



## **RELAZIONE DELLA 7<sup>a</sup> COMMISSIONE PERMANENTE**

**(ISTRUZIONE PUBBLICA, BENI CULTURALI, RICERCA SCIENTIFICA,  
SPETTACOLO E SPORT)**

**(RELATORI ASCIUTTI E VITA)**

**Comunicata alla Presidenza il 28 febbraio 2011**

SUL

## **DISEGNO DI LEGGE**

**Nuova disciplina del prezzo dei libri**

**d'iniziativa dei deputati LEVI, BACHELET, BARBIERI, COSCIA, DE BIASI,  
DE PASQUALE, DE TORRE, GHIZZONI, GINEFRA, GIULIETTI, GRANATA,  
LOLLI, MAZZARELLA, MAZZUCA, NICOLAIS, PES, PICIERNO, ROSSA,  
Antonino RUSSO e SIRAGUSA**

*(V. Stampato Camera n. 1257)*

*approvato dalla VII Commissione permanente (Cultura, scienza e istruzione) della  
Camera dei deputati il 14 luglio 2010*

*Trasmesso dal Presidente della Camera dei deputati alla Presidenza  
il 15 luglio 2010*

## INDICE

Relazione .....	Pag.	3
Pareri:		
– della 1 <sup>a</sup> Commissione permanente .....	»	9
– della 5 <sup>a</sup> Commissione permanente .....	»	10
Disegni di legge, testo approvato dalla Camera dei deputati e testo proposto dalla Commissione .....	»	11

ONOREVOLI SENATORI. - È il centenario della nascita di Mc Luhan, che considerava i *media* come il corpo umano. Il libro - ag- giungiamo noi - è proprio la parte profonda del cervello. La lettura rappresenta l'unico modo per trasformare il linguaggio in pensiero. Il libro non è un *medium* tra gli altri. È la metafora del sapere. Non morirà mai, neppure nell'era di *internet*. Senza libri viene meno l'essenza stessa dell'umanità. Parlare del libro significa segnalare il grado di civiltà del villaggio globale. Il libro è la stessa essenza dell'«io conoscente», che si reifica nell'oggetto a forma di tavoletta - il nostro angolo visuale - che ha accompagnato le diverse stagioni della comunicazione. Sempre. Nonostante le differenti connotazioni (*biblos* era il nome usato per il papiro egiziano, *liber* designava la pellicola compresa tra la cortec- cia e il tronco di un albero, *Bokis* era il nome alto tedesco del faggio), la radice etimolo- gica della parola 'libro' è legata proprio al- l'oggetto fisico, supporto per la scrittura. L'Unesco suggerisce una definizione di 'li- bro' - «pubblicazione a stampa, non perio- dica, di almeno 49 pagine» - nella quale compaiono elementi esterni rispetto alla pura considerazione del supporto, come i concetti di pubblicazione e periodicità. D'al- tro canto, se si punta l'attenzione verso il te- sto e la forma di testualità, il libro da oggetto fisico diviene «un oggetto testuale astratto» (Gino Roncaglia, *La quarta rivoluzione*, 2004). Del resto, il libro non è identificabile con un supporto: è la stessa rappresentazione della coscienza intellettuale. Così come la li- breria è il tempio laico dei saperi. Attorno alla nuova biblioteca digitale si gioca ora, non per caso, la più colossale guerra simbo- lica del nostro tempo, ivi compreso il nuovo concetto di proprietà intellettuale. I libri sono

un bene comune. Non appartengono alla ver- sione «mercatista» del mercato, da leggere - quest'ultimo - con occhiali assai diversi quando si parla della lettura. Ecco perché si sente l'esigenza, come è stato nel passaggio alla Camera dei deputati, di legiferare sul prezzo del libro. Attorno ad un aspetto solo apparentemente economico si definisce, in un modo o nell'altro, il futuro (o il presente lungo, che dir si voglia, nell'era della con- temporaneità digitale) del nostro immagina- rio: colonia televisiva o luogo emancipato grazie anche alla varietà dei libri?

