

LA NUOVA DISCIPLINA SULLE VENDITE A DOMICILIO E A STRUTTURA PIRAMIDALE

Prime riflessioni sulle novità introdotte dalla legge n. 173 del 2005

Di **Claudio Venturi**

Sommario: - 1. Riferimenti normativi. - 2. Premessa. - 2.1. La vendita diretta multilivello e la vendita piramidale. - 2.3. La filosofia di fondo della legge n. 173 del 2005. - 3. Le vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori nella legge di riforma del commercio. - 4. Le novità introdotte della legge n. 173 del 2005. - 4.1. Ambito di applicazione. - 4.2. L'esercizio dell'attività di vendita diretta a domicilio. - 4.3. L'attività di incaricato alla vendita diretta a domicilio. - 4.4. Rapporto tra l'impresa affidate e l'incaricato alla vendita diretta. - 4.5. La disciplina previdenziale. - 4.5. Rapporto tra l'impresa affidate e l'incaricato alla vendita diretta. - 5. Le vendite a struttura piramidale. - 6. Sanzioni. - 6.1. Sanzioni pecuniarie. - 6.2. Sanzioni accessorie.

1. Riferimenti normativi

- **D.Lgs. 31 marzo 1998, n. 114:** Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'articolo 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59.

(Pubblicato nel Suppl. Ord. alla G.U. n. 95 del 24 aprile 1998)

- **D.Lgs. 15 gennaio 1992, n. 50:** Attuazione della direttiva (CEE) n. 577/85 in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

(Pubblicata nel Suppl. Ord. alla G.U. n. 27 del 3 febbraio 1992)

- **L. 17 agosto 2005, n. 173:** Disciplina della vendita diretta a domicilio e tutela del consumatore dalle forme di vendita piramidali.

(Pubblicata nella G.U. n. 209 del 2 settembre 2005)

2. Premessa

2.1. La vendita diretta multilivello e la vendita piramidale

Il fenomeno della vendita diretta a domicilio costituisce una delle varianti più innovative ed avanzate delle forme di distribuzione commerciale moderne.

Negli ultimi anni, anche nel nostro Paese, si è assistito allo sviluppo della **vendita diretta multivello** (*multilevel marketing*), una forma di vendita del tutto innovativa per il nostro sistema economico ed imprenditoriale che

costituisce una delle più moderne varianti del fenomeno della vendita diretta, tipica manifestazione di imprenditoria diffusa.

Il successo che le vendite dirette hanno riscontrato, dimostrato dal costante incremento del volume d'affari, ha dato luogo purtroppo ad imitazioni, deformazioni e a grossolane mistificazioni.

Il legislatore ha, pertanto, ritenuto necessario intervenire operando una netta distinzione tra le forme di "**vendita diretta**", includendo anche quelle a struttura *multilevel*, e le cosiddette forme di "**vendita piramidale**", o meglio conosciute "catene di S. Antonio", ed operazioni similari che sono oggetto in molti Paesi di pesanti divieti legali.

Infatti, mentre la vendita diretta ha lo scopo di avvicinare il produttore al consumatore finale, le vendite piramidali tendono, al contrario, a moltiplicare i livelli di vendita. Ciò che si compra non è infatti un prodotto od un servizio ma semplicemente l'accesso alla "catena", ovvero la posizione di venditore in sé e per sé.

Inoltre, mentre una società che opera attraverso forme di vendita diretta retribuisce i propri agenti o venditori riconoscendo loro delle provvigioni direttamente proporzionali alla quantità o al valore del prodotto venduto, in una organizzazione piramidale il prodotto è solo il pretesto per reclutare altri venditori che pagheranno all'agente esclusivamente la posizione di rivenditore all'interno della piramide. A sua volta il venditore appena subentrato cercherà altri venditori a cui fare pagare il "diritto d'accesso" i quali a loro volta ne cercheranno altri e così via. Tutto ciò ovviamente indipendentemente dalla quantità di merce venduta.

Riassunto, la **vendita diretta multilivello** si basa sull'effettiva distribuzione di prodotti. Nella vendita diretta multilivello gli incaricati vengono remunerati esclusivamente in base alla vendita dei prodotti (fatturato).

Nelle **vendite piramidali**, invece, i prodotti sono fittizi o invendibili al consumatore. L'incentivo economico primario viene calcolato in base al numero di persone reclutate.

