione impianto di condizionamento.....	140
- IMPIANTO IDRAULICO ED IGIENICO-SANITARIO.....	140
§ 44 - Contrattazione	140
- ASCENSORI ED IMPIANTO DI SOLLEVAMENTO.....	141
§ 45 - Contrattazione	141
C) USI SPECIALI IN AGRICOLTURA E SILVICOLTURA	141
- ISTITUTI SPECIALI PER LA MIGLIORE GESTIONE PATRIMONIALE IN COLLABORAZIONE FRA PICCOLI IMPRENDITORI AGRICOLI.....	141
§ 1 - Scambio di manodopera e di servizi	141
- FATTORE O AGENTE AGRARIO	141
§ 2 - Nozione	141
§ 3 - Poteri di rappresentanza del preponente	141
§ 4 - Vendita dei prodotti del fondo	141
§ 5 - Vendita del bestiame	141
§ 6 - Acquisti	142
§ 7 - Acquisti a pagamento differito	142
§ 8 - Direttive	142
§ 9 - Pagamenti e riscossioni in genere nei rapporti con terzi	142
§ 10 - Assicurazione dei prodotti e del bestiame	142
§ 11 - Conti colonici	142

§ 12 - Rapporti del fattore con il titolare dell'azienda.....	142
- FATTORE SPICCIOLO.....	142
§ 13 - Nozione.....	142
- USUFRUTTO DEI BOSCHI.....	142
§ 14 - Boschi cedui, matricinati e composti.....	142
- DISTANZE DEGLI ALBERI.....	143
§ 15 - Olivi sul confine.....	143
- PRESTAZIONE DI SERVIZI IN AGRICOLTURA A MEZZO MACCHINE	143
§ 16 - Computo del compenso.....	143
§ 17 - Prestazioni del servizio.	143
§ 18 - Compartecipazione per la raccolta delle olive.....	143
D) USI VIGENTI NELLE STRUTTURE RICETTIVE (alberghi, extralberghiero ed agriturismi)	144
§ 1 - Ammissione alla struttura ricettiva.	144
§ 2 - Prenotazione di camere.....	144
§ 3 - Condizioni e durata del contratto.....	144
§ 4 - Trattamento di pensione	144
§ 5 - Oggetti rinvenuti.....	144
§ 6 - Rapporti con il cliente	144
§ 7 - Pagamento del conto.....	145
§ 8 - Termini di cancellazione	145
- CAMPEGGI	145
§ 9 - Accesso	145
§ 10 - Piazzamento delle attrezzature	145
§ 11 - Corrispondenza.....	146
§ 12 - Rimessaggio	146
- AGENZIE DI VIAGGIO E TURISMO	146
§ 13 - Diritti d'agenzia a carico del cliente.....	146
§ 14 - Commissioni per attività di mediazione	146

- § 15 - Prenotazione e acconto 146
- § 16 - Servizi imprenditoriali 146
- E) BENI MOBILI.....146
 - AZIENDE, MASSERIZIE, BENI MOBILI IN GENERE146
- § 1 - Cessione di aziende industriali e commerciali e agenzie di affari in genere 146
- § 1 bis – Affitto di aziende e/o di ramo di aziende industriali e commerciali e agenzie di affari in genere.. 146
- § 2 - Masserizie e beni mobili in genere 147
 - CUSTODIA BENI MOBILI147
 - OGGETTI D’ARTE IN GENERE E ANTICHITA’ COMPRESI GIOIELLI PREZIOSI147
- § 3 - Commercio di oggetti d'arte in genere e antichità compresi gioielli preziosi 147
- § 4 - Stima 147
 - FRANCOBOLLI PER COLLEZIONE E MATERIALE FILATELICO IN GENERE147
- § 5 – Valutazione 147
- § 6 - Unità di contrattazione 147
- § 7 - Garanzia per i vizi occulti 147
- § 8 - Perizia consensuale..... 148
- § 9 - Mediazione 148
- § 10 – Diritto di stima 148
- § 11 – Scambio fra collezionisti 148
- F) PUBBLICITA’148
 - § 1 – Definizione dei soggetti operanti nel settore della pubblicità..... 148
 - § 2 - Terminologia 148
 - ALTRI TERMINI ENTRATI NELL’USO COMUNE..... 151
 - II - USI MARITTIMI.....157
 - III - USI DEI TRASPORTI TERRESTRI.....157
 - IV - USI DEI TRASPORTI AEREI157
 - V - USI DELLA MULTIMEDIALITA’157
 - VI - USI DELLA FOTOGRAFIA.....157

Titolo 1

Usi ricorrenti nelle contrattazioni in genere

§ 1 - Merce estera

In mancanza di patti o usi di settore, ogni merce estera soggetta a dazio doganale si intende venduta con ogni aggravio daziario o fiscale a carico del compratore.

§ 2 - Obbligazioni di fare

Se la prestazione consiste in un fare, l'intimazione con la quale si costituisce in mora il creditore ai sensi dell'art. 1217 c.c. si effettua mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento o con pec.

§ 3 - Offerta secondo gli usi (art. 1214 c.c.)

Il debitore può offrire la cosa dovuta anche mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento, oppure a mezzo fax **o con pec**, assegnando al creditore un termine congruo perché riceva il pagamento o la cosa oggetto dell'obbligazione.

§ 4 - Luogo di pagamento

Nelle compravendite di merci il luogo di pagamento si intende al domicilio del venditore ancorché la consegna sia avvenuta fuori piazza.

§ 5 - Clausola "salvo visita"

Nelle vendite stabilite alla condizione "salvo visita" ed in generale in tutti i casi in cui sia prevista la constatazione della qualità, la visita e conseguentemente l'accettazione o il rifiuto della merce debbono avvenire entro i termini stabiliti dagli usi di settore.

Trascorsi questi termini senza che sia stata fatta la visita o senza che sia stata sollevata contestazione, la merce si intende accettata. Per le merci vendute viaggianti o a consegna, l'obbligo di provocare la visita della merce è a carico del venditore.

In ogni caso il termine decorre dal momento in cui è pervenuto al compratore l'avviso da parte del venditore che la merce è a sua disposizione per la visita.

§ 6 - Clausola "salvo venduto"

Con la clausola "salvo venduto" inserita nell'offerta di vendita, fatta per iscritto o verbalmente, il venditore si riserva di aderire all'accettazione del compratore solo per le merci che non siano state vendute nell'intervallo di tempo tra l'offerta medesima e la successiva accettazione.

Tuttavia, in caso di avvenuta parziale vendita della merce, il compratore non è obbligato ad acquistare la merce ancora in possesso del venditore.

§ 7 - Mediazione: provvigione

L'obbligo di pagare la provvigione ad affare concluso non è solidale per i contraenti di fronte al mediatore.

In caso di permuta, la provvigione si calcola sul bene di maggior valore.

Titolo 2

Comunioni tacite familiari

I – GENERALITÀ

Premessa

La comunione tacita familiare nell'esercizio dell'agricoltura, oggi prevista dall'art. 230 bis ultimo comma c.c., è regolata, nei limiti previsti da tale norma, dagli usi che seguono.

II - ORGANIZZAZIONE

§ 1 - Rappresentanza e amministrazione

L'impresa agricola gestita dalla comunione tacita familiare è diretta da un membro della famiglia che normalmente è il capo famiglia, quale soggetto più anziano e preparato.

L'amministrazione è affidata a chi esercita la direzione dell'impresa, il quale decide le questioni più importanti d'accordo con il gruppo familiare e, in caso di mancato accordo, secondo la volontà della maggioranza dei componenti la comunione.

La rappresentanza della comunione spetta a chi dirige l'impresa, il quale deve provvedere anche agli adempimenti in materia di previdenza e assistenza per tutti i componenti della comunione.

E' d'uso che chi dirige la comunione sia tenuto a difendere con ogni cura e cautela il patrimonio della comunione stessa.

§ 2 - La massaia

La direzione della casa, ivi compresa la gestione degli animali di bassa corte, appartiene alla massaia che, in genere, è la moglie del capo famiglia.

I poteri della massaia si limitano all'ambito familiare.

§ 3 - Gli altri componenti

I componenti della famiglia dediti ai lavori poderali, devono accudire alla coltivazione del fondo e al governo del bestiame, secondo le mansioni a ciascuno di regola assegnate dal gruppo familiare nel modo sopra veduto.

Hanno altresì diritto alla convivenza, alla mensa comune ed alla partecipazione ai risultati del lavoro anche quei membri della famiglia che, pur risiedendo nel podere, si dedicano ad attività extra agricole retribuite apportando i loro guadagni.

III – IL PATRIMONIO E LA SUA DIVISIONE

§ 1 - Amministrazione del patrimonio comune

I poteri di amministrazione ordinaria del patrimonio comune sono affidati al capo famiglia; gli atti di amministrazione straordinaria sono decisi collegialmente nel modo sopra veduto.

Durante la comunione non vengono eseguiti, di regola, conteggi parziali.

§ 2 - Rendiconto della comunione

Quando il gruppo familiare venga a modificarsi per scioglimento totale o parziale della comunione (come nei casi di recesso o di allontanamento di uno o più partecipanti) si procede al rendiconto e alla determinazione della quota spettante a colui che si allontana dalla comunione.

§ 3 - Triplice qualità dei beni patrimoniali

Il patrimonio della comunione è costituito dai seguenti cespiti:

- 1) il patrimonio avito o vecchio;
- 2) il patrimonio comune o novo;
- 3) il reddito annuale del lavoro.

Il patrimonio avito o vecchio è costituito dalle eredità o donazioni intervenute nell'ambito dei membri della comunione quando, a seguito di questa, si sia attuato un espresso conferimento nonché dal patrimonio iniziale.

Il patrimonio comune o nuovo è costituito da cose acquistate con denaro comune o spettante alla famiglia per effetto di lavoro, indipendentemente dalla loro intestazione; più specificamente sono annoverati in esso:

- a) i crediti verso terzi;
- b) i macchinari, arnesi da lavoro e scorte vive, per quanto di spettanza;
- c) gli immobili ed i mobili, quando vi siano, purché acquistati con denaro comune.

Il reddito annuale di lavoro comprende gli utili dell'annata agraria.

§ 4 - Divisione dei beni secondo la loro qualità e origine

La divisione dei cespiti patrimoniali avviene a seconda della provenienza di essi, e cioè: - la divisione del patrimonio adito si effettua secondo le regole generali del codice civile in caso di morte; negli altri casi il patrimonio adito spetta ai conferenti;

- la divisione del patrimonio comune avviene tra i componenti la famiglia che hanno contribuito alla formazione dello stesso in ragione del lavoro effettivamente apportato da ciascuno;
- la divisione del reddito annuale di lavoro si effettua: per quanto riguarda i prodotti destinati al vitto "per bocche"; per quanto riguarda gli altri cespiti, secondo il lavoro effettivamente prestato.

IV - DIRITTI E DOVERI DEI PARTECIPANTI

§ 1 - Obblighi di lavoro e coabitazione nel fondo agricolo

I membri della famiglia, come il lavoro, così hanno in comune il tetto e la mensa.

§ 2 - Partecipazione agli utili

I membri della famiglia coltivatrice, abili e non abili alle attività lavorative, hanno diritto a partecipare tanto agli utili poderali quanto agli utili e proventi extra agricoli che sono oggetto di conferimento o di imputazione, ivi compresi i crediti assistenziali e previdenziali.

§ 3 - Assistenza

I vecchi e gli inabili al lavoro continuano a far parte della famiglia coltivatrice a tutti gli effetti.

I membri della famiglia coltivatrice che cadono malati vengono mantenuti e assistiti a spese comuni.

Pure a spese comuni vengono mantenuti i ragazzi per tutto il periodo di frequenza della scuola obbligatoria.

V - RECESSO

§ 1 - Tentativi di riconciliazione e poteri disciplinari del capo famiglia

Nel caso che insorgano divergenze tra i componenti della famiglia, il capo famiglia ha il dovere di tentare la conciliazione delle divergenze.

Ove egli non riesca, si fa appello a persona, persone o associazioni di comune fiducia.

§ 2 - Recesso

È ammesso il recesso dei componenti della comunione familiare. Il recesso non può avere effetto che alla fine dell'annata agraria (11 novembre – 10 novembre dell'anno successivo), e perciò il recedente è tenuto a restare sul fondo sino a tale termine.

La nubenda ha diritto al recesso in qualsiasi periodo dell'anno.

Il recedente ha diritto a percepire la quota ad esso spettante per il periodo di permanenza nella famiglia.

Titolo 3

Compravendita e locazione di immobili urbani

I - COMPRAVENDITA

§ 1 - Mediazione

La provvigione spettante al mediatore in caso di compravendita di immobili urbani è il 2% a carico del venditore e il 2% a carico del compratore **oltre iva di legge**.

§ 1 bis – Pagamento della provvigione

La provvigione spettante al mediatore viene corrisposta al momento della stipula del contratto preliminare.

§ 1 ter – La caparra

Al momento del preliminare viene versata una caparra compresa tra il 25% ed il 33 % del prezzo complessivo.

§ 1 quater – Spese di registrazione

Le spese di registrazione del contratto preliminare di compravendita sono a carico dell'acquirente.

§ 1 quinquies – Relazione tecnica

La relazione tecnica e tutta la documentazione necessaria ai fini della stipula del contratto di compravendita è a carico della parte venditrice.

§ 2 - Permute

La provvigione è del 3% a carico di ciascun permutante calcolato sul bene di maggior valore.

§ 3 - Appalto di lavori

Per la mediazione avente ad oggetto lavori di appalto edilizio, al mediatore iscritto nella relativa sezione spetta una provvigione del 3% a carico dell'appaltatore.

II- LOCAZIONE

§ 1 - Pagamento del canone

Il pagamento del canone si effettua a rate mensili entro i primi 5 giorni di ciascun mese.

E' consuetudine, relativamente ai contratti di locazione, concordare per iscritto nei primi anni di locazione, una riduzione sull'ammontare del canone monetario pattuito, a compenso dei lavori di miglioria a carico del conduttore stesso e per il riconoscimento di altri oneri cui va incontro il conduttore per l'inizio del rapporto.

§ 2 - Visita della cosa locata

È uso che il conduttore, dopo che ha dato o ricevuto disdetta, oppure in caso di vendita, consenta la visita della cosa locata in ore e giorni concordati con il locatore (di regola: un'ora diurna per due giorni alla settimana o 2 ore per un giorno, escluso i giorni festivi).

§ 3 - Mediazione

In caso di locazione di immobili urbani a qualunque uso destinati, anche arredati, comprese le camere mobiliate, spetta al mediatore da ambo le parti:

- il 10% calcolato sul canone del periodo, per i contratti con durata fino a 5 mesi oltre iva di legge;
- una mensilità per i contratti con durata superiore a 5 mesi oltre iva di legge.

§ 4 – Spese di registrazione

Le spese di registrazione del contratto di locazione sono a carico di ciascuna delle parti mentre le spese per l'acquisto delle marche da bollo sono a carico del conduttore.

Titolo 4

Compravendita, affitto e conduzione di fondi rustici

I - COMPRAVENDITA DI FONDI RUSTICI

Premessa

In provincia di Firenze per “fondo rustico” si intende “fattoria”, “tenuta”, “podere”.

Per “fondo rustico a cancello chiuso” si intende un fondo rustico con tutti i beni e dotazioni che lo costituiscono.

Per “fondo rustico attrezzato” si intende un fondo rustico con tutti i beni e dotazioni di macchine e attrezzature agricole.

§ 1 - Mediazione

Al mediatore intervenuto nella stipulazione di un contratto di compravendita di “fondi rustici” compete una provvigione del 2% da parte del venditore e del 2% da parte dell’acquirente.

II - AFFITTO DI FONDI RUSTICI

§ 1 - Eccedenza o diminuzione delle scorte vive o morte

La consegna delle scorte vive o morte avviene, di regola, con due sistemi:

- a) Le scorte vive vengono pagate secondo il valore di stima, o, in sua mancanza, secondo il valore di mercato;
- b) Le scorte morte, fisse e circolanti, vengono generalmente date “a consegna”, con conguaglio, alla riconsegna, dei quantitativi in eccedenza o in diminuzione, salvo, per le scorte fisse, il deterioramento d’uso.

§ 2 - Piante

L’affittuario non può abbattere le singole piante senza la previa autorizzazione del proprietario.

§ 3 - Decorrenza del contratto di affitto

In provincia di Firenze, per le unità poderali coltivate, anche in via parziale, a oliveta, l’annata agraria ha inizio il 1° febbraio e termina il 31 gennaio.

Per le unità poderali, in assenza della coltivazione dell’olivo, si fa riferimento al periodo di raccolta.

§ 4 - Affitto ad meliorandum

È consuetudine, nella provincia di Firenze, sostituire il canone d’affitto del fondo con opere di miglioramento che, come tali, non danno luogo a indennità alla cessazione del contratto.

III - CONDUZIONE A MEZZADRIA

Nessun uso accertato

IV - CONDUZIONE A COLONIA PARZIARIA O IN COMPARTICIPAZIONE

Nessun uso accertato

V - CONDUZIONE A COLONIA MIGLIORITARIA

Nessun uso accertato

VI - CONDUZIONE IN ENFITEUSI

Nessun uso accertato

VII - ALTRE FORME DI CONDUZIONE

Nessun uso accertato

Titolo 4 bis

Amministrazione fondi rustici e urbani, condomini compresi

I - AMMINISTRAZIONE CONDOMINI

§ 1 - Convocazione dell'assemblea

Nelle materie per le quali la legge assegna al conduttore diritto di voto in assemblea, la convocazione da parte dell'amministratore è comunque effettuata nei confronti del proprietario.

§ 2 - Controfinestre e cancelletti antintrusivi

Nei fabbricati privi di particolare pregio architettonico o artistico è possibile installare controfinestre e cancelletti antintrusivi purché esse siano di forma tipologia e colore stabiliti preventivamente dall'assemblea dei condomini in modo tale da risultare in armonia con l'estetica generale dell'edificio.

§ 3 – Tende e condizionatori

Nei fabbricati le tende fisse parasole devono comunque essere di forma, tipologia e colore tali da risultare omogenee tra loro.

I condizionatori installati sui balconi fronte strada devono essere adeguatamente schermati.

§ 4 - Autoclave-installazione

In presenza di gravi carenze nella distribuzione dell'acqua potabile, l'installazione dell'autoclave deve intendersi spesa di carattere straordinario.

§ 5 - Ripartizione provvisoria di spese

Nei condomini ove le tabelle millesimali non risultino ancora approvate, le spese vengono ripartite con criteri provvisori, deliberati a maggioranza, salvo i conguagli, derivanti dall'approvazione delle tabelle definitive.

§ 6 - Ripartizione spese particolari

Dove non risulti dalle tabelle millesimali, le spese per i servizi sotto indicati vengono così suddivisi:

- a) Antenne TV centralizzate: in base al numero delle unità collegate all'impianto;
- b) Casellari postali e campanelliere: in parti uguali fra gli aventi diritto;
- c) Acqua: qualora non vi siano contatori singoli, in base al numero di dimoranti o utilizzatori le unità immobiliari, tenuto conto della destinazione delle stesse;
- d) Vuotatura fosse biologiche: in base alla tabella generale dei millesimi ad esclusione delle unità immobiliari non servite.

Per i punti c) e d) i criteri individuati sono da applicarsi secondo equità.

§ 7 - Ripartizione spese centrali termiche e di produzione acqua calda

In presenza di impianto centralizzato per la produzione di riscaldamento ambientale e per la distribuzione di acqua calda, un quarto del costo di gestione annuale della centrale termica è posto a carico degli utenti del servizio centralizzato di acqua calda, oltre al costo della quantità di acqua effettivamente consumata.

In assenza di contatori singoli, si applicano i criteri di cui al paragrafo 6, lett. c).

§ 8 - Balconi-Terrazze

Quando con certezza si può assumere che la struttura di protezione del balcone, ancorché in cemento armato, costituisce elemento di squisita ricerca architettonica, la ripartizione delle spese di manutenzione ordinaria e straordinaria di tali porzioni viene posta a carico dell'intero condominio; diversamente la spesa sarà di pertinenza del proprietario utilizzatore esclusivo.

Le chiusure dei balconi ove consentito dai regolamenti locali devono essere armonizzati all'estetica dell'edificio e resi compatibili con l'esistente.

§ 9 – Ripartizione spese per strade comuni a più edifici e proprietari

Le spese di manutenzione di strade destinate a servire edifici a distanze differenziate rispetto all'accesso, vengono usualmente ripartite per metà in ragione del valore (millesimale o di cubatura) delle singole proprietà e per metà in misura proporzionale alle distanze di ciascun edificio dall'accesso.

II - AMMINISTRAZIONE FONDI RUSTICI

§ 1 - Amministrazione fondi rustici

La figura dell'amministratore di fondi rustici che esercita la sua attività nell'interesse del proponente e della di lui azienda si colloca attualmente:

- o in un rapporto di lavoro dipendente, specificatamente disciplinato da un contratto di lavoro anche part-time;
- oppure in un incarico professionale concordato per mansioni e competenze conferito o in forma continua od occasionale a professionisti iscritti in albi professionali o ruoli camerali.

§ 2 bis – Poteri dei dirigenti preposti all'esercizio dell'impresa agricola e dei Fattori di campagna

I poteri dei dirigenti preposti all'esercizio dell'impresa agricola (o della Fattoria) e quelli dei Fattori di campagna, anche in mancanza di delega scritta, sono tutti i poteri spettanti al datore di lavoro e/o al preponente.

§ 3 - Utilizzo delle strade in territorio agricolo

Tutte le spese di manutenzione di una strada vengono sostenute dagli utenti della stessa in proporzione alla superficie e al valore del terreno, all'uso potenziale ed alle distanze dall'imbocco al termine del transito.

Titolo 5

Compravendita di prodotti

I - PRODOTTI DELLA ZOOTECNIA

A) BOVINI DA VITA, DA LATTE, DA MACELLO

§ 1 - Forme e modi di contrattazione

Le contrattazioni avvengono verbalmente; se le parti ricorrono al mediatore, questi può rilasciare a ciascuno dei contraenti un appunto scritto ("ricordo").

Nelle contrattazioni verbali relative a compravendita di animali, è in uso che la fine delle contrattazioni col conseguimento dell'accordo sia dimostrata da una stretta di mano tra le parti; qualora nelle trattative intervenga il mediatore, anche questi partecipa alla stretta di mano.

I bovini da macello si possono contrattare a peso morto, a peso vivo e a vista.

Nel contratto "a peso morto" viene rilasciata una tara calcolata come 2% del peso a caldo della carcassa e i bovini vengono assettati secondo le norme tecniche che si riportano in nota 1.

Nel contratto a peso morto, a peso vivo o a vista l'I.V.A., le spese di sosta o di macellazione sono a carico del compratore; sono pure a carico del compratore, salvo patto contrario, le spese di trasporto.

I vitelli lattanti vengono venduti "a vista" e viene rilasciato sul peso un abbuono variante, a seconda della zona, da Kg. 2 a Kg. 4 a capo.

Per i bovini venduti a peso vivo si applica la stallatura di 12 ore, o un abbuono del 2%.

Per i bovini da macello i contratti possono essere effettuati direttamente tra agricoltori oppure con l'intervento del mediatore.

L'acquisto di bovini da macello può essere affidato anche a commissionari i quali assumono la garanzia "star del credere" o sulla fiducia .

Nota 1

Norme tecniche per l'assetatura dei bovini:

- a) *i bovini devono essere scuoiati in modo che alla pelle non rimanga aderente carne o grasso;*
- b) *la testa deve essere distaccata dal tronco mediante un taglio diritto in corrispondenza dell'articolazione atloido-occipitale (tra la testa e prima vertebra) e tra la laringe e la trachea;*
- c) *le zampe devono essere disarticolate in corrispondenza dell'articolazione carpo-metacarpica e tarso-metatarsica (la articolazione del carpo e del tarso)*

§ 2 - Passaggio di proprietà

Per i bovini da vita il passaggio di proprietà avviene al momento della consegna che viene effettuata entro un breve termine e previo rilascio di documentazione sanitaria prevista a norma di legge.

I rischi e i pericoli passano al compratore al momento della consegna, che avviene alla stalla del venditore. Il bestiame viaggia a spese e rischio del compratore.

Per i bovini da macello acquistati alla stalla "a vista", il termine per ritiro scade al settimo giorno da quello del contratto: in tale periodo ogni rischio e pericolo per quanto riguarda le accidentalità sopravvenute è a carico del venditore, salvo diverso accordo fra le parti.

Per i bovini da macello acquistati alla stalla "a peso" il termine della consegna viene concordato fra le parti, con possibilità di proroga consensuale, fermo restando quanto esposto per gli animali acquistati "a vista" per ciò che riguarda rischi e pericoli i quali come sopra detto, passano al compratore al momento della consegna.

Se il bovino non è assicurato, ove all'atto della macellazione si verifichi da parte della autorità sanitaria il sequestro totale o parziale, il danno fa capo all'una o all'altra parte contraente in base alle risultanze del verbale del veterinario ispettore delle carni.

Se il sequestro è limitato ai visceri il danno è sopportato dal venditore.

§ 3 - Tolleranze per le vacche lattifere o gravide

L'acquirente di una vacca da latte ha diritto di restituirla al venditore se il latte non ha la qualità mercantile stabilita dalle norme UE.

Se la vacca è stata garantita gravida e si constata che non è tale, ha luogo la risoluzione del contratto.

§ 4 - Pagamento

Il termine di pagamento per i bovini da vita è stabilito entro otto giorni dalla consegna, salvo diverso accordo fra le parti e può avvenire anche a mezzo del mediatore, che in tal caso ne risponde verso il venditore.

Per i bovini da macello contrattati "a peso vivo", "a peso morto" o "a vista", il pagamento, salvo diverso accordo fra le parti, si effettua entro 30 gg dalla fattura.

Per i bovini contrattati come "caporotto" o "S. Antonio" il pagamento avviene in base ad accordo fra le parti.

§ 5 - Garanzia

Nel commercio dei bovini con le parole "sano e da galantuomo" si garantisce la sanità del bestiame e la mancanza di vizi e difetti.

La garanzia varia a seconda della destinazione dell'animale:

- a) per il bestiame da carne la garanzia si estende a quei difetti che possono renderne pericolosa la custodia durante il periodo di "ristallo";
- b) per il bestiame da latte la garanzia si estende, oltre che ai difetti suddetti, anche alla qualità e alla commerciabilità del latte prodotto, con dichiarazione formale del venditore oppure prova concordata fra le parti;
- c) per il bestiame da riproduzione, la garanzia si estende, oltre che ai vizi, vizi d'animo e difetti, anche alla capacità al salto e feconda attività per i maschi.

La durata della garanzia decorre dal giorno successivo alla consegna: è di giorni 3 per i vizi d'animo e per i difetti della qualità del latte; di giorni 40 per ogni malattia a carattere redibitorio.

Nella vendita di bovini esiste la forma di vendita indicata come "caporotto" o "S. Antonio", in cui il venditore è dispensato, nei confronti del compratore, dal prestare qualunque garanzia, anche nei riguardi della macellazione.

§ 6 - Difetti, vizi o malattie - azione redibitoria

La denuncia della malattia deve essere corredata da certificato veterinario. Per i vizi e difetti il controllo a prova viene effettuato dalle parti con l'intervento di una persona di loro fiducia.

Qualora l'azione redibitoria verta sulla quantità o commerciabilità del latte, viene effettuata la prova della mungitura e alla presenza delle parti oppure prelievo del campione per l'analisi: tali operazioni sono da effettuarsi entro i tre giorni successivi alla consegna. Una volta fatta la prova, cessa ogni responsabilità del venditore.

I vizi d'animo debbono denunciarsi entro tre giorni dopo quello della consegna: le malattie redibitorie debbono essere denunciate nel termine di 40 giorni; la gravidanza deve essere garantita con certificazione del veterinario.

La denuncia deve essere convalidata da certificato veterinario.

Le denunce possono essere fatte verbalmente alla presenza di testimoni, per posta elettronica o con lettera raccomandata, direttamente al venditore o tramite il mediatore.

Le malattie infettive comprese tra quelle soggette a provvedimenti sanitari a norma del vigente Regolamento di polizia veterinaria comportano la nullità del contratto anche se la malattia al momento della stipulazione del contratto medesimo si trovava in periodo di incubazione.

§ 7 - Obblighi del compratore e del venditore

Ogni qualvolta il compratore abbia rilevato nell'animale acquistato una malattia, un vizio o un difetto, ne deve dare immediatamente avviso al venditore, assegnandogli un congruo termine di tempo perché questi possa verificare o far verificare l'esistenza o meno e la qualità della malattia, vizio o difetto denunciati.

Riconosciuta da parte del venditore l'esistenza della malattia, del vizio o difetto, si potrà addivenire fra le parti ad un accordo circa la restituzione dell'animale oppure la diminuzione del prezzo pattuito.

In caso di mancato accordo ed eventuale contenzioso l'animale in contestazione resterà nella stalla del compratore sotto la sua responsabilità a meno che, per accordi intervenuti fra gli interessati, non si ritenga opportuno consegnarlo ad una terza persona di comune fiducia, che lo manterrà a spese e a carico della parte soccombente.

Trascorsi i termini usuali di pagamento, se la contestazione non è risolta, il compratore verserà presso un Istituto bancario la somma corrispondente al prezzo pattuito. Di tale deposito il venditore dovrà essere tempestivamente informato.

Il compratore non può far valere l'azione redibitoria se non abbia conservato l'animale nelle condizioni in cui si trovava all'atto dell'acquisto. Potrà praticare cure speciali che abbiano carattere di evidente urgenza a giudizio di un medico veterinario.

Quando il venditore, tenuto a riprendere l'animale, rilevi che questo è dimagrito a causa della deficiente alimentazione, di maltrattamenti, di fatiche superiori alle sue forze per impiego non conforme alla sua destinazione, o per altre trascuratezze, può obbligare il compratore a rimettere l'animale nello stato primitivo ed anche rifiutarsi di riceverlo. Le parti contraenti possono anche procedere ad una nuova stima dell'animale.

§ 8 - Verifiche delle malattie e dei vizi

Quando la malattia sia stata denunciata dal compratore con il corredo di un certificato veterinario, il venditore ha diritto di far controllare la diagnosi, alla presenza delle parti, da un veterinario di fiducia.

Qualora i responsi dei due professionisti siano in contrasto, può essere richiesto l'intervento di un terzo veterinario in veste di arbitro. Le parti si impegnano all'osservanza di quanto potrà derivare dal suo giudizio.

L'esistenza e la qualità di un vizio d'animo denunciati possono essere controllati anche da un esperto.

§ 9 - Come e dove si provvede alla restituzione

Qualora, accertati malattie o vizi, il compratore intenda restituire l'animale, ne deve informare tempestivamente il venditore, che ne cura il ritiro a proprie spese.

§ 10 - Obblighi in caso di malattia

Se, nel periodo in cui trovasi in contestazione, l'animale presenti necessità di cure urgenti, il compratore dovrà informare il venditore senza ritardo, personalmente o a mezzo mediatore, ed è obbligato a prestare le cure più urgenti prescritte da un veterinario.

La mancata risposta del venditore implica l'accettazione di quanto eseguito dal compratore.

§ 11 - Effetti e presunzioni conseguenti a morte

Se l'animale ammalato muore entro il periodo di garanzia la perdita è a tutto carico del venditore, a meno che non si provi che la morte è dovuta a causa accidentale, incuria o a qualsiasi fatto attribuibile al compratore.

Nel caso in cui non sia possibile stabilire a chi spetta la responsabilità della morte, i contraenti, dividono la perdita tra loro in parti uguali.

Le spese di trasporto, per medicinali e per prestazioni veterinarie sono a carico del venditore.

§ 12 - Rescissione del contratto nella vendita a gruppo

Se con un solo contratto vengono venduti parecchi animali, il compratore ha diritto alla rescissione del contratto quando riscontri, anche soltanto in uno dei medesimi, una malattia soggetta a provvedimenti sanitari; nel caso di altre malattie o vizi di natura redibitoria si restituiscono i soli capi contestati, facendone determinare il prezzo da periti, a meno che detto prezzo non sia stato determinato capo per capo.

§ 13 - Mediazione

Nella compravendita di bovini viene corrisposta la mediazione del 2 % a carico del venditore e del 2% a carico del compratore.

B) EQUINI

§ 1 - Forme e modi di contrattazione

Le contrattazioni degli equini avvengono verbalmente; se le parti ricorrono al mediatore, questi può lasciare a ciascuno dei contraenti un appunto scritto.

Gli equini da vita o da servizio si contrattano normalmente a capo; le femmine in lattazione insieme ai redi.

Per gli equini da macello, che possono essere contrattati "a peso vivo" o "a peso morto", le pattuizioni vengono concordate tra le parti caso per caso. Le spese fino all'atto della pesatura sono a carico del venditore.

Per gli equini contrattati "a peso morto" viene rilasciata una tara di Kg. 2 per il rinfreddo.

Per gli equini venduti "a peso vivo" viene rilasciato un abbuono.

§ 2 - Passaggio di proprietà

Il passaggio di proprietà degli equini da vita avviene dopo che è stata effettuata la prova di idoneità all'uso per il quale sono stati acquistati. Normalmente la prova avviene presso il venditore.

Per gli animali iscritti ai libri genealogici il passaggio di proprietà avviene con la compilazione del formulario, presente nel retro del certificato, che deve essere firmato da entrambi i contraenti, entro una settimana.

Per gli animali non iscritti ai libri genealogici il passaggio di proprietà avviene con comunicazione all'associazione regionale allevatori.

§ 3 - Pagamento

Il pagamento si effettua al momento della consegna, salvo diverso accordo fra le parti.

§ 4 - Obblighi di garanzia del venditore - Azione redibitoria

Con la formula "sano e da galantuomo" si intende che l'animale è esente da malattia, vizi e difetti.

Nella vendita "a fuoco e fiamma" o "a caporotto" non si dà alcuna garanzia neppure per il macello.

La durata della garanzia decorre dal giorno successivo a quello della consegna; essa è di giorni 3 per vizi d'animo e di giorni 8 per le malattie a carattere redibitorio.

Sono malattie e vizi a carattere redibitorio quelli occulti, preesistenti al contratto e di gravità tale da rendere l'animale non atto all'uso al quale è destinato.

La denuncia della malattia può essere fatta verbalmente alla presenza di testimoni oppure per posta elettronica o con lettera raccomandata direttamente al venditore o tramite il mediatore.

La denuncia di malattia deve essere corredata da certificato veterinario.

I vizi a carattere redibitorio (mordere, calciare, sgroppare, ticchiare, ballo dell'orso, ecc.) possono essere rilevati anche da un esperto.

Se il soggetto è stato venduto garantito gravido e si constata che non è tale, ha luogo la risoluzione del contratto. L'accertamento dello stato di gravidanza deve avvenire entro i limiti consentiti dalla tecnica e con oneri a carico del compratore, in caso di accertata mancata gravidanza gli oneri sostenuti per la prova saranno a carico del venditore.

§ 5 - Mediazione

Nella compravendita di asini e cavalli viene corrisposta la mediazione nella misura del 2 % a carico del venditore e del 2% a carico del compratore.

C) SUINI

§ 1 - Forme e modi di contrattazione

I suini si contrattano a capo o a gruppo; per i suini da macello venduti "a peso vivo" non vi è abbuono ma si pratica la stallatura per 12 ore. Le spese relative sono a carico del venditore fino alla consegna, che avviene subito dopo il riscontro del peso.