Nell'era dei tagli alla e della cultura, la morte in diretta delle case editrici di minore dimensione e delle librerie non legate ai maggiori gruppi di settore sarebbe non la fine del libro analogico, sussunto da quello *online*. Al contrario, si tratterebbe del falò dei contenuti, dei messaggi: essenziali per qualsiasi progresso tecnologico. Per parafrasare Raymond Williams (1974) anche il libro è tecnologia e forma culturale. Persino all'e- poca dei papiri o degli incunaboli lo era. E lo è in quella dei «*Wreader*» (lettori e in- sieme scrittori della rete).

Se con Gutenberg, con l'invenzione dei caratteri mobili, la trasmissione della cultura diventa potenzialmente accessibile a tutti, oggi, la trasformazione nel campo della stampa - e dell'editoria in particolare - di- viene quel che Marx, nel «Manifesto», definì «tutto ciò che è solido è destinato a scio- gliersi nell'aria».

La potente immagine che Marx usò ben si adatta all'industria editoriale, dove l'*e- book* tende a sostituire il libro cartaceo. Nel- l'incontro tra editoria ed elettronica nasce «il percorso della quarta generazione» che «sta iniziando a fondere sistemi a testi fissi con sistemi a testi mobili, offrendo applicazioni

di intelligenza connettiva» (Giovanni Ragnone, *L'editoria in Italia*, 2005).

È l'esito finale di ciò che vari studiosi dei mezzi di comunicazione – tra cui Jay David Bolter e Richard Grusin (2003) – hanno definito «rimediazione dei *media* analogici» ossia la tendenza dei nuovi *media* ad assorbire inizialmente le caratteristiche proprie dei precedenti per poi sostituirle successivamente. Giustamente – però – Jean-Claude Carrière e Umberto Eco (2009) – in «Non sperate di liberarvi dei libri» – sostengono che «Il libro si appresta a fare la sua rivoluzione tecnologica», ma «ci troviamo di fronte a uno strumento che, per quante mutazioni abbia subito, si è comunque mostrato di una straordinaria fedeltà a se stesso. Il libro appare come una sorta di "ruota del sapere e dell'immaginario" che le rivoluzioni tecnologiche annunciate o temute non elimineranno».

Bolter sostiene che la «rimediazione» dei nuovi *media* non provoca l'annullamento delle vecchie tecnologie in favore delle nuove. Queste ultime, infatti, riprendono alcune caratteristiche dei *media* precedenti, generando di conseguenza un legame continuativo con il passato. Per Mattelart (2001) bisognerebbe accantonare «il feticismo della velocità neofordista ricorrendo ad altri supporti con il tempo. Solo così potremo forse affermare un giorno, senza il timore e il rischio di cadere nel profetismo, che la rivoluzione dei modelli del sapere insita nella mutazione tecnoscientifica rimette in causa la nozione stessa di tempo della storia».

Un aspetto, quest'ultimo, che si riallaccia ad un altro principio legato all'avvento delle nuove tecnologie: il principio di «mediamorfosi», definito da Roger Fidler (2000) come «la trasformazione dei mezzi di comunicazione, causata dalla complessa giustapposizione dei bisogni percepiti, pressioni competitive e politiche, e innovazioni sociali e tecnologiche». Tale principio è seguito dal corollario in base al quale «le forme affermate dei mezzi di comunicazione

devono cambiare in risposta all'emergere di un nuovo mezzo, altrimenti la loro unica alternativa è sparire». Ecco perché Mc Luhan sottolinea che «la definizione stessa del libro è pronta per essere ripensata» (1964).

Tuttavia, John Makinson – amministratore delegato della Penguin – nel corso di una conferenza di presentazione dei nuovi titoli per iPad, ha utilizzato il termine «consumatori» anziché «lettori». Ovviamente, l'uso del termine è legato alle caratteristiche del mercato editoriale globale, che vede nei libri purtroppo – non importa se su carta o elettronici – l'aspetto di merci da consumare.

