

CAMERA DEI DEPUTATI

N. 1257

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

**LEVI, BACHELET, BARBIERI, COSCIA, DE BIASI, DE PASQUALE,
DE TORRE, GHIZZONI, GINEFRA, LOLLI, MAZZARELLA, NICOLAIS,
PES, PICIERNO, ROSSA, ANTONINO RUSSO, SIRAGUSA**

Nuova disciplina del prezzo dei libri

Presentata il 5 giugno 2008

ONOREVOLI COLLEGHI! — La presente proposta di legge intende disciplinare le modalità con le quali si determina il prezzo al consumatore finale dei libri venduti sul territorio nazionale e i limiti agli sconti che possono essere praticati rispetto al prezzo fissato.

L'articolo 11 della legge 7 marzo 2001, n. 62, recante nuove norme sull'editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981, n. 416, costituisce la vigente disciplina del prezzo dei libri.

Essa è stata già oggetto di modifiche successive apportate dal decreto-legge n. 99 del 2001, convertito dalla legge n. 198 del 2001.

A seguito di specifiche audizioni degli operatori del settore dell'editoria, che il

Governo organizzò nella scorsa legislatura al fine di pervenire a una complessiva riforma del prodotto editoriale, del relativo mercato e delle provvidenze, il Governo approvò un disegno di legge che, seppure oggetto di una prima discussione nelle competenti Commissioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica, non ebbe modo di completare il proprio percorso parlamentare a causa dell'anticipata conclusione della legislatura. Un articolo di quel disegno di legge riguardava, in modo specifico ed esclusivo, il tema del prezzo del libro ed è precisamente quell'articolo che qui si ripropone come autonoma proposta di legge.

Nel sottoporre agli onorevoli colleghi questo testo, giova sottolineare che su di

esso si è formato, a seguito delle larghe e approfondite consultazioni che hanno portato alla sua elaborazione, un fermo consenso da parte delle organizzazioni rappresentative tanto degli editori quanto dei librai.

Questo testo è considerato da editori e librai come un equo compromesso tra le rispettive posizioni sulla questione, da anni dibattuta, dei modi di determinazione del prezzo del libro. Schematizzando, si può dire che a questo riguardo esistono due modelli estremi. Un primo modello praticato in Germania e tradizionalmente favorito in Italia dai librai più piccoli e indipendenti, prevede un prezzo fisso senza alcuna possibilità di sconto. Un secondo modello, praticato nel Regno Unito e tradizionalmente favorito in Italia dagli editori più grandi, prevede un prezzo di vendita assolutamente libero. In Italia, la prassi commerciale si è tradizionalmente collocata in una posizione mediana tra questi due estremi, con politiche di promozione sul prezzo e sconti applicati, però, senza un preciso e condiviso quadro di riferimento. Un tale assetto è ciò che intende offrire questa proposta di legge. Essa stabilisce infatti, un tetto massimo allo sconto praticabile sul prezzo di vendita, fissandolo al 15 per cento, ma consente sconti ulteriori in occasione di campagne promozionali, campagne, però, che non possono durare più di un mese e alle quali i librai possono scegliere di non aderire. Su questa proposta per una nuova disciplina per la determinazione del prezzo finale di vendita di libri si è formato, giova ripeterlo, un consenso da parte sia degli editori che dei librai, tanto che essi stessi ne hanno più volte e pubblicamente chiesto l'approvazione.

Tale normativa, che comporta sicuri benefici anche per i consumatori, è sottoposta all'approvazione del Parlamento

nell'articolo 1 della presente proposta di legge.

L'articolo 1, comma 1, attribuisce all'editore o all'importatore il diritto di stabilire il prezzo al consumatore finale dei libri venduti sul territorio nazionale.

Il comma 2 limita al 15 per cento lo sconto praticabile sul prezzo di vendita al consumatore finale indipendentemente dalle modalità di vendita.

Il comma 3 riconduce al potere di determinazione del prezzo di vendita da parte dell'editore o dell'importatore anche la possibilità di realizzare campagne promozionali che, per un periodo non superiore a un mese, prevedano sconti a vantaggio del consumatore finale, salva la facoltà del rivenditore al dettaglio di non aderire a tali campagne.

Il comma 4 prevede alcune ipotesi in cui è possibile praticare uno sconto massimo del 20 per cento.