Per i suini da macello venduti "a peso morto" sono a carico del compratore le spese di trasporto al macello pubblico, la pesatura, la sosta e la macellazione.

L'animale deve essere pesato dopo la depilazione e dopo l'asportazione di tutti i visceri.

§ 2 – Pagamento

Il pagamento si effettua entro 30 gg dalla fattura, salvo diverso accordo fra le parti.

§ 3 - Garanzie

Per i suini destinati all'allevamento valgono le garanzie previste dalle norme di legge vigenti.

Per i suini destinati alla macellazione deve essere garantita la idoneità delle carni al consumo umano.

§ 4 - Mediazione

Nella compravendita di suini viene corrisposta la mediazione nella misura del 2% a carico del venditore e del 2% a carico del compratore.

D) OVINI E CAPRINI

§ 1 - Forme e modi di contrattazione

Gli ovini e i caprini si contrattano per branco ed anche per capo, di solito verbalmente: se c'è opera di mediatore, questi rilascia un "ricordino".

Per gli ovini da macello venduti "a peso vivo" non vi è abbuono.

Tutte le spese sono a carico del compratore.

Gli animali vengono consegnati all'acquirente con i documenti sanitari prescritti dalla legge.

§ 2 - Pagamento

Il pagamento si effettua entro 30 gg dalla fattura, salvo diverso accordo fra le parti.

§ 3 - Obblighi di garanzia del venditore - Azione redibitoria

Sono ritenute malattie e vizi a carattere redibitorio quelli occulti, preesistenti al contratto, e di gravità tale da rendere l'animale non atto all'uso cui è destinato.

La durata della garanzia decorre dal giorno successivo alla consegna ed è di giorni quaranta.

Le denunce possono essere fatte verbalmente alla presenza di testimoni, per posta elettronica o con lettera raccomandata, direttamente al venditore o tramite il mediatore.

La denuncia di malattia deve essere corredata da certificato veterinario.

§ 4 - Mediazione

Nella compravendita di ovini e caprini viene corrisposta la mediazione nella misura del 2 % a carico del venditore e del 2% a carico del compratore.

E) ANIMALI DA CORTILE: POLLAME E CONIGLI**§ 1 - Contrattazioni**

Le contrattazioni del pollame e dei conigli per la macellazione sono fatte per merce "vista e gradita", a peso e con pagamento entro 30 gg dalla fattura, salvo diverso accordo fra le parti.

Il pollame vivo destinato all'allevamento è oggetto di contratto per capo.

§ 2 - Assettatura del pollame e dei conigli morti

Il pollame, ucciso mediante dissanguamento, viene immesso alla vendita eviscerato secondo le norme di legge vigenti.

I conigli morti vengono immessi alla vendita scannati sempre senza visceri, senza pelle e senza zampe.

§ 3 - Garanzie

Per il pollame da immettere negli allevamenti vengono garantiti:

- la razza o incrocio;
- il sesso nel caso in cui i pulcini siano destinati alla produzione di uova;
- l'idoneità delle carni al consumo umano.

F) PELLI BOVINE FRESCHE DI MACELLO**§ 1 - Contrattazione e consegna delle pelli**

Le pelli vengono contrattate e consegnate presso i macelli, a singoli privati o ad organizzazioni costituite allo scopo, fresche in buono stato di conservazione, nette da sangue, carne, sterco, muso, con la coda vuota, con le zampe tagliate come alla lettera c) delle norme tecniche per l'assettatura dei bovini.

§ 2 - Prezzo

Il prezzo viene pattuito per chilogrammi, o a pezzo.

G) LANE GREGGE

§ 1 - Tipi di lane

Le lane di tosa trattate sui mercati regionali toscani possono essere sudice o sucide, saltate.

Per le lane da materasso, che sono in massima parte di provenienza estera, non si hanno usi locali. Di questa qualità sono trattate anche, ad esempio, la lana moscia di Puglia e la lana ordinaria di Sardegna, che seguono le consuetudini delle altre lane saltate.

La lana di concia viene contrattata alla stessa stregua della lana lavata, compatibilmente con le sue particolari condizioni di origine.

§ 2 - Tolleranze

Le lane di produzione nazionale maggiormente contrattate sono la Vissana, la Sopravissana, la Maremmana, l'Abruzzese, la Pugliese, la Sarda; su ogni partita è tollerata una percentuale di lana moretta e bigia nella proporzione del 5%. E' tollerata anche la presenza del 5% di lana agnellina.

Le lane moretta, bigia e agnellina vengono poi calcolate in fattura per 3/4 del loro peso e lo scarto (cioè pancia, zampe e coda) per 1/2 del suo peso.

§ 3 - Prezzo

Il prezzo per tutte le qualità è sempre fatto per chilogrammo peso netto.

§ 4 - Mediazione

Al mediatore compete una provvigione del 2 % dal solo venditore.

§ 5 - Imballaggi

Gli imballaggi sono sempre gratuiti e pesano al massimo Kg. 5,50 per balla secondo la provenienza della lana trattata.

H) LANA LAVATA A FONDO

Sussistono usi conformi con quelli della provincia di Prato.

I) UOVA

Per le uova nessun uso accertato in quanto sostituito dalle normative europee per la commercializzazione delle stesse.

II - PRODOTTI DELL'AGRICOLTURA

A) FRUMENTO, GRANOTURCO, CEREALI MINORI

§ 1 - Forma del contratto

Il frumento, il granoturco ed i cereali minori si vendono a peso, tanto nei magazzini dei commercianti quanto presso i produttori.

I contratti vengono fatti anche con l'intervento del mediatore. In tal caso possono essere:

- a) verbali, mediante semplice annotazione su taccuino dalle due parti e dal mediatore;
- b) con stabilito, che il mediatore fa tenere prontamente sia al venditore che al compratore; in questo caso le parti contraenti devono far rilevare al mediatore, via fax con relativo riscontro o telegramma, o a mezzo posta elettronica entro due giorni lavorativi dal ricevimento della conferma, le eventuali discordanze dalle condizioni contrattate, in mancanza di ciò lo stabilito si intende regolarmente accettato.

§ 2 - Vendite

Le vendite possono essere fatte su campione reale, su campioni tipo, su denominazione o su caratteristiche.

§ 3 - Clausola "circa"

La vendita è fatta per quantità determinata, ma se si aggiunge alla quantità l'espressione "circa", il venditore ha facoltà di consegnare fino al 5% in più o in meno della quantità contrattata.

§ 4 - Qualità della merce

La merce si intende sempre venduta alla condizione di "sana, secca, leale, mercantile".

- "Sana" si intende la merce che non abbia odori sgradevoli, impropri a quella contrattata, non sia riscaldata, non abbia grani cotti o macchiati o odore di muffa;
- "Leale" si intende la merce che non abbia vizi occulti;
- "Mercantile" si intende la merce che non abbia difetti speciali che impediscano la sua classificazione nella buona media dell'annata, a seconda della zona di produzione e dell'epoca di consegna;
- "Secca" si intende la merce scorrevole alla mano e che dia la risonanza tipica della propria specie, con umidità base, senza abbuoni, del 13%, ed un massimo del 14% per il grano tenero. Per il grano duro l'umidità base è del 12% con un massimo del 13%. Per il granoturco, umidità base del 14%, con un massimo del 15%.

Le umidità superiori alle massime sopra indicate e fino ad un massimo del 2%, daranno diritto ad un bonifico proporzionale sul prezzo.

Oltre al detto 2%, per il grano tenero e il grano duro, vi è diritto al rifiuto della merce.

Il granoturco può essere trattato con clausola "sano stagionato" purché abbia un grado di umidità non superiore al 16% ad un massimo del 18% con bonifico proporzionale sul prezzo. Per umidità superiori è previsto un compenso per l'essiccazione.

In ogni caso la stagionatura deve essere tale da non provocare un rapido deterioramento.

§ 5 - Verifiche

Può esser concordata la clausola "salvo verifica al monte": in tal caso la verifica della merce al monte deve essere effettuata dal compratore nel termine massimo di 2 giorni non festivi.

La merce verificata dal compratore e da questi "vista e gradita" nel magazzino del venditore si ritiene senz'altro conforme a quella contrattata.

§ 6 - Pesatura

Per la merce consegnata in colli, questi devono essere di peso uniforme. La spesa di ripesatura alla consegna in arrivo è a carico del compratore.

§ 7 - Rischi di viaggio

La merce viaggia sempre per conto, rischio e pericolo del compratore anche se spedita in porto affrancato, salvo la clausola di "merce franca destino o domicilio del compratore" od in caso di consegna eseguita con mezzi del venditore al domicilio del compratore.

§ 8 - Differenze di qualità

La merce consegnata deve corrispondere alle caratteristiche obbligate o al campione sul quale è stata fatta la vendita salve le tolleranze che seguono.

Nelle vendite su campione tipo o su caratteristiche obbligate, se la differenza della qualità della merce rispetto al campione o alle caratteristiche pattuite è inferiore al 10% del valore, è consentita solo la riduzione del prezzo. Se la differenza è superiore a detta percentuale, il compratore ha diritto alla risoluzione del contratto.

§ 9 - Difetti della merce

Qualunque cereale, legume, seme o derivato può dar luogo al rifiuto della merce quando abbia un difetto vistoso quale, ad esempio, il ribollimento della massa, la tignola, il tonchio, il punteruolo, la soverchia mescolanza di semi, il tanfo.

§ 10 - Avarie

La presenza del tonchio non costituisce difetto per le fave, le cicerchie, la veccia ed i piselli secchi, quando questi prodotti sono utilizzati per foraggio.

§ 11 - Mediazione

Al mediatore viene corrisposta la provvigione del 2% da ciascuna delle parti.

B) GRANOTURCO

(V. la voce "Frumento, granoturco, cereali minori")

C) RISO

(V. Capitolo 6- "Prodotti delle industrie alimentari" voce a)

D) CEREALI MINORI

(V. la voce "Frumento, granoturco, cereali minori")

E) PATATE

Nessun uso accertato

F) ORTAGGI

- COMMERCIO ALL'INGROSSO - PASSAGGIO DALLA PRODUZIONE AL COMMERCIO

§ 1 - Contrattazioni

Nel commercio all'ingrosso delle verdure (passaggio dalla produzione al commercio) la vendita avviene attraverso mediatori- che visitano la produzione e stabiliscono quando la merce debba essere consegnata dal produttore- oppure direttamente tra produttore e commerciante.

§ 2 - Spese di facchinaggio

Le spese di facchinaggio per lo scarico della merce gravano sull'acquirente.

- COMMERCIO ALL'INGROSSO PER LA VENDITA SUI MERCATI LOCALI

§ 3 - Contrattazioni

La vendita di ortaggi ai dettaglianti sui singoli mercati della provincia viene fatta dai produttori o direttamente o tramite un commissionario.

§ 4 - Commissionari

Ai commissionari viene corrisposta dal committente la provvigione del 10%, oltre al rimborso delle spese vive.

§ 5 - Vendita di prodotti ortofrutticoli

Sui mercati all'ingrosso della provincia vengono usualmente trattati a numero i carciofi e a collo l'insalata lattuga.

I colli sono di 10 o 12 pezzi.

E' altresì d'uso che i produttori agricoli trattino nei mercati all'ingrosso, ma con le modalità qui sotto elencate le seguenti verdure, esclusivamente se di produzione locale:

Aglio	- in mazzi o in trecce
Barberosse	- a dozzine
Basilico	- a mazzi
Bietolina	- a dozzine
Cetrioli	- a dozzine
Cime di rapa	- a dozzine
Cipolline fresche	- a dozzine
Insalata (romana, ricia, scarola)	- a dozzine
Lattughino	- a mazzi
Minutina	- a mazzi
Porri	- a dozzine
Prezemolo	- a mazzi
Ravanelli	- a mazzi
Rosmarino	- a mazzi
Salvia	- a mazzi
Spinaci	- a mazzi o a dozzine
Zucchine	- a dozzine

G) UVA DA MOSTO

§ 1 - Qualità della merce

L'uva è mercantile quando risulta sana, matura e asciutta, e ciò in relazione alle annate, alla località, alla produzione e alla varietà del vitigno.

Il valore della merce può variare anche in funzione del potenziale grado alcoolico.

§ 2 - Consegna e trasporto

Il produttore consegna le uve presso le cantine sociali oppure presso la cantina dell'acquirente.

§ 3 - Pesatura

La pesatura della merce viene effettuata presso le cantine sociali o presso l'acquirente ed a carico di questi, in presenza dei contraenti o dei loro rappresentanti.

§ 4 - Mediazione

Al mediatore intervenuto nella compravendita di uva da mosto spetta una provvigione del 2% dal venditore e dell'1% dal compratore.

H) OLIVA DA TAVOLA

Nessun uso accertato

I) AGRUMI

Nessun uso accertato

L) FRUTTA FRESCA

- COMMERCIO ALL'INGROSSO - PASSAGGIO DALLA PRODUZIONE AL COMMERCIO

§ 1 - Contrattazioni

La compravendita di frutta fresca avviene tramite mediatori oppure direttamente fra produttore e commerciante.

La compravendita di frutta fresca per l'esportazione avviene su campione o su visita alla produzione.

§ 2 - Clausola "in pianta a peso"

Quando il contratto è concluso con la clausola "in pianta a peso", le spese per il raccolto sono a carico del compratore.

§ 3 - Spese di facchinaggio

Le spese di facchinaggio sono a carico del compratore.

§ 4 - Mediazione

Al mediatore viene corrisposta la provvigione del 2% da ambo le parti.

- COMMERCIO ALL'INGROSSO PER LA VENDITA SUI MERCATI LOCALI

§ 5 - Contrattazioni

La vendita di frutta fresca ai dettaglianti sui singoli mercati della provincia viene fatta dai produttori direttamente o tramite un commissionario.

§ 6 - "Clausola in pianta a peso"

Quando il contratto è concluso con la clausola "in pianta a peso", le spese per il raccolto sono a carico del compratore.

§ 7 - Commissionari

Ai commissionari viene corrisposta dal committente una provvigione del 10%, oltre al rimborso delle spese vive.

M) FRUTTA SECCA

§ 1 - Compravendita di marroni e/o castagne: mediazione

Qualora nella compravendita di marroni e/o castagne intervenga un mediatore, ad esso viene corrisposta una provvigione del 2% da ambo le parti.

§ 2 - Compravendita di noci: calo naturale

Le noci vengono contrattate a chilogrammo a peso netto.

N) ERBE, SEMENTI E FORAGGI**§ 1 - Produzione e vendita**

La lavorazione, confezionamento, cartellinatura, commercializzazione e le garanzie di purezza e germinabilità dei sementi sono a carico della ditta sementiera che le rimette in commercio.

Le sementi, di qualunque specie, devono essere vendute a peso netto in confezioni originali, chiuse e cartellate.

§ 1 bis - Foraggio

Il fieno è venduto a peso.

Il prezzo del fieno può variare in funzione della pianta e della qualità del raccolto; in funzione dell'epoca di taglio: 1° taglio (fieno maggengo) e 2° taglio (fieno agostano) e se trattasi di coltivazioni monofite o polifite. Il prezzo varia inoltre anche in base al confezionamento: il fieno può essere venduto sciolto, a mazzi, a presse o a balloni.

Difetti di varia natura incidono sul prezzo (muffa, eventi meteorologici).

O) FIORI E PIANTE ORNAMENTALI**- FIORI RECISI****§ 1 - Contrattazioni all'ingrosso**

I fiori contrattati si consegnano con contestuale pagamento in contanti entro la fine del mercato o con pagamento unico a fine mese, e fino al momento della consegna vengono custoditi dal venditore. E' in uso anche un altro metodo di contrattazione chiamato tentata vendita, che consiste nella presenza di un venditore che si muove all'interno del mercato all'ingrosso offrendo la propria merce agli operatori.

I fiori recisi e le parti di piante si contrattano come segue:

Nome	Unità di misura	Quantità x u.m.	Confezionamento di vendita	Qualità
Abete	mazzi (mz)	non definita	mazzo singolo	I [^] - Ex
Achillea	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 o 5 mz.	II [^] - I [^] - Ex
Aconitum	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	II [^] - I [^] - Ex
Agapantus	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	II [^] - I [^] - Ex
Agave	foglia (fg)	1 x 1	foglia singola	II [^] - I [^] - Ex
Ageratum	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 o 5 mz.	II [^] - I [^] - Ex
Allium	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	II [^] - I [^] - Ex
Alstroemeria	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 mz	II [^] - I [^] - Ex
Nome	Unità di misura	Quantità per u.m.	Confezionamento di vendita	Qualità

Amaranta	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Amarillis	stelo (st)	1 x 1	stelo singolo	I ^ - Ex
Ananas	stelo (st)	1 x 1	stelo singolo	Mini - Extra
Anemoni	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 5 mz	I ^ - Ex
Anigozanthos	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Anthurium	scatole (sc)	8-10-12-16-20	scatola	S-M-L-XL-XXL
Aralia	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex
Aspidistra	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex
Aster	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 o 5 mz.	unica
Bamboo	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	a cm.
Bocche di leone	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 o 5 mz.	II ^ - I ^ - Ex
Bouvardia	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Calendula	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 mz	unica
Campanule	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Calle	mazzi (mz)	10 steli x mz	mazzo singolo	III ^ - II ^ - I ^ - Ex
Carciofi	mazzi (mz)	5 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Cartamus	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 mz	II ^ - I ^ - Ex
Cattleya	fiore	1 x 1	fiore singolo	I ^ - Ex
Cavoli ornamentali	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Celosia	mazzi (mz)	5 steli x mz	pacco di 3 mz	II ^ - I ^ - Ex
Colville	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 5 mz	I ^ - Ex
Corbezzolo	mazzi (mz)	non definita	mazzo singolo	unica
Cotone	stelo (st)	1 x 1	stelo singolo	unica
Craspedia	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 5 mz	unica
Crisantemi	stelo (st)	10 steli x mz.	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex
Crisantemina	mazzi (mz)	5 steli x mz	pacco di 5 mz	II ^ - I ^ - Ex
Cymbidium	stelo (st)	1 x 1	stelo singolo	mini -I ^ -II ^ -Ex
Cypripedium	stelo (st)	1 x 1	stelo singolo	I ^ - Ex
Dalia	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex
Delphinium	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Dendrobium	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Dianthus	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 o 5 mz.	I ^ - Ex
Edera	mazzi (mz)	non definita	mazzo singolo	I ^ - Ex
Eolo	mazzi (mz)	20 steli x mz	pacco di 5 mz	I ^ - Ex
Eremus	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex
Euphorbia	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex
Fabiola	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 mz	I ^ - Ex
Filodendro	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	mini -I ^ -II ^ -Ex
Fiordaliso	mazzi (mz)	20 steli x mz	pacco di 3 mz	unica
Nome	Unità di misura	Quantità x u.m.	Confezionamento di vendita	Qualità

Forsitia	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Fresia	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 5 mz	II ^ - I ^ - Ex
Fritillaria	mazzi (mz)	5 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Gardenia	fiore	1 x 1	fiore singolo	unica
Garofani	mazzi (mz)	20 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Genziana	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Genziana a mazzi	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 o 5 mz.	II ^ - I ^ - Ex
Gerbera	mazzi (mz)	25 steli x mz	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex
Gerbera mini	mazzi (mz)	10-25-30 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Giacinto	mazzi (mz)	5 steli x mz	pacco di 5 mz	I ^ - Ex
Ginestra	mazzi (mz)	1 x 1	mazzo singolo	I ^ - Ex
Ginger	mazzi (mz)	5 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Gipsophila	mazzi (mz)	25 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Girasole	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Girasole mini	mazzi (mz)	30 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Gladioli	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Gloriosa	fiore	1 x 1	5 fiori x confez.	unica
Godetzia	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 mz	unica
Gruvilea	mazzi (mz)	non definita	mazzo singolo	I ^ - Ex
Heliconia	mazzi (mz)	5 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - II ^ - Super
Helicrysum	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 o 5 mz.	I ^ - Ex
Hipericum	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 o 5 mz.	II ^ - I ^ - Ex
Ilex	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex
Iris	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Ixia	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Leucadendro	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Leucospermum	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Liatris	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Lilium	mazzi (mz)	5 o 10 steli x mz	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex - Super
Lillà	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Lillà selvatica	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 mz	I ^ - Ex
Limonium	mazzi (mz)	non definita	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex
Lisianthus	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 o 5 mz.	II ^ - I ^ - Ex
Margherite	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 5 mz	I ^ - Ex
Matricaria	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 o 5 mz.	I ^ - Ex
Melo fiorito	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 mz	unica
Melo malus	mazzi (mz)	5 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Mimosa	mazzi (mz)	500 gr. X mz	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex
Nome	Unità di misura	Quantità x u.m.	Confezionamento di vendita	Qualità
Miniatura	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 5 mz	II ^ - I ^ - Ex

Miosotis	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 mz	unica
Mirto	mazzi (mz)	non definita	mazzo singolo	unica
Molucella	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex
Mughetti	mazzi (mz)	12 steli x mz	pacco di 3 mz	I ^ - Ex
Muscari	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 5 mz	unica
Narcisi	mazzi (mz)	10 o 20 steli x mz	pacco di 5 mz	unica
Nerina	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Ninfea	mazzi (mz)	5 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Oncidium	stelo (st)	1 x 1	stelo singolo	I ^ - Ex
Ornitogallo	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Ortensia	mazzi (mz)	5 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Palme	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Panico	mazzi (mz)	5 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Papavero	mazzi (mz)	50 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Papiro	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Peonia	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Peperoni	mazzi (mz)	non definita	mazzo singolo	unica
Pesco	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 mz	I ^ - Ex
Phaelenopstis	stelo (st)	1 x 1	stelo singolo	I ^ - Ex
Phisalys	mazzi (mz)	5 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Phlox	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 mz	I ^ - Ex
Protea	mazzi (mz)	5 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Protea	stelo (st)	1 x 1	stelo singolo	I ^ - Ex
Prunus	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Quercia	mazzi (mz)	non definita	mazzo singolo	unica
Quercia canadese	mazzi (mz)	20 steli x mz	mazzo singolo	unica
Rami di more	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Ranuncoli	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 5 mz	I ^ - Ex
Rosa	mazzi (mz)	10/20 steli x mz.	mazzo singolo	a cm.
Safari	mazzi (mz)	non definita	mazzo singolo	I ^ - Ex
Salice contorto	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Scabiosa	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Setaria	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Settembrina	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 mz	unica
Solidago	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 o 5 mz.	I ^ - Ex
Speronella	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 mz	I ^ - Ex
Spighe di grano	mazzi (mz)	20 steli x mz	pacco di 5 mz	unica
Spirea	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Nome	Unità di misura	Quantità x u.m.	Confezionamento di vendita	Qualità
Statiche	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 o 5 mz.	I ^ - Ex

Strelitzia	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	II ^ - I ^ - Ex
Symphoricarpus	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 mz	II ^ - I ^ - Ex
Topini	mazzi (mz)	non definita	mazzo singolo	unica
Trachelium	mazzi (mz)	non definita	pacco di 3 mz	unica
Tuberosa	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	I ^ - Ex
Tulipani	mazzi (mz)	20 steli x mz	mazzo singolo	I ^ - Ex
Tulipani olanda	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 5 mz	unica
Veronica	mazzi (mz)	10 steli x mz.	pacco di 3 mz	unica
Viburno	mazzi (mz)	10 steli x mz.	mazzo singolo	unica
Violaciocca	mazzi (mz)	5 o 10 steli x mz	pacco di 3 o 5 mz.	II ^ - I ^ - Ex
Violette	mazzi (mz)	non definita	pacco di 5 mz	unica
Vischio	mazzi (mz) o casse	non definita	mazzo o cassa singoli	I ^ - Ex
Wax flower	mazzi (mz)	5 steli x mz	mazzo singolo	unica
Zinnia	mazzo singolo	non definita	pacco di 3 mz	unica
Zucche ornamentali	single	single	single o in casse	unica

§ 2 - Caratteristiche

Il prezzo delle piante ornamentali coltivate in vaso varia a seconda del diametro del vaso stesso, si contrattano a numero e devono essere ben radicate al momento della contrattazione. Le piante stagionali, sia da orto che da fiore, sono commercializzate in contenitori singoli o in contenitori alveolati di plastica o polistirolo. Il prezzo varia a seconda del tipo di contenitore e viene calcolato per unità. Le piantine devono essere ben radicate, prive di attacchi patogeni e non filate.

Gli imballaggi e i contenitori si intendono “a perdere”.

P) PIANTE DA VIVAIO E DA TRAPIANTO

§ 1 - Caratteristiche

Al momento della contrattazione degli arbusti a foglia persistente, gli arbusti stessi devono essere ben radicati e le radici protette dal loro pane di terra. L’imballaggio dell’apparato radicale deve essere tale da offrire adeguata protezione.

Nel caso di piante di grandi dimensioni esse devono essere trapiantate in un contenitore idoneo alla vendite.

Gli alberi e gli arbusti a foglia caduca, compresi gli alberi da frutto, devono avere una forte quantità di radici alla base e non soltanto il fittone.

§ 2- Garanzia di attecchimento

Non viene data garanzia di attecchimento.

Q) PIANTE OFFICINALI E COLONIALI

- PIANTE OFFICINALI

§ 1 - Definizione

Con il nome di “piante officinali” si intendono le specie vegetali che trovano impiego in farmacia, erboristeria, liquoreria, profumeria, detti anche “droghe” o “medicamenti semplici”.

Si definiscono “droghe vegetali” le parti delle piante officinali utilizzate nei vari campi.

§ 2 - Commercializzazione

Delle piante officinali vengono immessi in commercio, a seconda degli impieghi, i fiori, i semi, i frutti, le foglie a solo o con i giovani rami, le radici, la scorza, ecc...

Le foglie, i rami e le radici, per favorirne l'impiego, vengono commerciate tagliate a piccoli pezzi, della lunghezza di circa cm. 0,5, detti “taglio tisana” (T.T.); fiori, semi e frutti vengono posti in commercio tali e quali la pianta li produce o trasformati in seguito a prima lavorazione (es. separazione delle parti).

Le piante intere vengono commercializzate in vaso.

§ 3 - Essiccazione

Le piante officinali, dopo la raccolta, vengono essiccate allo scopo di permetterne la conservazione. L'essiccazione deve essere fatta esponendo la pianta in locali aerati ed asciutti, ma non al sole: si usa ricorrere agli essiccatori, apparecchi nei quali la pianta, o sue parti, vengono sottoposti all'azione di una corrente di aria calda, a 40-50 gradi, per diverse ore.

§ 4 - Vendita al dettaglio

La vendita al dettaglio viene effettuata a peso od a numero, sia per merce sfusa che in buste, pacchetti, scatole preconfezionate, ovvero confezioni sottovuoto, in pacchi con involucro di foglio di alluminio, foderato di polietilene.

Le confezioni per la vendita al dettaglio devono riportare chiaramente in etichetta il nome botanico, il luogo di origine della droga, la parte della pianta (foglie, semi, etc.), la provenienza da coltivazioni o da raccolta spontanea, la data del raccolto, il genere merceologico, il lotto, la data di confezionamento, il peso netto, la data limite di utilizzazione. La provenienza da coltivazioni biologiche certificate dev'essere chiaramente indicata in etichetta. Il prezzo del prodotto è per unità di peso superiore alla corrispondente droga non ottenuta per via biologica.

§ 5 – Alterazioni

E' d'uso sostituire ogni anno le droghe detenute per il commercio con droghe del raccolto di annata, onde evitare decadenze per invecchiamento o alterazioni enzimatiche (muffe, parassiti, ecc..).

La possibile presenza di contaminanti è sintomo di alterazione; tra i più rilevanti si segnalano metalli pesanti (cadmio, piombo, arsenico), pesticidi e fitofarmaci, radioattività, aflatossine.

§ 6 - Usi industriali

Le piante officinali per l'industria (produzione di estratti o essenze) sono usate allo stato fresco, possibilmente appena raccolte.

§ 7 - Approvvigionamento

Per l'approvvigionamento di piante officinali per l'industria è d'uso stipulare appositi contratti con agricoltori, per la destinazione di una certa superficie di fondi agricoli, ad una determinata coltura; nel contratto si stabiliscono il prezzo, le caratteristiche del prodotto e l'epoca del ritiro, che avviene “franco azienda del produttore”. In alcuni casi e per certe coltivazioni il committente fornisce anche il seme.

§ 8 - Essenze

Le essenze od olii essenziali si ricavano dalla pianta officinale per distillazione in corrente di vapore, per trattamento con solventi, e talvolta con trattamento di grassi.

L'estrazione dell'essenza può avvenire presso lo stabilimento ovvero nel campo con attrezzature mobili.

Il valore commerciale delle essenze naturali dipende dal grado di purezza, dalla regione di provenienza, dal contenuto in terpeni e dalla resa di estrazione.

Per la vendita destinata ad uso industriale o di trasformazione si usano contenitori in metallo laccato o polietilene ad alta densità; per la vendita destinata al pubblico si usano di solito flaconcini di vetro, dal volume massimo di 10 ml.

R) VENDITA DI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI AL MINUTO A PEZZO

Vengono commercializzati al minuto a pezzo i carciofi, qualunque ne sia la provenienza, nonché le altre verdure di produzione locale.

Vengono altresì vendute a pezzo le caldarroste e a cartoccio i lupini salati.

III – PRODOTTI DELLA SILVICOLTURA

A) LEGNA DA ARDERE

§ 1 - Contrattazioni

La legna da ardere alla produzione si contratta a misura, in cataste a metro stero o a peso, in quintali.

Le fascine si contrattano a numero (centinaia) o a peso (ql) raramente a misura.

Le piante in piedi si vendono a peso, a misura o a superficie (ha) con valore variabile in base a specie legnosa, tipo di taglio, massa legnosa ritraibile, condizioni di esbosco; più raramente al quintale in seguito a stima preliminare e/o successiva pesatura.

Le spese di atterramento, lavorazione, smacchio, trasporto e ripulitura relativa sono sostenute dal compratore.

Nel caso in cui le piante non siano vendute in piedi, ma bensì all'imposto, tali spese sono a carico del venditore.

Le piante in piedi si vendono anche a corpo; in una data superficie di bosco, le piante e la vegetazione cedua in essa esistenti non si ritengono tutte comprese nella vendita, giacchè è obbligo riservare le piante aventi funzione di matricine.

§ 2 - Trasporto

In fase di commercializzazione il trasporto della legna da ardere al domicilio del compratore (dettagliante o consumatore) è a carico del venditore.

§ 3 - Classificazione

La legna da ardere suole classificarsi in legna grossa e legna minuta dolce o forte. Alla legna grossa appartengono le cataste, alla legna minuta le fastelle o fascine.

La catasta toscana, che aveva le seguenti misure in braccia: 6x2x2, equivalenti a metri steri 4,771, è ormai in disuso; attualmente il riferimento avviene a metro stero o a quintale, come detto inizialmente.

Si considera legna da ardere dolce il castagno, l'olmo, il tiglio, il pioppo, il salice, l'ontano, la robinia e le resinose; si considera legna forte la quercia (rovere, cerro, roverella, farnia, ecc.); il leccio, il faggio, il frassino, l'acero, l'ulivo ed in generale tutti i legnami di fibra compatta.

B) CARBONE VEGETALE

§ 1 - Contrattazioni

Le vendite si effettuano a peso o a misura di soma di due balle magonali toscane o romane.

Le balle magonali toscane di metri 1,47 per 0,94 pesano da 90 a 115 chilogrammi.

La balla magonale romana è di metri 1,50 per 0,80 e pesa da 70 a 95 chilogrammi.

§ 2 - Consegna

La consegna viene fatta man mano che il carbone è cotto.

§ 3 - Trasporto e imballaggio

Il venditore provvede alle spese di trasporto delle balle vuote dagli imposti camionabili al centro di produzione.

Le spese di imballatura sono a carico del venditore.

Le balle vengono fornite dal compratore.

Per la consegna fatta sul luogo di produzione, le spese di trasporto sono a carico del compratore; quando la merce è venduta posta sul camion, il trasporto dal luogo di produzione al posto di carico è sostenuto dal venditore, al quale compete anche la spesa di carico sul mezzo stesso.

§ 4 - Classificazione

Il carbone si classifica, a seconda della legna da cui proviene, in carbone forte se proveniente da legna forte, in carbone dolce se proveniente da legna dolce e in carbone di pigna o castagno adoperato per particolari usi industriali.

Il carbone di legna si suddivide poi in carbone di cannello e carbone di spacco.

Il carbone cannello assume la denominazione di pedagna oppure carbone di forteto.

§ 5 - Mediazione

Al mediatore, che interviene nella compravendita di legna da ardere, di fascine e di carbone vegetale, compete una provvigione dell'1,50 % a carico del venditore e dell'1 % a carico del compratore.

C) CIPPATO

Per gli scarti legnosi, la ramaglia ed il legname di minor pregio, che non trovano sbocchi commerciali di buon livello remunerativo, in determinate condizioni di lavoro può sussistere la convenienza alla loro trasformazione in "cippato" per l'utilizzo a fini termici ed energetici.

D) SUGHERO, ETC.

Nessun uso accertato

E) BOSCO DI ALTO FUSTO

§ 1 - Contrattazioni

Il bosco di alto fusto può essere costituito da piante di latifolia e/o resinose.

Il bosco in piedi si vende a superficie con valore variabile in base a specie legnosa, tipo di taglio, massa legnosa ritraibile, a condizione di esbosco, più raramente a quintale a seguito di stima preliminare e/o a successiva pesatura.

Le piante in piedi si vendono a peso, a misura e a corpo.

Le spese di atterramento, lavorazione, smacchio, trasporto e ripulitura relativa sono sostenute dal compratore.

Nel caso in cui le piante non siano vendute in piedi, ma bensì all'imposto tali spese sono a carico del venditore.

Nella fase della commercializzazione i cimali delle piante di abete, utilizzati come alberini di Natale, sono contrattati a numero.

IV - PRODOTTI DELLA CACCIA E DELLA PESCA

A) PESCE FRESCO E CONGELATO

Nessun uso accertato

B) CACCIAGIONE

Nessun uso accertato

C) PELLI DA PELLICCERIA

(Vedi Cap. 8 - Prodotti dell'industria delle pelli)

V - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE ESTRATTIVE

Nessun uso accertato

VI - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE ALIMENTARI

A) RISO

Nessun uso accertato

B) FARINA, SEMOLA E SOTTOPRODOTTI DELLA MACINAZIONE

§ 1 - Specie di vendita

Le farine, le semole, i cruscami e i sottoprodotti in genere sono contrattate a peso netto.

§ 2 - Consegna

Quando i termini di consegna della merce non sono stabiliti nel contratto, la consegna si intende sempre pronta, da eseguire entro gli otto giorni lavorativi successivi alla data del contratto stesso.

§ 3 - Spese di pesatura

La spesa di ripesatura alla consegna in arrivo è a carico del compratore.

§ 4 - Spese di facchinaggio

Le spese di facchinaggio o trasporto gravano sul compratore.

§ 5 - Mediazione

Al mediatore spetta, da entrambe le parti, una provvigione dell'1% in caso di compravendita di semola, del 2% nel caso di compravendita di farina e dello 0,50% nel caso di compravendita di sottoprodotti.

C) PASTE

§ 1 - Contrattazioni

La pasta viene contrattata in base ai tipi del pastificio produttore, per consegna pronta.

§ 2 - Spese di facchinaggio

Le spese di facchinaggio sono a carico del venditore.