2.2. La normativa a livello europeo

E' utile fare una analisi della normativa in vigore in alcuni Paesi della Comunità europea e in altri non comunitari.

In **Belgio** vige il divieto di esercitare la vendita a catena.

Secondo quanto viene stabilito dalla legge, per vietare un tipo di vendita è necessario che concorrano i seguenti fattori:

- 1) pagamento per accedere alla struttura di vendita;
- 2) rischio di perdita di quel pagamento;
- 3) incentivi in denaro per reclutare altri partecipanti (onorario per il reclutamento).

Anche in **Francia** vige il divieto di esercitare la vendita a catena.

La vendita a catena è definita come una tecnica di vendita nella quale il cliente è associato alla commercializzazione del prodotto. Egli riceve i prodotti gratis o ad un prezzo inferiore in cambio della collocazione di tagliandi o biglietti, o di reclutamento di nuovi clienti.

Sono inoltre vietate le tecniche di vendita particolari chiamate "catena di lettere".

In **Germania** viene punita dalla legge qualsiasi persona che nel corso di un'attività commerciale induce, direttamente o indirettamente, il consumatore, non commerciante, ad acquistare un prodotto in cambio di determinati benefici o del suo impegno a indurre altre persone a concludere transazioni di tipo simile, assicurando il godimento degli stessi benefici.

Nel **Portogallo** vi è il divieto di esercitare la promozione e la vendita a catena o piramidale.

E' vietato offrire a persone beni e servizi gratis o ad un prezzo ridotto in cambio dell'impegno del cliente a trovare altri clienti o a raggiungere un alto volume di vendite.

In **Austria** esiste un divieto di esercitare la vendita a catena.

Con l'espressione "sistema di vendita a catena" s'intende un accordo di vendita in cui al cliente è garantito un determinato prezzo per beni e servizi a condizione che questi recluti nuovi clienti che entrino in un rapporto contrattuale simile con il venditore.

Anche per la **Svizzera** vige il divieto di esercitare la vendita a catena.

Viene così definita la vendita di beni e servizi a condizioni vantaggiose per il cliente a patto che lo stesso trovi altri clienti disposti a svolgere la stessa attività. Il divieto è esteso anche alle lotterie di qualsiasi genere in cui i partecipanti debbano pagare una "tassa" e il cui profitto dipenda dal volume di gradimento.

Infine, negli **Stati Uniti**, ove vige il principio della libera impresa, non esiste una legge federale che regolamenti la vendita piramidale.

Ma, a causa del crescente aumento di società illegali che manipolano la struttura e i contratti di *multilevel marketing*, il Congresso ha delegato ai singoli Governi degli Stati il compito di regolamentare la materia.

Sono quarantatré gli Stati che hanno adottato una specifica normativa antipiramidale (*Anti-Pyramid Laws*) ed almeno sei Stati hanno prodotto specifiche leggi e regolamenti che definiscono la vendita multilivello. In numerosi Stati, inoltre, la normativa consente alle autorità statali di identificare e distinguere tra società che adottano un legittimo sistema di distribuzione multilivello dalle operazioni piramidali di natura fraudolenta.

2.3. La filosofia di fondo della legge n. 173 del 2005

Da quanto detto in premessa e dalla ricognizione effettuata sui sistemi giuridici di altri Paesi emerge con chiarezza che l'unico modo per tutelare il consumatore dalla truffa delle vendite piramidali e la predisposizione, da parte del legislatore, di una normativa *ad hoc*.

Chiarite le differenze tra vendita diretta e vendita piramidale, al fine di tutelare i consumatori da un lato ed il principio della libera e corretta concorrenza dall'altro, appare con tutta evidenza la necessità di intervenire prevedendo strumenti normativi che colpiscano in modo specifico e puntuale le organizzazioni che propongono forme di vendita piramidale.

La nuova legge in commento trae il suo fondamento dalla considerazione che le vendite dirette, comprese quelle *multilevel*, presentano notevoli elementi positivi:

a) la possibilità di offrire nuove possibilità di impiego (a tempo pieno o *part-time*) in un momento in cui il mercato del lavoro vive un momento di grave stagnazione;

b) la comodità della dimostrazione dell'acquisto a domicilio (si pensi al risparmio della "risorsa tempo" per chi acquista direttamente da un venditore anziché recarsi nel classico esercizio commerciale);

c) le clausole "soddisfatti o rimborsati", che sono espressione di quel "diritto di ripensamento" che tutti gli ordinamenti giuridici moderni riconoscono quale diritto inalienabile del consumatore.