Il comma 5 esclude dalla disciplina in materia di prezzo di vendita al dettaglio e di sconti alcune categorie particolari di prodotti librari, quali libri per bibliofili, libri d'arte, libri antichi o edizioni esaurite, libri usati, fuori catalogo, pubblicati da almeno venti mesi, edizioni destinate a rapporti associativi o libri venduti attraverso il commercio elettronico.

Il comma 6 prevede l'ipotesi di prezzo complessivo di collane, collezioni o grandi opere, diverso dalla somma dei prezzi dei singoli volumi.

Il comma 7 esclude l'applicazione di norme in materia di vendite promozionali alle vendite di libri.

Il comma 8 individua le sanzioni in caso di violazione delle disposizioni in materia.

Il comma 9 attribuisce ai comuni la vigilanza sul rispetto delle disposizioni.

L'articolo 2 abroga il citato articolo 11 della legge n. 62 del 2001.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

(Disciplina del prezzo dei libri).

1. Il prezzo al consumatore finale dei libri venduti sul territorio nazionale è liberamente fissato dall'editore o dall'importatore ed è da questo apposto, comprensivo di imposta sul valore aggiunto, su ciascun esemplare o su apposito allegato.

2. È consentita la vendita ai consumatori finali dei libri, da chiunque e con qualsiasi modalità effettuata, con uno sconto sul prezzo fissato purché non superiore al 15 per cento.

3. Agli editori è consentita la possibilità di realizzare campagne promozionali, per un periodo non superiore a un mese, con sconti sul prezzo fissato che eccedano il limite stabilito al comma 2. È comunque fatta salva la facoltà dei dettaglianti di non aderire a tali campagne promozionali.

4. È consentita la vendita di libri con sconti fino a una percentuale massima del 20 per cento sul prezzo fissato:

a) in occasione di manifestazioni di particolare rilevanza internazionale, nazionale, regionale e locale, ai sensi degli articoli 40 e 41 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 112, e successive modificazioni;

b) in favore di organizzazioni non lucrative di utilità sociale, centri di formazione legalmente riconosciuti, istituzioni o centri con finalità scientifiche o di ricerca, biblioteche, archivi e musei pubblici, istituzioni scolastiche di ogni ordine e grado, educative e università, i quali siano consumatori finali;

c) quando sono venduti per corrispondenza.

5. I commi 1 e 2 non si applicano per i seguenti prodotti:

a) libri per bibliofili, intesi come quelli pubblicati a tiratura limitata per un ambito ristretto e di elevata qualità formale e tipografica;

b) libri d'arte, intesi come quelli stampati, anche parzialmente, con metodi artigianali per la riproduzione delle opere artistiche, quelli con illustrazioni eseguite direttamente a mano e quelli che sono rilegati in forma artigianale;

c) libri antichi e di edizioni esaurite;

d) libri usati;

e) libri posti fuori catalogo dall'editore;

f) libri pubblicati da almeno venti mesi e dopo che siano trascorsi almeno sei mesi dall'ultimo acquisto effettuato dalla libreria o da altro venditore al dettaglio;

g) edizioni destinate ad essere cedute nell'ambito di rapporti associativi;

h) libri venduti nell'ambito di attività di commercio elettronico;

6. Il prezzo complessivo di collane, collezioni complete e grandi opere, fissato ai sensi del comma 1 in via preventiva, può essere diverso dalla somma dei prezzi dei singoli volumi che le compongono.

7. Alla vendita dei libri non si applicano le norme in materia di vendita promozionali, di saldi di fine stagione e di disciplina del settore della distribuzione commerciale di cui ai commi 1, lettere e) e f), 3 e 4 dell'articolo 3 del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248.

8. La vendita di libri al consumatore finale, effettuata in difformità dalle disposizioni del presente articolo, comporta l'applicazione delle sanzioni di cui agli articoli 22, comma 3, e 29, commi 2 e 3, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.

9. Il comune vigila sul rispetto delle disposizioni del presente articolo e provvede all'accertamento e all'irrogazione delle sanzioni previste al comma 8; i relativi proventi sono attribuiti al comune nel quale le violazioni hanno avuto luogo.

ART. 2.

(Abrogazione)

1. L'articolo 11 della legge 7 marzo 2001, n. 62, e successive modificazioni, è abrogato.

PAGINA BIANCA

PAGINA BIANCA

€ 0,35



16PDL0008770