D) PRODOTTI DELLA PANETTERIA E PRODOTTI DOLCIARI

Nessun uso accertato

E) ZUCCHERO

Nessun uso accertato

F) CARNI FRESCHE, CONGELATE, PREPARATE E FRATTAGLIE

- COMMERCIO ALL'INGROSSO DELLE CARNI FRESCHE E CONGELATE

§ 1 - Contrattazioni delle carni fresche

Le carni fresche vengono vendute dai grossisti ai dettaglianti direttamente.

La carne fresca viene contrattata a mezzene o in tronconi (coscio con lombata e sei costole senza falda) o in selle (due tronconi uniti) o in lombate o in tronconi tondi (due cosci vuoti senza lombate).

Le carni possono essere vendute anche sottovuoto.

I prezzi delle carni fresche si intendono franco acquirente in Firenze.

§ 2 - Contrattazione delle carni congelate

(Nessun uso accertato)

- CARNI PREPARATE

§ 3 - Salsiccia

La salsiccia con carne suina ha in genere una percentuale dal 30 al 40% di grasso e dal 60 al 70% di magro.

Le salsicce possono essere preparate anche con carni bovine.

§ 4 - Soprassata

La soprassata viene preparata in genere con testa, lingua, guancia, pancetta e cotiche di suino.

§ 5 - Salame

Il salame toscano viene preparato con carne suina con percentuale massima del 35% di grasso suino. Per essere qualificato come "stagionato" deve avere almeno un mese di stagionatura naturale; viene garantito per non meno di tre mesi dalla consegna per le pezzature inferiori ad un chilogrammo e per un periodo maggiore per le pezzature superiori ad un chilogrammo

§ 6 - Finocchiona

La finocchiona viene preparata con carne suina, con una percentuale variante dal 65 al 70% di carne suina in prevalenza grassa e dal 30 al 35% di carne bovina magra.

§ 7 - Consegna dei salumi

La consegna dei salumi si intende effettuata franco magazzino del compratore.

§ 8 – Prosciutto - consegna

Nei rapporti tra venditore e grossista la consegna del prosciutto si intende effettuata franco magazzino del compratore.

G) PESCI PREPARATI**- MERLUZZI****§ 1 - Stoccafisso**

Il Merluzzo (*Gadus Morrhu*) completamente essiccato all'aria prende la denominazione di stoccafisso.

§ 2 - Classificazione dello stoccafisso

Lo stoccafisso è contrattato in base al peso del singolo pesce: quando viene indicato semplicemente come piccolo, medio, grosso, si intende pesce da un minimo di 200 gr. fino a 400 gr. per il piccolo, da 400 a 600 gr. per il medio, oltre 600 gr. per il grosso.

§ 3 - Baccalà

Il merluzzo (*Gadus Morrhu*) aperto e salato chiamasi baccalà.

§ 4 - Requisiti del baccalà

Le qualità del baccalà sono le seguenti:

- a) baccalà secco: baccalà francese, baccalà Islanda secco, norvegese secco, Färoër secco, San Giovanni (Terranova);
- b) merluzzo salinato e pressato di provenienze diverse: per questo tipo di baccalà di provenienza Labrador, Terranova e Canada si hanno le seguenti classificazioni:
 - piccolissimo (handfish)
 - piccolo (smallcod)
 - mezzano e regolare (mediumcod)
 - grande (large)
 - grandissimo (grandbanklargest)

§ 5 - Filetti di baccalà salato o filetoni

Con tale denominazione si intende il baccalà al quale sono state tolte spine, alette e coda.

I filetoni sono contrattati con la pelle.

I grossisti e gli importatori acquistano i filetoni confezionati in casse a peso netto di kg. 25 o kg. 47.

- ALTRI PESCI**§ 6 - Alici**

Le alici salate sono confezionate in latte o stagne da Kg. 2 ½, 5 o 10.

§ 7 - Sardelle

Le sardelle salate uso Lisbona sono vendute in latte di Kg. 10 nominali, tara per merce.

§ 8 - Salacche

Le salacchine importate dal Portogallo e le salacche importate dall'Inghilterra sono vendute in fusti e in zangole e il peso si determina defalcando dal peso lordo una tara del 12%; sono vendute anche in cassette a peso netto pesce da kg. 4.

§ 9 - Aringhe

Le aringhe argentate arrivano dall'origine in cassette da Kg. 8 netto, in terzini da Kg. 20 netto, in mezzi barili da Kg. 30 netto.

Le aringhe argentate ed affumicate sono vendute in cassette di kg. 4 netto.

§ 10 - Peso delle latte

L'indicazione del peso della latta fa riferimento al formato. La contrattazione avviene per numero di latte.

H) PRODOTTI SURGELATI

Nessun uso accertato

I) CONSERVE ALIMENTARI

Nessun uso accertato

L) LATTE E DERIVATI

Nessun uso accertato

M) OLIO DI OLIVA**§ 1 - Contrattazioni e campioni per vendite all'ingrosso**

I contratti di compravendita di olio di oliva si stipulano a peso sopra campione.

Il compratore trattiene il campione presso di sé fino al ricevimento della partita.

L'olio viene di solito consegnato dal venditore in recipienti forniti dal compratore.

La spesa per il riempimento dei succitati recipienti è a carico del venditore.

Si usa contrattare l'olio tanto a pronta consegna quanto a termine dilazionato; in questo caso, quando si tratti di un lungo periodo, il venditore deve custodire l'olio in località adatta e procedere a tempo opportuno ai travasi regolari; se un difetto viene preso dall'olio, in conseguenza di negligenza del venditore, dopo avvenuta la contrattazione il compratore ha diritto di rifiutare la partita.

La consegna dell'olio viene fatta ordinariamente allo stoccaggio o magazzino del venditore.

§ 2 - Difetti della merce

I difetti che rendono deprezzabili gli olii di oliva commestibili sono i seguenti: la muffa o funga, il rancidimento, la morchia, il verme, il riscaldamento, l'incetimento o avvinamento e il sapore metallico. Tra i difetti sono da contemplare anche i sapori particolari di lavorazione quali il fiscole per gli olii provenienti da frantoi tradizionali e il cloro per quelli provenienti da frantoi a ciclo continuo. Un deprezzamento può derivare anche da sapori particolari di nascita, comunemente chiamati "di provenienza".

§ 3 - Clausola "circa"

Nelle compravendite di olio di oliva effettuate con la clausola "circa", è in facoltà del venditore di consegnare il 5% in più o in meno; analogamente, è in facoltà del compratore ritirare il 5% in più o in meno. Per gli olii certificati con D.O.P. Chianti Classico il pagamento non avviene comunque prima del rilascio dell'attestazione della denominazione di origine da parte dell'organo competente.

§ 4 - Vendita delle olive sulla pianta

Il proprietario o il conduttore del fondo individua, attraverso riferimenti catastali, l'appezzamento di terreno per il quale cede all'acquirente la globalità delle olive presenti sulle piante; l'acquirente provvede alla raccolta a sue spese e con propri mezzi delle olive che divengono di sua proprietà al momento della separazione dei frutti dalla pianta.

L'acquirente si assume interamente ogni onere, rischio e spesa inerente la raccolta.

Ultimata la raccolta, si procede al peso delle olive.

- OLIO LAMPANTE

§ 5 - Olio lampante

Per olio di oliva lampante per raffineria si intende olio proveniente dai fondi, dal cosiddetto "inferno" o non commestibili per acidità superiore a quella prescritta o per gusti sgradevoli, esclusi gli olii estratti con solfuro o qualsiasi miscela in genere.

§ 6 - Contrattazione degli olii lampanti: reversibilità

Le contrattazioni dell'olio d'oliva lampante si fanno in base ad una percentuale di acidità (espressa in acido oleico), dichiarata in contratto, con un conguaglio detto "reversibilità". Sulla piazza di Firenze l'olio lampante si contratta con base di acidità di cinque gradi.

Per la differenza di acidità, in eccedenza o in diminuzione, rispetto al pattuito, si calcola la reversibilità (conguaglio) in ragione dell'1% sul prezzo, per grado o frazione di grado, fino ad un massimo di tre gradi dell'1,5% per i due gradi successivi; del 2 % per ulteriori due gradi.

Oltre tale limite il compratore ha diritto di rifiutare la merce.

- OLIO DI OLIVA ESTRATTO CON SOLVENTI

§ 7 - Olio estratto con solventi

Per olio estratto con solventi si intende il prodotto dell'estrazione dalle sanse vergini d'oliva mediante solventi come tricloruro di etilene, esano.

§ 8 - Vendita su campione

Nei contratti di compravendita fatti su campione, questo viene prelevato dal compratore e dal venditore, oppure dal loro rappresentante, o dal mediatore: su ogni campione vengono apposti i sigilli

del venditore e del compratore; il quale ultimo trattiene il campione presso di sé fino a ricevimento della partita.

La consegna, di regola, avviene presso il sansificio franco su automezzo.

Il pagamento salvo diversa pattuizione viene effettuato di norma per il 90% alla consegna della merce e per il rimanente 10% dopo l'analisi.

N) OLI E GRASSI VEGETALI PER USI ALIMENTARI E INDUSTRIALI

- OLIO DI SEMI

§ 1 - Vendita su qualità

Per "olio di semi vari" si intende l'olio estratto dai semi di soia, colza, vinacciolo, mais, palma ecc., miscelato; l'olio di arachidi o di girasole in commercio, se specificato come tale, deve essere fatto unicamente con arachidi o girasole.

§ 2 - Prezzo

Nelle vendite di olii di semi rettificati (commestibili) nel prezzo è compresa l'imposta di fabbricazione già pagata dalla raffineria.

Nelle vendite di olio di semi greggio, dal prezzo si intende esclusa l'imposta di fabbricazione che resta a carico del compratore.

O) OLI GRASSI E ANIMALI PER USI ALIMENTARI E INDUSTRIALI

- GRASSI ANIMALI

§ 1 - Lardo salato: classifica

Per la vendita del lardo salato si esegue la seguente classifica:

- mezzana da Kg. 12 a 15;
- mezzana da Kg. 16 a 20;
- mezzana oltre i 20 Kg.

Detta classifica vale ai fini della quotazione della merce in quanto il maggior pregio è dato dallo spessore del lardo e quindi dal suo maggior peso. Le vendite sono trattate anche per pezzature in sorte, per merce vista e gradita.

§ 2 - Provvigioni al rappresentante

Al rappresentante viene corrisposta dal solo venditore la provvigione dell'1,50%, nella vendita di strutto, e una provvigione, sempre dal solo venditore, che può variare dal 2% al 3% nella vendita del lardo salato.

P) VINI

§ 1 - Vendita a peso

Le contrattazioni del vino si fanno in base al peso (quintale) e alla gradazione, mai in base alla misura di capacità.

§ 1 bis - Vendita per il piccolo commercio

Oltre alla commercializzazione a mezzo di contenitori in vetro nelle varie tipologie e capacità, è di uso comune anche l'utilizzo di contenitori sottovuoto, denominati "bagging box", o di altri contenitori tecnici di pratica diffusa (fusti d'acciaio).

§ 2 - Campioni ed analisi

Nei contratti di compravendita fatti su campione, questo viene prelevato dai recipienti che contengono la partita dallo stesso venditore e dal mediatore intervenuto, e consegnato al compratore, perché questi possa accertare tutti i requisiti del prodotto.

In tal caso il compratore si riserva il diritto di verificare di presenza se il campione consegnatogli corrisponde al contenuto dei recipienti in trattazione.

Nei contratti stipulati "in cantina" il campione di saggio viene estratto dalle due parti e conservato dal compratore ed eventualmente anche dal venditore.

Nei contratti stipulati a grado vengono prelevati all'atto della consegna 4 campioni a cura del venditore alla presenza dell'acquirente o di suo incaricato.

Di detti quattro campioni che vengono sigillati, due vengono consegnati al compratore e due vengono trattenuti dal venditore.

Ciascuna delle due parti invia uno dei campioni in suo possesso al laboratorio di analisi di sua fiducia indicato nel contratto.

La gradazione del prodotto viene determinata in base alla media delle risultanze dei due certificati di analisi. In caso di disaccordo la gradazione del prodotto è quella stabilita dal certificato di analisi rilasciato dal laboratorio indicato di comune accordo tra le parti cui viene inviato un altro campione.

§ 3 - Contrattazioni

I vini sono contrattati in base ai caratteri organolettici, determinati dal luogo di produzione e dai sistemi di vinificazione, tenendo conto della gradazione alcolica, della limpidezza e dell'acidità volatile e talvolta anche del contenuto di acidità fissa

§ 4 - Clausola "circa"

Nelle compravendite di vino effettuate con la clausola "circa" è in facoltà del venditore di consegnare il 5% in più o in meno; analogamente, è in facoltà del compratore ritirare il 5% in più o in meno.

§ 5 - Trasporto

Se il vino è venduto alla cantina del venditore, ogni spesa di consegna sta a carico di questi ed ogni eventuale danno durante il trasporto rimane a carico del compratore.

Se il trasporto invece è assunto dal venditore a propria cura, questi è responsabile dei danni eventuali che possono avvenire durante il trasporto.

§ 6 - Pagamento

Per i vini DOC e DOCG il pagamento non avviene comunque prima del rilascio della attestazione della denominazione di origine da parte dell'organo competente.

§ 7 - Avarie

Normalmente non si suggellano i recipienti di proprietà del venditore rimasti in deposito presso il medesimo, perché la custodia e la conservazione del vino vengono affidate all'onestà del predetto, che ne rimane garante fino al termine stabilito per la consegna.

Il compratore può ricusare il vino acquistato, quando, stabilito l'obbligo da parte del venditore della custodia e conservazione fino ad una determinata epoca e presentandosi il compratore in tempo utile

a ritirarlo, lo riscontrasse avariato o non conforme al campione. Anche se solo in parte il vino precedentemente contrattato non corrisponde al campione, il compratore può rifiutarsi di ritirare l'intera partita. Scaduto il termine stabilito per la consegna, le avarie e i danni che possono verificarsi rimangono a carico del compratore

§ 8 – Mediazione

Il mediatore ha diritto alla seguente provvigione: dal venditore, il 2% del valore della merce, dal compratore dall'1% al 2%.

§ 9 - Vino da tavola

Per vino da tavola si intende un vino comune che possenga una gradazione non inferiore ai 9° di alcool svolto per distillazione in volume per il vino bianco, ai 10° per il vino rosso.

§ 10 - Vino da miscita

Per vino da miscita si intende un vino bianco avente una gradazione non inferiore ai 11,5° di alcool svolto o un vino rosso avente una gradazione non inferiore ai 12° di alcool svolto.

Q) ALCOOL E LIQUORI

§ 1 - Alcool “buon gusto”: contrattazioni

L'alcool “buon gusto” viene venduto in fusti e in cisterne dalle distillerie o dai depositi all'ingrosso alle ditte autorizzate a ricevere il prodotto sciolto alla condizione di “franco deposito venditore”, pagamento in contanti, se la vendita è effettuata per merce in fusti, il fusto si intende a rendere.

L'unità di misura è l'ettanidro.

La vendita al dettagliante negli imballaggi consentiti dalla legge viene effettuata alla condizione di “franco domicilio”.

Il prezzo è stabilito per imballaggio unitario comprensivo del recipiente immediato.

§ 2 - Alcool denaturato: contrattazioni

L'alcool denaturato viene acquistato da parte del grossista o del dettagliante in confezioni, recipienti a perdere.

§ 3 - Liquori: prezzo

Il prezzo dei liquori è stabilito per bottiglie secondo la qualità e la marca ed è comprensivo dell'imballaggio e del trasporto al domicilio del dettagliante.

R) BIRRA

Nessun uso accertato

S) ACQUE MINERALI, GASSOSE E GHIACCIO

Nessun uso accertato

T) VENDITA DI PRODOTTI ALIMENTARI AL MINUTO A PEZZO

Sono venduti al minuto a pezzo i seguenti prodotti alimentari:

- prodotti di piccola friggitoria (bomboloni, arancini, coccoli, fette di polenta fritta)
- pizze non a taglio
- salati da pasticceria
- paste dolci

- gelati monodose
- polli cotti

VII - PRODOTTI DELL'INDUSTRIA DEL TABACCO

Nessun uso accertato

VIII - PRODOTTI DELL'INDUSTRIA DELLE PELLI

A) PELLI CONCIATE

§ 1 - Unità di base di contrattazione

Le pelli conciate a vegetale vengono trattate a peso **o a metro quadro; per la pelletteria si usa il metro quadro**, come per le pelli trattate a concia minerale.

E' consentito un arrotondamento fino al 2%.

§ 2 - Imballaggio

L'imballaggio delle merci è gratuito.

§ 3 - Tolleranze

Nella vendita da piazza a piazza la tolleranza-calo ammessa per la merce venduta a peso va fino al 2%; fino al 3% sulla misura.

§ 4 - Mediazione

Al mediatore intervenuto nella compravendita di pelli conciate senza pelo compete una provvigione del 3% dal solo venditore.

B) LAVORI IN PELLE E CUIOIO

Nessun uso accertato

C) PELLI GREZZE

- PELLI SALAMOIATE DA MACELLO

§ 1 - Classificazione delle pelli

I raccoglitori - ad eccezione di coloro che vendono in monte - vendono comunemente con le seguenti classifiche:

- vitelli quadrati da Kg. 3 a 6;
- vitelli quadrati da Kg. 6 a 8;
- vitelli quadrati da Kg. 8 a 12;
- vitelli quadrati da Kg. 14 a 18;
- vitelli quadrati da Kg. 20 a 24;
- vitelli con testa e zampa corta da Kg. 12 a 20;
- vitelloni con testa e zampe corte da Kg. 20 a 30,
- vitelloni con testa e zampe corte da Kg. 30 a 40;
- vitelloni con testa e zampe corte oltre Kg. 40;

- vacche e buoi fino a Kg. 30;
- vacche e buoi da Kg. 30 a 40;
- vacche e buoi da Kg. 40 in più;
- tori da tutti i pesi;
- puledri fino a Kg. 12;
- cavalli oltre Kg. 12;
- muli;
- asini.

Per quanto riguarda il vitellame, per ogni categoria sino a Kg. 12 il manto può essere colorato oppure bianco e nero; per ogni categoria da Kg. 12 in più il manto può essere colorato, bianco, bianco e nero.

§ 2 - Pelli gropponate

Le pelli bovine sono vendute anche gropponate, cioè il groppone separatamente dal frassame (spalle e fianchi) con coda amputata a circa 10 centimetri dalla culatta. La gropponatura è calcolata all'incirca nella proporzione del 42 - 43% di groppone per ogni 100 chilogrammi se si tratta di vacche, buoi e vitellame, e del 38 - 40% se si tratta di bistori e tori. I gropponi sono venduti a "peso ripesato" previa impilatura di almeno 100 gropponi, che successivamente sono spazzati dal sale e pesati. Le spalle sono spazzate, i fianchi sono solamente scossi dal sale. I frassami devono rispondere ad una misura minima di cm. 70 per le spalle misurate dal taglio di gropponatura all'inizio del canale dell'orecchio; i fianchi da cm. 25 in su al centro. L'espressione " peso ripesato" indica il peso constatato all'atto della consegna delle pelli dopo la salatura.

§ 3 - Croste

Per le croste spaccate o semilavorate, valgono i medesimi usi delle pelli grezze.

§ 4 - Vendita a peso

La vendita di pelli fresche si effettua "a peso coda", intendendosi tale quello accertato all'atto del ricevimento della pelle dalla macelleria.

Di massima il calo varia a seconda del sistema di salatura, cioè se in vasca o a secco, ed anche a seconda del tempo che le pelli sono rimaste fuori vasca.

§ 5 - Tolleranza

Anche per le pelli vendute in classifica è ammessa una tolleranza per qualche pelle difettosa con abbuoni di merito.

§ 6 - Consegna

All'atto della consegna, che ha luogo al domicilio del venditore, si procede alla verifica della merce in qualità e peso.

§ 7 - Tolleranza sulla quantità e sul peso

Il quantitativo di pelli da consegnare è quello indicato in contratto: qualora sia stata stabilita la clausola "circa", il venditore ha facoltà di consegnare il 5% in più o in meno rispetto al numero di pelli indicate in contratto.

Quando nel contratto sono segnate le quantità minime e massime, è facoltà del venditore di consegnare entro tali limiti, senza però ulteriori tolleranze.

Quando invece si indica il peso della partita, con l'espressione "circa" si sottintende una tolleranza sul peso stesso del 5% in più o in meno.

§ 8 - Indicazione degli estremi minimi e massimi e media di peso

Nei contratti di vendita di lotti di pelli salamoiate (compresi i gropponi e i frassami) sono precisati, oltre la categoria e la qualità delle pelli vendute, anche gli estremi minimi e massimi di peso, nonché il peso medio di ciascuna pelle.

Gli estremi minimi e massimi non ammettono tolleranze, mentre sulla media indicata è ammessa una tolleranza del 3% in più o in meno.

§ 9 - Prezzo

Per le pelli di provenienza estera, il prezzo indicato in contratto si intende per pelli sane e mercantili, proveniente dalla normale macellazione della provincia e limitrofe.

§ 10 - Trattenute sul prezzo

I consorzi della provincia di Firenze vendono comunemente la produzione in ricetta originale: sul prezzo effettivamente ricavato viene trattenuta una quota fissa a chilogrammo per la copertura delle spese di salagione e di esercizio.

§ 11 - Abbuoni

Se la vendita è fatta in partite di ricetta originale, si accordano i seguenti abbuoni:

- pelli provenienti da mortalità per epidemia, il 10%;
- pelli con difetti di scortico (buchi, tagli, rasature), abbuoni proporzionali all'entità del danno;
- vitelli erbivori, il 30%;
- vitelli di seconda scelta, il 10%;
- vitelli di terza scelta, il 20%;
- vitelli di quarta scelta, dal 30% al 40%;
- pelli macchiate e lascianti pelo, dal 5 al 15%.

Per le pelli tarolate e piagate e per pelli fuocate, piagate e riscaldate viene concordato un abbuono a parte.

§ 12 - Mediazione

Nella compravendita di lotti di pelli bovine nazionali salate oppure dei relativi gropponi o frassami, è dovuta al mediatore una provvigione dell'1% da parte del venditore e dell'1% da parte del compratore. Nel caso in cui il mediatore intervenga nelle operazioni di ricevimento per conto del compratore, questi deve corrispondergli una ulteriore provvigione.

- PELLI BOVINE GREZZE ESOTICHE DI IMBARCO O VIAGGIANTI E PELLI PREGIATE GREZZE SALATE DA ALLEVAMENTO E SELVATICHE

§ 13 - Ordinazioni

Gli affari sono trattati con gli agenti locali delle case di origine e le offerte non sono impegnative.

Gli ordini, salvo che non siano su un'offerta ferma, vengono sempre accettati per quanto il tempo e salvo il venduto, con un termine definitivo utile per la risposta e nella formula generica per fax, posta elettronica, posta elettronica certificata.

Il termine per la risposta per fax, posta elettronica, posta elettronica certificata varia, a seconda dei diversi luoghi di origine, da uno a due giorni.

§ 14 - Contrattazione

Le pelli grezze esotiche vengono trattate comunemente alle condizioni di origine e negli assortimenti abituali alle ditte esportatrici.

§ 15 - Clausola “condizione d’origine”

La clausola “condizione d’origine” inserita in un contratto, anche fra due ditte nazionali, significa che, per ogni controversia tra venditore e compratore, debbono essere accettate tutte le condizioni di origine.

§ 16 - Qualità delle pelli

Le pelli di provenienza estera sono secche (secche ordinarie e seccate all’ombra), salate secche, salate fresche, salamoiate e Wet Blue; le pelli di origine India e Africa possono essere anche arsenicate.

§ 17 - Imballaggio

L’imballaggio dei vari paesi è il seguente:

- India: balle da 90 a 500 pelli a seconda del peso per le pelli secche e salate secche; sacche o barili per quelle salamoiate;
- Plata, Brasile, Centroamericana, Sud America, Africa: pelli salate fresche in pacchi, ma occasionalmente sciolte alla rinfusa; pelli secche sciolte alla rinfusa, ad eccezione dei pesi leggeri che vengono confezionati in balle;
- Australia: pelli salate secche e sciolte, pelli salamoiate in pacchi, vitelli in barile;
- Cina: in balle pressate;
- Sudafrica: pelli secche e salate secche in balle; pelli salamoiate sciolte;
- Etiopia, Arabia, Eritrea, Somalia, Giava, Mombasa, Europa: in balle.

§ 18 - Tare per imballaggio

Le tare per imballaggio usualmente applicate sono le seguenti:

- India: 5 lbs. a balla per le secche e le salate secche; tara reale per le salamoiate;
- Australia: tara reale per pelli spedite in sacchi o barili;
- Cina: 5 lbs. per balla;
- Giava: Kg. 1 per balla;
- Etiopia, Arabia, Eritrea, Somalia, Mombasa, Sudafrica: peso reale della corda.

§ 19 - Consegna e imbarco

L’imbarco e le consegne avvengono nel termine da un mese a tre mesi decorrenti dalla conferma di vendita.

§ 20 - Condizioni di peso: tolleranza calo

Le condizioni di peso sono le seguenti:

- India: peso di imbarco con tolleranza calo del 2% per le pelli secche, del 3% per le salate secche, del 10% per le salamoiate, del 2% per le secche arsenicate (Calcutta);
- Plata: peso di sbarco per le pelli secche, peso di frigorifero finale per le pelli salate fresche frigorifero, peso di sbarco per le pelli salate fresche “tipo frigorifero”, “carnicceria” e “campos”;
- Brasile: peso di sbarco e/o franchigia 2% per le pelli secche, peso di sbarco e/o franchigia 5% per le pelli fresche;
- Centroamericana e Sudamericana del Pacifico: peso riconosciuto allo sbarco;

- Australia: peso di imbarco con tolleranza calo del 5% per le pelli salamoiate, tolleranza del 3% per le salate secche;
 - Cina: peso di imbarco con tolleranza calo del 3%;
 - Giava: peso di imbarco con tolleranza calo del 2%;
 - Sudafrica: per pelli secche e salate secche franchigia 2% per le salate fresche franchigia del 5% ed occasionalmente anche peso sbarco;
 - Etiopia e Mombasa: peso di imbarco con tolleranza calo del 2% per le pelli secche;
 - Arabia, Eritrea e Somalia: peso di sbarco.
- PELLI BOVINE GREZZE ESOTICHE PRONTE IN ITALIA MAGAZZINO ESTERO E NAZIONALIZZATO**

§ 21 - Contrattazioni

I contratti si fanno alle condizioni di “franco ripesate magazzino”, vagone e/o camion, con la clausola “salvo visita della merce”; in presenza di tale clausola il compratore che abbia visitato e ricevuto la merce in qualità e peso non può sollevare eccezioni verso il venditore.

§ 22 - Mediazione

Al mediatore intervenuto nella compravendita di pelli salamoiate di piazza e fuori piazza compete una provvigione dell'1% dal venditore e l'1% dal compratore.

- PELLI OVINE E CAPRINE

§ 23 - Contrattazioni delle pelli di agnello e capretto

Le vendite di pelli di agnello e capretto, destinate ai vari usi (pellicceria, abbigliamento, guanteria e foderame), vengono effettuate a peso, a numero o a dozzina.

Le singole qualità di pelli sono sempre vendute in ricetta, precisando anche il peso per cento pelli e gli estremi di peso, minimo e massimo, per ogni categoria.

Sono escluse le pelli morticine, guaste, rognose, magre, erbate, sotto peso che vengono trattate con prezzi a parte e vendute a monte.

§ 24 - Contrattazione delle pelli di montone

Le pelli di montone vengono trattate in ricetta, con esclusione delle pelli di scarto e morticine, che vengono prezzate a parte con una riduzione dalla metà a due terzi.

La ricetta originale può variare, a seconda delle epoche, in tosi, mezze lane o lanute, con sostanziali spostamenti di valutazione.

Le pelli tosate dopo la scuoiatura sono escluse dall'assortimento e trattate a parte.

§ 25 - Ricevimento

Il compratore, dopo visitata e ricevuta la merce, di persona o tramite un incaricato, non può rifiutarsi di accettarla, perché il ricevimento rende perfetta la vendita.

§ 26 - Mediazione

Per la mediazione valgono gli usi comuni alle pelli bovine.

- PELLI DI CONIGLIO E DI LEPRE

§ 27 - Contrattazioni

La vendita delle pelli di coniglio nel commercio all'ingrosso viene fatta a peso.

Le pelli possono essere secche, fresche o fresche salate.

Nelle trattative viene dichiarato dal venditore, a meno che la vendita non sia fatta in monte, il peso per cento pelli, la destinazione delle pelli, cioè se per concia o per cappelleria, e la composizione dei colori in percentuale.

§ 28 - Difetti

Per pelli difettose si intendono quelle rovinare dalle tarme, quelle ribollite fortemente per cattiva essiccazione che lasciano cadere il pelo e le pelli che per cattiva conservazione a contatto dei pavimenti abbiano subito avaria del pelo.

Le pelli scarte vengono trattate a parte.

- PELLI PREGIATE DA PELLICCERIA**§ 29 - Contrattazioni**

La prima vendita viene effettuata tramite asta con vendita a lotti. La vendita successiva può essere fatta sia a lotti che a pelle, dichiarando l'origine, le qualità, la taglia e il colore. Per le pelli di persiano, volpe, visone, cincillà, zibellino, castoro, opossum e lontra, viene, inoltre, indicato se sono di allevamento o selvaggi e se si tratta di maschi o femmine.

IX - PRODOTTI DELL'INDUSTRIA TESSILE

Usi conformi a quelli della provincia di Prato

X - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE DELL'ABBIGLIAMENTO E DELL'ARREDAMENTO**A) CAPPELLI**

(v. Sezione "Confezioni in genere per l'abbigliamento")

B) VESTITI E BIANCHERIA**- CONFEZIONI IN GENERE PER L'ABBIGLIAMENTO****§ 1 – Sfera di applicazione**

Gli usi che seguono si applicano nei rapporti che hanno per oggetto tutte le confezioni, ad eccezione dei tessuti di maglia.

§ 2 – Ordinazioni relative al mercato nazionale

Le ordinazioni conferite a mezzo di intermediari sono sempre "salvo approvazione della Casa", mentre sono impegnative per il compratore.

L'ordine viene accettato dalla Casa mediante conferma scritta inviata al compratore.

Il compratore tuttavia ha la facoltà di revocare l'ordine entro 14 giorni dal suo conferimento.

Non sono riconosciuti accordi verbali accessori alle proposte d'ordine e relative conferme.

§ 3 - Disposizioni

Le disposizioni sono passate all'atto dell'ordinazione. Nei casi di "ordini a disporre" deve essere stabilito il termine entro il quale le disposizioni debbono essere passate mediante conferma scritta da parte del venditore insieme ai termini ricorrenti.

Il venditore ha diritto di annullare la parte di ordine non disposta e di esigere il risarcimento dei danni nei confronti del compratore che, diffidato con lettera raccomandata o con altra comunicazione idonea, si astenga o si rifiuti di passare la disposizione

§ 4 - Consegne

Per le consegne a termine il venditore ha diritto ad una tolleranza di 8 giorni.

§ 5 – Spedizioni

La merce viaggia sempre a rischio e pericolo del contraente che assume l'onere del trasporto.

Al venditore fa carico l'obbligo di dichiarare il valore della merce sul documento di trasporto.

Nei casi di avaria durante il trasporto dovuta ad imballo insufficiente o irregolare, i danni sono a carico del venditore.

Se la merce è venduta "porto franco", il vettore è scelto dal venditore. Se la merce è venduta in "porto assegnato", il compratore è tenuto ad indicare il vettore di sua fiducia al momento dell'ordine: in mancanza di tale indicazione il venditore può provvedere alla spedizione con i mezzi che più ritiene idonei nell'interesse del compratore.

§ 6 - Reclami

I reclami per vizi o difetti apparenti devono essere denunciati al venditore con lettera raccomandata, telegramma, fax spedito, messaggio di posta elettronica – certificata o non - a pena di decadenza, non oltre 10 giorni dalla presa in consegna della merce da parte del compratore. A seguito di reclami, riconosciuti da entrambi i contraenti, per i quali non sia stato concordato un adeguato abbuono, il compratore ha diritto di restituire la merce difettosa in porto assegnato, dopo aver concordato con il venditore il modo di spedizione.

I ritorni non saranno accettati se non autorizzati e sempre salvo verifica delle merci all'arrivo in fabbrica.

§ 7 – Tolleranza

Sulle misure è ammessa una tolleranza del 2% in più o in meno. Sulla quantità è ammessa una tolleranza del 5% in più o in meno rispetto a quanto indicato nella conferma d'ordine, purché sia rispettato l'assortimento previsto. Qualora l'ordine non consenta al venditore di raggiungere il minimo produttivo occorrente per ordinare il tessuto, questi ne deve dare notizia al compratore.

Per quanto concerne i vari materiali impiegati nella fabbricazione del prodotto finale valgono le rispettive tolleranze facenti parte della presente raccolta di usi.

§ 8 – Pagamenti

È uso non concedere decorrenze ai pagamenti, tranne che nei casi di consegna anticipata rispetto al termine pattuito.

- CONFEZIONI IN GENERE DI MAGLIERIA

§ 9 – Sfera di applicazione

Gli usi che seguono si applicano nei rapporti che hanno per oggetto le confezioni per le quali sono stati impiegati tessuti di maglia o prodotte direttamente dal filato.

§ 10 – Ordinazioni relative al mercato nazionale

Le ordinazioni conferite a mezzo di intermediari sono sempre "salvo approvazione della Casa", mentre sono impegnative per il compratore.

L'ordine si intende accettato e confermato se non viene rifiutato dalla Casa entro 15 giorni dal ricevimento.

Il venditore può peraltro inviare una conferma d'ordine in duplo, chiedendo che il compratore gliene restituisca una copia firmata.

§ 11 – Disposizioni

Le disposizioni sono passate all'atto dell'ordinazione. Nei casi di "ordini a disporre" deve essere stabilito il termine entro il quale le disposizioni debbono essere passate.

Il venditore ha diritto di annullare la parte di ordine non disposta e di esigere il risarcimento dei danni nei confronti del compratore che, diffidato con lettera raccomandata o con altra comunicazione idonea, si astenga o si rifiuti di passare la disposizione.

§ 12 – Consegne

Per le consegne a termine il venditore ha diritto ad una tolleranza di 15 giorni.

§ 13 – Spedizioni

La merce viaggia sempre a rischio e pericolo del contraente che assume l'onere del trasporto.

Al venditore fa carico l'obbligo di dichiarare il valore della merce sulla bolla di accompagnamento.

Nei casi di avaria durante il trasporto dovuta ad imballo insufficiente o irregolare, i danni sono a carico del venditore.

Se la merce è venduta "porto franco", il vettore è scelto dal venditore. Se la merce è venduta in "porto assegnato", il compratore è tenuto ad indicare il vettore di sua fiducia al momento dell'ordine: in mancanza di tale indicazione il venditore può provvedere alla spedizione con i mezzi che più ritiene idonei nell'interesse del compratore.

§ 14 – Spedizioni

Sui dati tecnici stabiliti in contratto o indicati nei listini è ammessa una tolleranza, in più o in meno, del 5% sul peso e del 3% sulle dimensioni degli articoli confezionati.

La tolleranza sui pesi di ogni articolo si intende riferita al peso medio di una partita di spedizione.

Per gli articoli venduti a peso, si fattura il peso netto da carte o da imballo. È ammessa sul peso una tolleranza massima fino all'1%.