Si tratta dunque di iniziative economiche che vanno tutelate colpendo, in modo inequivocabilmente severo, tutti quegli operatori che subdolamente mettono in atto vere e proprie truffe a danno dei consumatori, mascherandole dietro attività di vendita diretta.

La nuova normativa, che di fatto entrerà in vigore il 17 settembre 2005, interviene su un duplice piano:

- 1) disciplina le vendite a domicilio con l'introduzione di maggiori obblighi di trasparenza per le società e i per i soggetti impegnati nel settore, e più garanzie per gli acquirenti,
- 2) tutela il consumatore fino a considerare reato la promozione e la realizzazione di attività e di strutture di vendita piramidali, ovvero quelle attività che hanno come fonte di guadagno il puro e semplice reclutamento di altre persone ed in cui il diritto a reclutare si trasferisce all'infinito previo il pagamento di un corrispettivo.

3. Le vendite effettuate presso il domicilio dei consumatori nella legge di riforma del commercio

In passato la vendita a domicilio è stata regolamentata dall'art. 36 della L. n. 426/1971 e dall'art. 55 del D.M. n. 375/1988.

Questa disciplina è stata successivamente recepita, in buona parte, dal D. Lgs. n. 114 del 1998, portante la riforma della disciplina del settore commercio.

L'articolo 4, comma 1, lettera h), n. 4 di tale decreto annovera la "vendita presso il domicilio dei consumatori" tra le forme speciali di vendita, dettandone poi la disciplina all'articolo 19.

I contenuti essenziali possono essere sintetizzati nei seguenti tre punti:

1. La vendita al dettaglio o la raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio dei consumatori, è soggetta a **previa comunicazione al Comune** nel quale l'esercente ha la residenza, nel caso di persona fisica, o la sede legale, nel caso di società (utilizzando l'apposito Modello COM 7).

L'attività può essere iniziata **decorsi trenta giorni** dal ricevimento di detta comunicazione.

Nella comunicazione deve essere dichiarata la sussistenza dei requisiti previsti all'articolo 5 del medesimo decreto n. 114 del 1998 e il settore merceologico.

2. Il soggetto, che intende **avvalersi per l'esercizio dell'attività di incaricati**, ne comunica l'elenco all'autorità di pubblica sicurezza del luogo nel quale ha la residenza o la sede legale e risponde agli effetti civili dell'attività dei medesimi. Gli incaricati devono essere in possesso dei requisiti di carattere soggettivo.

L'impresa rilascia un **tesserino di riconoscimento** alle persone incaricate, che deve ritirare non appena esse perdano i requisiti richiesti.

Il tesserino di riconoscimento deve essere numerato e aggiornato annualmente, deve contenere le generalità e la fotografia dell'incaricato, l'indicazione a stampa della sede e dei prodotti oggetto dell'attività dell'impresa, nonché del nome del responsabile dell'impresa stessa, e la firma di quest'ultimo e deve essere esposto in modo visibile durante le operazioni di vendita.

Le disposizioni concernenti gli incaricati si applicano anche nel caso di operazioni di vendita a domicilio del consumatore effettuate dal commerciante sulle aree pubbliche in forma itinerante.

Il tesserino di riconoscimento è obbligatorio anche per l'imprenditore che effettua personalmente le operazioni disciplinate dal presente articolo.

3. Alle vendite presso il domicilio dei consumatori si applicano altresì le disposizioni di cui al decreto legislativo 15 gennaio 1992, n. 50, in materia di contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

4. Le novità introdotte dalla legge n. 173 del 2005

4.1. Ambito di applicazione

Gli articoli da 1 a 4 della nuova normativa definiscono l'ambito di applicazione della legge e disciplinano l'esercizio dell'attività di vendita diretta a domicilio, nonché quella dell'incaricato alla vendita e il rapporto fra quest'ultimo e ditta affidante.

All'articolo 1 viene data la definizione di "vendita diretta a domicilio" e di "incaricato alla vendita diretta a domicilio".

