

Prezzo dei libri, «la legge è un flop». I librai chiedono correzioni

In vigore dal 2011, il tetto agli sconti non ha salvato le realtà indipendenti. Colpa di troppe scappatoie nell'impianto normativo, secondo l'Ali, che ora con una petizione chiede al Governo regole più restrittive



Era stata accolta come l'opportunità della svolta da parte delle piccole librerie. La legge sulla disciplina del prezzo dei libri, n. 128 del 27 luglio 2011, meglio conosciuta come Legge Levi, dopo un iter lungo e travagliato, ha introdotto una serie di paletti per frenare la corsa agli sconti e alle promozioni, leva ampiamente utilizzata dai grandi gruppi editoriali ma insostenibile per le realtà indipendenti. L'obiettivo era tutelare il mercato librario e garantire la diffusione del libro e della lettura, ma oggi, a distanza di più di quattro anni, il provvedimento non pare proprio aver raggiunto quel risultato. Lo denuncia l'Ali, l'associazione dei librai italiani Confcommercio, che lancia una raccolta firme per chiedere al Governo una ridefinizione dell'impianto normativo.

«L'applicazione della Legge 128/2011 nei fatti non ha raggiunto gli obiettivi per i quali era stata adottata - spiega l'Ali -. Infatti la situazione che si è determinata nel nostro mercato ha visto la chiusura di molte librerie, che in alcuni casi erano l'unico presidio culturale del territorio, la difficoltà di molte altre, il calo di lettori, e il dilagare di pratiche commerciali disinvolute in particolare da parte della grande distribuzione organizzata e del principale competitore on line. Diversamente, altri Paesi europei, in particolare la Francia e la Germania, che si sono dotati di normative più efficaci,

hanno garantito lo sviluppo delle librerie indipendenti e il mantenimento o il consolidamento dei livelli di lettura già alti in quei Paesi».

Evidenziando le troppe scappatoie trovate alle legge, ampliando il concetto di promozione, ad esempio, o prevedendo ulteriori vantaggi oltre lo sconto, i librai chiedono, in particolare, una riduzione della percentuale di sconto al pubblico, un chiarimento interpretativo che definisca in senso restrittivo le singole modalità operative delle campagne promozionali, l'eliminazione di ogni dubbio sul divieto di sconti aggiuntivi alla percentuale massima di legge mascherati da benefit e la definizione di più efficaci strumenti di controllo e di sanzionamento.

L'associazione invita i librai a firmare e a diffondere tra i colleghi la petizione. Il testo e le modalità sul sito

www.libraitaliani.it

Cosa prevede oggi la legge sul prezzo dei libri

15%

il tetto massimo di sconto al pubblico sul prezzo di copertina per chiunque venda libri al dettaglio (anche per corrispondenza e on line)

25%

lo sconto massimo in occasione delle campagne promozionali, che possono essere effettuate solo dagli editori, ad esclusione del mese di dicembre. Le campagne devono essere distinte fra loro, non reiterabili nel corso dell'anno solare e di durata non superiore ad un mese. I venditori al dettaglio hanno la facoltà di non aderire ma devono in ogni caso essere informati e messi in condizione di partecipare alle medesime condizioni

20%

la percentuale massima di sconto in occasione di manifestazioni di particolare rilevanza internazionale, nazionale, regionale e locale. E in favore di organizzazioni non lucrative di utilità sociale, centri di formazione e di ricerca, biblioteche, archivi e musei pubblici, scuole e università.

La norma per la definizione del prezzo di copertina e il tetto allo sconto non si applica a: libri per bibliofili (intesi come quelli pubblicati a tiratura limitata per un ambito ristretto e di elevata qualità formale e tipografica); libri d'arte (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); libri antichi e di edizioni esaurite; libri usati; libri posti fuori catalogo dall'editore; 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; edizioni destinate in via prioritaria ad essere cedute nell'ambito di rapporti associativi.

Spetta al comune vigilare sul rispetto delle disposizioni e provvedere all'accertamento e all'irrogazione delle sanzioni (di cui agli articoli 22, comma 3, e 29, commi 2 e 3, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114).