Sulla quantità è ammessa una tolleranza del 5% in più o in meno rispetto a quanto indicato nella conferma d'ordine, purché sia rispettato l'assortimento previsto. Qualora l'ordine non consenta al venditore di raggiungere il minimo produttivo occorrente per ordinare il filato, questi può ridurre le consegne fino al 25% del numero delle varianti, oltre tale limite, dovrà essere richiesto il consenso del compratore.

§ 15 – Reclami

I reclami per vizi o difetti apparenti devono essere denunciati al venditore con lettera raccomandata, telegramma, fax spedito, messaggio di posta elettronica – certificata o non - a pena di decadenza, non

oltre 10 giorni dalla presa in consegna della merce da parte del compratore. A seguito di reclami, riconosciuti da entrambi i contraenti, per i quali non sia stato concordato un adeguato bonifico, il compratore ha diritto di restituire la merce difettosa in porto assegnato, dopo aver concordato con il venditore il modo di spedizione.

§ 16 – Pagamenti

E' uso non concedere decorrenze ai pagamenti, tranne che nei casi di consegna anticipata rispetto al termine pattuito.

C) CALZATURE

§ 17 – Ordini od offerte

Ogni ordine consiste in uno scritto, datato e firmato dall'acquirente e indirizzato direttamente al venditore o rimesso tramite un agente o viaggiatore di commercio. Detto ordine scritto conterrà, oltre ai dati anagrafici e fiscali dell'acquirente:

- il riferimento e la descrizione dell'articolo ordinato;
- il numero di paia ordinate con la precisazione delle misure;
- il prezzo di ogni paio;
- le condizioni, modalità e termini di pagamento; le condizioni, modalità e termini di consegna.

Gli ordini inviati direttamente dall'acquirente al venditore richiederanno una espressa accettazione di quest'ultimo.

§ 18 – Prezzi

I prezzi sono comprensivi dell'imballaggio.

§ 19 – Spedizioni e consegne

Se la merce è venduta "porto franco", il vettore è scelto dal venditore. Se la merce è venduta in "porto assegnato", il compratore è tenuto ad indicare il vettore di sua fiducia al momento dell'ordine; in mancanza di tale indicazione il venditore può provvedere alla spedizione con i mezzi che più ritiene idonei nell'interesse del compratore.

La merce viaggia sempre a rischio e pericolo del contraente che assume l'onere del trasporto. Al venditore fa carico l'obbligo di dichiarare il valore della merce sulla bolla di accompagnamento ai fini assicurativi.

Nei casi di avaria durante il trasporto dovuta ad imballo insufficiente o irregolare, i danni sono a carico del venditore.

§ 20 – Termini di consegna

La consegna dovrà avvenire mediante spedizione o messa a disposizione dell'acquirente, entro il termine indicato nell'ordine. Il suddetto termine potrà essere perentorio, essenziale o meno.

Normalmente il termine non è perentorio, salvo quanto previsto al successivo comma

- a) Qualora nell'ordine sia stabilito un termine essenziale o perentorio di consegna {indicato con l'espressione "non oltre", od altro equivalente), l'acquirente, in caso di mancato rispetto di detto termine, avrà il diritto di considerare risolto il contratto, senza preventiva messa in mora dal venditore e di chiedere il risarcimento del danno.

b) Qualora la perentorietà o essenzialità del termine non risulti dall'ordine, si applicano le seguenti norme:

- b1) se la consegna non avviene entro il termine pattuito, il compratore dovrà mettere in mora il venditore con lettera raccomandata o con comunicazione idonea, fissandogli ulteriore termine non minore di 10 giorni lavorativi dalla data di ricezione della messa in mora ed indicando esplicitamente se, trascorso invano detto termine, il contratto si considererà risolto, salvo il diritto del compratore, al risarcimento dei danni o se pure la consegna potrà avvenire anche in seguito, dietro riconoscimento da parte del venditore di una penale;
- b2) se entro 20 giorni anteriori alla scadenza del termine di consegna il venditore avrà avvertito con raccomandata che egli non sarà in grado di effettuare la consegna nel termine convenuto, indicando una nuova data non eccedente 20 giorni di proroga dal termine inizialmente convenuto il compratore avrà diritto di risolvere il contratto con lettera raccomandata da inviarsi entro 10 giorni dalla data di ricezione della comunicazione del venditore. In difetto, la nuova data indicata dal venditore sarà considerata come accettata e costituirà "termine perentorio" di consegna. In quest'ultima ipotesi si applicherà quanto previsto sub a).

§ 21 – Condizioni e modalità di pagamento

La condizione di pagamento è stabilita dal contratto in cui si definiscono i termini di pagamento e gli eventuali sconti.

§ 22 – Ritardi nel pagamento

Qualora il pagamento non venga effettuato entro il termine pattuito, il venditore, ove siano in corso ulteriori commesse, potrà, senza pregiudizio dei suoi diritti, sospendere o annullare le consegne, o richiedere con lettera raccomandata il pagamento anticipato o adeguate garanzie.

§ 23 – Reclami

Le merci contestate per vizi o difetti di qualità non possono essere spedite di ritorno/ se non dietro autorizzazione del venditore, tranne nel caso che il reclamo non sia stato preso in considerazione entro 10 giorni dalla sua presentazione, e dopo una ulteriore diffida. Per vizi e difetti occulti i resi sono possibili fino ad un anno.

Nel caso di accettazione del reclamo da parte del venditore, la merce sarà restituita in "porto franco", dopo aver concordato con il venditore il modo di spedizione.

D) GUANTI, OMBRELLI E ACCESSORI

(V. Sezione "Confezioni in genere per l'abbigliamento")

E) LAVORI IN PAGLIA E ALTRE MATERIE VEGETALI E ARTIFICIALI DA INTRECCIO

- MATERIE PRIME

§ 1 – Definizioni

La paglia lavorata a Firenze è di provenienza da vari mercati esteri: Cina, Madagascar, Equador, Filippine ecc.

§ 2 – Altre materie prime vegetali e artificiali da intreccio. Definizioni

Fra le molte materie prime da intreccio hanno particolare rilevanza:

a) *Materie vegetali*

- Raffia (o rafia), ricavata dalle foglie secondarie (fogliole) della *Raphia ruffia* Mart. (*Raphia pedunculata* P.B.). - Ramie (o ramîé), fibra tessile e da intreccio di due specie del genere *Boehmeria*: *Boehmeria nivea* e *Boehmeria tenacissima*. Canna d'India, detta anche impropriamente giunco, costituita dal fusto di numerose specie di palme dei generi *Calamus*, *Daemonorops* e *Korthalsia*. Dalla canna d'India si ricavano alcune altre specifiche materie prime da intreccio; canna da sedie (o canna trafilata tipo Vienna), corteccia (o scorza), midollo (la parte interna del fusto della pianta).
- Vimini, chiamati anche vinchi, vetrice, salice, etc, che sono i rami giovani, normalmente decorticati, di alcune specie e varietà del genere *Salix*, e in particolare *Salix viminalis*, *Salix vitellina*, *Salix helix*. Truciolo e indiana, che sono ricavati dai tronchi decorticati di alcune piante arboree dal legno bianco e tenero come *Populus canadensis* e *Salix alba*, lavorati mediante successivi tagli paralleli all'asse del tronco, operati con speciali macchine pialatrici; l'indiana ha uno spessore sensibilmente inferiore a quello del truciolo a larghezza variabile.

b) *Materie artificiali (o sintetiche)*

- Paglie artificiali alla viscosa, provenienti in massima parte dal Giappone, conosciute con il nome di "pontova"; tali strisce sono misurate in denari. Altre paglie artificiali, acriliche, poliesteri e polipropilene.

c) *Materie parzialmente vegetali e parzialmente artificiali*

- Racelio e racellama sono costituiti da ramie ricoperto da cellophane; il ramîé ne costituisce il maggior valore.

§ 3 – Altre materie prime vegetali e artificiali da intreccio; classificazioni

La raffia tutta proveniente dal Madagascar è di norma denominata secondo la località di origine: Tamatave, Maroansetra, Vohemar, Maiunga, Maintirano, etc. Ciascuno di questi tipi di raffia è classificato secondo la lunghezza e la qualità della fibra, l'unitezza del colore e il colore stesso. Le classificazioni comunemente più usate sono, in ordine decrescente di qualità: extra fleuriste, fleuriste, extra special, extra prima, prima courant supérieur, courant ordinaire, inférieur. La classificazione merceologica della canna d'India è relativamente complessa: oltre che con denominazioni corrispondenti a una o più specie vegetali, è talvolta denominata secondo la località di origine (Palembang, Sampit, etc), secondo una classificazione commerciale che tiene conto dell'aspetto della superficie, della flessibilità, dell'eventuale lavatura e solfatura, nonché secondo classi di spessori (diametro della sezione).

Il midollo di canna d'India può essere naturale o imbiancato; è classificato in rotondo, spianato (con sezione a segmento circolare), a piattina (con sezione rettangolare), per spessori o classi di spessori (rispettivamente il diametro, la corda e il lato più lungo della sezione).

I vimini sono classificati per specie o varietà della pianta, classi di lunghezza e di spessore, flessibilità, resistenza alla torsione.

Le paglie artificiali alla viscosa sono classificate secondo:

- a) la sezione: in lamette (pontova, visca, etc), in filo (crinol), multibave (viscol, matapon etc);
- b) il grado di opacità: Opaco, tre quarti opaco, semiopaco, lucido;
- c) il titolo: espresso in denari e corrispondente al peso in grammi di 9.000 metri di prodotto, o in tex, corrispondente al peso in grammi di 1.000 metri, o in decitex (dtex), corrispondente al peso di 1.000 metri ovvero in grammi di 10.000 metri.

Le paglie artificiali acriliche sono classificate secondo:

- a) il numero dei capi;
- b) il numero dei metri contenuti in un Kg. di prodotto;
- c) il grado di opacità.

Le paglie artificiali poliesteri e polipropileniche sono classificate secondo:

- a) lo spessore del filo espresso in millimetri;
- b) il grado di flessibilità ed elasticità;
- c) il punto di fusione espresso in gradi centigradi;
- d) il grado di opacità.

§ 4 – Altre materie prime vegetali e artificiali da intreccio: contraffazioni

Fatte salve le eccezioni appresso indicate, le materie prime vegetali ed artificiali da intreccio si contrattano in base al peso netto.

Per la raffia naturale compravenduta in balle originali di circa Kg. 100 si detrae dal peso lordo una tara convenzionale fissa di Kg. 3 per balla.

Le canne di bambù, le radici di bambù e alcune qualità di canna d'India a larga sezione come malacca, manilla, manau o manao, si contrattano a numero di pezzi di egual classe di spessore e di lunghezza.

- SEMILAVORATI

§ 5 – Trecce, definizione, classificazione, garanzia di misura

Sono trecce di materie prime importate come la raffia, l'indiana, il truciolo, i giunchi e altre erbe palustri, le paglie artificiali alla viscosa, acriliche e polipropileniche.

Queste trecce sono classificate secondo le materie prime, il numero dei fili, il tipo di intreccio e talvolta la larghezza.

Le misure variano da tipo a tipo di treccia.

I tipi più comunemente usati sono di metri 108 per le trecce di paglia cinese, di cui le più usate sono il tipo "mottled" e "shaho" la cui larghezza varia da 4/5 mm fino a 15/16 mm; di m 54 per le trecce di paglia cinese fantasia; di m 18/19 per le trecce di raffia in 7, 9 e 11 fili; di m 18/20 per le trecce di indiana in 5 fili.

§ 6 – Altri semilavorati

Altri semilavorati sono i coni, i cappellini, le campane, i treccini, le bande, le bordure, i pannelli, i tessuti, le tomaie, cinture, fiori, ferma capelli, realizzati in numerose delle materie prime vegetali e artificiali da intreccio descritte al § 26. I treccini e le bande sono contrattati a metraggio o a numero di pezze di un determinato metraggio, i pannelli a numero di pezzi, le tomaie a paio, i tessuti a metraggio, i coni, i cappellini, le campane a numero di pezzi.

- PRODOTTI FINITI

§ 7 – Lavori d'intreccio

Si possono classificare, secondo la destinazione, in: a) articoli e accessori di abbigliamento; cappelli realizzati in raffia, indiana e truciolo, racello e racellana, paglia artificiale, etc; borse, da commissioni e da spesa, da viaggio, da spiaggia e da città, realizzate nella maggior parte delle materie vegetali e artificiali da intreccio; cinture, calzature interamente o parzialmente realizzate con materie da intreccio, abiti e parti di abiti realizzati soprattutto a crochet e a maglia in paglie artificiali; b) articoli e accessori di arredamento: mobili in vimini, canna d'India, midollo di canna d'India, etc; stuoie realizzate in materie vegetali da intreccio, cesti in vimini, in midollo di canna d'India, in stecche di piante legnose come castagno, pioppo, salice, in canne in giunchi e in generale in materiali vegetali da intreccio relativamente rigidi; cestini (da pane, da frutta, etc), gettacarte, cesti da biancheria, tovagliette, centri da tavola, sottopiatte, etc; c) articoli da regalo, fiori etc. realizzati in raffia, paglia e paglie artificiali, riproduzioni di animali, di frutta e in generale articoli in materie da intreccio che per la loro qualità possono essere oggetto di dono.

§ 8 – Ordini e contraffazioni

I contratti di compravendita di lavori di intreccio vengono stipulati tra produttore e industriale o grossista in base a modelli, per forma e qualità.

§ 9 – Semilavorati e prodotti finiti, spese di trasporto

Le spese di trasporto dal produttore all'industria o al grossista, per consegne nei limiti territoriali della provincia, sono a carico del venditore.

§ 10 – Verifica della qualità

La qualità della merce (materie prime, semilavorati, prodotti finiti) è accertata alla consegna.

XI - PRODOTTI DELL'INDUSTRIA DEL LEGNO

A) LEGNO COMUNE

- LEGNAME DA LAVORO

§ 1 - Tipologia del legname da lavoro

Si individuano i seguenti gruppi:

- a) Tondame;
- b) Squadrati;
- c) Segati;
- d) Tranciati;
- e) Derullati;
- f) Pannelli.

Per ciascun gruppo il legname è qualificato dall'essenza (vocabolo impropriamente quanto correntemente usato per "specie legnosa"), luogo di provenienza, usi e lavorazioni cui è destinato, ecc. Sono qui di seguito esposte le tipologie di legnami più correnti e commercializzati nella zona della provincia di Firenze, indipendentemente dai luoghi di provenienza.

- a) Tondame

È commercializzato a volume convenzionale, con misurazione del diametro a metà lunghezza, sotto scorza, con arrotondamento per difetto a cm interi.

a1) Tondame di conifere

La lunghezza viene arrotondata di m. 0,50 in m. 0,50 per difetto. Rientrano in questa categoria:

Tronchi da sega. In relazione alle dimensioni, si distinguono:

- normale: lunghezza m. 4, diametro minimo cm. 20 misurato in punta;
- lunghezza maggiorata: da m. 4,5 a m. 6,00;
- bottolo: lunghezza da m. 2,00 a m. 3,50;
- sottomisura: diametro da cm. 16 a cm. 19;

Qualsiasi fusto scortecciato può essere così definito quando risponde alle caratteristiche di cui sopra; esistono tuttavia varie denominazioni per lunghezza, diametri e destinazioni particolari.

a2) Tondame di latifoglie

La lunghezza viene arrotondata di m. 0,10 in m. 0,10 per difetto. Per i tronchi di legni esotici è ormai usuale recepire le principali norme dettate dagli organismi preposti nelle varie aree di provenienza. Per i legni tropicali africani il diametro è ricavato preferibilmente, ove la conformazione del tronco lo consenta, dalla media di due diametri in croce su ciascuna delle estremità, altrimenti si procede alla misurazione della circonferenza alla metà del tronco con nastro metrico; in ogni caso le misurazioni sono effettuate sotto scorza. La concessione di abbuoni di misurazione o il declassamento di qualità dipendono dalla presenza del numero e della tipologia dei difetti. La paleria di castagno per uso agricolo, scortecciata e aguzzata, viene venduta a numero.

b) Squadrati

Sono venduti a volume convenzionale, con misurazione della sezione al calcio; per le sezioni obbligate è ammessa una tolleranza di cm. 1 per lato; la rastremazione massima tollerata è di cm. 0,8 per metro.

b1) Squadrati di conifere

La lunghezza è arrotondata a m. 0,50 per difetto. Si segnalano in particolare:

- Travi uso Trieste: sono squadrate sui quattro lati e con poco smusso fino a circa un terzo della lunghezza; per la parte restante si tollera una squadratura più superficiale seguente la rastremazione del fusto.
- Lunghezza m. 4 o più; sezioni obbligate, quadrate o rettangolari, da cm. 8x8 a cm. 27x29.
- Travi uso fiume: sono squadrate a lati paralleli per tutta la lunghezza, con tolleranza di smusso; sezioni obbligate come uso Trieste,
- Travi uso Vallombrosa: la squadratura è più leggera di quella praticata per l'uso Trieste, viene però eseguita sui quattro lati da cima a fondo, con tolleranza di smusso; lunghezza m. 3 o più, con arrotondamento per difetto a m. 0,10; sezione libera da cm. 16x16 in su, senza tolleranza.
- Bordonali: sono così denominate comunemente le travi a sezione quadrata da cm. 26x26 in avanti, con lunghezza di m. 6 o più.
- Spigolo vivo: ovvero a sezione completamente squadrata fino allo spigolo.
-

b2) Squadrati di latifoglie

La lunghezza è arrotondata di m. 0,10 in m. 0,10 per difetto.

c) Segati

La lunghezza è espressa in metri, con due decimali. La larghezza è espressa in centimetri, senza decimali con arrotondamento matematico; per le tavole coniche (rastremate) viene rilevata a metà lunghezza, salvo per i segati di conifere; per le tavole semirefilate viene rilevata a metà lunghezza e a metà smusso; per le tavole in boules (tronchi segati e ricomposti) viene rilevata sulla faccia superiore di ciascuna tavola nell'ordine di composizione e quindi con risultato analogo. Lo spessore è espresso in millimetri; è ammessa una tolleranza di millimetri 2 in più o in meno. Sono da considerarsi a parte i cali per stagionatura naturale o essiccazione artificiale. Per i segati di produzione nazionale sono considerati normali gli spessori da mm. 40 a mm. 80, con progressione di mm. 5 in 5.

c1) Segati di conifere: abete rosso, larice e pino

- Segati: la lunghezza è arrotondata a m. 0,50 per difetto. La misura della larghezza è rilevata, su tavole collocate in piedi con la parte più larga in basso, a circa m. 1,60 dalla base; è ancora in uso la misurazione mediante corda. Si distinguono questi principali assortimenti: tombante o monte, primo netto, primo, secondo, secondo andante, terzo, terzo andante.
- Tavole: in relazione alle dimensioni si distinguono in:
 - normale: lunghezza m. 4, larghezza minima cm, 16, spessori da mm. 20 a 80;
 - lunghezza maggiorata: da m. 4,5 a m. 6;
 - sottomisura: larghezza da cm. 8 a cm. 15, spessore normale pari a mm 23;
 - bottolame: lunghezza da m. 2 a m. 3,5, larghezza minima cm. 16, spessori più comuni mm. 30, 40, 50 e 60;
 - cortame: lunghezza da m. 2 a m. 3,5, larghezza da cm. 8 a cm. 15.
- Travame e moralame: le travi segate possono essere a spigoli vivi o a spigoli commerciali (mercantili); per queste ultime la sezione viene misurata a metà lunghezza senza tener conto degli smussi. La smezzola ha una sezione rettangolare accentuata (da cm. 8x16 a cm. 12x28). li morale o corrente tipico ha lunghezza di m. 4 e sezione da cm. 5x5 a cm. 8x8; nel moralone 0 travetto la lunghezza arriva fino a m. 6 e la sezione a cm. 12x12; il mezzo morale ha sezione rettangolare da cm. 3x6 a cm. 6x12, Il listello o cantinella ha lunghezza da m. 2 a 4 e sezione ridotta (da cm. 1x2 a cm. 4x4). Le modalità di misurazione e vendita cambiano se si tratta di conifere pregiate (Douglas, Cedro, Cipresso etc.)

c2) Segati di latifoglie

La lunghezza è arrotondata per difetto di m. 0,10 in m. 0,10; tuttavia per i segati ricavati in Italia da tronchi esotici si sceglie anche al mezzo decimetro (sempre per difetto).

d) Tranciati

Si indicano con questo termine il sottile foglio di legno che si ottiene con l'operazione di tranciatura del tronco intero o, più frequentemente, di sezioni longitudinali dello stesso.

Lo spessore varia tra 4 e 30 decimi di millimetro; il più comune è quello di 6/10, denominato volgarmente anche "impiallacciatura" (termine che propriamente indica l'operazione con la quale si appone un sottile foglio di legno pregiato, detto "piallaccio", sopra una base di legno più comune o su di un pannello). Il tranciato è venduto misurandone la superficie, espressa in mq. con due decimali; la lunghezza è arrotondata per difetto di cm. 5 in cm. 5, la larghezza viene rilevata a metà lunghezza ed è arrotondata al centimetro intero per difetto. L'unità minima commerciata è il pacco costituita dall'insieme di 16 o 32 fogli ricavati in sequenza dallo stesso blocco di legno.

e) Derullati

Si indicano con questo termine i sottili fogli di legno che si ottengono con l'operazione di "derullatura" dei tronchi interi, scortecciati e perfettamente squadrati (regolarizzati a cilindro). Dopo la bollitura, la derullatura agisce allo stesso modo di un temperamatite, con cilindri che girano mentre la lama sta ferma, generando un grande truciolo di foglia, in dimensioni pari all'intera lunghezza dei tronchi.

I derullati che si ottengono sono continui e lunghi in funzione del diametro dei tronchi. Il rotolo di legno viene poi tagliato in fogli regolari per il successivo montaggio, per sovrapposizione a fibre incrociate, in pannelli. La tecnica della derullatura è fondamentale per la fabbricazione dei compensati, ottenuti da legni molto poveri (es. pioppo e betulla), dove rispetto all'esaltazione della vena, tipica della trancia, ha maggiore interesse la continuità e l'ampiezza della superficie.

f) Pannelli

La voce generica indica un elemento caratterizzato da superficie regolare e notevole con spessore proporzionalmente modesto. La produzione e l'impiego di pannelli nella costruzione di mobili e nell'arredamento in genere ha avuto un notevole sviluppo negli ultimi anni.

La vendita avviene a superficie per i pannelli di spessore più modesto e a volume o a superficie per gli altri. Le dimensioni superficiali sono espresse con arrotondamento al centimetro intero utile; lo spessore è indicato in millimetri. Molteplici sono gli elementi che ne caratterizzano il valore commerciale: tecnica costruttiva, materiali impiegati (in particolare per l'eventuale rivestimento esterno di pregio), incollaggio, densità, aggiunta di sostanze che conferiscono particolari qualità (pannelli ignifughi, idrofughi) ecc.

In relazione alla composizione si distinguono i più commercializzati.

f1) Compensato

È costituito dall'incollaggio di più fogli sottili di legno posti con le fibre in direzione incrociata; i più comuni sono costituiti da tre fogli di pioppo per uno spessore complessivo di 3 o 4 mm, e sono venduti a mq.

Quando sono usati 5 fogli o più per ottenere spessori da mm. 8 fino a mm. 40 si parla più comunemente di multistrati e la vendita avviene a mc.

I controplaccati sono rivestiti sulle due facce con un legno di maggior pregio e con il nome di quest'ultimo vengono comunemente denominati; i più comuni hanno uno spessore di mm. 4 e n. 5 strati complessivi. Sono venduti a mq. anche per gli spessori maggiori.

f2) Pannelli composti

Il più comune è di c.d. Paniforte Listellare, costituito da un'anima formata con l'accostamento di listelli (normalmente di pioppo o abete) rivestita con uno o due sottili fogli di legno su ciascuna faccia.

f3) Pannelli di particelle

Comunemente detti "truciolari", sono costituiti da minute scaglie di legno spruzzate con resine e pressate a caldo. Le superfici possono essere grezze, trattate oppure ricoperte con materiali di finitura.

Sono detti "laminati" i truciolari ricoperti con strati di carta impregnata o sottili fogli di plastica; altrettanto genericamente sono detti "nobilitati" i truciolari muniti di finitura colorata a imitazione del legno o comunque decorativa; vengono commercializzati anche truciolari ricoperti con vero e proprio laminato plastico decorativo.

Per truciolari placcati s'intendono invece quelli ricoperti con un sottile foglio di legno pregiato. I truciolari grezzi sono venduti a metro quadro e a metro cubo. I truciolari nobilitati, laminati e placcati sono venduti a metro quadro e a metro cubo.

f4) Pannelli di fibra

Sono ottenuti dalla sfibratura del legno con aggiunta di additivi e successiva compressione più o meno spinta della pasta ottenuta. I pannelli grezzi sono venduti a metro cubo, mentre i pannelli nobilitati sono venduti a metro quadro. In relazione alla densità finale si distinguono:

- P. isolanti o porosi (fino a 40 gr/cm³)
- P. semiduri (da 40 a 80 gr/cm³)
- P. duri (oltre 80 gr/cm³) I pannelli duri hanno spessore modesto (da 2 a 7,5 mm) e sono spesso conosciuti con le denominazioni commerciali di fabbrica (Masonite, Faesite ecc.); talvolta presentano superfici decorative.

Negli ultimi anni hanno registrato un notevole sviluppo i ed. Pannelli a media densità (o M.D.F. = medium density fiberboard), caratterizzati appunto da una densità intorno ai 75 gr/cm³ (48 lbs. per piede cubo) e con spessori tra 1,8 e 50 mm. Presentano una compattezza sufficientemente uniforme e si prestano quindi a lavorazioni anche complesse sulle superfici e sui bordi.

§ 2 – Contrattazioni

Per gli assortimenti di legname importati da altre province valgono gli usi e le consuetudini dei luoghi di provenienza.

La consegna si intende effettuata franco partenza o franco arrivo fra le parti con particolare riferimento al valore minimo della commessa.

- SEMILAVORATI

§ 3 - Perline e listoni

Per listoni e perline si intendono "tavole di legno piallato e sagomato, che si differenziano per il loro spessore, i cui orli sono lavorati e scanalati per permetterne l'adattamento, mediante incastro, dei relativi pezzi tra di loro".

La misurazione di detti manufatti viene effettuata in base alla superficie effettiva della tavola greggia da cui tali manufatti sono ricavati (ivi compresi quindi gli sfridi di lavorazione e l'orlo di battuta). Ne consegue che, con riferimento alla perlina più commercializzata (larghezza cm. 10), un metro quadro convenzionale di prodotto è atto a ricoprire circa mq. 0,90 di superficie effettiva. I listoni di spessore maggiore hanno larghezza variabile da cm. 15 a cm. 20, compreso l'incastro.

§ 4 - Parquets

I parquets composti (ottenuti dall'assemblaggio di listoni o tavolette) e/o prefiniti, sono misurati a superficie utile effettiva. Si acquistano a metro quadro.

B) COMPENSATI

(V. lettera A, punto e)

C) MOBILI E INFISSI

- MOBILI

§ 1 - Denominazioni

Con la denominazione "in noce", "in mogano", oppure "di noce", "di mogano", etc. si intende designare mobili in cui la sola parte esterna è impiallacciata, o placcata con i predetti legni.

L'attributo "massiccio" o "massello" viene riferito a un mobile costruito interamente e in tutti gli spessori con legni naturali non ricomposti. Lo stesso termine può essere impiegato anche per mobili in cui sia di legno naturale non ricomposto e per tutto lo spessore anche la sola parte a vista. Quando il mobile è massiccio, detta sua qualità viene espressamente dichiarata, altrimenti occorre specificare la composizione del suo interno che può essere realizzata in paniforte, listellare, truciolare, tamburato, medium density o altri materiali.

Con l'espressione "a noce", "a mogano", ecc. e "tinto noce", "tinto mogano", ecc. si indicano mobili che hanno la tinta in color noce, mogano, ecc. applicata su essenze diverse.

Con le espressioni "Finitura effetto noce" o "Rivestimento effetto noce" oppure "Finitura sintetica effetto noce" o "Rivestimento sintetico effetto noce" si indica un rivestimento sintetico a imitazione dell'essenza naturale.

§ 2 – Consegna

Nelle vendite a privati, sia da parte di fabbricanti che da parte di commercianti, è uso che i mobili siano venduti messi in opera presso l'acquirente; per le consegne da effettuarsi fuori dell'ambito del Comune oppure per messe in opera particolarmente laboriose la maggiore spesa di trasporto e mano d'opera è a carico dell'acquirente.

Nel settore dei mobili ed accessori venduti in kit di montaggio, la merce è venduta "franco negozio", escludendo servizi di trasporto e montaggio.

- INFISSI

(V. titolo VII - Cap. 1, lettera B "Opere edilizie e stradali")

D) LAVORI IN SUGHERO

§ 1 - Sughero

Il sughero viene utilizzato, come componente di supporto, anche per pavimenti e rivestimenti; in tal caso si vende al mq, e in formati diversi.

XII - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE DELLA CARTA, POLIGRAFICHE E FOTOCINEMATOGRAFICHE

A) CARTA E CARTONI

§ 1 - Ordinazioni

Le ordinazioni ricevute, come pure i preventivi eseguiti a mezzo degli agenti non delegati ad operare in nome e per conto della casa venditrice, sono sempre soggetti all'approvazione della Casa mandante. Qualora l'ordine non sia stato rifiutato entro 5 giorni lavorativi dall'assunzione da parte dell'agente, o dal ricevimento in caso di ordine diretto, si intende accettato, sempre che ne sia provata la trasmissione o la consegna.

§ 2 - Ordinazioni speciali

Nei casi di ordinazione di carte speciali, il committente è obbligato ad accettare alle condizioni contrattuali il fabbricato in più o in meno fino al 20% per le commissioni fino a 500 kg. e del 15% oltre i 500 kg.

§ 3 - Specie di vendita

La carta è contrattata a peso oppure a risma o rotoli o bobine del peso convenuto o pianali. In quest'ultimo caso la carta viene impilata su pianali di legno serrati con involture di polietilene o carte trattate. La risma di carta stesa è composta di 500 fogli. La risma di carta allestita e piegata (bianca o rigata) può essere composta di 400 o 500 fogli. La carta, comunque confezionata, deve riportare gli elementi identificativi della qualità, della quantità, il numero di fabbricazione ed il verso di fibra.

§ 4 - Composizione dell'impasto e collatura

Il fabbricante è libero di comporre l'impasto come meglio ritiene, a condizione che il prodotto risponda alle proprietà del tipo richiesto o del campione base. Se è convenuta carta senza pasta di legno, si intende che la carta, anche se composta di qualunque genere di fibre vegetali, non deve contenere pasta di legno meccanica.

§ 5 - Peso ed imballaggi

Nel peso nominale della carta, indicato per risma o pacchi o per rotoli, non dev'essere compreso il peso della confezione e precisamente il peso della carta da involti, dei cartoncini di rinforzo, dei nastri e dei cordoncini, ma dev'essere indicato il peso netto della merce e lordo con la confezione.

§ 6 - Tolleranze sulla carta

Sul peso per metro quadrato della carta, indicato nella commissione, è ammessa una tolleranza in più o in meno nella seguente misura:

- a) per la carta in formati (escluse le carte da impacco e imballo): sino al 5 % per le carte inferiori a 20 gr. per metro quadrato; sino al 4% per carte del peso da 21 a 40 gr. per metro quadrato; sino al 3 % per carte del peso da 41 a 60 gr. per metro quadrato; sino al 2 % per carte del peso da 61 a 240 gr. per metro quadrato; sino al 4% per le carte del peso superiore a 240 gr. per metro quadrato; sino al 5 % per tutte le carte a mano in genere e per tutte le carte asciugate ad aria (gelatinate);
- b) per la carta in rotoli, nei limiti delle tolleranze previste per le corrispondenti carte in formato (vedi punto a);
- c) per le carte da impacco e da imballo, sia in formato sia in rotoli, sino al 5 %;
- d) per le carte ondulate, sino al 6%.

Ogni carta deve riportare, per singola partita, anche l'indicazione specifica della mano.

L'accertamento della rispondenza del peso effettivo a quello contrattato non è affatto in base al peso di singoli fogli o di pezzi staccati di rotoli eccedenti i limiti di tolleranza ma sulla media di più fogli dell'intera partita.

Le carte in formato disteso sono fornite non squadrate e cioè tali come provengono dalle macchine continue o dalle tagliatrici in foglio.

Sulle carte stese è ammessa una tolleranza di misura di 2 mm. in più o in meno sulle due dimensioni.

Uguale tolleranza è ammessa sulla larghezza delle carte in rotoli di grande formato.

Sulle carte rifilate e squadrate la tolleranza ammessa è di mm. 0,5. Le carte di paglia greggia sono fornite intonse.

Leggere differenze (più o meno 1,5-2% sul valore dichiarato) di tinta e di purezza delle carte (ed. 'punto di bianco') misurate con un valore spettrofotometrico siglato CE Lab non danno luogo a reclami o rifiuto da parte del committente; leggere differenze di spessore misurate in micron sulla base di norme ISO534 (sino al 3% del valore dichiarato) non danno luogo a reclami o rifiuto da parte del committente; le stesse piccole differenze sono ammesse tra le differenti parti di una medesima ordinazione le quali, per quanto riguarda la tinta, devono invece essere accuratamente separate nella scelta e segnalate al committente in fattura. Possono invece dar luogo a reclamo differenze di colore quando la fornitura è riferita a un ordine di colore a campione.

Nelle forniture di carte in rotoli non sono accettati dal fabbricante scarti di ritorno di carta stampata.

I rotoli difettosi devono essere tenuti a disposizione del fornitore.

Per la carta da giornale non è ammessa la liquidazione delle fatture a resa, cioè ragguagliata al numero delle copie stampate del giornale.

Per le confezioni di cartoni in fogli, in pacchi da 25 Kg, la tolleranza ammessa è:

di fogli 1 in più o in meno per pacchi da 8 a 30 fogli;

di fogli 2 in più o in meno per pacchi da 35 fogli in avanti.

§ 7 - Formati dei cartoni

I cartoni fini sono del formato di cm. 70x100. I cartoni vegetali, cuoio e bianco, ed i cartoni greggi fabbricati a mano-macchina, sono forniti non refilati, nel formato di circa cm. 71x101.

B) PRODOTTI TIPOGRAFICI

§ 1 - Ordinazioni

L'ordinazione o commissione può essere fatta direttamente all'azienda grafica oppure trasmessa a mezzo dei suoi viaggiatori o rappresentanti; in entrambi i casi il contratto di vendita si intende effettuato presso la sede dell'azienda grafica venditrice.

Qualora l'azienda grafica non abbia rifiutato l'ordine entro 5 giorni lavorativi dall'assunzione dell'ordine stesso da parte dell'agente, ovvero dalla data del ricevimento in caso d'ordine diretto, l'ordine si intende accettato. L'ordinazione o commissione fatta a mezzo rappresentante o viaggiatore è subordinata all'approvazione dell'azienda grafica venditrice. La vendita viene effettuata per merce resa a domicilio dell'azienda grafica.

§ 2 - Preventivi

Le offerte e i preventivi semplici sono a carico delle aziende offerenti.

I preventivi e le offerte se accompagnati, a richiesta del committente, da progetto di esecuzione di lavoro, disegni, pagine di saggio, bozzetti, composizioni di prova, od altro, sono a carico del committente qualora non segua l'ordinazione.