Per "**vendita diretta a domicilio**", si intende "*la forma speciale di vendita al dettaglio e di offerta di beni e servizi, di cui all'articolo 19 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, effettuate tramite la raccolta di ordinativi di acquisto presso il domicilio del consumatore finale o nei locali nei quali il consumatore si trova, anche temporaneamente, per motivi personali, di lavoro, di studio, di intrattenimento o di svago*".

Per "**incaricato alla vendita diretta a domicilio**", si intende "*colui che, con o senza vincolo di subordinazione, promuove, direttamente o indirettamente, la raccolta di ordinativi di acquisto presso privati consumatori per conto di imprese esercenti la vendita diretta a domicilio*".

Il campo di applicazione della legge esclude le offerte, le sottoscrizioni e la propaganda a fini commerciali:

- di prodotti e servizi finanziari ed assicurativi,
- di contratti aventi ad oggetto costruzione, vendita e locazione di immobili.

4.2. L'esercizio dell'attività di vendita diretta a domicilio

All'articolo 2 si stabilisce che alle attività di vendita diretta a domicilio si applicano le disposizioni di cui all'articolo 19, di cui abbiamo parlato al punto 3, e agli articoli 20 e 22, commi 1 e 2 del D. Lgs. n. 114/1998.

All'articolo 20 si parla di "Propaganda a fini commerciali" e si stabilisce che l'esibizione o la illustrazione di cataloghi e l'effettuazione di qualsiasi altra forma di propaganda commerciale presso il domicilio del consumatore o nei locali nei quali il consumatore si trova, anche temporaneamente, per motivi di lavoro, studio, cura o svago, sono sottoposte alle disposizioni sugli incaricati e sul tesserino di riconoscimento di cui si è parlato.

All'articolo 22, commi 1 e 2, vengono fissate le seguenti **sanzioni**:

- 1) chiunque viola le disposizioni di cui all'articolo 19 è punito con la sanzione amministrativa del pagamento di una somma da 2.582,00 a 15.493,00 euro;
- 2) in caso di particolare gravità o di recidiva il Sindaco può inoltre disporre la sospensione della attività di vendita per un periodo non superiore a venti giorni.

La recidiva si verifica qualora sia stata commessa la stessa violazione per due volte in un anno, anche se si è proceduto al pagamento della sanzione mediante oblazione.

4.3. L'attività di incaricato alla vendita diretta a domicilio

L'articolo 3, al comma 1, ricalcando la normativa prevista all'art. 19 del D. Lgs. n. 114 del 1998, regola in parte l'attività di incaricato alla vendita diretta a domicilio e pone una serie di obblighi per chi intenda esercitare tale attività, quali:

- il possesso dei requisiti di accesso all'attività commerciale previsti dall'articolo 5 del decreto legislativo n. 114/1998;
- il possesso del tesserino di riconoscimento rilasciato dall'impresa;
- la comunicazione di inizio attività al comune di residenza o a quello dove è posta la loro sede legale.

Le novità sono nei commi 2, 3 e 4, laddove si stabilisce che:

- 1) l'attività di incaricato alla vendita diretta a domicilio senza vincolo di subordinazione può essere esercitata come oggetto di una obbligazione assunta con *contratto di agenzia* (comma 2);
- 2) l'attività di incaricato alla vendita diretta a domicilio senza vincolo di subordinazione può essere altresì esercitata, **senza necessità di stipulare un contratto di agenzia**, da soggetti che svolgono l'attività in maniera abituale, ancorché non esclusiva, o in maniera occasionale, purché incaricati da una o più imprese (comma 3);
- 3) la natura dell'attività di cui sopra è **di carattere occasionale** sino al conseguimento di un reddito annuo, derivante da tale attività, non superiore a 5.000 euro (comma 3).

4.4. Rapporto tra l'impresa affidante e l'incaricato alla vendita diretta a domicilio

L'articolo 4 contiene una serie di disposizioni riguardanti la forma contrattuale del rapporto tra impresa ed incaricato alla vendita.

Il rapporto tra i due soggetti potrà essere contraddistinto sia dall'elemento della subordinazione sia da quello dell'autonomia dell'incaricato.