L'Italia condivide, però, con Grecia e Portogallo un triste primato europeo: il più basso indice di consumi culturali. Dai musei ai teatri, dai giornali ai libri, molti degli italiani – stregati dalla televisione e dal cellulare – si distinguono per difetto. Dai dati forniti dall'Associazione italiana editori (AIE) emerge che i lettori da più di 12 libri l'anno sono solo il 6,9 per cento del totale e si concentrano prevalentemente al Nord. La spesa mensile è di meno di 5 euro, meno di 1,50 euro per i libri per bambini e ragazzi (0-14 anni); un libro per bambini costa mediamente tra i 10 e i 15 euro. Inoltre, la spesa per l'acquisto di libri da parte delle biblioteche pubbliche è scesa dai 65,5 milioni di euro del 2005 ai 48 milioni di euro del 2008 e ci sono ancora 691 comuni con più di 10.000 abitanti totalmente privi di emero-teche aperte alla popolazione, lasciando senza questo strumento il 21,3 per cento della popolazione italiana (quasi 13 milioni di persone). Ci sono, però, biblioteche di eccellenza che hanno a disposizione oltre 10 mila volumi (3.902), mentre le librerie private aperte al pubblico sono 2.774.

Non manca, tuttavia, uno spiraglio di ottimismo: dal rapporto annuale 2010 sui consumi mediatici dell'Istituto di studi sociali Censis si evince che «tra i giovani il numero dei lettori aumenta, anche se di poco, passando dal 74,1 per cento al 75,4 per cento».

Per promuovere la lettura, come leva per l'innovazione e lo sviluppo economico e sociale del Paese, dove i dati sopra indicati evidenziano un livello molto basso di «lettori», il presente disegno di legge, «Nuova disciplina del prezzo dei libri», s'inserisce in un quadro dove la cultura e la protezione dell'editoria - veicolo di fruizione del sapere - devono prevalere, invece, sulle pure logiche del mercato. Fissare il prezzo dei libri significa allora - almeno per un po' - gestire il forsennato capitalismo liberista, per salvaguardare la cultura nella sua forma più ampia. Perché il prezzo assume un ruolo persino superiore al suo oggetto, quasi una metafora del tema dei saperi: del resto, il diavolo s'incarna nei particolari.

E quello di cui parliamo è un particolare-generale. Attorno a tale vicenda si gioca una partita più grande della diffusione dei saperi. Perché quest'ultima si fonda sulla lettura.

Nel 1981, in Francia, veniva promulgata la legge Lang sul prezzo unico del libro, dal nome del suo promotore Jack Lang, ministro della Cultura di allora. Lo scopo: evitare di fare del libro un prodotto commerciale, soggetto a rincari che avrebbero messo i librai in una condizione di inferiorità rispetto alla grande distribuzione. Così, per proteggere dalla concorrenza tale prodotto culturale, venne fissato un prezzo unico dall'editore, con uno sconto massimo consentito del 5 per cento. La legge in questione ha successivamente ispirato le normative di alcuni Paesi europei, ad esempio la Grecia e il Portogallo, mentre altri otto Paesi disponevano già di un sistema equiparabile, fino al caso della Germania che lo applica fin dal 1888 e dove sui libri non esiste sconto. In Spagna e Grecia, quest'ultimo non supera il 15 per cento. A ventotto anni dalla sua entrata in vigore, gli operatori dell'editoria si dicono soddisfatti di una legislazione che ha consentito di mantenere in Francia una rete di librerie indipendenti e di proporre libri a prezzi accessibili. Nel Regno Unito e in Irlanda, in-

vece, su pressione delle grandi catene di distribuzione, hanno liberalizzato tutto per far aumentare la vendita dei libri. L'effetto è stato il raddoppio del prezzo.

Il disegno di legge in esame, tra l'inflessibilità della Germania e il liberismo del Regno Unito, è giunto ad una percentuale di sconto del 15 per cento che di per sé è già molto alta rispetto alla media europea. Ma è un punto di equilibrio.

