

N. 3248

DISEGNO DI LEGGE

d’iniziativa dei senatori **MARRI, BEVILACQUA, PELLICINI**
e **BUCCIERO**

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 30 APRILE 1998

Disposizioni per la vendita dei libri a prezzo fisso

ONOREVOLI SENATORI. - Partendo dalla convinzione che, ancora per molti decenni, il libro e la lettura resteranno insostituibili mezzi di trasmissione della conoscenza, riteniamo che ogni sforzo debba essere fatto per rendere consapevoli soprattutto le nuove generazioni dell'importanza che deve essere attribuita alla lettura.

In base ai dati ISTAT del 1988 è stato rilevato che solo il 37,8 per cento della popolazione con più di 11 anni aveva letto almeno un libro negli ultimi dodici mesi, mentre rilevazioni più recenti ci dicono che questo dato è salito appena al 38,5 per cento.

Si parla tanto oggi di parametri economici indispensabili per entrare a pieno titolo fra i Paesi dell'Unione europea; è necessario chiedersi se anche il parametro della lettura non debba essere allineato a quelli europei (70 per cento dei lettori in Germania).

L'Italia occupa, attualmente, l'ultimo posto della classifica dei Paesi dell'Unione europea per quanto riguarda l'acquisto di libri, mentre figura tra i primi per la quantità di titoli prodotti ogni anno.

Da qui l'esigenza di attuare una politica culturale a favore del libro e della lettura, momenti imprescindibili di crescita civile del Paese, che attraverso la sensibilizzazione delle classi insegnanti, delle famiglie e dei responsabili del sistema editoriale, pervenga ad uno stabile ampliamento dell'area dei lettori.

Tuttavia, non è sufficiente una politica culturale: occorre restituire nel mercato di-

gnità al libro e incentivare la promozione della lettura attraverso lo sviluppo delle biblioteche e la programmazione di iniziative culturali capaci di incrementare il consumo dei beni culturali. Ciò giustifica l'esigenza di avviare un processo riformatore dell'intero mercato librario.

Garantire per legge ai libri un prezzo fisso, con sconti controllati e controllabili, non significa proteggere gli interessi particolari dell'una o dell'altra professione, bensì attribuire ai soggetti che interagiscono in questo settore (editori, autori, distributori) stessi diritti e stessi doveri.

La legge sul prezzo fisso del libro favorisce il pluralismo delle imprese editoriali, tutelando quelle minori, mantenendo le stesse imprese indipendenti le une dalle altre.

L'attuale regime di sconti praticati selvaggiamente favorisce la monocultura dei *best-seller*, producendo un vantaggio economico-culturale ad una ristretta area di prodotti editoriali e di editori, comportando che da ciò ne derivi un effetto devastante per le librerie, per le piccole e medie case editrici e per la collettività.

Con il presente disegno di legge ci si propone di seguire la via intrapresa dalla Francia prima - con la legge Lang del 1981 - e dalla Spagna poi - con il decreto reale 30 marzo 1990, n. 484.

Per i motivi suesposti si confida in una sollecita approvazione del presente disegno di legge.

DISEGNO DI LEGGE

Art. 1.

1. Ogni editore o importatore di libri è tenuto a stabilire un prezzo fisso di vendita al dettaglio, in qualsiasi luogo questa venga effettuata, per i libri che vengono pubblicati o importati.

2. Il prezzo di vendita è portato a conoscenza del pubblico mediante la stampa sul libro o mediante l'applicazione di etichette adesive, o mediante la stampa su catalogo, listini prezzo o altri documenti commerciali che riportino il prezzo fisso di vendita al pubblico. Il catalogo fa fede quale ultimo prezzo di copertina.

3. Ai fini della ordinazione di una singola copia, ciascun rivenditore al dettaglio può aggiungere al prezzo effettivo di vendita praticato al pubblico le spese o i compensi corrispondenti a prestazioni supplementari eccezionali espressamente richieste dall'acquirente e il cui costo è stato oggetto di un accordo preventivo.

4. I rivenditori al dettaglio per vendita in contanti non possono praticare uno sconto superiore al 10 per cento sul prezzo effettivo di vendita al pubblico fissato dall'editore o dall'importatore.

5. Nei casi d'importazione di libri pubblicati in Italia, il prezzo di vendita al pubblico fissato dall'importatore non può essere inferiore a quello stabilito dall'editore.

6. Lo sconto sul prezzo del libro stabilito dall'editore o importatore per le vendite al dettaglio effettuate nella grande distribuzione non può superare il 15 per cento.

7. I rivenditori al dettaglio, gli editori o gli importatori non possono praticare uno sconto superiore al 20 per cento sul prezzo di vendita, stabilito dall'editore o dall'importatore, per i libri fatturati per le loro necessità, esclusa la rivendita, alle ammini-

strazioni dello Stato, agli istituti di insegnamento di ogni ordine e grado, agli istituti di ricerca, alle biblioteche aperte al pubblico per la consultazione o il prestito.

Art. 2.

1. Le condizioni di vendita stabilite dall'editore o dall'importatore nell'applicazione delle percentuali di sconto sul prezzo di vendita al pubblico, imposte escluse, tengono conto della qualità dei servizi resi dai rivenditori al dettaglio in favore della diffusione del libro. Gli sconti corrispondenti devono essere superiori a quelli fissati in relazione alle quantità acquisite dai rivenditori al dettaglio.

Art. 3.

1. Chiunque pubblichi un libro allo scopo di diffonderlo direttamente tramite agenti, per abbonamento o per corrispondenza meno di sei mesi dopo la messa in vendita della prima edizione, stabilisce per tale libro un prezzo di vendita al pubblico non inferiore a quello della prima edizione.

Art. 4.

1. I rivenditori al dettaglio possono praticare prezzi inferiori al prezzo di vendita al pubblico, fissato ai sensi dell'articolo 1, sui libri pubblicati o importati da più di due anni e di cui l'ultimo rifornimento risalga a più di dodici mesi prima.

Art. 5.

1. Le vendite a premio sono autorizzate solo se proposte dall'editore o importatore simultaneamente e alle medesime condizioni dei rivenditori al dettaglio oppure se riguardano libri in edizione riservata esclusivamente alla vendita diretta mediante

agenti, per abbonamento o per corrispondenza.

Art. 6.

1. In caso di violazione delle disposizioni della presente legge, si applica una sanzione di pagamento di un'ammenda d'importo pari a cinquanta volte il prezzo del libro, per ogni singola copia.

2. In caso di infrazione delle disposizioni della presente legge, l'azione inibitoria o l'azione risarcitoria possono essere intraprese da ogni concorrente, associazione riconosciuta per la difesa dei consumatori o sindacato dei consumatori o sindacato delle categorie professionali dell'edizione e della diffusione del libro, dall'autore o dalle associazioni degli autori e dalle associazioni editori e librai.

Art. 7.

1. La presente legge entra in vigore sessanta giorni dopo la sua pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale*.