Viene lasciata ai privati ampia autonomia di scelta pur individuando nel "**contratto di agenzia**" la tipologia di riferimento nel caso in cui l'incaricato alla vendita non abbia vincolo di subordinazione, mentre nel caso di presenza

di un vincolo di subordinazione, **si applica il contratto collettivo nazionale di lavoro** utilizzato dall'impresa esercente la vendita a domicilio.

La legge, prevede inoltre la possibilità per gli incaricati alla vendita di svolgere l'attività **senza stipulare il contratto di agenzia**, quando tale attività sia svolta in maniera abituale ma non esclusiva, oppure quando, pur essendo svolta in maniera occasionale, questa avvenga su incarico di una o più imprese.

La natura occasionale dell'attività di incaricato alla vendita diretta si verifica in presenza di un reddito annuo non superiore a € 5.000.

L'articolo 4, oltre a disciplinare l'applicazione all'incaricato con vincolo di subordinazione del contratto collettivo nazionale di lavoro, utilizzato dall'impresa esercente la vendita diretta, nonché l'applicazione degli accordi economici collettivi di settore, al soggetto che opera senza vincolo di subordinazione, dispone altresì in ordine ai contenuti del rapporto impresa-incaricato.

In dettaglio, viene previsto che :

- 1) l'incarico senza vincolo di subordinazione deve essere **provato per iscritto** e può essere oggetto di rinuncia o di revoca sempre per iscritto, tramite lettera raccomandata con avviso di ricevimento o altro mezzo idoneo;
- 2) il **diritto di recesso** dall'incarico può essere esercitato, a mezzo di raccomandata con avviso di ricevimento, entro 10 giorni lavorativi dalla stipula dell'atto scritto di incarico.

In tale caso l'incaricato dovrà restituire a sua cura le spese, i beni ed i materiali da dimostrazione eventualmente acquistati e l'impresa restituirà le somme ricevute da quest'ultimo.

Il rimborso è subordinato all'integrità dei beni e dei materiali restituiti;

- 3) l'incaricato **non è soggetto ad alcun obbligo d'acquisto** di materiali, beni e servizi non strettamente inerenti la propria attività di vendita;
- 4) in caso di **cessazione del rapporto** per qualsiasi causa, l'incaricato, dietro restituzione dei beni ottenuti, avrà diritto alla rifusione in misura non inferiore al 90% del prezzo di beni e materiali integri posseduti;
- 5) l'incaricato, ha l'obbligo di attenersi alle modalità e alle condizioni generali di vendita stabilite dall'impresa affidante, con conseguente responsabilità nel caso si verificano danni derivanti da condotte difformi;
- 6) l'incaricato non avrà, salvo autorizzazione scritta, la facoltà di riscuotere il corrispettivo degli ordinativi di acquisto che abbiano avuto regolare esecuzione, né di concedere sconti o dilazioni di pagamento;
- 7) il compenso sia costituito da una provvigione sulla transazione conclusa.

4.5. La disciplina previdenziale

Resta ferma la disciplina previdenziale recata dall'articolo 44, comma 2, ultimo periodo, del decreto-legge 30 settembre 2003, n. 269, convertito, con modificazioni, dalla legge 24 novembre 2003, n. 326.

Secondo tale disposizione, a decorrere dal 1° gennaio 2004, i soggetti esercenti attività di lavoro autonomo occasionale e gli incaricati alle vendite a domicilio di cui all'art. 19 del D. Lgs. 31 marzo 1998, n. 114, **sono iscritti alla gestione separata** di cui all'art. 2, comma 26, della legge 8 agosto 1995, n. 335, solo qualora il reddito annuo derivante da dette attività sia superiore ad euro 5.000.

Per il versamento del contributo da parte dei soggetti esercenti attività di lavoro autonomo occasionale si applicano le modalità ed i termini previsti per i collaboratori coordinati e continuativi.

5. Le vendite a struttura piramidale

L'articolo 5, per limitare il fenomeno delle cosiddette vendite piramidali, vieta **“la promozione e la realizzazione di attività e di strutture di vendita nella quali il guadagno economico primario si basa sul reclutamento di nuovi partecipanti e non sull’effettiva vendita di beni e servizi”**.

E' vietata, altresì, la promozione o l'organizzazione di tutte quelle operazioni, quali giochi, piani di sviluppo, "catene di Sant'Antonio", che configurano la possibilità di guadagno attraverso il puro e semplice reclutamento di altre persone e in cui il diritto a reclutare si trasferisce all'infinito previo il pagamento di un corrispettivo.