Il preventivo per la fornitura di volumi, dei quali è impossibile calcolare precedentemente il numero delle pagine, si fa ad un tanto al "sedicesimo".

Le pagine bianche o solo parzialmente stampate vengono fatturate allo stesso prezzo delle pagine interamente stampate.

I prezzi segnati su preventivi impegnano l'azienda grafica per 30 giorni, e si intendono preparati per:

- a) originali manoscritti, dattiloscritti o su file;
- b) originali su supporti magnetici trasmessi via cavo compatibili con la tecnologia in uso. Qualora non fossero compatibili saranno a carico del committente le eventuali spese di interfacciamento o altre comunque necessarie per il supporto o l'invio compatibile.

Il committente ha diritto al ritiro delle bozze e delle bozze impaginate.

Non si intendono compresi nel prezzo del preventivo e vengono perciò fatturati a parte:

- a) le bozze richieste in più, specificando il numero e il tipo;
- b) il maggior costo per le lavorazioni che per causa o ordine del cliente devono essere eseguite in ore straordinarie;
- c) le spese occorrenti a rendere gli originali di fotografie, i disegni, gli scritti poco chiari e tutto il materiale in condizioni adatte alla regolare lavorazione;
- d) i clichés, i punzoni, o le fustelle, quando non siano dettagliatamente specificati nel preventivo.

La consegna, successiva alla presentazione del preventivo, degli originali e del materiale necessario per l'esecuzione del lavoro costituisce accettazione integrale delle condizioni del preventivo stesso, anche se a questo non è stato dato regolare benestare, salvo la verifica da parte del fornitore della corrispondenza dei materiali ricevuti all'oggetto della fornitura preventivata, entro 5 giorni lavorativi.

§ 3 - Modificazioni ordinate dal committente

Iniziato il lavoro, le spese relative a qualunque modificazione ordinata dal committente sono a suo carico.

Tutte le comunicazioni o variazioni relative al lavoro da eseguire devono essere date per iscritto. Le comunicazioni e variazioni fatte verbalmente non sono in nessun caso opponibili all'azienda grafica.

Le modificazioni al testo delle composizioni, il cambiamento del carattere precedentemente convenuto, la variazione delle disposizioni del testo, della giustezza e dell'impaginazione e le composizioni non utilizzate sono a carico del committente.

§ 4 - Quantitativi di stampa

I quantitativi ordinati sono soggetti ad una tolleranza dal 2% al 10% in più o in meno a seconda della quantità, qualità e difficoltà del lavoro.

Il committente è tenuto al pagamento della quantità effettivamente consegnata. Tutte le copie, che per disposizioni di legge e di regolamento debbono essere consegnate a Enti o Autorità, sono a carico del committente.

§ 5 - Esecuzione

L'azienda grafica, per esigenze tecniche, non risponde della esatta riproduzione delle tonalità degli originali a colori, ma è tenuta ad ottenere la massima approssimazione possibile nell'esecuzione definitiva, compatibilmente con il numero dei colori ed il sistema di stampa adottato. Con riferimento ai manifesti, ove non siano intervenuti tra le parti precisi accordi sulla destinazione e l'uso del prodotto, l'azienda grafica non risponde dell'inalterabilità dei colori a causa di agenti chimici o atmosferici. L'azienda grafica non assume responsabilità per errori sfuggiti all'attenzione del committente nella correzione di bozze di stampa o delle prove. Se il committente non restituisce la cianografica firmata, o si limita a dare una semplice autorizzazione per iscritto alla stampa, l'azienda grafica è esente da qualsiasi responsabilità per eventuali errori non segnalati.

Il committente risponde delle maggiori spese per qualsiasi sospensione del lavoro dovuta a causa a lui imputabile.

Il committente è tenuto a restituire le bozze corrette entro un termine da 30 a 60 giorni a seconda della mole e della natura del lavoro; qualora, per ritardo nella restituzione delle bozze, l'azienda grafica debba tenere il materiale lavorato immobilizzato per un tempo superiore a quello sopra

indicato, il committente è tenuto a corrispondere un compenso valutato su una base dall'1% al 2 % al mese del valore del materiale stesso.

Comunque, trascorsi 60 giorni dalla scadenza del termine suddetto l'azienda grafica ha diritto al pagamento del lavoro eseguito e dell'investimento realizzato per quel prodotto.

§ 6 - Proprietà artistica

Il diritto di riproduzione di ogni modello di composizione grafica, di ogni disegno, bozzetto, fotografia, confezione, resta riservato all'azienda grafica che lo ha creato e messo in atto. Ciò vale anche per le idee ricavate da tali lavori.

La consegna di un modello, disegno, bozzetto, fotografia, confezione al committente, anche con i relativi clichés e pellicole, non implica la cessione del diritto di usufruirne in proprio, né di trasmetterlo ad altri per le riproduzioni a stampa.

Anche quando il cliente abbia acquistato il diritto di riproduzione, la proprietà industriale e in particolare i brevetti rimangono in ogni caso di proprietà esclusiva del titolare dei diritti.

Se l'azienda grafica stampa in esclusiva per un proprio cliente un soggetto ricavato da bozzetto dello stampatore, quando non vengano commissionate le stampe per 2 anni dall'ultima consegna, il soggetto si intende svincolato dall'esclusiva. La consegna da parte del committente degli originali da riprodurre implica per il committente stesso garanzia del diritto di proprietà e/o di riproduzione dei suddetti originali.

§ 7 - Materie prime e quantitativi di scarto

La materia prima necessaria all'esecuzione dell'ordine può essere fornita dall'azienda grafica o dal cliente.

La carta, i cartoni, le tele e qualsiasi altro materiale sono forniti dall'azienda grafica e venduti alla clientela con le medesime tolleranze e norme cui le cartiere e gli altri produttori usano subordinare le loro vendite ai grafici.

Per quei tipi di carta che richiedono una speciale fabbricazione, il committente è tenuto ad anticipare la metà del costo complessivo della carta.

Per quei lavori la cui durata, giustificata dalla mole, sia superiore a tre mesi, lo stampatore non è tenuto a mantenere costanti il tipo e il prezzo della carta, a meno che il committente non anticipi l'importo dell'intera fornitura.

Nel caso che la carta necessaria al lavoro commissionato sia fornita dal committente, essa deve avere i requisiti necessari alle esigenze tecniche del sistema di stampa impiegato. L'azienda grafica non risponde dei difetti di stampa dipendenti dalla qualità della carta fornita.

Quando il committente fornisce la carta all'azienda grafica, nel rendiconto di questa, è ammesso uno scarto complessivo sul prodotto finito dal 3 all'8%. Le percentuali di scarto sono calcolate in relazione alla quantità, alla qualità, al numero dei passaggi e alle difficoltà di stampa.

Per la legatoria è ammesso uno scarto dall'1 % al 3 % sui fogli stampati a seconda della quantità, qualità e difficoltà dei lavori.

Per le tele, i cartoni e le carte per rivestimento di copertine fornite dal committente è calcolato uno scarto dal 2% al 4% sul numero delle copertine ricavabili dal suddetto materiale.

I ritagli, gli scarti di stampa, i fogli guasti, gli imballaggi della carta fornita dal cliente e qualsiasi altro materiale costituisca allestimento della medesima, rimangono di proprietà dell'azienda grafica.

§ 8 - Stampa periodica

Le pubblicazioni a carattere periodico in genere (giornali, riviste, bollettini, ecc.) si intendono assunte con reciproco impegno di regolare pubblicazione per tutta la durata dell'anno solare e dell'anno scolastico in corso, impegno che si intende rinnovato qualora una delle parti non ne abbia dato disdetta entro due mesi dalla scadenza.

Il pagamento della stampa dei periodici viene effettuato alla consegna di ogni numero.

§ 9 - Termini di consegna

I termini di consegna sono prorogati per un periodo pari alle eventuali sospensioni di lavoro provocate da novità legislative, cause di forza maggiore o gravi impedimenti di carattere tecnico (rottura di macchine, interruzioni forza motrice, consegna di materie prime di espressa fabbricazione, scioperi, serrate, ecc.), sia da ritardi verificatisi nella trasmissione di originali, bozze o prove di stampa non imputabili all'azienda grafica.

Se, a richiesta del committente, il lavoro viene tuttavia compiuto in termine inferiore a quello convenuto o prorogato, il lavoro eseguito in ore straordinarie, notturne e festive comporta un'equa maggiorazione dei prezzi. Se il cliente non provvede tempestivamente al ritiro della merce, l'azienda grafica ha facoltà di spedirla, per conto e a spese dello stesso. Qualora l'azienda grafica non si avvalga di tale facoltà, ha diritto di emettere la fattura e di chiedere un compenso per il magazzinaggio e non risponde di eventuali perdite o avarie della merce giacente nel suo magazzino, dovute non a sua colpa.

§ 10 - Pagamenti

Il pagamento s'intende convenuto alla consegna della merce.

§ 11 - Reclami

Le merci riscontrate difettose debbono essere tenute a disposizione dell'azienda grafica per quindici giorni dalla data dell'avvenuta contestazione, per i necessari controlli.

Le contestazioni relative alla merce comunque stampata o confezionata si svolgono comunemente presso la sede dell'azienda grafica.

D) LIBRI

§ 1 - Oggetto del contratto

Oggetto del contratto è la vendita di libri di nuova edizione e di ristampe che il libraio o il cartolibrario ordina direttamente all'editore o agli intermediari, anche su prenotazione, ed il riordino di opere esistenti nel catalogo, se non esaurite.

§ 2 - Commissione (contenuto)

Nella commissione, tramite agente, vengono indicati le quantità, il titolo dei libri e l'edizione secondo il listino pubblicato dall'editore.

§ 3 - Conclusione del contratto

La vendita di libri nuovi e di ristampe, se effettuata tramite agente, è subordinata all'accettazione dell'editore.

§ 4 - Clausole speciali

L'editore, sui contratti dei libri nuovi e delle ristampe, normalmente applica ai rivenditori librai uno sconto del 30-35% sui prezzi di copertina netti se la consegna è definita in conto assoluto, Su un quantitativo di 12 unità l'editore concede una copia omaggio. Lo sconto sul prezzo netto dei libri scolastici varia dal 19 al 25%, con 2% minimo di spese a carico dell'acquirente, in conto assoluto senza resa.

§ 5 - Unità di contrattazione

I libri nuovi vengono contrattati a unità.

E) LEGATORIA

§ 1 - Brossura

Per la legatura a carattere editoriale, in brossura, di partite di volumi tutti uniformi per grandezza e quantità di pagine, il costo della legatura viene calcolato a un tanto al "punto" ogni segnatura. Nell'uso le seguenti lavorazioni supplementari, vengono di massima calcolate come segue;

applicazione della coperta a volumi fino a 240 pagine: punti 3

applicazione della coperta a volumi di oltre 240 pagine: punti 4

applicazione della sopracoperta: punti 5

tagliatura del volume dai tre lati, fino a 25 fogli: punti 2

tagliatura del volume dai tre lati, oltre 25 fogli: punti 4

applicazione tavole semplici su un lato dei foglio: punti 2

applicazione tavole doppie (quartini) accavallate al foglio: punti 2

applicazione tavole nel centro dei foglio con apertura del medesimo: punti 3

applicazione tavole doppie (quartini) intercalate nell'interno del foglio con apertura del medesimo: punti 3

applicazione tavole nell'interno del foglio per cui si richiede un taglio in testa: punti 3

applicazione tavole nell'interno del foglio per cui si richiedono due tagli del medesimo: punti 3

applicazione tavole con risvolta (bracketta): punti 3

applicazione tavole con risvolta e una piega: punti 3

applicazione di una fascetta alla coperta: punti 4 sola piegatura e raccolta: punti 2/3

§ 2 - Consegne a cura della legatoria

Il legatore è tenuto ad effettuare contemporaneamente sia la consegna ai committente che le eventuali consegne a terzi, preventivamente indicati dal committente stesso, se clausola dell'accordo o del preventivo accettato riporta consegna "franco destino", altrimenti se il ritiro della merce è a carico del committente, la merce stessa si intende "franco fabbrica".

F) IMBALLAGGI E CONFEZIONI

§ 1 - Definizione

Per imballaggi e confezioni si intendono gli astucci, le scatole pieghevoli, le scatole, gli imballaggi cilindrici, i sacchi, i sacchetti, le buste, i contenitori e le confezioni in genere di carta, cellophane, cartoncino e cartone teso o altri materiali.

§ 2 - Unità di base di contrattazione

Le contrattazioni vengono effettuate a numero o a peso ed i prezzi indicati nell'offerta sono al netto di qualsiasi tributo.

§ 3 - Termini di consegna

Nel caso in cui siano previsti "ritiri a richiesta", il ritiro deve avvenire entro e non oltre 6 mesi dalla notifica della conferma d'ordine o dalla data dell'ultima consegna espressamente pattuita.

§ 4 - Perizie

In caso di contestazione di carattere tecnico, le parti contraenti sono solite ricorrere agli accertamenti di "Innovhub SSI – Divisione Stazione sperimentale Carta, Cartoni e Paste per Carta, azienda Speciale della Camera di Commercio di Milano".

G) CARTE SPECIALI PER IMBALLAGGIO E CONFEZIONI E IMBALLAGGI DI CARTA SPECIALE

§ 1 - Definizione

Nelle carte speciali per imballaggio rientrano, oltre alle carte all'uopo trasformate, anche le carte accoppiate per imballaggio.

§ 2 - Tolleranze

Le tolleranze riconosciute sono le seguenti:

- a) sulla grammatura, per le carte speciali la tolleranza media è del 10% in più o in meno con possibilità di massima escursione del 2% in più o in meno;
- b) sulla quantità, per le confezioni e gli imballaggi:
 - 25% per le ordinazioni fino a Kg. 500;
 - 22% per le ordinazioni da Kg. 500 a Kg. 1.000;
 - 18% per le ordinazioni da Kg. 1.000 a Kg. 2.500; 15 % per le ordinazioni oltre Kg. 2,500.

§ 3 - Verifica della merce

La verifica delle, qualità essenziali o contrattuali va eseguita su una pluralità di campioni prelevati a caso.

Per il materiale in bobine la verifica va effettuata sul 5% della fornitura con prelievo di due campioni, distanziati fra loro, per bobina; per gli altri prodotti, con il prelievo di due campioni sul 5% della merce con riferimento all'unità di imballaggio (pacchi, risme, scatole, ecc.). In ogni caso il numero dei campioni non deve essere inferiore a dieci.

Per quanto riguarda la grammatura, l'unità di misura minima per il controllo è il decimetro quadrato, senza tener conto dell'incidenza del peso della stampa.

§ 4 - Perizie

In caso di contestazione di carattere tecnico, le parti contraenti sono solite ricorrere agli accertamenti di "Innovhub SSI – Divisione Stazione sperimentale Carta, Cartoni e Paste per Carta, azienda Speciale della Camera di Commercio di Milano".

H) CARTA E CARTONE ONDULATI E IMBALLAGGI DI CARTA E CARTONE ONDULATI

§ 1 - Unità di base di contrattazione

La carta e il cartone ondulati sono contrattati a peso o a superficie, mentre gli imballaggi e le confezioni di carta e cartone ondulati sono contrattati a numero. La grammatura della carta e del cartone ondulati è indicata in grammi per metro quadrato.

§ 2 - Imballaggio

Ove sia richiesto un imballaggio speciale per la merce, questo viene fatturato a parte.

§ 3 - Tolleranze

Le tolleranze riconosciute sono le seguenti:

a) sui formati:

per la carta ondulata "non refilata" è riconosciuta una tolleranza sull'altezza dell'1% in più o in meno e del 2% in più o in meno sulla lunghezza eventualmente convenuta;

per i cartoni ondulati "non refilati" in fogli è riconosciuta una tolleranza in più o in meno dell'1% nel senso dell'altezza e di mm. 20 in più o mm. 10 in meno nel senso della lunghezza; per gli imballaggi di cartone ondulato, quando le ordinazioni sono date dal committente con dimensioni interne specificate, anche mediante disegno o campione, la tolleranza riconosciuta su ognuna delle dimensioni è di mm. 2 in meno o mm. 5 in più per gli imballaggi che totalizzano sino a mm. 1.500 nelle loro tre dimensioni addizionate; per gli imballaggi superiori a mm. 1.500 la tolleranza è portata ad un massimo di mm. 8 in più o mm. 3 in meno per ciascuna dimensione.

b) sulla qualità:

sulla grammatura a metro quadrato della carta e del cartone ondulati in foglio e degli imballaggi di carta o di cartone ondulati sono riconosciute tolleranze in più o in meno del 5%

c) sulla quantità:

per la carta e il cartone ondulati è riconosciuta una tolleranza in più o in meno sul quantitativo ordinato del: 20% sino a 5 ql. 15% da 5 a 20 ql. 10% oltre i 20 ql.

per gli imballaggi e le confezioni di carta e cartone ondulati è riconosciuta una tolleranza in più o in meno sul quantitativo ordinato del:

20% sino a n. 500 casse o pezzi;

15% da n. 500 a n. 2.000 casse o pezzi;

1% oltre 2.000 casse o pezzi.

Nelle forniture di carta e di cartone ondulati è consentita la consegna di una seconda scelta, senza variazione di prezzo, sino ad un massimo del 3%.

È ammessa inoltre la consegna di un ulteriore 3% di "seconda scelta" con una riduzione - limitatamente a questo quantitativo - del 10% sul prezzo pattuito.

§ 4 - Perizia

In caso di contestazione di carattere tecnico, le parti contraenti sono solite ricorrere agli accertamenti di "Innovhub SSI – Divisione Stazione sperimentale Carta, Cartoni e Paste per Carta, azienda Speciale della Camera di Commercio di Milano".

XIII - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE METALLURGICHE

Nessun uso accertato

XIV - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE MECCANICHE

A) MACCHINE E APPARECCHI DIVERSI - MACCHINE AD USO AGRICOLO

§ 1 - Mediazione

Nella compravendita di macchine agricole al mediatore spetta, da parte del solo venditore, la provvigione del 2%

§ 2 - Macchine nuove ed usate

Per le macchine agricole nuove, medie e grosse, si effettua all'atto della consegna presso l'azienda dell'acquirente una prova di funzionamento per accertare da parte del cliente le caratteristiche della macchina.

Le macchine usate vengono vendute con la clausola "vista e gradita nelle condizioni in cui si trova".

- MACCHINE PER USO UFFICIO E FAMILIARE

Nessun uso accertato

- MACCHINE UTENSILI PER INDUSTRIA, MACCHINE PER USO UFFICIO E FAMILIARE

§ 3 – Consegna e imballaggio

La consegna si intende:

- a) per le macchine utensili e per industria, franco stabilimento del fornitore, imballo al costo, montaggio a carico del compratore anche se viene impiegato personale della ditta fornitrice;
- b) per le macchine per uso ufficio e per uso familiare, franco dominio del compratore, netto da imballo, funzionante.

Qualora, in deroga a quanto stabilito al punto a), le parti abbiano convenuto la consegna di macchine utensili e per industria "franco destino", lo scarico dal mezzo di trasporto ed i rischi conseguenti alla scarica sono a carico dell'acquirente.

B) MEZZI DI TRASPORTO

- AUTOVETTURE E MOTOVEICOLI

§ 1 - Contrattazioni degli autoveicoli

Gli autoveicoli nuovi vengono venduti con consegna franco rivenditore.

Gli autoveicoli usati sono venduti corredati da una ruota di scorta, crick, triangolo lampada.

§ 2 Garanzie- Veicoli usati

La clausola visto ed accettato vige anche nella vendita fra commercianti.

La risoluzione del contratto è esclusa quando l'automezzo si rilevi affetto da vizi che sia possibile eliminare con opportune riparazioni atte a ripristinare l'efficienza dell'automezzo stesso.

Il venditore deve dichiarare, sotto la sua piena responsabilità, che i chilometri indicati nel contachilometri dell'auto sono quelli effettivamente percorsi dall'auto.

Ove venga accertato che l'auto consegnata abbia percorso un numero di chilometri superiore a quello indicato, l'acquirente avrà la facoltà insindacabile o di restituire l'auto in contestualità alla consegna da parte venditrice del valore corrispettivo risultante dal contratto, maggiorato degli interessi al tasso ufficiale di sconto e la rivalutazione monetaria della somma dal giorno del contratto al saldo effettivo, oppure pretendere il corrispettivo del minor valore dell'auto secondo i valori mensili pubblicati da Quattroruote all'epoca del contratto. Sono fatti salvi tutti i maggiori danni.

§ 3 Mediazione

La provvigione del mediatore è dovuta dal solo venditore.

§ 4 Riparazione autoveicoli e motoveicoli

Le riparazioni si intendono eseguite a regola d'arte secondo la tecnologia dettata dalle case costruttrici, con rilascio di documentazione dettagliata del lavoro svolto.

Il costo delle riparazioni viene addebitato a preventivo o in base alle tariffe orarie comunicate al cliente.

Qualora, in corso di riparazione, risulti che il costo della stessa superi sensibilmente la cifra preventivata o, in mancanza di preventivo, il valore commerciale del veicolo, o comporti interventi non precedentemente concordati con il cliente, il riparatore è tenuto a informare lo stesso.

- NATANTI DA DIPORTO

§ 5 - Contrattazioni di natanti da diporto usati

I natanti da diporto usati vengono venduti a terra garantendo la funzionalità delle parti strutturali e della motorizzazione o della velatura indicando altresì la velocità approssimativa dello scafo e le doti di navigabilità dello stesso.

Detti natanti vengono sottoposti a prova. La prova consiste nel verificare la rispondenza del natante alle caratteristiche indicate nel contratto.

Le spese di varo e di prova sono a carico del compratore in caso di prova favorevole e a carico del venditore in caso di prova negativa.

§ 6 - Mediazioni

L'indicazione o la segnalazione di un affare da parte di un mediatore legalmente riconosciuto fa sorgere per quest'ultimo il diritto a percepire una provvigione. La provvigione è dovuta nella misura del 5% dal venditore e del 5% dal compratore sul prezzo pattuito. La provvigione viene pagata alla firma del contratto preliminare di vendita.

§ 7 - Noleggio di natanti da diporto

La provvigione spettante al mediatore è del 10 % dell'importo totale del nolo, quale esso figura dal contratto di noleggio, ed è pagata totalmente dal proprietario, o dall'armatore del natante, o dal legale rappresentante della società proprietaria del natante, alla firma del contratto stesso.

- CARAVANS

§ 8 Condizioni di vendita

I caravans nuovi vengono venduti generalmente con la consegna "franco rivenditore".

- AUTOCARAVAN-MOTOCARAVAN-MOTOR HOME

§ 9 Mediazione

La provvigione del mediatore è dovuta dal solo venditore.

- MEZZI PESANTI

Vigono nel settore gli stessi usi accertati per gli autoveicoli in materia di contrattazione, mediazione e di riparazione.

È comunque invalso l'uso di effettuare prove su strada dei mezzi pesanti usati prima della vendita e di fornire un maggior corredo di accessori.

XV - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE DELLA TRASFORMAZIONE DEI MINERALI NON METALLIFERI

A) PERLE, GEMME E PIETRE PREZIOSE NATURALI E SINTETICHE

- PREZIOSI

§ 1 - Perle

Le perle possono essere di origine di fiume (o di acqua dolce) o di mare. Esse si classificano:

- a) perle naturali, a forma rotonda o barocche (con deformazioni e protuberanze);
- b) perle coltivate, cioè ottenute artificialmente dall'uomo, mediante introduzione di un pallino di differente diametro per ottenere differenti calibri o grandezze nella conchiglia;
- c) mezze perle, ottenute previo riempimento della madreperla, fino ad avere una mezza perla. Il termine che indica detta mezza perla è perla Mabe.

Esistono inoltre le perle artificiali, dette di Maiorca, prodotte completamente dall'uomo.

Le perle possono assumere diversi colori dal bianco perla, al grigio, a nero fumo e giallo oro.

§ 2 - Diamanti

La denominazione "diamante" si applica esclusivamente al carbonio puro - durezza 10 proveniente da giacimenti naturali di cui i maggiori si trovano in Sudafrica, Sud America, Russia, India e Australia. Tagli e lavorazioni

- a) diamante: brillante tagliato e sfaccettato sopra e sotto;
- b) taglio a rosa: diamante lavorato con una tavola di base, sfaccettato solo sulla parte superiore;
- c) schegge di diamanti, con 3, 4 faccette, usate negli oggetti antichi, con montatura in argento e oro.

§ 3 - Rubini

La denominazione "rubino" si applica esclusivamente ai corindoni rossi con durezza 9, provenienti dai giacimenti naturali di cui i maggiori si trovano in Myanmar, Sri Lanka, Thailandia.

§ 4 - Smeraldi

La denominazione "smeraldo" non seguita da alcuna qualificazione si applica esclusivamente ai berilli verdi da una tonalità di verde vellutato ad un verde erba -con durezza media di 7 e 3/4, provenienti dai giacimenti naturali di cui i principali si trovano in Colombia, Brasile, Urali, Africa e India.

§ 5 - Zaffiri

La denominazione "zaffiro" si applica esclusivamente ai corindoni blu, gialli, verdi, rossi e violacei con durezza 9, provenienti dai giacimenti naturali di cui i principali si trovano a Sri Lanka, nel Cachemire, in Myanmar, in Cambogia, in Australia.

§ 6 – Pietre semi-preziose naturali, usate in gioielleria e oreficeria

Principalmente vengono usate in unione ad altre pietre o metalli preziosi, le seguenti pietre semipreziose naturali:

- a) turchese, principalmente di provenienza dall'Iran e dal Nord America,
- b) lapislazzuli, principalmente di provenienza dall'ex URSS, Afghanistan, Cile;
- c) quarzo nelle sue multiformi varietà e provenienze;
- d) ametista, principalmente di provenienza dall'Africa e dal Brasile;
- e) topazio, principalmente di provenienza dal Brasile;
- f) acquamarina, principalmente di provenienza dal Brasile;
- g) tormalina, principalmente di provenienza dal Brasile;
- h) opale, principalmente di provenienza dall'Australia.

Viene usato anche il corallo, che pur essendo di origine organica è considerato una pietra semipreziosa, principalmente di provenienza dai mari della Sardegna, della Tunisia e del Giappone.

§ 7 – Pietre sintetiche

Vengono trattate sulla piazza anche pietre ottenute ad imitazione di tutte le qualità di pietre semipreziose e preziose,

§ 8 – Specie di vendita

Le pietre preziose sciolte si trattano:

- a) a lotti originali provenienti per importazione da centri di produzione;
- b) a lotti staccati o a singole pietre provenienti dal mercato interno o da acquisti presso privati.

Il gioiello può essere eseguito a mano, su scelta del disegno da parte del cliente, parzialmente a mano con l'aiuto di macchine, o completamente a macchina. Il maggior o minor lavoro manuale determina proporzionalmente un maggior o minor pregio o costo.

§ 9 - Unità di peso per le pietre preziose e le perle

Per le pietre preziose l'unità di peso è il carato metrico (grammi 0,20) che si suddivide in 4 grani, o 100 centesimi, detti anche "punti".

§ 10 – Unità di peso per i metalli

Per i metalli preziosi l'unità di peso è il grammo.

§ 11 – Cali di lavorazione per i metalli

Tra produttori e commercianti sono ammesse le seguenti tolleranze per cali di lavorazione:

- a) argento e argenterie in genere: dal 5% al 15% sul peso dell'oggetto finito, salvo oggetti di particolare fattura;

- b) posatene: dal 5% al 10% sul peso dell'oggetto finito, salvo oggetti di particolare fattura;
- c) oro: dal 5% al 10% sul peso dell'oggetto finito, salvo oggetti di particolare fattura;
- d) platino: dal 10% al 20% sul peso dell'oggetto finito, salvo oggetti di particolare fattura.

§ 12 - Mediazione

Nessun uso accertato

§ 13 – Stima

- a) Stima che non richieda speciali ricerche ed accertamenti: 1,5 % con un minimo di € 100;
- b) stima per inventario: 1,5 % con un minimo di € 100;
- c) stima per divisione, con costituzione di lotti: 1,5 % con un minimo di € 200 per ogni lotto;
- d) stima con impegno di acquisto: se l'acquisto ha luogo, non sono dovuti onorari né rimborsi spese.

- PIETRE DURE

§ 14 - Classificazione

Oltre alle pietre semi-preziose di cui al precedente paragrafo 6 principalmente vengono trattate su piazza le seguenti pietre dure:

- a) malachite, principalmente di provenienza dagli Urali e dallo Zaire;
- b) onice, principalmente di provenienza dall'Africa e dal Brasile;
- c) rodocrosite, principalmente di provenienza dall'Argentina;
- d) agata, principalmente di provenienza dal Brasile;
- e) cristallo di rocca, che pur essendo un quarzo, è considerato una pietra dura, principalmente di provenienza dal Brasile e italiana (cave di marmo di Carrara).

§ 15 - Qualità

Le pietre dure si classificano come:

- di prima scelta, quando trattasi di materiale ben selezionato e compatto (definito sano);
- di seconda scelta quando l'articolo presenta difetti.

§ 16 - Tolleranza

Sono ammesse le seguenti tolleranze per cali di lavorazione:

- a) 5% per pezzi fatti a mano;
- b) per le lavorazioni o preparazione degli oggetti il calo è circa del 50% dal materiale grezzo.

§ 17 - Contrattazione

Il prezzo della merce si intende per merce nuda franco fabbrica

§ 18 - Imballaggio

La merce viene fatturata con la clausola "imballo al costo".

B) MARMO – PIETRE E ALABASTRO LAVORATO

§ 1 – Pietre comuni

Sono trattate sulla piazza anche pietre comuni che per particolare colorazione vengono impiegate nella realizzazione del mosaico fiorentino.

§ 2 – Tarsia e commesso in pietre

L'intarsio di pietre colorate, chiamato tarsia, originariamente eseguito con pietre dure e pietre semi-preziose, è oggi eseguito invece con pietre semi-preziose e materiali diversi di varia colorazione e sfumatura, quali materiali calcarei, marmi, pietre comuni (alberesi, paesina, verde d'Arno, gabbri), soprattutto per la realizzazione di fiori ed uccelli.

Si definisce "commesso" il lavoro di accostamento a commettitura delle varie sezioni di cui è composto un disegno; tale tecnica viene usata prevalentemente per la realizzazione di paesaggi,

C) CALCE, CEMENTI E GESSO

(V. titolo VII – Cap. 1 lett. B “opere edilizie e stradali”)

D) MATERIALI DA COSTRUZIONE

(V. titolo VII – Cap. 1 lett. B “opere edilizie e stradali”)

E) PORCELLANE, MAIOLICHE E TERRAGLIE – CERAMICHE ARTISTICHE E COMUNI

§ 1 - Classificazione

La ceramica dal punto di vista degli impasti si distingue in:

- a) terracotta: impasto di argilla a contenuto ferruginoso, di colore rossiccio, cottura a 800°-1000° (tipo Impruneta);
- b) terraglia tenera: impasto di calcare di colore bianchiccio, cottura a 1.020°;
- c) terraglia forte: impasto di caolino, argilla, quarzo, ecc. di colore bianco, cottura a 1100M 200°;
- d) maiolica: impasto di terra rossa di colore biscotto o arancione, cottura 980° circa, poi smaltata di colore bianco dentro e fuori e cotta a 920/960°;
- e) porcellane: impasti composti principalmente di caolino, cottura 1200/1400.
- f) raku: impasto di composti refrattari, cottura 900/1000°, immersione all'atto della seconda cottura in sostanze organiche (paglia o foglie) con ottenimento di effetti particolari di riproduzione, fissati con ulteriore immersione in acqua fredda, Per determinati oggetti, destinati a servire come contenitori di liquidi, la terracotta può anche essere invetriata. per maiolica, in Toscana, si intende solo la terra rossa smaltata di bianco. Per grès si intende un impasto composito, con porosità fino al 3% che presenta particolari caratteristiche di resistenza ed impermeabilità, cotto a 1200° -1400D. Per pirofila si intende un impasto ad alta percentuale di argille refrattarie, particolarmente elastiche, che consente di fare oggetti resistenti alla fiamma.

Gli orci in terraglia per mettere olio o altri liquidi – che vengono poi invetriati all'interno con cristalline o smalti apiombici – non sono definibili come maioliche

§ 2 - Contrattazioni

Le ordinazioni conferite a mezzo di intermediari sono sempre "salvo approvazione della Casa", mentre sono impegnative per il compratore.

L'ordine non rifiutato dalla Casa, entro quindici giorni dall'assunzione si intende accettato e confermato; ciò vale anche per l'ordine diretto. Il venditore può peraltro inviare una conferma d'ordine in duplo, chiedendo che il compratore gliene restituisca una copia firmata.

I prezzi si intendono per merce nuda franco fabbrica per la ceramica artistica; per merce ad imballo di cartone franco fabbrica per la ceramica industriale.

§ 3 – Qualità della ceramica

Le ceramiche, sia artistiche che comuni si distinguono in: prima scelta, seconda scelta, terza scelta.

La prima scelta non deve presentare difetti nel suo aspetto estetico che ne pregiudichino l'effetto funzionale.

La seconda scelta può presentare leggere imperfezioni.

La terza scelta può presentare forti imperfezioni.

Questi criteri non si applicano agli autentici pezzi di ceramica d'arte.

§ 4 - Imballaggio

Per imballo al costo si intende, per la ceramica artistica, l'addebito al cliente dei contenitori, dei materiali usati per la protezione contro le rotture e del costo della mano d'opera, determinato in percentuale sul valore della merce venduta; per la ceramica industriale l'addebito al cliente del pallet o pianale su cui sono collocate più scatole di materiale ed eventuali imballi speciali.

§ 5 - Tolleranze

Sulle dimensioni dei pezzi di ceramica artistica sono ammesse le seguenti tolleranze:

- per oggetti eseguiti completamente a mano, fino al 5%;
- per oggetti eseguiti parzialmente a mano fino all'1%.

Per le ceramiche industriali le tolleranze sono fissate dalle norme UNI.

F) LAVORI DI VETRO E CRISTALLO

- ARTICOLI DI VETRO

§ 1 - Bicchierame

Il bicchierame si intende contrattato alle condizioni di "franco partenza" ed imballo incluso.

§ 2 - Imballaggi

Per gli articoli casalinghi e da regalo gli imballi comuni sono compresi nel prezzo. Per quanto riguarda i contenitori di uso industriale, come bottiglie, flaconi, barattoli, ecc. la parte dell'imballaggio relativa ai pianali e l'interfaldo viene fatturata al costo, preventivamente comunicato.

Imballi particolari come contenitori metallici o in plastica, vengono restituiti al fornitore.

§ 3 – Tolleranze per rotture

Nel commercio di bottiglie comuni fa carico al compratore una tolleranza di rottura dell' 1 %; in quello di fiaschi, bottiglie e contenitori in genere di forme particolari del 2 %; ciò vale anche nella decorazione e verniciatura a caldo del vetro ricotto.

§ 4 – Tolleranze sulla capacità

Per il caliciame da bar di produzione industriale da gr, 100 di contenuto e più è ammessa una tolleranza di capacità del 2 %; per quello soffiato a bocca del 5 %. Per le damigiane è ammessa una tolleranza media, sulla capacità, fino al 2 % in più o in meno.

§ 5 - Ordinazioni

Le ordinazioni conferite a mezzo di intermediari sono sempre "salvo approvazione della Casa", mentre sono impegnative per il compratore.