Non va peraltro dimenticato che un limite di sconto al 15 per cento rispetto al prezzo di copertina era già stato fissato dalla legge 7 marzo 2001, n. 62, (articolo 11), anche se tale disposizione ha avuto un *iter* assai accidentato. La relativa entrata in vigore è stata infatti più volte rimandata con una serie di decreti-legge (n. 99 del 2001, n. 192 del 2002, n. 236 del 2002, n. 271 del 2003), fino a quando nel 2006 non è rientrata nelle liberalizzazioni promosse dall'allora Ministro dello sviluppo economico Bersani (articolo 3 del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248). La cancellazione di tutti i vincoli della distribuzione commerciale per le attività di cui al decreto legislativo n. 114 del 1998 ha incluso infatti anche il settore dei libri. Conseguentemente, per tale comparto sono stati aboliti i limiti riferiti alle vendite promozionali e alle connesse autorizzazioni preventive, tanto che il settore ne è risultato fortemente deregolamentato.

Come si è detto, tuttavia, la totale liberalizzazione del settore stesso in altri Paesi - come il Regno Unito - ha dato esiti negativi, provocando un'impennata dei prezzi e la chiusura delle piccole librerie.

Il legislatore italiano ha, invece, assai a cuore il ruolo di luogo culturale delle piccole librerie, nonché la tutela della pluralità culturale quale valore irrinunciabile della società contemporanea.

Assai correttamente dunque la Camera dei deputati ha assunto l'iniziativa in questa legislatura di disciplinare nuovamente tale

campo, reintroducendo nell'ordinamento una normativa assai simile a quella a suo tempo recata dall'articolo 11 della legge n. 62 del 2001. In particolare, si è cercata una via mediana, che componesse gli interessi degli editori più grandi, da sempre favorevoli ad un prezzo di vendita totalmente libero, e quelli degli editori più piccoli e indipendenti, che propendono per un prezzo fisso senza possibilità di sconti.

L'originaria proposta dell'onorevole Levi alla Camera dei deputati prevedeva perciò la fissazione di un tetto massimo agli sconti, pari al 15 per cento, nonché la possibilità di sconti ulteriori nel corso di campagne promozionali la cui durata massima era fissata in un mese. In questo modo, si forniva una cornice più definita nell'ambito della quale potere svolgere attività di promozione del libro e della lettura. A seguito degli emendamenti approvati dalla Commissione cultura dell'altro ramo del Parlamento, tuttavia, l'opportunità di svolgere campagne promozionali è stata estesa ad undici mesi all'anno, con la sola esclusione del mese di dicembre. L'altra novità del provvedimento licenziato dalla Camera dei deputati rispetto al testo del 2001 riguardava l'editoria scolastica, che risultava inclusa nell'applicazione della legge.

Nel corso dell'esame in Senato, tuttavia, sono emerse alcune perplessità.

Anzitutto, è stato osservato che l'estensione ad undici mesi all'anno della possibilità di praticare campagne promozionali rischiava di equivalere, nei fatti, ad una liberalizzazione pressoché totale del settore, con le potenzialità negative già ricordate. In particolare, occorre rammentare che molte case editrici pubblicano collane diverse, ognuna delle quali avrebbe potuto godere di promozioni in un differente periodo dell'anno. In tale formulazione, la norma sembrava dunque contraddire l'impostazione originaria del provvedimento.

Inoltre, è stata rilevata l'assenza di un limite massimo agli ulteriori sconti pratica-

bili durante le campagne promozionali, con il rischio che diventassero insostenibili per le piccole librerie.

Infine, è stato avanzato il timore che l'estensione della disciplina ai libri di testo potesse far sì che le famiglie meno abbienti attendessero un prezzo scontato ad anno scolastico già iniziato ed un numero consistente di alunni potesse quindi andare a scuola senza l'intero corredo dei libri. Pur comprendendo appieno le difficoltà di molte famiglie nell'acquisto dei libri scolastici, si ritiene infatti preferibile agire sotto altri profili, come per esempio il divieto di adottare nuovi manuali per un quinquennio, piuttosto che far arrivare i ragazzi sui banchi senza i rispettivi libri.

