

DISEGNO DI LEGGE

**d’iniziativa dei senatori MANCONI, PIERONI, BOCO, CARELLA,
CORTIANA, DE LUCA Athos, RIPAMONTI e SARTO**

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 6 AGOSTO 1996

Norme per la vendita del libro a prezzo fisso

ONOREVOLI SENATORI. - Garantire per legge ai libri un prezzo fisso, con sconti concordati e controllabili, significa dare al mercato librario una regola fondamentale in grado di porre tutti i soggetti (editori, autori, distributori) sullo stesso piano. È ciò che avviene, da anni ormai, in Francia e in Spagna con leggi specifiche. È ciò che manca invece in Italia, dove la grande e grandissima distribuzione sta operando una concorrenza alle librerie con sconti e supersconti (il 20 per cento normalmente sul prezzo di copertina, talora anche il 30 per cento), che trattano il libro - essenzialmente i soli *best-seller* - alla stregua di un detersivo o di una confezione di pomodori pelati.

Le leggi sul prezzo fisso del libro favoriscono invece il pluralismo delle imprese editoriali, tutelando anche quelle minori e minime, le più impegnate spesso nella ricerca di nuovi autori e nella riscoperta di opere dimenticate, mantenendo quelle stesse imprese indipendenti le une dalle altre, libere comunque da catene editoriali. Favoriscono, inoltre, il mantenimento di quella distribuzione tutta speciale costituita dalle librerie, essenziali sia per gli editori meno potenti che per gli acquirenti, i quali trovano in esse un servizio insostituibile, un luogo tradizionale di incontro e di scambio culturale, tanto più importante per i quartieri delle grandi città e per i centri di provincia. L'attuale regime di sconti e supersconti praticati selvaggiamente da grandi case editrici (magari in catene di ipermercati e supermercati, collegati alla loro stessa *holding*) favorisce la monocultura dei *best-seller*, condannando tutto il resto della produzione libraria e dei librai qualificati, col sostanziale rattrappimento della già così debole rete culturale italiana.

Nel nostro Paese, infatti, la propensione all'acquisto di libri è molto più bassa delle medie europee: nel '90 si calcolava che, a

fronte dei 121 dollari spesi da un tedesco nell'acquisto annuo di libri, stavano gli appena 48 dollari spesi da un italiano. Cifra che ci poneva al 14° posto nelle graduatorie mondiali, contro il 5° o 6° posto nella graduatoria del prodotto interno lordo per abitante. Nel 1993 il fatturato del nostro mercato librario è risultato pari a 3.540 miliardi, con una flessione dello 0,6 per cento rispetto all'anno precedente (per la voce «libri» ogni italiano ha speso appena 62.000 lire in un anno). La prima parte del '94 ha registrato un ulteriore calo generalizzato del 2-3 per cento relativamente alle vendite in libreria (dati della Editrice bibliografica e della Demoskopea). Scrivendo di questo grave problema alla vigilia dell'ultima Fiera del libro di Francoforte, Andrea Casalegno (*Il Sole 24 Ore*, 5 novembre 1994) aggiungeva che «in provincia e nel Sud mancano punti vendita e, soprattutto, librerie adeguate per dimensione e professionalità». Professionalità che non si creano da un giorno all'altro, ma che da un giorno all'altro possono, invece, essere azzerate e distrutte da una concorrenza sbagliata, tutta puntata sullo sconto anziché sulla qualità dei servizi offerti agli utenti, al grande pubblico, ai giovani soprattutto.

Il 10 agosto 1981, l'allora ministro francese della cultura, Jack Lang, iniziò con la legge omonima sul prezzo unico del libro una battaglia per «la libertà del libro», considerato un prodotto, anzi il prodotto, di consumo culturale più durevole. Tale legge venne approvata dai parlamentari francesi all'unanimità. Meno di dieci anni dopo, la Spagna - giovandosi dell'esperienza maturata in Francia grazie alla legge Lang - scelse la stessa strada col Real decreto 30 marzo 1990, n. 484 (che faceva seguito ad una prima misura di tutela del libro assunta dal governo spagnolo nel 1975).

Col presente disegno di legge ci si propone dunque di seguire la via battuta, con risultati positivi, da due Paesi europei fra i più affini al nostro sul piano socio-culturale. Esso prevede tutta una ragionata serie di eccezioni al vincolo del prezzo fisso di copertina e punta ad arricchire, e non certo ad impoverire, il panorama degli editori e dei punti specializzati di vendita.

Gli italiani acquistano pochi libri e ancor meno riviste. È un dato allarmante della crisi culturale in cui ci troviamo e da cui sarà possibile risalire se saremo in grado di dare al mercato librario regole chiare, equilibrate, davvero uguali per tutti; e se non priveremo i lettori e gli aspiranti lettori di

un servizio insostituibile qual è la libreria moderna, attrezzata, completa di ogni offerta, guida consapevole e informata alle novità, soprattutto a quelle meno pubblicizzate e pubblicizzabili.

La crisi del libro è pesante, la stagnazione del mercato è grave e grave si mantiene il divario fra Sud e Nord: Campania e Sicilia infatti sommano una popolazione residente superiore a quella della Lombardia, ma non arrivano a conquistare il 9 per cento del mercato librario nazionale contro il 21,64 per cento della Lombardia. Non serve, quindi, che altri punti di vendita qualificati vengano costretti a chiudere. Serve semmai l'esatto contrario.

DISEGNO DI LEGGE

Art. 1.

1. Ogni editore o importatore di libri è obbligato a stabilire un prezzo fisso di vendita al pubblico, ovvero al consumatore finale, per i libri che vengono pubblicati o importati, indipendentemente dal luogo in cui è effettuata la vendita o dalla procedura con cui essa è realizzata.