L'ordine non rifiutato dalla Casa entro quindici giorni dall'assunzione si intende accettato e confermato, ciò vale anche per l'ordine diretto. Il venditore può peraltro inviare una conferma d'ordine in duplo, chiedendo che il compratore gliene restituisca una copia firmata.

- VETRO IN LASTRE

§ 6 - Classificazione

Il "cristallo" è un vetro calcio-sodico di speciale fabbricazione ed affinaggio, che si suddivide in cristallo greggio per colata e laminazione, e cristallo tipo Float perfettamente trasparente e piano. Le lastre di cristallo sono eseguite con spessori varianti da mm. 3 a mm. 19 ed oltre: il colore può essere il classico naturale, ma vengono fabbricate anche lastre colorate (rosa, bruno, ambra, bleu, grigio, verde) per arredamento; le lastre di "cristallo tipo Float colorato" sono fabbricate con tenui colorazioni che le rendono adatte a vetrare nel settore dell'edilizia. Il "vetro tirato" è così chiamato per il suo processo di fabbricazione; esso ha un vastissimo impiego e si suddivide in semplice, semidoppio, doppio, forte e ultraforte. Le lastre di vetro tirato hanno spessori varianti da mm. 2 a mm. 15 ed oltre e possono essere di colore naturale o colorate.

I vetri "colati laminati" greggi si suddividono in vetri stampati, rigati, retinati, martellati o giardinieri, vecchio stile, antichi, pressati per il vetro-cemento, profilati. Le lastre di vetro colato laminato hanno spessori varianti da mm. 4 a mm. 10 e possono essere di colore naturale o colorate.

§ 7 – Dimensioni e peso

Le dimensioni delle lastre sono di regola pari a cm. 321x600.

Il peso specifico del vetro è di Kg. 2,5 circa per ogni metro quadrato di superficie rapportata ad 1 mm di spessore

§ 8 – Tolleranze di spessore

Sugli spessori delle lastre sono ammesse tolleranze minime su quelle di cristallo tipo Float e maggiori su quelle di vetro tirato.

Cristallo tipo Float:

spess.	3 mm.
"	4 mm.
"	5 mm.
"	6 mm.
"	8 mm.
"	10 mm.
"	12 mm.
"	15 mm.
"	19 mm.

Vetro tirato:

spess	2 mm.	0,2	in più o in meno
"	3 mm.	0,2	"
"	4 mm.	0,2	"
"	5 mm.	0,3	"
"	6 mm.	0,3	"
"	8 mm.	0,4	"
"	10 mm.	0,4	"
"	12 mm.	0,4	"
"	14/17 mm.		
"	18/22 mm.	la tolleranza è fra lo spessore minimo e quello massimo	
"	23/27 mm.		

Vetri colati laminati:

greggi	spess.	4/6mm.	
Stampati	"	8 mm.	tolleranze
rigati	"	10 mm.	minime
martellati			
retinati	"	6/8 mm	tolleranza minima

§ 9 - Contrattazione

Il prezzo si intende per merce imballata "franco fabbrica", Per modeste partite, l'imballaggio viene fatturato al costo. I prezzi indicati sui listini non sono impegnativi per la Casa.

§ 10 - Sistema di misurazione

L'unità base di misurazione è il metro quadrato.

La superficie delle lastre è determinata dal rettangolo o quadrato circoscritto (quale che sia la forma della lastra).

Nella determinazione della superficie la lunghezza dei lati viene considerata per multipli di cm, 3 o di cm. 4; le misure non multiple di 3 o 4 vengono conteggiate in base alla misura multipla di 3 o 4 immediatamente superiore.

§ 11 - Imballaggio

Le lastre di cristallo tipo Float o vetro tirato possono essere contrattate imballate, oppure senza imballaggio. Nel caso le lastre siano imballate vengono usati imballaggi di legno sotto forma di gabbie o casse entro le quali le lastre di cristallo tipo Float o di vetro sono adeguatamente collocate con carta o cartone e truciolo di legno o paglia di riso e simili.

Gli imballaggi contengono circa mq. 60/120 a seconda degli spessori e delle dimensioni, con un peso relativo dai 500 ai 1,800 Kg, circa.

Eccezionalmente si hanno casse (ed. maggiorate) contenenti anche 200 mq di lastre.

§ 12 - Trasporto

Per la consegna delle lastre di cristallo tipo Float o di vetro si impiegano essenzialmente gli autocarri muniti di gru con eventuale rimorchio, i vagoni ferroviari, gli automezzi leggeri muniti di cavalletto.

La merce venduta "franco domicilio" del committente viene consegnata con autotreno munito di gru semovente che provvede direttamente a scaricare le gabbie o casse nei locali del cliente o all'esterno di essi.

Le lastre di grandi dimensioni vengono trasportate o mediante speciali vagoni di proprietà delle fabbriche o mediante particolari autoarticolati adibiti esclusivamente al trasporto delle medesime.

Per minori quantitativi di lastre di dimensioni inferiori, il trasporto a domicilio viene effettuato con autocarri di media portata muniti di cavalletti.

XVI - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE CHIMICHE

A) CONCIMI CHIMICI - FERTILIZZANTI

§ 1 - Garanzia e tolleranza

Il venditore garantisce sempre al compratore il titolo minimo in elementi fertilizzanti indicando per ciascuno, nell'ordine previsto, il tipo, la percentuale in peso riferita al titolo, la loro forma e solubilità nel rispetto delle quantità minime e nelle tolleranze previste dalla legge.

§ 2 - Imballaggi

Gli imballaggi dei fertilizzanti sono considerati come tara e la vendita è effettuata a peso netto.

Per alcuni prodotti quali torbe e terricci in confezioni originali recanti la Ditta confezionatrice e la quantità espressa in volume, la vendita è consentita anche a numero anziché a peso.

B) ANTICRITTOGAMICI, ANTIPARASSITARI E DISERBANTI

§ 1 - Pagamento

Per gli anticrittogamici, gli insetticidi e i diserbanti, il pagamento si esegue a ricevimento della merce oppure al ricevimento della fattura con sconto da convenirsi, oppure dilazionato.

§ 2 - Imballaggi

Gli imballaggi degli antiparassitari, compreso il solfato di rame, gli zolfi in polvere ed il solfato ferroso, sono considerati tara e la vendita è effettuata a peso netto esclusivamente in confezioni integre.

§ 3 - Confezioni spray

Sono venduti a numero anziché a peso gli antiparassitari in confezioni spray fino a litri 1.

C) SAPONI E DETERSIVI

§ 1 - Contrattazione

I saponi comuni e da bucato come pure quelli da toilette e medicati si contrattano a peso netto d'origine e a chilogrammi, con imballo gratuito, franco compratore.

I detersivi si contrattano a peso e ad unità confezionate.

Il commercio dei saponi e dei detersivi avviene nella generalità dei casi attraverso viaggiatori o rappresentanti retribuiti a provvigione.

D) PRODOTTI FARMACEUTICI, CHIMICI E DI PROFUMERIA

§ 1 - Compenso di mediazione

Al mediatore intervenuto nel contratto di compravendita di grassi ed olii industriali spetta una provvigione che viene corrisposta dal solo venditore. La provvigione è dell'1%.

§ 2 - Modalità di contrattazione di vendita

I prodotti per uso farmaceutico, i prodotti chimici e di profumeria sono di solito contrattati in base:

- alla nomenclatura comunemente adottata in commercio e alla Farmacopea Ufficiale italiana o ad altra espressamente indicata;
- alla marca;
- alla produzione e al titolo;
- al luogo di origine e di produzione;
- ai campione.

In particolare quando i prodotti sono contrattati con specifico riferimento all'uso per il quale debbono essere impiegati, se destinati all'uso farmaceutico, i loro requisiti devono esattamente corrispondere a quelli indicati dalla Farmacopea Ufficiale, in base alla disponibilità di informazioni tecnico-scientifiche sul prodotto stabilite dal dossier del prodotto stesso; se destinati ad uso scientifico o per analisi, devono corrispondere ai saggi di purezza richiesti dall'impiego; se destinati ad uso industriale, la merce si intende contrattata di buona qualità media mercantile. Nei prodotti per uso farmaceutico sono comprese le piante officinali (vedi titolo V, capitolo 2, lett. q) quando vengono somministrati in dose e forma di medicamento. Per esse, quando hanno azione tossica ed eroica, la somministrazione è riservata alla farmacia su presentazione di ricetta medica.

§ 3 - Clausole speciali ed esecuzione del contratto

(sostituite dagli Incoterms)

§ 4 - Imballaggi e trasporti

Gli imballaggi usuali per i prodotti chimici sono il sacco, il cartone, la carta politenata o metallizzata, i recipienti e i sacchi di plastica. La clausola "imballaggio a rendere" significa che fanno carico al compratore le spese per la restituzione dell'imballaggio. Quando è convenuta la clausola "Imballaggio a rendere", la spesa relativa agli imballaggi fa carico interamente al venditore.

I liquidi sono venduti in fusti metallici o fusti in plastica a perdere.

I trasporti che avvengono in vagoni o cisterne ferroviarie, in autotreni o autobotti sono franco arrivo.

§ 5 - Consegne

Nei contratti stipulati sia per iscritto che verbalmente, anche a mezzo telefono, l'impegno di consegna immediata per i prodotti farmaceutici ordinati al grossista comporta per quest'ultimo l'obbligo della consegna entro le 12 ore lavorative successive alla richiesta del farmacista.

Le vendite per le quali non sia stato convenuto un termine di consegna si intendono concluse per consegna pronta.

Se nel contratto è convenuta la "consegna pronta" la merce deve:

essere consegnata entro otto giorni successivi a quello in cui è stato stipulato il contratto, se si tratta di merce da consegnare su piazza; essere spedita entro 15 giorni successivi a quello in cui è stato stipulato a contratto, se si tratta di merce da consegnare fuori piazza.

Le merci viaggiano sempre a rischio e pericolo del compratore, anche se vendute franco di porto.

La consegna delle merci in luogo diverso dal domicilio del compratore deve essere espressamente pattuita nel contratto di vendita.

§ 6 - Verifica della merce

La verifica della merce deve essere eseguita all'atto del ricevimento,

§ 7- Tolleranza sulla quantità contraffatta

Se in contratto la quantità della merce sfusa è indicata con la parola "circa", nella consegna è ammessa una tolleranza in più o in meno del 5 % del quantitativo contrattato.

§ 8 - Tare

Le tare si distinguono in:

- a) tara reale (peso netto);
- b) tara per merce (peso lordo);
- c) tara di uso.

Per tara da dedurre dal peso lordo si intende quella "reale". L'entità delle tare per merce e delle tare d'uso, applicabili ad alcune merci o relative tolleranze, è quella stabilita nelle contrattazioni o d'uso nei Paesi d'origine. Per le merci estere vendute a peso netto allo sbarco, lo "scandaglio" delle tare si esegue allo sbarco stesso.

§ 9 - Spese di trasporto, facchinaggio, pesatura

Le spese di trasporto sono a carico del venditore salvo acquisto convenuto "franco fabbrica"; le spese di facchinaggio per lo scarico sono a carico del compratore. Le specialità medicinali ed i prodotti di profumeria confezionati sono sempre spediti a carico del venditore nell'ambito del territorio nazionale. La spesa di riconoscimento del peso è a carico del compratore, ove sia da lui richiesto. Tale verifica si fa all'atto della consegna.

§ 10 - Reclami nei rapporti tra produttori

Se la merce non corrisponde alla qualità contrattata il venditore ha diritto di sostituire la merce purché ciò possa avvenire nel termine contrattuale. Se il compratore, nei confronti del quale il venditore abbia dichiarato di avvalersi della facoltà di cui al comma precedente, non restituisce la merce da sostituire entro otto giorni dalla predetta dichiarazione, decade dal diritto alla sostituzione. Il compratore non ha diritto alla risoluzione del contratto ma solo ad una diminuzione proporzionale del prezzo della merce se questa, venduta con garanzia od indicazione di una data percentuale di contenuto, presenti una lieve differenza del contenuto stesso, la quale non ne impedisca l'uso per il quale sia stata acquistata. Il venditore non risponde delle avarie derivate alla merce se le stesse siano dipese dalle condizioni dell'imballaggio fornito dal compratore.

E) COLORI E VERNICI

Nessun uso accertato

F) MATERIE PLASTICHE E GOMME

§ 1 - Concorso stampo

Qualora vengano ordinati oggetti per la cui produzione sia necessaria la creazione di uno stampo, il fatto che l'acquirente paghi un concorso spese di stampo al produttore non comporta l'obbligo del produttore stesso di consegnargli lo stampo.

§ 2 - Destinazione del prodotto

Il committente deve preventivamente comunicare al fabbricante l'eventuale destinazione del prodotto a contenitore di alimenti o di altri prodotti per i quali siano in vigore speciali prescrizioni di legge, o vi siano delle incompatibilità chimiche.

§ 3 - Bozze di stampa

Quando il committente ha approvato la bozza di stampa, il produttore, salvo l'obbligo di rifare la bozza in caso di errore, non risponde di eventuali altre conseguenze.

§ 4 - Tolleranze

Qualora si ordini un oggetto di assoluta precisione, le cui dimensioni e peso debbano essere di assoluta esattezza sia nella prima che nelle successive forniture, si debbono stabilire preventivamente le tolleranze in più o in meno. Per gli oggetti di uso comune sono ammesse tolleranze del 10% in più o in meno nelle misure e negli spessori.

Per quanto concerne scivolosità e trasparenza del prodotto, è ammessa il limite fino al quale non viene pregiudicato l'uso del prodotto.

§ 5 - Esecuzione

L'esecutore, per esigenze tecniche, non può garantire l'esatta riproduzione in plastica della tonalità di colore dei bozzetti originali presentati su altri materiali, pure cercando di arrivare alla massima approssimazione all'originale. Quando è richiesta la massima precisione è d'uso approvare contro campioni approntati dal committente.

§ 6 - Addebito di spese

Al committente saranno addebitate le spese per arresti di macchina dovuti ad attesa di sue deliberazioni, a modificazioni non comunicate all'atto della restituzione delle bozze o comunque a sospensioni dovute alla sua volontà od avvenute per sua causa.

§ 7 - Laccatura degli oggetti stampigliati e metallizzazione

Il cliente deve avvertire il produttore nel caso in cui le vernici impiegate debbano essere resistenti a particolari agenti e, comunque, al prodotto che dovranno contenere.

§ 8 - Clichés

I clichés per la stampa litografica, offset o pseudoffset ed i retini per la serigrafia per l'impianto della stampigliatura sono a carico del cliente al quale non vengono consegnati, fermo restando l'obbligo per l'esecutore del lavoro di sostituirli in caso di usura o di avaria,

§ 9 - Punzoni

La spesa per l'esecuzione dei punzoni per impressione a caldo e per tasselli per marchi (opera di incisore) fa carico al committente, al quale i punzoni ed i tasselli non vengono consegnati.

G) DERIVATI DALLA DISTILLAZIONE DEL PETROLIO E DEL CARBONE**– OLI MINERALI LUBRIFICANTI****§ 1 - Contrattazioni**

Le contrattazioni vengono fatte a peso, per merce sfusa e per merce imballata in fusti da Kg. 185.

Fanno eccezione i prodotti imballati e confezionati in tagli speciali destinati al consumo al dettaglio i quali possono essere venduti per capacità di contenuto e a numero.

Fanno stato, agli effetti della prova del quantitativo di merce spedito o consegnato, i dati accertati nel corso di operazioni doganali inerenti e i documenti di spedizione o di consegna.

§ 2 - Campioni e analisi

Qualora vi sia richiesta di campionamento, questo deve farsi in contraddittorio fra le parti; in difetto di una delle parti, l'altra può far eseguire ugualmente il prelievo ed il suggellamento dei campioni da sottoporre ad analisi, secondo le norme prescritte dalla Scuola Sperimentale per Industria di Olii e Grassi di Milano.

§ 3 - Imballaggi; latte, fusti e cassette

Per le vendite di olii minerali, grassi minerali consistenti, vaselline e lubrificante in genere, quando contenuti in fusti metallici, siano essi di lamiera, di ferro, di acciaio, di plastica, anche piombati, stampati o con accessori d'altre materie, gli imballaggi, si intendono ceduti al compratore.

Per i fusti di provenienza estera in temporanea importazione o per fusti nazionali in temporanea esportazione e quindi muniti del piombo o di altri contrassegni di controllo della Dogana, necessari ad autenticare la merce all'atto della riesportazione o reimportazione, l'importatore è responsabile verso il compratore di tutte le eventuali conseguenze derivanti dalla asportazione e manomissione dei contrassegni di controllo e della restituzione degli eventuali documenti accompagnatori.

Quando gli olii minerali lubrificanti, i grassi minerali consistenti e le vaselline sono imballati, gli involucri e gli imballaggi sono ceduti gratuitamente.

§ 4 - Trasporto: cisterne e autocisterne

Nella compravendita di olii minerali lubrificanti in vagoni-cisterna e autocisterne stradali si intende che la merce deve essere fatturata nuda e a peso e che le vendite sono fatte sulla base del peso in partenza.

I vagoni e le autocisterne stradali si intendono dati come mezzi di trasporto a destino, e per il tempo strettamente necessario per lo scarico, con l'obbligo:

- se "cisterna ferroviaria", dello scarico entro 24 ore dalla notificazione dell'avviso di arrivo e della rispedizione, entro 48 ore dall'arrivo, alla stazione di partenza;
- se "autotreno stradale", della messa a disposizione del venditore del mezzo impiegato, nel più breve tempo possibile dalla sua scarica.

I danni eventualmente sofferti dal mezzo durante il viaggio (autocisterna o cisterna ferroviaria) sono a carico del rispettivo proprietario, i danni causati dal ricevitore sono a suo carico.

- OLI MINERALI

§ 5 - Denominazione

I prodotti derivanti dalla distillazione del petrolio greggio si trattano in commercio secondo la classificazione stabilita dalle leggi fiscali o secondo le corrispondenti denominazioni commerciali usate dalle ditte produttrici.

§ 6 - Imballaggi

I fusti o gli imballi di qualsiasi specie contenenti olii minerali sono ceduti vuoti a perdere.

Per le vendite di kerosene in taniche di proprietà del venditore, il venditore stesso percepirà un deposito cauzionale.

Per i fusti contenenti olii minerali di provenienza estera in temporanea importazione o per fusti nazionali in temporanea esportazione e quindi muniti di piombo o di altri contrassegni di controllo

della Dogana, necessari ad autenticare la merce all'atto della riesportazione o reimportazione, il compratore è responsabile, verso il venditore di tutte le eventuali conseguenze derivanti dalla asportazione, effrazione, manomissione dei contrassegni di controllo e della restituzione degli eventuali documenti accompagnatori.

§ 7 - Peso e tara

Nelle vendite all'ingrosso di olii minerali i seguenti prodotti si fatturano sempre in ragione del peso netto e la tara è quella fatta prima del riempimento:

- Acquaragia minerale;
- Petrolio;
- Gas di petrolio liquefatti per uso domestico ed industriale; Lubrificanti;
- Olii combustibili fluidi e densi.

Nelle vendite all'ingrosso di kerosene, gasolio e carburanti in genere la fatturazione avviene in litri, determinabili sia da contatori volumetrici sia da rapporto peso in kg./peso specifico.

Nelle vendite al consumo tutti i suddetti prodotti sono venduti a volume, sia che si tratti di merce imballata sia che si tratti di merce consegnata a mezzo di autobotti munite di contatori volumetrici.

Nelle vendite ad impianti stradali i carburanti sono venduti a volume.

§ 8 - Trasporto: cisterne e autocisterne

Nelle compravendite di olii minerali in vagoni-cisterna o autocisterne stradali, s'intende che la merce deve essere fatturata nuda sulla base del peso in partenza. I vagoni e le autocisterne stradali si intendono dati come mezzo di trasporto a destino e per un tempo strettamente necessario per lo scarico con obbligo:

- se "cisterna ferroviaria", dello scarico entro 24 ore dalla notificazione dell'arrivo, e della rispedizione alla stazione di partenza;

se "autocisterne", della messa a disposizione del venditore del mezzo impiegato, nel più breve tempo possibile dalla sua scarica.

§ 9 - Spedizione e consegna

I dati accertati nel corso di operazioni doganali, all'atto della spedizione o della consegna di olii minerali, fanno stato agli effetti della prova del quantitativo di merce spedito e consegnato.

Eguale dicasi per i documenti doganali emessi dai depositi nazionali ed accompagnanti la merce spedita. È tollerata una differenza di peso (calo) del 2 %.

- CARBONE COKE METALLURGICO E CARBONI FOSSILI

§ 10 - Contrattazioni

Per le vendite di coke metallurgico sulla piazza di Firenze vige la consuetudine di consegna "franco partenza cokeria". La merce viene consegnata caricata alla rinfusa su vagone ferroviario o autotreno stradale, nelle varie pezzature calibrate (20/40-40/70 ecc.). La pezzatura 20/40 viene anche confezionata in sacchetti di carta di ca. 10 kg. (vuoto a perdere).

Per le vendite di carboni fossili vige la consuetudine di consegna "franco partenza". La merce viene consegnata caricata alla rinfusa su vagone ferroviario o autotreno stradale, nelle seguenti pezzature:

- Pisello 10/25 mm. Nocetta 25/35 mm.
- Noce 30/50 mm. Arancio 50/80 mm.

Le consegne al consumo avvengono o in sacchi di juta (vuoto a perdere) o -particolarmente per pezzature Pisello, Nocetta e Noce - confezionando la merce in sacchetti di carta o plastica di ca. 10 kg. (vuoto a perdere). Per i pagamenti vigono le stesse clausole applicate per gli olii minerali.

H) GAS COMPRESI, LIQUEFATTI E SCIOLTI

- GAS TECNICI

§ 1 - Contrattazioni per gas in bombole

L'ossigeno, l'azoto, l'acetilene disciolto, l'idrogeno, l'anidride carbonica ed altri gas tecnici sono venduti in bombole di proprietà del venditore, franco sua fabbrica.

Se la consegna avviene in un magazzino del venditore medesimo in località diversa dalla fabbrica, fanno carico al compratore le risultanti maggiori spese. Il compratore ha facoltà di richiedere la dichiarazione di conformità della qualità e quantità del prodotto all'atto della consegna. Trascorsi 8 giorni non è ammesso alcun reclamo.

§ 2 - Consegna

Qualora i gas tecnici vengano venduti allo stato liquido in grandi serbatoi autotrasportati, la consegna avviene a domicilio per l'immissione nel serbatoio esistente presso il compratore, che è di proprietà del fornitore. In questi casi le condizioni di fornitura sono stabilite di volta in volta fra le parti.

§ 3 - Misurazioni e tolleranze

La misurazione dei gas tecnici è effettuata secondo le leggi fisiche con una tolleranza massima complessiva dell' 13 %. La misurazione viene fatta a mezzo di contatori elettronici con correzione automatica o in alternativa per pesatura. In caso di contestazione si tiene conto del peso del prodotto.

§ 4 - Cauzione e restituzione bombole

Le bombole sono consegnate al compratore del gas a titolo di comodato o di prestito d'uso e pertanto rimangono sempre di assoluta proprietà del venditore. Il compratore del gas deve versare una cauzione proporzionale alla quantità ed al valore delle bombole.

Nel caso di prestito d'uso il compratore del gas deve versare o una quota forfetaria da convenire o una quota periodica per ciascuna bombola a titolo di compenso per il servizio.

Nel caso del comodato, trascorso peraltro il prefissato termine dalla data della consegna al compratore o al vettore, il venditore applica una penalità giornaliera per ogni bombola fino all'avvenuto ricevimento al proprio magazzino della bombola stessa. L'ammontare della penalità di ritardata resa è determinato in funzione del valore delle bombole.

Il compratore deve restituire le bombole franco magazzino di provenienza non appena vuote e comunque non oltre un termine massimo di sessanta giorni dalla data di consegna, per motivi di sicurezza (scadenze di collaudo). Quando manchi nell'ambito del comodato la comunicazione da parte del venditore del valore di stima delle bombole ai sensi dell'art. 1806 del C.C., il valore stesso si intende coincidente con il prezzo corrente di mercato di bombole nuove di caratteristiche uguali a quelle consegnate.

§ 5 - Bombole di proprietà del compratore o di terzi

Le bombole di proprietà del compratore o di terzi, affidate per il riempimento al fornitore di gas, devono, a cura e sotto la responsabilità del compratore, rispettare le disposizioni di legge e non devono contenere o avere contenuto materie diverse dal gas per il quale risultano abilitate.

§ 6 - Responsabilità ed obblighi del compratore

Il compratore dei gas è illimitatamente responsabile delle bombole dal momento dell'avvenuta consegna fino a quando le bombole non siano rientrate nel magazzino di provenienza.

Trascorso il termine di sessanta giorni, il compratore è altresì responsabile delle conseguenze dell'eventuale sopravvenuta scadenza dei collaudi legali, anche se gli sono addebitate le indennità di ritardata resa.

Il compratore è inoltre responsabile della conformità alle disposizioni di legge dei mezzi di trasporto da esso utilizzati.

Il compratore di gas non può, per alcun motivo, far riempire presso fornitori diversi dal proprietario delle bombole le bombole avute in uso né può effettuarne neppure temporaneamente la cessione a terzi e deve renderle in efficienti condizioni funzionali ed estetiche, rispondendo di eventuali avarie. Le bombole devono essere utilizzate esclusivamente per il trasporto e la conservazione dei gas per i quali sono abilitate.

- GAS METANO COMPRESSO IN BOMBOLE

§ 7 - Contrattazioni

Il gas metano per uso di autorizzazione ed anche per altri usi nelle zone non servite da reti di metanodotti è venduto compresso in bombole. Per uso di autorizzazione è venduto franco colonnette del rivenditore, per gli altri usi franco centrale di caricamento del rivenditore.

Gli eventuali controlli di quantità sono fatti esclusivamente all'atto della consegna presso il rivenditore per tutti gli usi.

§ 8 - Misurazione

L'unità di misura del gas metano è il metro cubo, che è la quantità di gas contenuta in un volume geometrico di 1 metro cubo e avente una temperatura di 15° C e una pressione assoluta di 1,0132 bar.

La misura della quantità di gas compresso contenuta in una bombola è fatta in base alla pressione finale di caricamento e tenuto conto di eventuali pressioni residue.

È adottato un coefficiente di correzione convenzionalmente fissato (1,25x1,01972), per tener conto dello scostamento del gas dalla legge dei gas perfetti.

§ 9 - Disciplina dell'uso delle bombole per metano

Quanto sopra tenendo conto della legge 8-7-1950 n. 640 per la disciplina dell'uso, dei passaggi di proprietà, dei corrispettivi, dei collaudi, delle responsabilità e degli obblighi del compratore, in base alla quale legge è costituito il Comitato di gestione fondo bombole metano.

- GAS DI PETROLIO LIQUEFATTI

§ 10 - Contrattazioni

Nelle vendite sia all'ingrosso che all'utente il G.P.L. è fatturato in ragione del peso per ogni singolo recipiente, fino a 25 kg. per uso domestico o industriale.

Per consumatori medi, forniti di serbatoi non superiori a litri 1.000 si consegna il G.P.L., misurato in volume, ma si fattura per il corrispondente peso.

Il G.P.L. per uso autotrazione è venduto a litro.

§ 11 - Responsabilità

In materia di responsabilità valgono le regole del precedente paragrafo 41.

I) PRODOTTI AUSILIARI PER L'INDUSTRIA TESSILE

Nessun uso accertato

XVII - PRODOTTI DELLE INDUSTRIE DELLA GOMMA ELASTICA

Nessun uso accertato

XVIII PRODOTTI DELLE INDUSTRIE VARIE

A) LAMPADE E CAVI ELETTRICI

Nessun uso accertato

B) STRUMENTI MUSICALI

Nessun uso accertato

C) STRACCI

Usi conformi a quelli della provincia di PRATO

Titolo 6

Credito, assicurazioni, factoring e leasing

I - USI BANCARI

Nessun uso accertato

II - USO DELLE ASSICURAZIONI

Nessun uso accertato

III - USI DEL FACTORING

Nessun uso accertato

IV - USI DEL LEASING

Nessun uso accertato

Titolo 7

Altri usi

I – PRESTAZIONI VARIE DI OPERE E SERVIZI

A) LAVANDERIA, TINTORIA E STIRATORIA DI ABITI, INDUMENTI, STOFFE ETC.

- LAVATURA E PULITURA A SECCO E AD ACQUA DI ABITI, INDUMENTI, STOFFE ETC.

§ 1 - Consegna della merce e disposizioni per la lavorazione

Il committente e l'esercente, all'atto della consegna della merce, concordano, previa verifica sia del capo che dell'etichetta, le disposizioni per la lavorazione.

La ditta ricevente rilascia al committente la bolletta di commissione, documento necessario per il ritiro dell'oggetto dopo l'esecuzione del lavoro.

§ 2 - Prezzo

Il prezzo della lavorazione normale è quello stabilito dalla tabella esposta al pubblico nell'esercizio. Per le lavorazioni particolari il prezzo sarà stabilito verbalmente di volta in volta, sulla base della tabella esposta al pubblico nell'esercizio.

§ 3 - Ritiro degli oggetti

Il ritiro dell'oggetto non può essere effettuato senza il saldo totale del prezzo definitivo di lavorazione.

§ 4 - Responsabilità della ditta che esegue il lavoro

La ditta deve osservare quanto indicato sulle etichette di composizione e di manutenzione dei capi. Se le indicazioni sono in contrasto con la sua esperienza e/o le regole tecniche della manutenzione del caso specifico, la ditta può sempre recedere dal contratto o sospendere l'esecuzione della lavorazione e dovrà sempre e comunque informare il cliente. La ditta non risponde per eventuali danni che si verificassero durante le operazioni di manutenzione a causa di errate indicazioni nell'etichetta o per vizi occulti di confezionamento accertati, né per il deterioramento di accessori vari come bottoni, fibbie, paillettes, cerniere, parti in gomma e/o materiali sintetici.

Nei casi di responsabilità per il danneggiamento di capi da parte della lavanderia il valore da calcolare sull'oggetto danneggiato è di norma del 70% del suo valore nell'arco di un anno dall'acquisto e di un ulteriore 10% in meno per ogni anno o frazione di anno successivo. Il valore del capo danneggiato è comprovato dallo scontrino fiscale o in alternativa dalla dichiarazione del negoziante che ha venduto il capo.

§ 5 - Riuscita della tintura

Nelle commissioni di tintura secondo campione, la tintoria è tenuta a raggiungere il più possibile il colore desiderato dal committente ma non a garantire la perfetta imitazione. Se il risultato della prima tintura non è di gradimento del cliente, questi può richiedere una seconda tintura, in colore più scuro anche diverso da quello di prima ordinazione.

§ 6 - Termini di riconsegna

Il termine di riconsegna viene pattuito di volta in volta fra le parti; decorsi sei mesi senza che il cliente abbia ritirato l'oggetto consegnato, la ditta non risponde della riconsegna.

§ 7 - Smarrimento dei capi

Gli oggetti consegnati per la lavorazione se non sono reperiti alla scadenza del termine di consegna, non si considerano smarriti prima del quindicesimo giorno dal reclamo presentato dal committente.

Per determinare il valore dell'oggetto smarrito si tiene conto del criterio indicato nel paragrafo 4 per le ipotesi di danneggiamento.

- NOLEGGIO E LAVATURA DI BIANCHERIA

§ 8 - Noleggio e lavatura di biancheria

La sostituzione della biancheria da lavare con altrettanta pulita viene fatta in modo che la dotazione del cliente non subisca variazioni.

Le quantità dei capi in dotazione possono essere integrate in ogni momento su richiesta espressa del cliente.

I capi considerati usurati o rivelatisi non conformi nelle fasi di lavaggio, stiratura, confezionamento verranno sostituiti dalla lavanderia.

Tutte le esigenze di sostituzione dei capi vengono concordate con la lavanderia.

Il servizio si intende svolto con la ricezione dei capi consegnati dalla lavanderia al domicilio del cliente. La consegna e il ritiro si intendono al "livello furgone" (coincidente con la sede stradale).

I capi vengono consegnati e ritirati presso le strutture tramite vettori incaricati dalla lavanderia.

La lavanderia dota di appositi contenitori (sacchi o carrelli) il cliente per la riconsegna della biancheria da pulire.

- LAVANDERIA A GETTONI

Nessun uso accertato

B) OPERE EDILIZIE E STRADALI

- PIETrame GREZZO E LAVORATO

§ 1 - Classificazione

I tipi principali di pietre naturali che si trovano nella Provincia di Firenze sono i seguenti:

- 1) *Arenaria Macigno*: arenaria calcare, è la qualità più pregiata della Pietra Serena, di grana fine e di colore grigio perla. Anticamente utilizzata a motivo della sua durezza per macine di molini e lastricati stradali. Proviene dalle cave della zona di Fiesole. Il materiale è oggi reperibile solo di recupero a motivo della chiusura delle cave.
Arenaria ordinaria: arenaria calcare, è la qualità meno pregiata della Pietra Serena, di grana grossa e di colore grigio chiaro. Materiale friabile e gelivo. Utilizzato per pietra da taglio.
- 2) *Pietra Forte*: calcare essenzialmente siliceo a struttura finemente granulare, duro, compatto, di colore gialliccio scuro. Veniva impiegata per lavorazioni particolari e soprattutto per muratura a faccia vista che ha caratterizzato tutta l'architettura fiorentina. Diffusissima nell'area di Firenze a motivo della configurazione geomorfologica del territorio è oggi non reperibile sul mercato stante il divieto di escavazione.
- 3) *Alberese*: calcare compatto quasi puro, fragile, abbastanza duro, a frattura concoide con spigoli vivi, usato per massicciate, inghiaiami, paramenti, murature.
- 4) *Colombino*: calcare, compatto siliceo, molto duro; ha gli stessi usi dell'Alberese. È una pietra da taglio e si presta per le lavorazioni.
- 5) *Pillore di fiume*: pillore o pillori sono frammenti di pietra di forma rotondeggiante originati dalla fluitazione e appartenenti alle qualità suddette con grande prevalenza di calcare alberese. Vengono usate per massicciate, vespai e formazione di pietrisco. Veniva usata anche per la muratura faccia a vista.

- 6) *Sasso spezzato*: materiale ottenuto per frantumazione attraverso molini meccanici, di granulometria variabile.
- 7) *Tout vénant (stabilizzato)*: materiale di granulometria non preventivamente definita, proveniente da cava, da zone fluviali e da frantumazione. Viene impiegato prevalentemente per massicciate stradali.

- CONTRATTAZIONE E MISURAZIONE DELLE PIETRE E DI ALTRI MATERIALI

§ 2 - Pietrame da muro

La pietra da muro viene fornita spaccata o sbozzata e si negozia a metro cubo o a quintale per merce resa franco cantiere del venditore. Quella sbozzata si può misurare anche a numero, oppure al metro cubo.

§ 3 - Le pietre lavorate

Le pietre lavorate, compresi i marmi, sono utilizzate per le rifiniture di ambienti o per paramenti e decorazioni esterne. Si negoziano franco cantiere del venditore e si misurano a metro cubo secondo il massimo parallelepipedo circoscritto: in particolare le liste, come zoccolini e battiscopa, e i cordonati, si misurano a metro lineare utile. I sogliami, il rivestimento delle scale e i lastrici in genere si misurano a metro quadrato, oltre alla misurazione a metro lineare delle finiture e delle lavorazioni delle teste, da quantificare a metro lineare spessore.