In Senato, la 7<sup>a</sup> Commissione si è pertanto orientata ad apportare alcune modifiche, anche a seguito delle audizioni svolte. Assai opportunamente sono stati di fatti auditi i rappresentanti dei diversi soggetti interessati dalla legge, sia i grandi sia i piccoli editori, nonché i librai, ivi inclusi quelli indipendenti. Le posizioni emerse sono apparse diversificate, ma non inconciliabili. Ad esempio, si è registrata un'ampia disponibilità alla fissazione di un tetto anche per gli sconti ulteriori, nonché ad una migliore definizione delle promozioni.

È altresì emersa la comune preoccupazione per la crescente fetta di mercato raggiunta dalla grande distribuzione, in particolare dai supermercati, dove sono possibili sconti tali da snaturare le caratteristiche proprie del libro.

La Commissione riscontrava il più ampio e trasversale consenso sulla predetta linea e accoglieva dunque, nello scorso mese di novembre, alcune modifiche al testo già licenziato dalla Camera dei deputati, richiedendo alla Presidenza del Senato il trasferimento alla sede deliberante. Va segnalato peraltro che era stato introdotto anche un inasprimento delle sanzioni.

Successivamente, tuttavia, emergevano alcune difficoltà specificamente connesse al

conseguimento del prescritto assenso del Governo per il trasferimento di sede. Fra l'altro, si manifestava l'esigenza di una modifica della disciplina delle vendite per corrispondenza, ancorché effettuate *on line*.

I due correlatori si sono così adoperati in un'intensa attività di mediazione per superare l'*impasse* che si era determinata e giungere ad una sollecita approvazione della legge, largamente attesa dagli operatori di settore. In particolare, sono stati svolti numerosi incontri, anche con i rappresentanti dell'Esecutivo nonché delle case editrici e dei librai, per trovare una soluzione soddisfacente rispetto a tutte le esigenze in campo, che al contempo fosse condivisa dall'altro ramo del Parlamento al quale - occorre rammentare - spetterà la terza lettura del disegno di legge.

Non va dimenticato peraltro che, nelle more di conseguire il consenso del Governo al trasferimento alla sede deliberante, la Commissione aveva anche prospettato la possibilità di portare il disegno di legge all'esame dell'Assemblea, onde velocizzarne l'*iter*, ottenendo tuttavia un diniego.

Nel frattempo interveniva a metà novembre la sessione di bilancio, che impediva la trattazione di qualunque provvedimento comportante spesa e imponendo perciò una forzosa battuta d'arresto. Il testo contiene infatti un articolo 4 secondo cui i comuni provvedono alle attività di vigilanza che competono loro, nonché all'accertamento delle violazioni e all'irrogazione delle eventuali sanzioni nell'ambito delle risorse umane, strumentali e finanziarie disponibili a legislazione vigente, la cui neutralità finanziaria deve essere certificata dalla 5<sup>a</sup> Commissione permanente.

Com'è noto, dopo l'approvazione della legge di stabilità, il Parlamento è stato impegnato, a metà dicembre, con la verifica della fiducia al Governo in carica e, indi, il Senato si è dedicato all'approvazione della legge di riforma universitaria. L'*iter* del disegno di legge sul libro è rimasto quindi purtroppo

fermo fino alla ripresa dei lavori parlamentari dopo la pausa natalizia.

È stato perciò con viva soddisfazione che, nella seduta del 15 febbraio 2011, i due correlatori hanno potuto annunciare alla Commissione di aver raggiunto un'ampia intesa su alcuni ulteriori ritocchi da apportare al testo, tali da consentire di ottenere l'assenso del Governo alla sede deliberante ed una celere approvazione anche presso l'altro ramo del Parlamento. In particolare, si suggeriva di applicare lo sconto massimo del 15 per cento anche alle vendite di libri per corrispondenza, ancorché avvenute mediante attività di commercio elettronico. Inoltre, con riguardo alle campagne promozionali, si proponeva di ridurre ad un quarto del prezzo fissato la percentuale massima di sconto e si precisava che le campagne medesime dovessero essere distinte fra loro e non reiterabili nell'anno solare, per evitare possibili aggiramenti della normativa in relazione alle molteplici collane che potevano essere oggetto di campagne promozionali. Inoltre, si chiariva che tutti i venditori al dettaglio dovevano essere messi nelle condizioni di partecipare alle stesse condizioni. Quanto all'entrata in vigore, considerati i tempi presumibili di approvazione definitiva, si suggeriva di posticiparla al 1° settembre 2011.