Nel successivo articolo 6 vengono individuate le circostanze che servono ad identificare quando ci si trovi in presenza di una operazione o di una struttura di vendita piramidale.

Sono considerati elementi cosiddetti “presuntivi” di una vendita piramidale, eventuali obblighi posti in capo al venditore reclutato, quali:

- a) l'obbligo di **acquistare dall'impresa** organizzatrice, ovvero da altro componente la struttura, **una rilevante quantità di prodotti senza diritto di restituzione o rifusione del prezzo** relativamente ai beni ancora vendibili, in misura non inferiore al 90 per cento del costo originario, nel caso di mancata o parzialmente mancata vendita al pubblico;
- b) l'obbligo di **corrispondere**, all'atto del reclutamento e comunque quale condizione per la permanenza nell'organizzazione, all'impresa organizzatrice o ad altro componente la struttura, **una somma di denaro o titoli di credito o altri valori mobiliari e benefici finanziari in genere di rilevante entità** e in assenza di una reale controprestazione;
- c) l'obbligo di **acquistare**, dall'impresa organizzatrice o da altro componente la struttura, **materiali, beni o servizi**, ivi compresi **materiali didattici e corsi di formazione**, non strettamente inerenti e necessari alla attività commerciale in questione e comunque non proporzionati al volume dell'attività svolta.

6. Sanzioni

Infine l'articolo 7, disciplina le sanzioni da applicare:

- a) a chi promuove o realizza le attività o le strutture di vendita o le catene di S. Antonio;
- b) a chi promuove iniziative di carattere collettivo ed induce uno o più soggetti ad aderire, associarsi o affidarsi alle organizzazioni od operazioni vietate dal precedente articolo 6.

6.1. Sanzioni pecuniarie

Salvo che il fatto costituisca più grave reato, le violazioni di entrambe le tipologie di cui sopra, comportano l'arresto da sei mesi ad un anno o con l'ammenda **da 100.000 a 600.000 euro** (*comma 1*).

Sono inoltre previste sanzioni:

- 1) in caso di mancato atto scritto per l'incarico di vendita diretta e domicilio senza vincolo di subordinazione (art. 4, comma 2);
- 2) per mancata osservanza delle disposizioni previste in caso di recesso dall'incarico (art. 4, comma 3)
- 3) in caso di mancato ritiro del tesserino di identificazione in presenza di rinuncia o revoca dell'incarico (art. 4, comma 5);
- 4) in caso di mancata rifusione da parte dell'impresa, del 90% del prezzo dei beni e materiali acquistati e restituiti (art. 4, comma 6);
- 5) in caso di mancata corresponsione delle provvigioni per le transazioni eseguite o di mancata forma scritta nella determinazione della misura e delle modalità di corresponsione del compenso all'incaricato alla vendita (art. 4, comma 9).

All'impresa che non rispetti tali obblighi si applica una sanzione amministrativa pecuniaria **da 1.500 euro a 5.000 euro**.

6.2. Sanzioni accessorie

Per le violazioni di cui al comma 1 si applica la sanzione accessoria della **pubblicazione del provvedimento** con le modalità di cui all'articolo 36 del codice penale ¹ e della sua **comunicazione alle associazioni dei consumatori** e degli utenti rappresentative a livello nazionale (*comma 2*).

¹ Si riporta l'art. 36 del Codice Penale:

Art. 36 - Pubblicazione della sentenza penale di condanna

1. La sentenza di condanna alla pena di morte (1) o all'ergastolo e' pubblicata mediante affissione nel Comune ove e' stata pronunciata, in quello ove il delitto fu commesso, e in quello ove il condannato aveva l'ultima residenza.

2. La sentenza di condanna e' inoltre pubblicata, per una sola volta, in uno o più giornali designati dal giudice.

3. La pubblicazione e' fatta per estratto, salvo che il giudice disponga la pubblicazione per intero; essa e' eseguita d'ufficio e a spese del condannato.

4. La legge determina gli altri casi nei quali la sentenza di condanna deve essere pubblicata. In tali casi la pubblicazione ha luogo nei modi stabiliti nei due capoversi precedenti.

(1) La pena di morte e' stata soppressa e sostituita con l'ergastolo.