I pezzi speciali lavorati a mano si contrattano a numero.

§ 4 - Sasso spezzato e tout vénant

Il sasso spezzato e tout vénant si contrattano a metro cubo o anche a peso sul mezzo di trasporto, per merce resa franco cantiere del venditore.

§ 5 - Ghiaie e rena

Comprendono rena o renone, ghiaia grossa mista a rena, colaticci, ghiaietto da giardino, specialmente adatto per conglomerati di cemento". Questi materiali, provenienti prevalentemente da zone umide o da cave, si quotano a peso o anche a metro cubo per merce franco cantiere del venditore.

§ 6 - Laterizi

I laterizi di vari tipi (mattoni comuni, mattoni forati, embrici toscani, marsigliesi etc.) si contrattano a numero; le tavelle e tavelloni, le pignatte e le volterrane, per la formazione dei solai, si contrattano a numero o a metro quadrato, franco cantiere del venditore.

§ 7 - Calce e cemento

Nella nostra Provincia è trattata la calce eminentemente idraulica, prodotta dalle fabbriche di cemento.

La calce idraulica, la calce aerea bianca, il gesso e il cemento si negoziano a peso, sia sfusi che in sacchi, franco stabilimento di partenza.

§ 8 - Legname da cantiere e da costruzione

Si presenta in varie forme di tagli e pezzature: travi, travicelli e tavolame. La larghezza delle tavole è variabile mentre lo spessore misura ordinariamente da cm. 2,5 a cm. 5.

Il legname da cantiere, prevalentemente di abete, è valutato a metro cubo.

Il legname da costruzione, di varie essenze, tra le quali le più comuni sono l'abete e il castagno, è valutato a metro cubo oltre al costo della lavorazione che viene definito in relazione al costo per il tempo di lavorazione.

§ 9 - Tubi

I tubi di cemento, fibro – cemento, plastica e simili si contrattano a metro lineare / diametro.

I tubi in opera sono invece misurati a metro lineare sezione utile, ossia per il proprio effettivo sviluppo secondo l'asse. Tutti i pezzi speciali si contrattano a prezzi unitari.

Si pagano a pezzo e contabilmente con il prezzo del tubo. La curva 1/2 metro di tubo, il raccordo a T un metro di tubo, la braga a tre vie metri 1,50 di tubo

§ 10 - Manufatti in cemento

I manufatti prefabbricati in cemento (fosse biologiche, pozzetti, lapidi, chiusini, pozzetti caditoi ecc.) si contrattano a pezzi unitari, mentre i manufatti per fogne, i cordonati, le canne fumarie e i gradini si contrattano a metro lineare.

§ 11 – Coperture, manti

Le coperture, manti possono essere realizzate in laterizio, fibrocemento e lamiera. I materiali vengono contrattati a numero o a metro quadro o a peso.

§ 12 - Recinzioni

I materiali per le recinzioni sono di vario tipo e si contrattano a seconda della loro tipologia e dimensione. Se è rete al mq e/o a rotolo, montanti di sostegno a nr, se recinzioni in pannelli metallici al mq e numero.

§ 13 - Profilati in acciaio e tondini per armature

I profilati in acciaio e il tondino per cemento armato, in vari tipi, vengono contrattati a peso. I tondini vengono forniti di norma nei diametri e nelle misure pari.

Le lamiere in acciaio o in altro metallo sono contrattate a peso o a metro quadrato.

§ 14 - Prodotti bituminosi per l'edilizia e le strade

I prodotti bituminosi per l'edilizia e le strade (bitume in pani, emulsione bituminosa, mastice d'asfalto, conglomerato bituminoso, etc.) sono contrattati a peso.

§ 15 - Mosaici e ceramiche da rivestimento

I mosaici e le ceramiche da rivestimento si contrattano a metro quadrato. I pezzi speciali vengono contrattati a prezzo unitario.

§ 16 - Sbadacchiature

La sbadacchiatura in legno o metallica è valutata a metro quadro ed è compreso nel prezzo l'onere dell'irrigidimento e dei puntelli.

- SCAVI E RINTERRI

§ 17 - Modo di misurazione

Gli scavi e i movimenti di terra in genere si misurano si misurano per le sezioni effettivamente scavate dall'opera al metro cubo.

L'individuazione del cavo prodotto deriva da un confronto fra il piano quotato del terreno prima dell'inizio dei lavori ed un corrispondente piano quotato rilevato al termine da progetto.

I rinterri sono valutati a metro cubo per le sagome costipate ottenute a fine opera e il prezzo dipende dal materiale utilizzato e dalle modalità seguite per l'approvvigionamento.

- DEMOLIZIONI

§ 18 - Modo di misurazione

La demolizione andante di fabbricati viene computata a metro cubo vuoto per pieno.

La demolizione di soffitti e di solai è valutata a metro quadro per la superficie realmente eseguita.

La spicconatura di intonaco è valutata a metro quadro vuoto per pieno quando la superficie del vuoto non è superiore a 4 metri quadri, ma può essere computata per superficie realmente eseguita valutando a parte gli oneri per la spicconatura di mazzette, architravi e modanature in genere.

La demolizione di scale è valutata per numero di scalini o a metro cubo.

La demolizione di pavimenti e massetti è valutata a metro quadro per la superficie reale.

La demolizione dei rivestimenti e della relativa malta o collante di ancoraggio è valutata al metro quadrato per la superficie realmente eseguita.

La demolizione di murature portanti e non portanti di diverso spessore è valutata a metro cubo, in particolare le murature ad una testa e di spessore inferiore possono essere valutate anche al metro quadrato.

La rimozione di infissi sia interni che esterni è valutata a metro quadro per la superficie compresa tra architrave, mazzette e davanzale.

Lo smontaggio di apparecchi sanitari è valutato unitariamente per ciascun apparecchio.

La rottura a forza a motivo della particolarità della lavorazione è eseguita in economia o a corpo.

Nei prezzi di tutte le suddette demolizioni non è compreso il trasporto dei materiali di risulta alla discarica.

- MALTE E CALCESTRUZZO

§ 19 - Modo di misurazione

Il calcestruzzo pronto per l'impiego e in particolare i conglomerati cementizi provenienti dalle centrali di betonaggio e trasportati in cantiere a mezzo di idonee autobotti vengono contrattati a metro cubo.

Le malte in genere, composte in cantiere, quando non comprese nel prezzo dell'opera compiuta, sono valutate a metro cubo.

La cassetta in legno o metallica per getti di calcestruzzo è valutata a mq per la reale superficie, comprese le opere di puntellamento e armatura.

- STRUTTURE MURARIE

§ 20 - Modo di misurazione

La muratura di pietrame con o senza doppi ricorsi di mattoni è computata a metro cubo effettivamente realizzata. È fatta detrazione delle cubature per vuoti quando la superficie di questi misuri oltre i mq 4 ciascuno. Nel caso in cui il vuoto superi i 4 mq, si valuta a parte l'onere per la formazione di architravi, archi e piattabande.

La muratura in mattoni pieni a due teste si valuta a metro cubo effettivamente realizzata detraendo la cubatura dei vuoti quando questi superino i mq 4 ciascuno. Nel caso in cui il vuoto superi i 4 mq, si valuta a parte l'onere per la formazione di architravi, archi e piattabande.

La muratura in elevazione di mattoni pieni ad una testa (soprammatrone di mattoni pieni) si valuta in metri quadrati vuoto per pieno, detraendo i vuoti quando la superficie di questi misuri oltre i mq 4,

salvo diversa contrattazione. Nel caso in cui il vuoto superi i 4 mq, si valuta a parte l'onere per la formazione di architravi, archi e piattabande.

I soprammattoni di mattoni forati per coltello sono valutati a metro quadrato vuoto per pieno, detraendo i vuoti quando la superficie di questi misuri oltre i mq 4. Nel caso in cui il vuoto superi i 4 mq, si valuta a parte l'onere per la formazione di architravi, archi e piattabande.

La valutazione della muratura a cassetta per tamponamenti di fabbricati in cemento armato è valutata a metro quadro per le due strutture che la compongono. Viene valutata a metro quadrato vuoto per pieno, detraendo i vuoti quando la superficie di questi misuri oltre i mq 4. Nel caso in cui il vuoto superi i 4 mq, si valuta a parte l'onere per la formazione di architravi, archi e piattabande.

La muratura in laterizio alveolare, in blocchi di cemento e blocchi in CLS cellulare viene computata al mq. È fatta detrazione della superficie per vuoti quando la superficie di questi misuri oltre i mq 4. Nel caso in cui il vuoto superi i 4 mq, si valuta a parte l'onere per la formazione di architravi, archi e piattabande.

L'esecuzione di muratura a faccia vista comporta un onere aggiuntivo che viene valutato a metro quadro.

Le strutture in calcestruzzo cementizio vengono valutate a metro cubo.

- SOLAI

§ 21 - Modo di misurazione

I solai sono valutati a metro quadro per la loro superficie effettiva con esclusione dal computo delle travi e dei cordoli di perimetro, mentre sono compresi gli oneri per le opere di carpenteria.

- SOFFITTI, TETTI E VOLTE

§ 22 - Modo di misurazione

I soffitti in genere sono valutati in metri quadri per la loro superficie entro i muri perimetrali.

I tetti sono valutati per la loro superficie effettiva misurata su pendenza. Nel prezzo non sono compresi i maggiori oneri per la formazione di gronde con esclusione di eventuali cordoli da valutare a parte.

È valutata a metro quadro la ripassatura del tetto.

Le volte sono valutate per la superficie effettiva misurata lungo il loro sviluppo.

- INTONACI

§ 23 - Modo di misurazione

Gli intonaci sono valutati secondo la loro superficie in metri quadrati vuoto per pieno effettuando le stesse detrazioni di superfici che vengono apportate nella valutazione delle murature sulle quali sono applicati. Nel caso in cui il vuoto abbia una superficie superiore 4 metri quadri vengono valutati a parte gli oneri per la formazione di sguanci e mazzette.

Le riprese interne o di facciata vengono conteggiate nella misura minima di un metro quadro cadauna.

- STUCCHI

§ 24 - Stucchi

Si commerciano ad unità se costituiscono disegno a sé stante, se invece risultano dall'unione di più elementi (cornici) si valutano a metro lineare.

La contrattazione degli stucchi in opera è fatta per metro lineare se trattasi di cornice, mentre viene conteggiata ad unità se compete ad elementi definiti (rosoni, capitelli ecc.).

Le opere da stucchinaio, quali il rifacimento di elementi architettonici, sono valutate a misura, in economia o a numero.

- PAVIMENTI E RIVESTIMENTI

§ 25 - Modo di misurazione

- a) Tutti i pavimenti ed i rivestimenti posti in opera, si misurano a metro quadro utile quali che siano i materiali che li compongono, marmi compresi. Gli elementi decorativi realizzati con pezzi speciali aventi caratteristiche dimensionali e strutturali diverse sono valutati a metro lineare, a corpo o in economia. I pezzi speciali possono essere valutati anche cadauno.
- b) Le carte da parati, prodotti similari e le moquettes si misurano a metro quadrato.
- c) I battiscopa in legno o altro materiale si misurano a metro lineare.

- IMPERMEABILIZZAZIONE

§ 26 - Contrattazione

Le impermeabilizzazioni si contrattano a metro quadrato di superficie effettiva in base alla loro tipologia al numero degli strati e loro spessore, compresi quindi sovrammonti e sfridi.

§ 27 - Coibentazioni

Le coibentazioni si contrattano a metro quadro poste in opera secondo lo spessore e la qualità riferita alla conducibilità termica. I materiali sfusi, quali ad esempio argilla espansa o similari, si contrattano a metro cubo o a peso.

- INFISSI

§ 28 - Fornitura e messa in opera

Gli infissi si valutano a metro quadrato misurando la luce netta del vano murario fino alla misura minima di mq. 1,50. Nel prezzo pattuito viene sempre compresa l'assistenza del falegname e del fabbro secondo il tipo di infisso (legno, metallo o leghe) occorrente per il montaggio dell'infisso stesso.

§ 29 - Opere murarie per la posa degli infissi

Le opere murarie per la posa degli infissi sono valutate a % sull'importo della fornitura.

- CARPENTERIA METALLICA

§ 30 - Contrattazione

La carpenteria metallica si valuta a peso (chilogrammi) di opera finita.

La valutazione è a peso di opera finita, oppure a metro quadro se ben definita la tipologia del materiale.

Il prezzo comprende anche gli oneri per una mano di antiruggine, se di acciaio al carbonio e se non sottoposta a zincatura.

- TINTEGGIATURA

§ 31 - Modo di misurazione

La raschiatura di tinteggiature esistenti viene valutata a metro quadrato vuoto per pieno.

Le tinteggiature di qualsiasi genere si misurano a metri quadrato vuoto per pieno detraendo i vuoti quando la superficie di questi misuri oltre i mq 4

- IMPIANTO ELETTRICO IN GENERE

§ 32 - Contrattazioni

Le installazioni per edifici civili si contrattano ad impianto funzionante valutandole a numero e tipo di utilizzazione (prese e punti luce).

Nei prezzi unitari è compreso l'onere dei circuiti di ogni utenza nonché l'onere per il fissaggio di canalizzazioni cassette e scatole che vengono valutate a misura.

La valutazione degli impianti equipotenziali è fatta unitariamente per gli apparecchi dei bagni e delle cucine; per radiatori, infissi metallici, attrezzature e condotti di centrali termiche, centrali idriche, la valutazione è fatta unitariamente per ponticelli secondo le sezioni del conduttore di fase.

I conduttori di protezione con inizio dall'esterno dell'unità immobiliare sono valutati a metri lineari secondo sezione. I dispersori di terra sono valutati unitariamente comprensivi dell'onere dei conduttori.

La messa a terra del sistema fondale (pilastri, travi rovesce) di un edificio è valutata a corpo o a misura. Negli edifici di civile abitazione e industriali non sono compresi nei prezzi unitari l'onere per la formazione di tracce e sfondi nelle pareti, nonché il riempimento a grezzo del conduttore di fase.

Gli impianti di segnalazione semplice e gli impianti citofonici (portiere elettrico) vengono valutati a numero di utilizzazioni. I quadretti di segnalazione e dei centralini vengono valutati unitariamente.

Le prese per televisione vengono valutate a prezzi unitari comprendendo l'onere dell'antenna collettiva e del centralino amplificatore.

E' uso valutarsi a parte l'eventuale estensione dell'impianto alla ricezione di canali pay-tv o via satellite tramite parabole.

Gli impianti elettrici industriali vengono valutati a misura secondo il numero e il tipo delle utilizzazioni in opera, mentre le linee di alimentazione vengono valutate in metri lineari effettivi in opera in relazione al tipo prescelto.

I quadri elettrici e gli impianti speciali vengono valutati a corpo a prezzo unitario.

- IMPIANTI ELETTRICI, ELETTRODOMESTICI, RADIO, TELEVISORI, MATERIALE ELETTRICO E RIPARAZIONE DI IMPIANTI DI ANTENNA SINGOLI E CONDOMINIALI

§ 33 - Installazione degli impianti elettrici negli stabili nuovi

L'installatore fornisce il preventivo al committente (sulla base di un capitolato redatto da quest'ultimo) per installazione di nuovo impianto.

I prezzi sono fatti per ogni specie di servizio: prese, interruzioni, deviazioni, campanelli, impianto scaldabagno, etc. In sede consuntiva a lavoro finito il committente insieme all'installatore conteggia ogni singolo elemento elettrico installato ed il risultato totale costituisce l'importo globale di tutto il lavoro.

Gli impianti elettrici eseguiti al di fuori del preventivo vengono pagati a parte sempre riferiti ai prezzi unitari preventivati. Se tali impianti elettrici extra sono stati ordinati direttamente dal proprietario del singolo quartiere ove viene effettuato il lavoro, il pagamento dovrà essere effettuato dal proprietario stesso.

§ 34 - Riparazione di impianti elettrici esistenti

Per la riparazione di apparecchiature elettriche non si usa rilasciare preventivo.

Per adeguamento e riparazione di impianti elettrici esistenti è uso rilasciare apposito preventivo.

§ 35 - Riparazione di piccoli elettrodomestici

Si considerano piccoli elettrodomestici gli aspirapolvere, le lucidatrici, i frullatori, gli asciugacapelli, i ventilatori, i rasoi elettrici, le piccole stufe elettriche, i ferri da stiro, i tostapane, i vari accessori elettrici per cucina (piccole affettatrici, tritacarne a più usi, macchina caffè e simili), coperte elettriche e simili etc.

La riparazione di tali apparecchi viene effettuata presso un laboratorio ove l'apparecchio viene portato dal cliente, il quale provvede direttamente, anche a ritirarlo.

Il laboratorio è tenuto a comunicare al cliente, dopo l'accertamento dell'entità del guasto, un preventivo dei pezzi di ricambio e del costo complessivo della riparazione.

Si procede alla riparazione dopo l'accettazione verbale o scritta del preventivo.

§ 36 - Riparazione di elettrodomestici

Per elettrodomestici si intendono i frigoriferi domestici, i congelatori domestici, i condizionatori d'aria, le lavatrici, le lavastoviglie, le cucine elettriche o miste, gli scaldabagni e simili.

La riparazione di tali apparecchi viene effettuata se possibile nell'abitazione del cliente o, altrimenti, nel laboratorio od officina appositamente attrezzata.

Il tecnico è tenuto a comunicare al cliente, dopo l'accertamento dell'entità del guasto, un preventivo dei pezzi di ricambio e del costo complessivo della riparazione. Si procede alla riparazione dopo l'accettazione verbale o scritta del preventivo.

Qualora la riparazione non venga effettuata per motivi tecnico-economici, il cliente è comunque tenuto a pagare una cifra a titolo di "diritto di chiamata".

§ 36bis - Riparazione di apparecchi telefonici

La riparazione di tali apparecchi viene effettuata nel laboratorio appositamente attrezzato. Il tecnico è tenuto a comunicare al cliente, dopo l'accertamento dell'entità del guasto, un preventivo del costo complessivo della riparazione. Si procede alla riparazione dopo l'accettazione verbale o scritta del preventivo.

§ 37 - Riparazione di radio, registratori, radio-registratori, autoradio, televisori, video registratori, telecamere.

Per la riparazione di radio e televisori portatili, si applicano gli usi vigenti per la riparazione di elettrodomestici. Si considerano portatili i televisori fino a 32 pollici .

Per quelli non portatili, chi riceve dal cliente la richiesta di intervento è solito riempire un modulo in doppia copia, nel quale vengono indicati il nome e l'indirizzo del cliente, la marca dell'apparecchio e la natura del guasto. Di tali copie, una rimane agli atti della ditta che provvede alla riparazione, l'altra viene data al tecnico incaricato di eseguirla, il quale ha facoltà di riscuotere e rilasciare ricevuta con la descrizione del lavoro effettuato, ed è tenuto a consegnare al cliente l'eventuale pezzo sostituito, salvo permuta.

Ultimata la riparazione, è infatti uso che lo stesso tecnico chieda il pagamento, al quale il cliente è tenuto a provvedere dopo aver constatato il buon funzionamento dell'apparecchio riparato. Qualora la riparazione non venga effettuata per motivi tecnico-economici, il cliente è comunque tenuto a pagare una cifra a titolo di "diritto di chiamata".

Qualora la riparazione debba essere effettuata in laboratorio o in officina, all'addebito del pezzo sostituito e della mano d'opera è uso aggiungere le spese di trasporto dell'apparecchio.

§ 38 - Vendita di apparecchi radio, televisori, video registratori, elettrodomestici, telecamere, impianti hi-fi, apparecchi elettronici di uso domestico in genere.

Dal prezzo di vendita sono sempre e comunque escluse le spese di trasporto e di installazione.

§ 39 - Installazione e riparazione di antenne TV

Qualora sia richiesto un preventivo per la riparazione di un impianto di antenna singolo o condominiale è uso da parte dell'installatore richiedere il rimborso del costo del preventivo stesso, nel caso che il lavoro preventivato non sia accettato. L'installatore è responsabile per il corretto funzionamento dell'impianto in relazione a tutte le emittenti televisive il cui segnale viene correttamente ricevuto nella zona.

- IMPIANTO DI RISCALDAMENTO E DI CONDIZIONAMENTO

§ 40 -Metodo di Misurazione della temperatura in ambiente domestico

Per gli impianti di riscaldamento il dimensionamento è normalmente eseguito con un saldo di temperatura tra esterno ed interno in conformità alle norme vigenti. La temperatura in qualsiasi ambiente viene misurata al centro della stanza e a circa m. 1,50 dal pavimento.

§ 41 - Contrattazione

Nel costo dell'impianto reso funzionante in ogni sua parte non è compreso l'onere delle opere murarie, né della canna fumaria per la parte esterna al locale della centrale termica. E' escluso inoltre l'impianto elettrico, salvo l'allacciamento del bruciatore e le opere di coibentazione che si ritengono inclusi nel prezzo dell'impianto di riscaldamento.

Il progetto della centrale termica, ubicazione del serbatoio, il tutto ai fini dell'ottenimento del nulla osta da parte del Comando dei VV. FF., spetta alla committenza.

§ 42 - Caratteristiche impianto di condizionamento

Il progetto relativo all'impianto di condizionamento deve precisare il valore di salto termico fra esterno ed interno, il grado di umidità degli ambienti e la eventuale presenza di complessi di trattamenti d'aria.

§ 43 - Contrattazione impianto di condizionamento

Il prezzo viene stabilito secondo la tipologia dell'impianto, con l'esclusione delle opere elettriche e murarie.

- IMPIANTO IDRAULICO ED IGIENICO-SANITARIO

§ 44 - Contrattazione

Nel prezzo di ogni elemento (lavabo, vasca, bidet, lavelli etc.) sono compresi gli accessori normali quali le cassette scaricatrici, le rubinetterie (secondo la marca o il tipo), i sifoni, le tubazioni di adduzione dal contatore dell'appartamento e di scarico fino all'immissione nel discendente, nonché la eventuale rete d'aria.

- ASCENSORI ED IMPIANTO DI SOLLEVAMENTO

§ 45 - Contrattazione

Nelle abitazioni civili si esclude dalla valutazione dell'impianto il costo delle opere murarie, intendendo per esse il vano di corsa e la sala macchine nonché la sala di accesso alla sala medesima. La compilazione dei disegni, l'assistenza al collaudo ed il rilascio delle licenze di impianto e di esercizio spetta all'impiantista con esclusione delle spese di progettazione strutturali spettanti al committente. Il pagamento delle tasse di licenza e di esercizio spetta al committente.

C) USI SPECIALI IN AGRICOLTURA E SILVICOLTURA

- ISTITUTI SPECIALI PER LA MIGLIORE GESTIONE PATRIMONIALE IN COLLABORAZIONE FRA PICCOLI IMPRENDITORI AGRICOLI

§ 1 - Scambio di manodopera e di servizi

Esiste un uso di scambiare gli arnesi e le "opre". Lo scambio di "opre" tra conduttori in economia e coltivatori diretti e viceversa si verifica per le "faccende" più importanti ed urgenti, quali la semina, la vendemmia, la trebbiatura, la raccolta delle olive, delle castagne, etc.

Nel caso di conduttori in economia (cioè le aziende che conducono con manodopera dipendente), lo scambio non è riferito alla sola manodopera ma anche al mezzo meccanico che l'operaio conduce.

E' d'uso che aziende di piccola e media dimensione acquistino in comune delle attrezzature che saranno utilizzate da lavoratori abilitati.

Il coltivatore diretto rimborsa l'azienda condotta in economia con il proprio lavoro.

E' d'uso il prestito di manodopera fra aziende condotte in economia, nel qual caso l'azienda debitrice rimborsa all'altra il puro costo del lavoro comprensivo di oneri salariali e previdenziali.

- FATTORE O AGENTE AGRARIO

§ 2 - Nozione

Il fattore o agente agrario è un collaboratore permanente nella impresa agricola, le cui mansioni si esplicano nel campo tecnico ed amministrativo alle dirette dipendenze dell'imprenditore, con funzioni di vigilanza in genere e di supervisione sull'attività dell'azienda.

§ 3 - Poteri di rappresentanza del preponente

Il fattore o agente agrario svolge la sua attività nell'interesse del preponente e della di lui azienda. I suoi poteri, quando non siano specificatamente disciplinati da contratto individuale o collettivo ai sensi dell'art. 2138 C.C. ovvero da procura scritta, debbono intendersi conferiti con efficacia generale, salvo le limitazioni seguenti.

§ 4 - Vendita dei prodotti del fondo

Il fattore o agente agrario deve curare lo smercio dei prodotti del fondo purché staccati dal suolo e immagazzinati nei locali affidati alla sua custodia.

Non ha, in genere, facoltà di vendere, senza ottenere previamente disposizioni del preponente, i frutti pendenti né di ottenere anticipazioni da terzi su tali prodotti.

§ 5 - Vendita del bestiame

E' facoltà del fattore o agente stipulare contratti di vendita del bestiame sempre nei limiti del normale bisogno del fondo. Le vendite a pagamento differito sono consentite con le modalità richiamate nella parte dedicata alla vendita dei bovini.

§ 6 - Acquisti

E' facoltà del fattore stipulare contratti di acquisto del bestiame, nei limiti del normale bisogno del fondo.

Il fattore può acquistare concimi, sementi, anticrittogamici, strumenti agricoli, macchine (escluse quelle di costo o di importanza eccezionali).

§ 7 - Acquisti a pagamento differito

Sono in facoltà del fattore o agente agrario gli acquisti a pagamento differito.

§ 8 - Direttive

In ogni caso, i contratti di cui ai precedenti paragrafi 4, 5, 6 e 7 debbono essere intesi subordinati alle direttive del preponente.

§ 9 - Pagamenti e riscossioni in genere nei rapporti con terzi

E' consuetudine che l'agente provveda al pagamento di "opre" a giornata ed a cottimo, di somme attinenti alle gestioni mezzadrili, di tasse ed imposte. Può riscuotere canoni, corrisposte varie, prezzo ed acconti di prezzo o caparre relative a contratti che rientrano nelle sue specifiche attribuzioni.

§ 10 - Assicurazione dei prodotti e del bestiame

La consuetudine consente che il fattore concluda contratti di assicurazione, sia contro l'incendio che contro la grandine o la mortalità del bestiame. E' però preferibile l'uso di esibire la delega espressa del titolare.

Il fattore non può, senza il consenso del titolare stesso, effettuare versamenti personali in conto cassa per le necessità aziendali.

§ 11 - Conti colonici

In caso di assenza o di impedimento del titolare il fattore lo rappresenta nella redazione dei conti colonici.

§ 12 - Rapporti del fattore con il titolare dell'azienda

Il fattore deve presentare al titolare, ad ogni mese, un estratto della contabilità che riporti dal giornale tutte le operazioni avvenute ("mensile").

- FATTORE SPICCIOLO

§ 13 - Nozione

Il fattore spicciolo è colui che esplica le stesse mansioni del fattore o agente agrario in più aziende.

- USUFRUTTO DEI BOSCHI

§ 14 - Boschi cedui, matricinati e composti

E' consuetudine di provvedere a tagli del ceduo man mano che vengono a maturità.

E' ancora consuetudine per le piante d'alto fusto (le cosiddette matricine) che l'usufruttuario provveda al taglio delle piante soprannumerarie ed alla loro sostituzione.

- DISTANZE DEGLI ALBERI

§ 15 - Olivi sul confine

Nel caso in cui un olivo protenda i propri rami sul fondo altrui, è consentito che il proprietario della pianta raccolga le olive cadute sul fondo confinante, senza dovere per ciò nessuna indennità al proprietario del fondo medesimo.

E' consentita anche l'immissione sul fondo di rami e di radici dell'olivo.

- PRESTAZIONE DI SERVIZI IN AGRICOLTURA A MEZZO MACCHINE

§ 16 - Computo del compenso.

Il compenso per il noleggio delle macchine viene computato ad ore, a superficie, a peso o forfait.

Per i lavori di taglio bosco, mediante impiego di motoseghe, il compenso viene stabilito come segue:

- per il solo taglio: a cottimo, a forfait o a ore;
- per il taglio e la formazione delle cataste: a metro stereo di legna tagliata e accatastata o a tempo.

Il compenso per il noleggio di impianto irriguo con attrezzatura volante, viene computato ad ore o a superficie.

Per quanto riguarda la mietitrebbiatura il compenso viene fissato in base alla superficie, al tempo o ai quintali trebbiati.

Per i lavori di carattere straordinario (scassi, sterri, rusature, affossature e comunque movimenti di terra in genere) il compenso viene stabilito a superficie, ad ore o a forfait.

Quando il compenso viene effettuato ad ore per prestazioni ridotte di superficie o di quantità si applica una tariffa più elevata.

Lo spostamento delle macchine viene computato a parte.

Il lavoro compiuto, comunque sia valutato, risulta da un mandato che può essere firmato dalle parti interessate.

§ 17 - Prestazioni del servizio.

Il prestatore è tenuto a fornire la macchina operatrice ed il solo personale di macchina.

Il rimanente personale può essere fornito dal committente o dal prestatore stesso.

§ 18 - Compartecipazione per la raccolta delle olive

Nella compartecipazione per la raccolta delle olive il conduttore del fondo assegna al partecipante, che accetta, la raccolta delle olive insistenti su un appezzamento, identificato catastalmente.

L'operazione di raccolta viene effettuata per brucatura, ed il raccoglitore provvede ad imballare, cartellinare e lasciare in campo, generalmente sul punto di passaggio della trattrice, le olive raccolte.

Al raccoglitore spettano dai 4 ai 6 kg. di olio per ogni quintale di olive raccolte.

La pesatura delle olive viene effettuata in azienda e di ciò viene consegnato al raccoglitore un mandato attestante il peso.

Il raccoglitore ritira l'olio entro dieci giorni dalla fine delle operazioni di molitura delle olive.

Le parti concordano il periodo d'inizio e di termine delle operazioni di raccolta.

Quando il raccoglitore ha terminato la raccolta sull'appezzamento assegnato, potrà operare in quello di un altro raccoglitore ed aiutarlo a terminare la raccolta, previo accordo e consenso di quest'ultimo e preventiva comunicazione al conduttore del fondo.

D) USI VIGENTI NELLE STRUTTURE RICETTIVE (alberghi, extralberghiero ed agriturismo)

§ 1 - Ammissione alla struttura ricettiva.

Il contratto di alloggio, scritto o verbale, è concluso nel momento in cui il titolare di strutture ricettive aderisce alla richiesta e comunica di riservare la camera ordinata dal cliente o da chi per lui.

§ 2 - Prenotazione di camere

Il cliente che prenota camere si impegna ad occuparle alla data convenuta e a pagarle da tale data.

La prenotazione con caparra, sia con carte di credito o altre modalità concordate tra il titolare di strutture ricettive ed il cliente, è valida fino alle ore 12.00 del giorno successivo a quello stabilito.

Tale caparra non è superiore alla tariffa massima esposta.

La prenotazione non garantita da caparra è valida fino all'ora concordata tra il titolare di strutture ricettive e il cliente. In assenza di accordo è valida fino alle ore 17.00 del giorno stabilito.

§ 3 - Condizioni e durata del contratto.

L'impegno di alloggio si considera concluso per una giornata; la sua durata si prolunga nel caso in cui la camera non sia stata liberata entro le ore 12.00, nel qual caso l'impegno di alloggio continua di giorno in giorno.

Il prezzo giornaliero viene conteggiato dalle ore 14.00 del giorno di arrivo alle ore 12.00 del giorno successivo.

Al cliente che con prenotazione richiede ed ottiene di prendere possesso delle camera prima delle ore 14.00 viene addebitato il costo della medesima dal giorno precedente in quanto tenuta a sua disposizione.

Qualora per causa indipendente dalla propria volontà e comunque di forza maggiore il titolare di strutture ricettive si trovi nell'impossibilità di rispettare l'accordo pattuito, dovrà procurare al cliente analoga sistemazione in altro esercizio, in zona limitrofa, di pari categoria, o categoria superiore, prendendo a suo carico l'eventuale differenza di prezzo.

§ 4 - Trattamento di pensione

La "pensione" (camera con pasti compresi) è una convenzione tra il cliente e l'esercizio per l'alloggio ed i pasti, dietro corresponsione di un prezzo convenuto e forfettario.

Tale prezzo viene calcolato a decorrere dal primo pasto consumato dal cliente dopo l'arrivo, mentre i pasti che non sono stati serviti al cliente il giorno dell'arrivo gli vengono forniti, senza pagamento di prezzo, il giorno della sua partenza.

Non sono accordate riduzioni a clienti in pensione per i pasti non consumati.

Si intendono per pasti: la prima colazione del mattino, la seconda colazione e la cena, escluse le bevande.

Detti pasti sono consumati agli orari esposti nell'esercizio e nei locali a questo scopo adibiti. Non vi è obbligo del titolare di strutture ricettive di somministrare i pasti fuori di questi orari e di detti locali e comunque, in tal caso, si può chiedere un supplemento di prezzo.

§ 5 - Oggetti rinvenuti.

Gli oggetti rinvenuti nella struttura ricettiva e nelle sue dipendenze (giardini, rimesse, piscina etc.) messe a disposizione (libere o a pagamento) degli ospiti, devono essere consegnati alla direzione.

§ 6 - Rapporti con il cliente

Se il cliente accetta la camera, i pasti, la pensione ed altre prestazioni particolari, senza essersi preventivamente informato del prezzo, accetta tacitamente le condizioni di prezzo pubblicate o praticate dall'esercizio.

Il cliente deve assoggettarsi al divieto di cucinare.

Il cliente non può lavare né stirare indumenti nella camera.

Il cliente può essere accompagnato da animali, su preventivo accordo con la direzione al momento della prenotazione; gli animali possono essere ammessi nelle camere se la direzione vi acconsente e mediante pagamento di un'indennità supplementare. Egli è responsabile di ogni danno cagionato da questi animali.

Il titolare di strutture ricettive ha facoltà di chiedere il pagamento anticipato delle prestazioni al cliente, o comunque un'adeguata garanzia in relazione alla richiesta di soggiorno, secondo le condizioni riportate ai paragrafi 2 e 3 relative alla caparra.

La direzione può chiedere la cessazione o l'attenuazione dei rumori anormali che possano disturbare la clientela, compresi quelli derivanti dall'uso di apparecchi radio, televisori o strumenti musicali. Il cliente cui sia stato rivolto un simile invito dovrà aderirvi.

Qualsiasi infrazione al buon costume dà diritto al titolare di strutture ricettive di recedere dall'impegno d'alloggio in corso.

Il cliente non ha facoltà di far accedere alla propria camera persone, di ambo i sessi, non alloggiate nella struttura, salvo esplicito consenso da parte della direzione, con la relativa consegna dei documenti.

§ 7 - Pagamento del conto

Il pagamento del conto od il saldo residuo deve avvenire da parte del cliente all'atto della partenza.

Il titolare di strutture ricettive può chiedere periodicamente il pagamento delle prestazioni già fornite.

§ 8 - Termini di cancellazione

In assenza di termini di cancellazione stabiliti al momento della prenotazione fra cliente ed il titolare di strutture ricettive, il cliente deve comunicare l'annullamento della prenotazione entro 48 ore precedenti la data dell'arrivo. In caso di ritardato annullamento o "no show" gli verrà addebitato il costo della prima notte a prescindere dal numero delle notti prenotate.

L'addebito verrà effettuato sulla carta di credito fornita a garanzia della prenotazione.