Ritenendo essenziale monitorare l'applicazione della nuova disciplina, tra le modifiche si prevedeva altresì un'indagine conoscitiva dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, dopo dodici mesi dalla data di entrata in vigore della legge, i cui risultati sarebbero stati comunicati al Parlamento. Infine, si segnalava l'esigenza di ritornare alla stesura precedente con riguardo alle sanzioni e all'editoria scolastica, onde corrispondere ad alcune perplessità da più parti manifestate.

Di quest'intesa veniva debitamente informata la Presidenza del Senato, affinché la rappresentasse formalmente al Governo ai fini dell'espressione del consenso alla sede deliberante.

Il provvedimento è stato invece calendarizzato dalla Conferenza dei rappresentanti dei Gruppi in Assemblea. I due correlatori si sono pertanto fatti carico di presentare alcuni emendamenti che riproducono l'intesa sopra descritta e di cui raccomandano perciò vivamente l'approvazione da parte dell'Assemblea.

Nel manifestare qualche rammarico per la mancata conclusione dell'*iter* in Commissione, tanto più alla luce del consenso unanime manifestato sul punto da tutte le forze politiche, come recentemente rilevato anche dal senatore Giambone in Commissione, nonché dell'imminente compimento di tutti i passaggi procedurali, i correlatori si compiacciono comunque che il provvedimento

giunga alla fase di approvazione, esprimendo l'auspicio che l'altro ramo del Parlamento possa sollecitamente licenziarlo in via definitiva.

Il settore avrebbe così finalmente una legge largamente attesa, in un testo finalmente ampiamente condiviso, a riprova di come il legislatore sappia ben lavorare su temi di interesse comune, con la proficua collaborazione di tutte le forze politiche.

Come ci ammoniva Claudio Napoleoni: «Cercate ancora». E, naturalmente, «leggete ancora».

ASCIUTTI e VITA, relatori



**PARERI DELLA 1<sup>a</sup> COMMISSIONE PERMANENTE**

(AFFARI COSTITUZIONALI, AFFARI DELLA PRESIDENZA DEL CONSIGLIO  
E DELL'INTERNO, ORDINAMENTO GENERALE DELLO STATO E DELLA  
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE)

**sul disegno di legge**

(Estensore: **BENEDETTO VALENTINI**)

9 novembre 2010

La Commissione, esaminato il disegno di legge, esprime, per quanto di competenza, parere non ostativo, nel presupposto che il testo interviene nell'ambito di una normativa già vigente (articolo 11 della legge 7 marzo 2001, n. 62) e che la disciplina ivi prevista possa costituire uno dei punti di equilibrio fra i principi della libera concorrenza e della tutela del pluralismo delle idee e della cultura.

Si osserva tuttavia come il comma 9 dell'articolo 2 e il conseguente articolo 4 (sulla neutralità finanziaria) facciano obbligo ai comuni dei compiti di vigilanza sul rispetto delle disposizioni e che tale obbligo possa essere suscettibile di ledere l'autonomia organizzativa e finanziaria degli enti locali.

**su emendamenti**

(Estensore: **BATTAGLIA**)

16 novembre 2010

La Commissione, esaminati gli emendamenti riferiti al disegno di legge, esprime, per quanto di competenza, parere non ostativo.

**PARERE DELLA 5<sup>a</sup> COMMISSIONE PERMANENTE**  
(PROGRAMMAZIONE ECONOMICA, BILANCIO)

(Estensore: FLERES)

**sul testo ed emendamenti**

17 novembre 2010

La Commissione programmazione economica, bilancio, esaminato il disegno di legge ed i relativi emendamenti, esprime, per quanto di propria competenza, parere non ostativo.

**DISEGNO DI LEGGE**

TESTO APPROVATO DALLA CAMERA DEI DEPUTATI

**Nuova disciplina del prezzo dei libri**

Art. 1.