2. Il prezzo di vendita al pubblico, nel caso di pagamento in contanti, può oscillare tra il 95 per cento e il 100 per cento del prezzo fisso.

3. Per consumatore finale si intende la persona fisica o giuridica che, senza assumere obbligazioni di acquisto o di determinati pagamenti di rata, acquista i libri per proprio uso o li cede a terzi senza che ciò costituisca una transazione commerciale.

4. Quando il libro è venduto congiuntamente a dischi, nastri, cassette, pellicole, fotografie, diapositive, *microfiches* o qualsiasi altro bene, costituendo un'unica offerta editoriale, il prezzo fisso è determinato per l'insieme dei beni.

5. Per la vendita di collane l'editore può stabilire un prezzo fisso diverso e inferiore a quello risultante dalla somma del prezzo dei singoli volumi che costituiscono la collana stessa.

6. Nei casi di vendita a rate o a credito, possono essere stabiliti dei prezzi diversi rispetto a quelli previsti per la vendita con pagamento in contanti.

Art. 2.

1. Sono esclusi dall'obbligo di vendita a prezzo fisso:

a) i libri per i bibliofili, cioè quelli pubblicati in tiratura limitata per un ambito ristretto, numerati e di elevata qualità formale;

b) i libri d'arte, cioè quelli stampati, totalmente o parzialmente, con metodi artigianali per la riproduzione delle opere artistiche, quelli con illustrazioni eseguite direttamente a mano o quelli che sono rilegati in forma artigianale;

c) i libri antichi o quelli di edizioni esaurite;

d) i libri usati;

e) i libri fuori catalogo. Per libro fuori catalogo si intende quello che non appare più nell'ultimo catalogo dell'editore, ovvero quel libro di cui l'editore ha comunicato per iscritto ai suoi canali di distribuzione e di vendita l'uscita dal catalogo. L'offerta e l'esposizione dei libri di cui alla presente lettera deve avvenire separatamente e in modo sufficientemente differenziato da quello dei libri a prezzo fisso;

f) i libri pubblicati o importati da più di due anni, per i quali può essere applicato un prezzo inferiore a quello fissato originariamente, purchè siano stati messi in vendita dagli stessi librai o venditori al dettaglio per un periodo minimo di sei mesi. L'offerta e l'esposizione dei libri di cui alla presente lettera deve avvenire separatamente e in modo sufficientemente differenziato da quello dei libri a prezzo fisso;

g) le opere prenotate prima della loro pubblicazione.

Art. 3.

1. I libri possono essere venduti, con gli sconti massimi ivi specificati, nei seguenti casi:

a) nella Giornata del libro e nelle Fiere del libro, o Congressi o Esposizioni del libro, sempre che ciò sia stato stabilito dagli enti organizzatori e purchè questi appartengano ai settori dell'editoria e della commercializzazione del libro: lo sconto massimo può essere del 10 per cento del prezzo fisso;

b) quando il consumatore finale, così come definito dall'articolo 1, comma 3, è costituito da biblioteche, archivi, musei, centri docenti legalmente riconosciuti ovve-

ro istituzioni o centri con finalità scientifiche o di ricerca: lo sconto massimo può essere del 15 per cento del prezzo fisso.

Art. 4.

1. Un'offerta annuale con sconti concordati in precedenza tra editori, distributori e librai, attraverso le loro associazioni professionali rappresentative, può essere stabilita per fondi specifici, per periodi determinati e limitati nel tempo.

Art. 5.

1. Gli esemplari delle edizioni speciali destinate a istituzioni o enti dovranno riportare chiaramente tale indicazione.

2. Qualora le edizioni di cui al comma 1 siano commercializzate, esse potranno essere oggetto di vendita solo ai membri delle istituzioni o degli enti ai quali sono destinate e al prezzo fissato dal loro editore.

3. Le istituzioni o gli enti culturali di tipo associativo che agiscono come editori possono fissare un prezzo speciale per gli esemplari destinati ai loro membri o associati, purchè su questi esemplari figurino chiaramente tale indicazione. L'eventuale altra parte dell'edizione è sottoposta al regime generale del prezzo fisso di vendita al pubblico stabilito dalla presente legge.

Art. 6.

1. Ogni editore o importatore è obbligato a indicare sui libri da lui pubblicati o importati il prezzo fisso stampandolo sul libro, o mediante l'applicazione di etichette adesive, o con apposito allegato, o mediante la diffusione dei suoi cataloghi, listini prezzi o di qualsiasi altro documento commerciale che riporti il prezzo fisso di vendita al pubblico.

Art. 7.

1. A richiesta del consumatore, il libraio o venditore al dettaglio è obbligato a mo-

strare il catalogo o il listino prezzi, le fatture o le bolle di consegna, o qualsiasi altro documento commerciale che riporti il prezzo fisso di vendita al pubblico.

2. Il libraio o qualsiasi venditore al dettaglio è responsabile del fatto che l'indicazione del prezzo figuri sui libri che sono in vendita nel suo negozio, nel rispetto delle disposizioni in vigore in materia.

3. Al tempo stesso, è fatto obbligo al libraio o a qualunque altro venditore al dettaglio di esporre, in luogo visibile del suo negozio, un estratto delle norme contenute nella presente legge, secondo i termini e le modalità che saranno fissati con decreto del Presidente del Consiglio dei ministri.

Art. 8.

1. Le responsabilità amministrative per inadempienza degli obblighi stabiliti nella presente legge non sono di pregiudizio alle azioni legali che potranno essere esercitate nell'ambito della legislazione specifica sulla concorrenza sleale, ove si siano verificati i presupposti del conseguimento di vantaggi competitivi acquisiti mediante l'infrazione di una norma giuridica.