Qualora la partenza anticipata sia determinata da responsabilità riconducibili al titolare di strutture ricettive, il cliente non dovrà corrispondere il pagamento delle restanti notti prenotate. In caso di versamento di caparra a copertura delle notti prenotate, questa dovrà essere restituita per le notti non usufruite.

Qualora il cliente già alloggiato non comunichi la partenza anticipata entro le ore 12.00 dovrà corrispondere l'importo di un ulteriore pernottamento.

- CAMPEGGI

§ 9 - Accesso

I visitatori, ammessi con specifica autorizzazione del gestore, devono consegnare alla stessa un documento di identità.

§ 10 - Piazzamento delle attrezzature

Le attrezzature degli ospiti (tende, caravan, autocaravan e affini) sono installate in luoghi indicati dal gestore.

I veicoli sono parcheggiati a fianco delle attrezzature, salvo diverse esigenze del campeggio.

§ 11 - Corrispondenza

La corrispondenza diretta a ospiti del complesso deve essere richiesta e ritirata dai singoli destinatari in Direzione. Quanto non reclamato viene respinto al mittente dopo 10 giorni di giacenza.

§ 12 - Rimessaggio

Per i mezzi di pernottamento autonomi e mobili in giacenza all'interno del complesso oltre la data di chiusura ufficiale, si applica la tariffa forfetaria giornaliera.

- AGENZIE DI VIAGGIO E TURISMO

§ 13 - Diritti d'agenzia a carico del cliente

E' d'uso, per l'erogazione di servizi da parte dell'agenzia di viaggi a favore dei clienti, la richiesta di diritti d'agenzia, differenziati per tipologia di servizi forniti.

§ 14 - Commissioni per attività di mediazione

Per l'attività d'intermediazione relativa a:

- a) prenotazioni alberghiere e di strutture residenziali;
- b) prenotazione e vendita di biglietteria aerea, marittima, ferroviaria, vagoni letto, teatrale e per eventi culturale, sportivi e di altro genere;
- c) noleggio auto e pullman;
- d) prenotazioni viaggi da catalogo organizzati da Tour Operators;

all'agenzia di Viaggi è riconosciuta dal fornitore una commissione non inferiore all'8,50%.

§ 15 - Prenotazione e acconto

Il cliente, all'atto di prenotazione di un pacchetto turistico è tenuto a corrispondere all'agenzia di viaggi a titolo d'acconto una somma pari al 25% del costo totale del servizio richiesto.

Per gli altri tipi di servizi, è d'uso corrispondere l'intero importo del singolo servizio richiesto, contestualmente alla sua erogazione.

E' prassi, inoltre, corrispondere le quote assicurative e le quote d'iscrizione dovute al tour operator.

§ 16 - Servizi imprenditoriali

Quando l'agente di viaggi, attraverso l'assemblaggio di servizi vari per l'organizzazione di un viaggio, stipula contratti a nome proprio per conto altrui trattando tariffe nette, applicherà una maggiorazione cosiddetta "mark-up".

E) BENI MOBILI

- AZIENDE, MASSERIZIE, BENI MOBILI IN GENERE

§ 1 - Cessione di aziende industriali e commerciali e agenzie di affari in genere

Al mediatore spetta la provvigione del 3% da ciascuna delle due parti sulla cifra complessiva della cessione, ivi comprese le merci cedute con esclusione dei generi di monopolio e assimilati

§ 1 bis – Affitto di aziende e/o di ramo di aziende industriali e commerciali e agenzie di affari in genere

Al mediatore spetta una provvigione pari a una mensilità del canone di affitto d'azienda, da ciascuna delle due parti

§ 2 - Masserizie e beni mobili in genere

Al mediatore intervenuto nella compravendita di masserizie e beni mobili compete una provvigione del 5% da ciascuna delle due parti.

- CUSTODIA BENI MOBILI

Nessun uso accertato

- OGGETTI D'ARTE IN GENERE E ANTICHITA' COMPRESI GIOIELLI PREZIOSI

§ 3 - Commercio di oggetti d'arte in genere e antichità compresi gioielli preziosi

Per il commercio di oggetti d'arte e/o di antiquariato compresi i gioielli antichi, al mediatore è dovuta, da ciascuna delle parti, la provvigione del 15 % sia che la contrattazione avvenga tra commercianti, sia che si svolga tra commercianti e privati.

Per il commercio di gioielli e preziosi, al mediatore è dovuta da ciascuna delle due parti, la provvigione del 2%, sia che la contrattazione avvenga tra commercianti, sia che si svolga tra commercianti e privati.

§ 4 - Stima

Lo stimatore ha diritto ad un compenso pari ad una percentuale sul valore attribuito all'oggetto della stima, secondo la tabella che segue, nonché al rimborso delle spese:

- a) stima che non richieda speciali ricerche ed accertamenti: 4% fino al valore di € 51.645,69 e 2% sull'eventuale maggior valore, con un minimo di € 51,65;
- b) stima per divisione, con costituzione di lotti dal 2% al 4%;
- c) stima con impegno di acquisto: se l'acquisto ha luogo, non sono dovuti onorari né rimborsi spese;
- d) stima con impegno di realizzo: se il realizzo ha luogo tramite lo stimatore non sono dovuti né onorari né rimborsi spese.

- FRANCOBOLLI PER COLLEZIONE E MATERIALE FILATELICO IN GENERE

§ 5 – Valutazione

La compravendita o la permuta di francobolli per collezione e di quanto comunque attenga alla filatelia avviene su una valutazione concordata tra le parti con riferimento ai più noti cataloghi.

§ 6 - Unità di contrattazione

L'unità di contrattazione può essere:

- a) un singolo pezzo;
- b) una serie, cioè un insieme di francobolli appartenenti ad una stessa emissione;
- c) una partita, cioè un insieme di francobolli o serie distintamente valutati;
- d) un lotto od una Collezione, cioè un insieme di francobolli e serie cui viene attribuita una valutazione complessiva e riferita o meno ad un catalogo.

§ 7 - Garanzia per i vizi occulti

I singoli pezzi e le serie sono assistite dalla garanzia per vizi occulti, per quanto concerne l'autenticità del francobollo stesso, la sua esatta classificazione, la gomma se nuovo, l'annullo se usato, la dentellatura, l'eventuale soprastampa, ecc. Qualora però il compratore abbia richiesto, come condizione essenziale per il perfezionamento del contratto, che il venditore corredi l'oggetto del contratto stesso con la firma o un certificato fotografico di un perito di gradimento del compratore, si intende esclusa qualsiasi ulteriore garanzia da parte del venditore. Le partite, i lotti e le collezioni sono assistiti dalla garanzia per vizi occulti soltanto se la parte venditrice l'ha offerta od ha fatto esplicito riferimento ad un valore globale di catalogo; in caso diverso, partite, lotti e collezioni si intendono venduti con la clausola "Visto e gradito".

§ 8 - Perizia consensuale

La garanzia per vizi occulti non opera se, dopo la denuncia del vizio, il cedente esibisca il francobollo firmato da un perito filatelico di comune gradimento. Le spese della perizia sono a carico di chi ha denunciato il vizio.

§ 9 - Mediazione

Il diritto di mediazione è del 2% da parte di ciascuno dei contraenti, fino ad un valore di € 51.645,69, e dell'1,50% sull'eventuale maggior valore, con un minimo di €51,65.

§ 10 – Diritto di stima

Il diritto di stima - qualora sia richiesta ad un commerciante - è del 2% sul valore stimato; qualora il commerciante stesso acquisti la merce stimata, il diritto di stima non è dovuto.

Il diritto di stima in caso di divisione, con costituzione di lotti, è del 2% con un minimo di € 51,65 per ogni lotto.

§ 11 – Scambio fra collezionisti

Tutti gli usi di cui sopra si applicano anche agli scambi fra collezionisti privati.

F) PUBBLICITA'

§ 1 – Definizione dei soggetti operanti nel settore della pubblicità.

I soggetti che operano nell'ambito pubblicitario sono il cliente e l'operatore della comunicazione.

Il rapporto tra cliente e "Operatore della comunicazione" è basato sull'affidamento dal primo al secondo di un incarico per l'ideazione e/o realizzazione di una campagna di comunicazione.

§ 2 - Terminologia

E' comune l'uso di termini stranieri, prevalentemente di lingua inglese, fra i quali più frequentemente i seguenti di cui si indica il significato.

Account executive: funzionario di un'agenzia pubblicitaria che ha il compito di curare i rapporti con il cliente, di interpretarne le esigenze e di trasmetterle correttamente all'interno dell'agenzia affinché il reparto creativo produca messaggi conformi agli obiettivi di comunicazione voluti.

Art director: chi in un'agenzia pubblicitaria ha il compito di tradurre in immagini i concetti di una campagna.

Audience: gruppo di persone raggiunte da un mezzo di comunicazione in un determinato periodo di tempo.

Benefit: vantaggio, beneficio. E' usato sia per identificare i vantaggi da proporre al consumatore sia per indicare i vantaggi ottenuti o ottenibili dall'impresa mediante una determinata azione di marketing.

Billing: valore totale degli stanziamenti pubblicitari assegnati in un anno ad un'agenzia.

Body copy: il testo di un annuncio pubblicitario in cui sono descritte le caratteristiche dell'azienda e/o del prodotto presentato.

Brand image: immagine di marca. Immagine.

Brand leader: marca che detiene la più alta quota all'interno di un mercato, considerato nel suo complesso, o di un segmento ben individuato.

Brief: documento che riassume gli obiettivi di una campagna pubblicitaria o di una ricerca di marketing, le caratteristiche del mercato potenziale ed eventualmente altre informazioni ritenute necessarie per definire in termini più precisi un'iniziativa.

Briefing: riunione dove si condivide il brief.

Brochure: presentazione cartacea prestigiosa.

Budget: bilancio di previsione; stima delle entrate e delle spese relative ad un periodo di esercizio o ad un esercizio intero. In esso sono indicati anche gli obiettivi da raggiungere. Può riferirsi ad una singola azione (ad esempio una campagna pubblicitaria) o ad un settore aziendale (ad esempio una divisione o alla funzione vendite) o infine all'intera attività dell'impresa.

Il metodo più semplice è quello di definire il budget della pubblicità come percentuale sul fatturato previsto. Molte aziende, quantificano il budget sulla stima della spesa media dei principali concorrenti utilizzando il cosiddetto competitive parity method. Altre aziende, invece, usano il metodo degli obiettivi, che cerca di misurare la redditività della pubblicità, considerando questa variabile alla stregua di un qualsiasi strumento di gestione aziendale i cui costi devono essere giustificati dal raggiungimento di determinati obiettivi.

Commercial: comunicato pubblicitario televisivo.

Copy: parte di testo di un messaggio pubblicitario.

Copywriter: chi nell'agenzia ha il compito di ideare i testi pubblici. Svolge la sua attività creativa in stretto collegamento con l'art director.

Coupon: tagliando di un annuncio pubblicitario o promozionale che il consumatore compila e spedisce per ottenere informazioni, per fare un ordine o per ricevere in prova il prodotto. Buono-sconto o buonoacquisto che dà diritto ad ottenere una riduzione di prezzo su un prodotto o un omaggio dietro presentazione dello stesso al dettagliante.

Depliant: pieghevole, foglio pubblicitario a più facciate.

Design: conferimento di una forma apprezzabile ai beni prodotti in serie. Differenzia il prodotto da quelli concorrenti attribuendogli una personalità propria, rendendolo più facilmente identificabile, aumentandone l'attività, la funzionalità, il prestigio e le caratteristiche ergonomiche. Viene sovente confuso con styling anche se quest'ultimo termine riguarda soltanto gli aspetti estetici.

Direct mail: invio postale di materiale informativo, promozionale e pubblicitario o di una proposta di vendita, fatto dall'azienda direttamente al recapito del cliente potenziale.

Direct marketing: tecnica di marketing con la quale l'impresa si propone di ottenere una risposta diretta da parte del cliente finale sia questa un ordine d'acquisto, una richiesta di informazioni, una domanda di campione in prova o di altro materiale promozionale. Non coincide necessariamente con la cosiddetta vendita diretta, cioè la vendita che esclude ogni intermediario nella distribuzione.

Display: contenitore - cartaceo e/o elettronico, statico o dinamico - spesso recante un testo pubblicitario.

Fee: parcella forfettaria data in pagamento alle prestazioni di un'agenzia pubblicitaria o di un consulente.

Free lance: professionista pubblicitario autonomo che collabora con l'agenzia o direttamente con un cliente senza continuità, di volta in volta.

Grp (Gross rating point): è l'unità di misura usata nell'advertising tradizionale per misurare l'ampiezza dell'audience raggiunta da uno specifico mezzo di comunicazione o da un piano pubblicitario. È il prodotto tra la percentuale dell'audience di riferimento raggiunta da una pubblicità per la frequenza con la quale quell'audience raggiunta visualizza quella stessa pubblicità durante una campagna (frequenza per percentuale raggiunta). Per esempio, una pubblicità televisiva trasmessa 5 volte che raggiunge il 50% dell'audience di riferimento ogni volta che viene mandata in onda ha un GRP di 250 (5 x 50%).

Headline: in un annuncio pubblicitario è la parte del testo che apre il messaggio e che viene messa in risalto, usando tra l'altro caratteri di stampa più grandi (e di sotto in maiuscolo), per attirare l'attenzione. Solitamente sintetizza il tema della comunicazione.

House organ: pubblicazione periodica edita da un'impresa per promuovere le sue relazioni pubbliche e per stabilire un rapporto di comunicazione costante con i propri dipendenti e/o clienti.

Jingle: canzoncina che accompagna un testo pubblicitario in annunci radiofonici, cinematografici e televisivi.

Layout: disposizione appropriata degli elementi che compongono un annuncio pubblicitario: figure, headline, body copy. Consente di visualizzare il messaggio prima di passare all'esecutivo.

Lettering: scelta o progetto dello stile di un carattere grafico per le parole che appaiono sulle pubblicazioni aziendali (confezioni, annunci e così via).

Mailing: invio per corrispondenza al recapito del cliente potenziale di una proposta di vendita o di materiale promozionale. Gli elementi di un mailing: la busta, il depliant illustrativo, la lettera che descrive il prodotto e invita il lettore a fare l'ordine e, infine, la cartolina d'ordine. Direct marketing, mail order.

Merchandising: complesso di attività che hanno lo scopo di promuovere le vendite una volta che la merce abbia raggiunto il punto di vendita stesso; per esempio confezione, esposizione, sconti, offerte speciali, distribuzione di materiale promozionale. Tale attività può essere svolta dal fornitore, dal venditore o da entrambi.

Packaging: confezione o studio della confezione. Elemento di estrema importanza per la differenziazione e la personalizzazione del prodotto oltre che per la sua distribuzione fisica e la sua esposizione nei punti di vendita. Il packaging consente una politica di marca, è indispensabile veicolo per la fornitura di alcuni servizi impliciti al consumatore quali l'informazione sul prodotto e una

migliore possibilità di conservazione. Il suo ruolo è andato aumentando con la diffusione del selfservice.

Pay-off: frase conclusiva di un annuncio pubblicitario. Spesso è posta dopo la marca per qualificare e rafforzare la comunicazione. Si presta ad essere l'elemento di continuità di campagne pubblicitarie diverse.

Peak time: indica la fascia d'ascolto di prima serata, tra le 20.30 e le 22.30.

Portfolio: pubblicazione che presenta una nuova campagna o un nuovo prodotto ad un target qualificato come venditori o intermediari commerciali. Viene fatto per coinvolgere e motivare persone importanti nella strategia di marketing. Può significare anche la raccolta dei lavori di un creativo.

Pr. Public relations, relazioni pubbliche: attività di comunicazione dell'impresa, attuata di solito con l'ausilio di professionisti specializzati, tendente, attraverso contatti con persone di una qualche influenza, ad ottenere un ambiente positivamente predisposto all'impresa e ai suoi prodotti. Gli obiettivi più comuni delle Pr. sono l'ottenimento di articoli redazionali e di citazioni nel mass media, la partecipazione dell'impresa ad iniziative importanti, gli incontri con opinion leader e con i rappresentanti delle istituzioni nonché tutte le forme di cortesia tendenti ad attribuire all'impresa connotati di gradevolezza e correttezza.

Prime time: indica il periodo di tempo in cui l'audience televisiva è massima, in genere tra le 20,30 e le 23.00.

Royalty: prezzo pagato al proprietario per lo sfruttamento di una risorsa naturale, di un marchio o di un brevetto e commisurato all'entità dello sfruttamento effettuato.

Slogan: termine parzialmente in disuso che veniva utilizzato per indicare la frase atta alla memorizzazione dell'annuncio pubblicitario da parte del consumatore. E' stato sostituito dall'heading.

SPOT:

- breve comunicato pubblicitario radiofonico o televisivo;
- tempo destinato alla trasmissione di comunicati pubblicitari (di solito 15, 30 e - più raramente - 45 secondi). Si usa anche per indicare, impropriamente, i commercials.

- ALTRI TERMINI ENTRATI NELL'USO COMUNE

Activity audit: Verifica indipendente di un'attività misurata per un periodo di tempo specifico. Alcune delle metriche chiave convalidate sono le pressioni pubblicitarie, le pressioni sulle pagine, i click, le visite totali e i singoli utenti. Un controllo di attività figura in un report verificando le metriche. Già conosciuto come count audit.

Ad banner: Banner pubblicitari (conosciuti anche come banner ads) sono una delle più importanti forme di pubblicità su Internet. I banner pubblicitari sono una forma di display advertising che può comprendere dalla grafica statica al full motion video.

Ad click: L'attività dell'utente di premere un tasto di navigazione o l'enter della tastiera su una unità pubblicitaria sito web (vedi Click-through).

Ad creative pixel: Una pixel request inserita in un tag pubblicitario che contatta un web server con l'intento di tracciare una visualizzazione, da parte di un utente, di una particolare pubblicità (vedi Web beacon).

Ad download: Quando un contenuto pubblicitario è scaricato da un server a un browser dell'utente. Le ads possono essere richieste, ma annullate o abbandonate in realtà prima di essere scaricate sul browser, in questo caso non ci sarà possibilità di vedere il contenuto pubblicitario da parte dell'utente.

Ad family: Una collezione di una o più pubblicità creative, chiamata anche campagna pubblicitaria.

Ad materials (materiali pubblicitari): Il lavoro grafico creativo, d'autore, gli URL e i siti pianificati dal venditore prima dell'avvio della campagna pubblicitaria.

Ad networks (network pubblicitari): Network pubblicitari forniscono una opportunità esterna di vendita per editori e un mezzo per aggregare l'inventario e l'utenza, da numerose fonti in una singola opportunità di acquisto per i media buyers. I network pubblicitari possono fornire specifiche tecnologiche per potenziare sia il valore per gli editori che quello per i pubblicitari, includendo uniche capacità di targeting, generazione di creatività e ottimizzazione. I business model e le politiche dei network pubblicitari possono includere strumenti simili a quelli offerti dalle piattaforme di scambio pubblicitari.

Ad serving (servizio pubblicitario): La distribuzione di pubblicità da un server al browser di un utente finale sul quale i messaggi pubblicitari sono quindi mostrati da un browser e/o riposti nella memoria (cache). Il servizio pubblicitario è normalmente svolto anche da un web publisher o da un terzo ad server. Le pubblicità possono essere inserite nella pagina web o servite separatamente.

Ad space (spazio pubblicitario): Lo spazio sulla pagina di un sito nel quale una pubblicità può essere posizionata. Ogni spazio su un sito è unicamente identificato. Spazi pubblicitari multipli possono esistere su una singola pagina.

Ad transfers (Trasferimenti pubblicitari): La visualizzazione con successo del sito web di un inserzionista dopo che l'utente fa clic su un annuncio. Quando un utente fa clic su un annuncio pubblicitario, un click-through è registrato e lo ri-dirige o "trasferisce" dal browser dell'utente al sito Web dell'inserzionista. Se l'utente visualizza correttamente il sito dell'inserzionista, il trasferimento da annuncio è registrato.

Advertisement: Un messaggio commerciale targettizzato per un cliente o un potenziale cliente.

Advertiser (Inserzionista): L'azienda che investe e acquista la pubblicità.

Adware (Software sovvenzionato da pubblicità): Computer software fornito dall'utente senza tasse o a un prezzo scontato che scarica e visualizza la pubblicità per supportare il suo continuo sviluppo e mantenimento. Questo software spesso traccia quali siti **Internet visita** l'utente.

Agency: Un'organizzazione che per conto dei clienti pianifica campagne di marketing, pubblicità e realizzazione eventi, pianifica e produce pubblicità, posizionandola sui media. Nella pubblicità

interattiva, le agenzie spesso usano la tecnologia di una terza parte (ad server) e possono posizionare la pubblicità con editori, network pubblicitari e altri partner industriali.

Banner: Messaggio pubblicitario visualizzato su una pagina Web. Per maggiori dettagli sui diversi formati di banner è possibile accedere al sito iab.it

Barter: Scambio di beni e servizi senza l'utilizzo del denaro. La valuta del baratto è l'euro che viene utilizzato per beni e servizi scambiati in pubblicità.

Blog: (crasi dei termini web + log) E' un periodico online costituito da articoli chiamati "post" che vengono visualizzati in ordine cronologico diretto o inverso. I blog sono solitamente amministrati da un unico utente, mentre i corporate blog sono gestiti da team di più persone. La parola "Blog" può essere utilizzata anche per descrivere l'azione di "gestire o aggiungere contenuti a un blog" Blog Metrics. Esistono due concetti nella gestione di ottimizzazione di piani media per i blog: conversazioni e frasi delle conversazioni. Una conversazione è costituita da siti di diversi autori e dal loro pubblico linkati a un contenuto rilevante. Una frase della conversazione è una combinazione di parole e frasi chiave che associano un autore o un sito, i contenuti e il pubblico a una conversazione.

Brand Awareness: Studi e ricerche possono associare l'efficacia di un messaggio pubblicitario alla misurazione dell'impatto di una pubblicità online basandosi su metriche di branding.

BtoB/B2B (Business-to-Business): Azioni commerciali rivolte ad altre imprese

BtoC/B2C (Business-to-Consumer): Azioni commerciali rivolte ai consumatori finali

CPA (Cost-per-Action): Costo di un messaggio pubblicitario basato su un'azione specifica effettuata da un visitatore in risposta al messaggio. Le "azioni" includono transazioni commerciali, acquisizione di consumatori o un clic.

CPC (Cost-per-Click): CPC o cost-per-click è il costo di un messaggio pubblicitario basato sul numero di clic ricevuto.

CPC (Cost-per-Customer): CPC o Cost-per-customer è il costo che un'azienda pubblicitaria paga per acquisire un consumatore.

CPO (Cost-per-Order): Costo di un annuncio pubblicitario basato sul numero di ordini ricevuti. Viene chiamato anche Cost-per- Transaction.

CPS (Cost-per-Sale): Costo sostenuto dall'azienda pubblicitaria per generare una transazione commerciale. Se utilizzato insieme a pianificazione media, può venire offerto un cookie sul contenuto del sito che viene registrato dal sito di chi ha diffuso l'annuncio al completamento della transazione online

Campaign: Nel marketing tradizionale una campagna è una serie di messaggi pubblicitari sostenuti dalla stessa idea creativa e dallo stesso tema. In advertising digitale, campagna si riferisce a una serie di acquisti di spazi pubblicitari da un network o da un editore.

Chat: Comunicazione online interattiva tra due o più persone sul web. Consente di "parlare" in tempo reale con altre persone in una chat room, normalmente digitando messaggi o tramite protocollo video o vocale.

Chat room: Area online in cui diverse persone possono comunicare tra loro in tempo reale.

Click-through: Misurazione dei clic di un utente su un link che reindirizza l'utente verso un'altra destinazione web

Click-within: Concetto simile al click down o click. Più comunemente, si parla di click-within per descrivere dei messaggi pubblicitari che consentono all'utente di ridurre l'annuncio e cliccare, restando nel messaggio, senza lasciare il sito in cui si sta navigando

Co-op advertising: Creazione di messaggi pubblicitari da parte di un soggetto (di solito un retailer) che fa un riferimento specifico a un secondo soggetto (di solito un fornitore) per cui il secondo soggetto coprirà il costo di una parte o del messaggio completo.

Companion Ad (Pubblicità correlata): Sia con i linear video ads che con i non-linear video ads è possibile associare al video principale, sottoforma di pubblicità correlata, un altro contenuto che può essere ragionevolmente riferito ad esso. Spesso si tratta di testo, display ads, annunci rich media o skins che creano una cornice intorno al video, e possono scorrere affiancando uno o entrambi i video e contenuti pubblicitari. Lo scopo primario delle pubblicità correlate è di offrire all'inserzionista visibilità attraverso l'esperienza che dà il contenuto del video. I companion ads possono essere direttamente cliccabili, avere formati rich media, oppure offrire ulteriori opportunità di engagement attraverso l'espansione in pagina.

Cookie: Un cookie, noto anche come HTTP cookie, web cookie o browser cookie, è una stringa di testo inviata dal web server al browser utilizzato dall'utente. Tale stringa viene inviata nuovamente indietro dal browser al web server nelle successive interazioni.

Cost Per Unique Visitor: Il costo totale della posizione o dell'applicazione, diviso il numero di visitatori unici.

Advertiser Analytics: Software o servizio che consente ad un inserzionista di ottimizzare e monitorare il successo del contenuto creativo sulle pagine/spazi degli editori acquistati. I dati possono variare dal numero di pagine visitate, al contenuto visualizzato, agli acquisti fatti da uno specifico utente. Tali informazioni sono utilizzate per prevedere le future abitudini dell'utente e per definire il collocamento migliore per l'inserzionista.

Daughter window (Finestra figlia): Un messaggio pubblicitario veicolato in una finestra separata che si apre a partire dal clic sul relativo banner. Nella pratica, il contenuto e il banner si visualizzano prima e la finestra figlia appare in un secondo momento.

Targettizzazione demografica: Metodo che consente agli inserzionisti di far visualizzare un messaggio pubblicitario a particolari segmenti di visitatori selezionati in base a caratteristiche demografiche come età, sesso, reddito o altre informazioni che possono essere ottenute tramite i dati di registrazione al sito o meccanismi statistici.

Display Advertising: Forma di pubblicità online in cui il messaggio dell'inserzionista viene visualizzato in una pagina di destinazione, all'interno di un box posizionato in alto, in basso oppure lateralmente rispetto al contenuto della pagina stessa.

Dominio: Il nome che identifica un sito Internet. Ogni dominio è costituito da un primo livello e uno o più sottolivelli. I domini di primo livello possono essere generici o geografici. Quelli generici includono le estensioni ".com" (commercio), ".net" (network), ".edu" (educazione o formazione), ".org" (organizzazioni, enti pubblici o non commerciali), ".gov" (governo e istituzioni), ".mil" (esercito e forze militari), ".biz" (economia e business), ".info" (informazione), ".nome" (personale), ".pro"

(professionale), “.aero” (trasporto aereo e aviazione civile), “.coop” (cooperative) e “.museum” (musei). I domini geografici indicano la nazione di origine del sito, ad esempio “.us” (Stati Uniti), “.fr” (Francia), “.it” (Italia), “.uk” (Regno Unito), ecc.

Dwell Rate: Percentuale di utenti esposti ad un contenuto rich media o messaggio pubblicitario che interagiscono con il contenuto dello stesso muovendo il cursore su di esso (ma senza cliccare)

Dynamic ad insertion (Inserimento pubblicitario dinamico): Il processo in base al quale una pubblicità è inserita in una pagina in risposta ad una richiesta dell’utente. Il collocamento dinamico di messaggi pubblicitari consente di alternare all’interno della pagina messaggi specifici in base alle informazioni disponibili. Nei casi più semplici, il collocamento dinamico permette di far ruotare molteplici pubblicità all’interno di uno o più spazi. Negli esempi più sofisticati, invece, l’inserimento di una certa pubblicità può dipendere dalle informazioni demografiche o dai dati di traffico o uso degli utenti attuali del sito.

Dynamic rotation (Rotazione dinamica casuale): Inserimento delle pubblicità a rotazione su base casuale, in modo che gli utenti vengano esposti a messaggi differenti e che le pubblicità vengano visualizzate in diverse pagine del sito.

E-commerce (Commercio elettronico): Il processo di vendita di prodotti e servizi tramite web.

E-mail Advertising: Banner pubblicitari, collegamenti o sponsorizzazioni pubblicitarie che appaiono nelle newsletter, nelle campagne di e-mail marketing o in altre comunicazioni commerciali inviate tramite e-mail. Sono inclusi tutti i tipi di e-mail (ad esempio sia il formato testuale che HTML).

Campagna e-mail: Campagna di pubblicità o comunicazione veicolata tramite e-mail.

ETV (Enhanced Television) (TV aumentata, iTV): Una tipologia di televisione interattiva (i-TV o e-TV) che consente ai produttori di contenuti di inviare informazioni e arricchimenti grafici attraverso una piccola parte del normale segnale di trasmissione analogica chiamato “Vertical Blanking Signal” (VBI). Questi arricchimenti appaiono sul video come in sovraimpressione e possono essere cliccati dallo spettatore che guarda la TV attraverso uno speciale settop box o software.

Eventing: Realizzazione e/o partecipazione a manifestazioni, riunioni, convegni, lanci di prodotto.

Floating ads: Una o più pubblicità che appaiono nella finestra del browser principale al di sopra del contenuto normale della stessa, così da “galleggiare” costantemente sulla parte superiore della pagina.

Fold: La linea al di sotto della quale alcuni contenuti di una pagina web non risultano visualizzabili al momento del suo caricamento da parte del browser. Mentre i contenuti e la pubblicità posti “al di sotto della linea” sono visualizzabili dall’utente solo scorrendo la pagina, i contenuti “al di sopra” di quella stessa linea sono visualizzabili senza alcuna interazione dell’utente. La posizione del fold all’interno della pagina web dipende dalle dimensioni del monitor e dalla risoluzione dello schermo.

Geographic Targeting: Metodo che permette agli inserzionisti di mostrare una pubblicità a utenti specifici in base al loro codice fiscale, al loro prefisso telefonico, alla loro città, alla loro area marketing di appartenenza, allo stato e/o regione di appartenenza. Tali informazioni vengono fornite dagli utenti stessi o ricavati da meccanismi basati sull’inferenza.

Gross exposures: Il numero totale di volte in cui una pubblicità viene mostrata. Nota: le pubblicità scaricate due volte dalla stessa persona vengono conteggiate due volte.

Guerilla Marketing: Tipologia di campagna marketing che prevede l'inserimento di messaggi correlati a un brand in contesti inattesi (sia online che nel mondo reale); il messaggio è spesso divertente, ironico, e mira a provocare il passaparola o a dare vita a un buzz (il chiacchiericcio online riguardante uno specifico tema).

Home page: La pagina progettata per essere il principale punto d'ingresso (o la pagina principale) di un sito web, o la prima pagina cui un browser accede quando si connette a Internet. Solitamente accoglie i visitatori e presenta gli scopi del sito o le aziende che lo sponsorizzano, e fornisce link alle altre sezioni del sito.

House ads: Pubblicità di un prodotto o servizio distribuito dalla stessa azienda che possiede lo spazio pubblicitario. Il "guadagno" così ottenuto dall'editore non andrebbe incluso nel conteggio dei ricavi.

In-Stream Video Ads: Pubblicità offerte prima, durante e dopo la visualizzazione di un contenuto video che il consumatore ha richiesto. Tipicamente, la visualizzazione di queste pubblicità non può essere interrotta (in particolare nel caso dei pre-roll). Questo formato è frequentemente utilizzato per monetizzare il contenuto video che l'inserzionista offre. Gli In-Stream Ads possono essere posti all'interno di video di breve o lunga durata e dipendono dal contenuto del video a cui si appoggiano. Esistono 4 diverse tipologie di contenuto video in cui gli In-stream possono essere posti: UGC (User Generated Content Video), Syndacated, Sourced e Journalistic.

Order: Ordine di acquisto tra un soggetto venditore di pubblicità interattiva e un soggetto compratore (di solito un'inserzionista o la sua agenzia).

Interactive advertising (Pubblicità interattiva): Ogni forma di pubblicità televisiva online, wireless e interattiva, inclusi banner, sponsorship, e-mail, ricerche tramite parole chiave, referral, slotting fees, classified ad e spot televisivi interattivi.

Internet marketing: L'Internet marketing, conosciuto anche come web marketing, online marketing, webvertising o e- marketing consiste nello svolgimento di un'attività di marketing (generalmente di promozione) di prodotti o servizi attraverso Internet.

Newsgroup: Bacheca elettronica dedicata alla discussione su uno specifico argomento e aperta a chiunque. Solo poche newsgroup permettono di postare pubblicità.

Pay-per-click: Modello di vendita della pubblicità nel quale gli inserzionisti pagano agenzie e/o editori in base a quanti utenti hanno cliccato su un annuncio online o in un messaggio e-mail. Si veda CPC

Pay-per-Impression: Modello di vendita della pubblicità nel quale gli inserzionisti pagano in base a quanti utenti sono stati raggiunti con i loro annunci.

Pay-per-Lead: Modello di vendita della pubblicità nel quale gli inserzionisti pagano per ogni azione generata. Per esempio, un inserzionista può pagare per ogni visitatore che ha cliccato su un annuncio o sul sito e ha completato effettivamente un form.

Pay-per-Sale: Modello di vendita della pubblicità nel quale gli inserzionisti pagano agenzie e/o editori in base a quante transazioni di vendita sono state generate come risultato diretto dell'annuncio.

Slotting fee: Un costo (fee) applicato agli inserzionisti per aggiudicarsi il posizionamento migliore su un sito editoriale, l'esclusiva di una categoria/sezione o qualche altro trattamento speciale. E' simile alle indennità praticate dai rivenditori.

Social marketing: Tattica di marketing che attinge dalla crescita dei social network, incoraggia gli utenti ad adottare o passare attraverso i widget o altri moduli di contenuti creati da un brand, o aggiungere un brand alla cerchia sociale degli amici dell'utente.

Social network: Un "luogo" online che dà la possibilità agli utenti di connettersi con uno o più gruppi di amici, facilitando la condivisione di contenuti, notizie ed informazioni tra di loro. Esempi di social network sono Facebook e LinkedIn.

Sponsor: Uno sponsor e' un inserzionista pubblicitario che ha sponsorizzato un annuncio e, facendolo, ha anche sostenuto il sito web stesso. Un inserzionista pubblicitario che ha una particolare relazione con un sito web e supporta un particolare spazio.

Traffico: il flusso di dati su una rete o i visitatori di un sito web.

Website (sito Internet): Un website, scritto anche Web site, web site o semplicemente site, è una serie di pagine web collegate che presentano un contenuto (media), quale un testo, un video, un file musicale o audio, un'immagine ecc. Un website è localizzato su almeno un web server, accessibile via internet tramite un indirizzo, chiamato URL (Uniform Resource Locator). Tutti i website accessibili pubblicamente costituiscono il World Wide Web.

II - USI MARITTIMI

Nessun uso accertato

III - USI DEI TRASPORTI TERRESTRI

Nessun uso accertato

IV - USI DEI TRASPORTI AEREI

Nessun uso accertato

V - USI DELLA MULTIMEDIALITA'

Nessun uso accertato

VI - USI DELLA FOTOGRAFIA

Nessun uso accertato

Informazioni:

Segreteria della Commissione Provinciale per la revisione degli Usi

Piazza dei Giudici 3 - 50122 Firenze

Tel. 055 29810

Fax 055 2981131

regolazione.mercato@fi.camcom.it



**CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA A RTIGIANATO E AGRICOLTURA
FIRENZE**