*(Oggetto e finalità generali)*

1. La presente legge ha per oggetto la disciplina del prezzo dei libri.

2. Tale disciplina mira a contribuire allo sviluppo del settore librario, al sostegno della creatività letteraria, alla promozione del libro e della lettura, alla diffusione della cultura, alla tutela del pluralismo dell'informazione.

Art. 2.

*(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 dei libri ai consumatori finali, da chiunque e con qualsiasi modalità effettuata, con uno sconto fino ad una percentuale massima del 15 per cento sul prezzo fissato ai sensi del comma 1.

3. Ad esclusione del mese di dicembre, agli editori è consentita la possibilità di realizzare campagne promozionali, per un periodo non superiore a un mese, con sconti sul prezzo fissato ai sensi del comma 1 che eccedano il limite indicato al comma 2. È comunque fatta salva la facoltà dei venditori al dettaglio, che devono in ogni caso essere informati, di non aderire a tali campagne promozionali.

**DISEGNO DI LEGGE**

TESTO PROPOSTO DALLA COMMISSIONE

**Nuova disciplina del prezzo dei libri**

Art. 1.

*(Oggetto e finalità generali)**Identico*

Art. 2.

*(Disciplina del prezzo dei libri)*1. *Identico.*2. *Identico.*

3. **Annualmente** e ad esclusione del mese di dicembre, agli editori è consentita la possibilità di realizzare **non più di due** campagne promozionali **distinte e non consecutive**, **per una durata non superiore a sessanta giorni consecutivi ciascuna, in periodi uguali per tutti stabiliti con decreto del Ministro per i beni e le attività culturali entro trenta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, sentite le or-**

(Segue: *Testo approvato dalla Camera dei deputati*)

4. La vendita di libri ai consumatori finali è consentita con sconti fino ad una percentuale massima del 20 per cento sul prezzo fissato ai sensi del comma 1:

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;

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;

c) quando i libri sono venduti per corrispondenza o nell'ambito di attività di commercio elettronico.

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;

(Segue: *Testo proposto dalla Commissione*)

**ganizzazioni maggiormente rappresentative del settore. Durante le campagne promozionali le riduzioni non possono essere superiori al 33 per cento del prezzo fissato ai sensi del comma 1. È comunque fatta salva la facoltà dei venditori al dettaglio, che devono in ogni caso essere informati, di non aderire a tali campagne promozionali.**

4. *Identico.*

5. *Identico:*

a) *identica;*

b) *identica;*

c) *identica;*

d) *identica;*

e) *identica;*

(Segue: *Testo approvato dalla Camera dei deputati*)

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 in via prioritaria ad essere cedute nell'ambito di rapporti associativi.

6. Il prezzo complessivo di collane, collezioni complete, grandi opere, fissato in via preventiva ai sensi del comma 1, 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 vendite 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, 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. 3.

(*Efficacia e abrogazione*)

**1. Le disposizioni di cui alla presente legge si applicano a decorrere dal 1° novembre 2010.**

(Segue: *Testo proposto dalla Commissione*)

f) *identica*;

g) *identica*;

**h) editoria scolastica.**

6. *Identico.*

7. *Identico.*

8. La vendita di libri, 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, **e il divieto per l'anno successivo di praticare sconti sul prezzo fissato ai sensi del comma 1.**

9. *Identico.*

Art. 3.

(*Efficacia e abrogazione*)

*Soppresso*

(Segue: *Testo approvato dalla Camera dei deputati*)

2. A decorrere dalla data di applicazione delle disposizioni della presente legge è abrogato l'articolo 11 della legge 7 marzo 2001, n. 62.

Art. 4.

*(Clausola di neutralità finanziaria)*

1. I comuni provvedono alle attività di cui al comma 9 dell'articolo 2 con le risorse umane, strumentali e finanziarie disponibili a legislazione vigente e, comunque, senza nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.

(Segue: *Testo proposto dalla Commissione*)

**1. Identico.**

Art. 4.

*(Clausola di neutralità finanziaria)*

*Identico*



