Repubblica Italiana REGIONE SICILIANA



Ufficio Legislativo e Legale della Presidenza della Regione Siciliana

Prot. n. 18300 /72.11.17 del⁰ 2 AGO. 2017/Pos. n. 10

Assessorato regionale delle attività produttive

Dipartimento delle attività produttive

Servizio 1° - Commercio

(Rif. nota prot. n.24825 del 2 maggio 2017)

Oggetto: Legge 27 luglio 2011, n. 128. Disciplina del prezzo dei libri. Vendite promozionali.

1. Con la nota in riferimento si premette che la legge regionale 25 marzo 1996, n. 9 - le cui disposizioni sono state confermate dall'articolo 16 della legge regionale 22 dicembre 1999, n. 28 - "ha disciplinato la materia relativa alle vendite straordinarie (promozionali, di fine stagione) e di liquidazione nel territorio della Regione siciliana".

L' Amministrazione evidenzia, altresì, che la legge 27 luglio 2011, n. 128, recante la "*Nuova disciplina del prezzo dei libri*", ha stabilito che il prezzo al consumatore finale dei libri venduti sul territorio nazionale è liberamente fissato dall'editore e dall'importatore; ha individuato le modalità per effettuare sconti e campagne promozionali; ha specificato che alla vendita di libri non si applicano le norme in materia di vendite promozionali, di saldi di fine stagione e di disciplina del settore della distribuzione commerciale; ha, infine, previsto che la violazione di dette norme comporta l'applicazione delle sanzioni di cui agli artt. 22, comma 3, e 29, commi 2 e 3, del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.





U.R.P. tel 091.7074950 - fax 091.7074827 - e.mail: urp@ull.regione.sicilia.it
Avvocato responsabile: Gabriella Gulì - tel. 091.7074811 - e.mail: g.guli@regione.sicilia.it

Ciò posto, il Dipartimento chiede il parere dello Scrivente "in ordine all'applicabilità nel territorio regionale della legge 27 luglio 2011, n. 128, ivi compreso il sistema sanzionatorio previsto dalla stessa norma".

2. In ordine alla questione prospettata si osserva che la <u>legge 27 luglio 2011</u>, n. 128 reca la "Nuova disciplina del prezzo dei libri" con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo del settore librario, al sostegno della creatività letteraria, alla promozione del libro e della lettura, alla diffusione della cultura e alla tutela del pluralismo dell'informazione¹.

La legge consente agli editori di realizzare campagne promozionali di durata al massimo mensile, ad esclusione del mese di dicembre, con sconti superiori al 15%, dando però facoltà ai dettaglianti, che devono essere in ogni caso informati, di non aderirvi; al contempo prevede che² al commercio librario "non si applicano le norme in materia di vendite promozionali, di saldi di fine stagione" e la disciplina di liberalizzazione delle vendite promozionali di cui al D.L. n. 223/2006, convertito dalla L. n. 248/2006, art. 3, comma 1, lettere e) ed f), e commi 3 e 4³.

Pertanto, per lo svolgimento di vendite promozionali di libri si applica esclusivamente la disciplina speciale prevista dalla normativa del settore, il cui scopo precipuo è la protezione del mercato del libro dalle dinamiche concorrenziali per le finalità esplicitamente dichiarate (art.1) di fornire un sostegno per la creatività letteraria, di promuovere il libro, la lettura e la diffusione della cultura in genere e di tutelare il pluralismo dell'informazione.

^{4.} Le regioni e gli enti locali adeguano le proprie disposizioni legislative e regolamentari ai principi e alle disposizioni di cui al comma 1 entro il 1° gennaio 2007.





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.

² Art. 2, comma 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.

Art. 3, D.L. 4 luglio 2006, conv. Dalla l. 4/8/2006, n 248: Regole di tutela della concorrenza nel settore della distribuzione commerciale. 1. Ai sensi delle disposizioni dell'ordinamento comunitario in materia di tutela della concorrenza e libera circolazione delle merci e dei servizi ed al fine di garantire la libertà di concorrenza secondo condizioni di pari opportunità ed il corretto ed uniforme funzionamento del mercato, nonché di assicurare ai consumatori finali un livello minimo ed uniforme di condizioni di accessibilità all'acquisto di prodotti e servizi sul territorio nazionale, ai sensi dell'articolo 117, comma secondo, lettere e) ed m), della Costituzione, le attività commerciali, come individuate dal decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114... sono svolte senza i seguenti limiti e prescrizioni: ...e) la fissazione di divieti ad effettuare vendite promozionali, a meno che non siano prescritti dal diritto comunitario; f) l'ottenimento di autorizzazioni preventive e le limitazioni di ordine temporale o quantitativo allo svolgimento di vendite promozionali di prodotti, effettuate all'interno degli esercizi commerciali, tranne che nei periodi immediatamente precedenti i saldi di fine stagione per i medesimi prodotti; ...

^{3.} A decorrere dalla data di entrata in vigore del presente decreto sono abrogate le disposizioni legislative e regolamentari statali di disciplina del settore della distribuzione commerciale incompatibili con le disposizioni di cui al comma 1.

In altri termini, la *ratio* si riviene nella considerazione che il libro non è una merce come le altre: è essenzialmente un veicolo di diffusione della cultura e la soddisfazione dell'interesse generale dei consumatori, che è il fine ultimo della disciplina della concorrenza, in questo settore non si può identificare in termini quantitativi di maggiore vendita e maggiore produzione.

L'Autorità Garante della concorrenza e del mercato, al riguardo, ha affermato che: "La pluralità e la diversificazione dell'offerta assumono un ruolo determinante, che deve essere tenuto nella debita considerazione, nel momento in cui si disciplinano questi mercati, allo scopo di evitare l'eccessiva concentrazione e l'inaridimento delle fonti. Il pluralismo delle idee, in altri termini, potrebbe rischiare di essere impoverito se il sostegno materiale delle diverse fonti, che a volte è costituito da imprese di piccole dimensioni, dovesse venire meno a causa dell'impossibilità di competere con i soggetti forti della distribuzione commerciale"⁴.

In quest'ottica si può ritenere che, seppure la disciplina del prezzo del libro si traduce nell'imposizione di limiti alla liberalizzazione delle vendite promozionali, il fine ultimo è, invero, la tutela della specialità dell'oggetto del commercio e del mercato che lo riguarda per "... tenere viva e capillare la vendita di materiale culturale nel nostro Paese ... (e) salvaguardare le piccole librerie dal potere della grande distribuzione, che più agevolmente ha facoltà di effettuare sconti e riduzioni grazie a un più importane potere di acquisto ..."⁵.

Alla luce delle superiori considerazioni si deve ritenere che sia riservato allo Stato il potere di dettare una regolamentazione di tutela uniforme sull'intero territorio nazionale per garantire condizioni di pari opportunità e di corretto funzionamento del mercato; e, in questa prospettiva, la normativa statale - anche per l'aspetto sanzionatorio - non può che trovare applicazione in ambito regionale.

In ogni caso, la disciplina del prezzo del libro, in quanto normativa speciale, prevale sulle norme generali in materia di vendite promozionali, quali quelle recate dalla legge regionale 25 marzo 1996, n. 9, citata da codesto Dipartimento

Si deve, tuttavia, aggiungere che la "finalità generale perseguita può, ... essere rinvenuta nella promozione e diffusione della lettura, ascrivibile all'ambito della promozione e organizzazione di attività culturali>, che rientra, ai sensi dell'art. 117, terzo comma, Cost., nelle

⁵ Lavori preparatori, Senato, Resoconto stenografico seduta n. 583 del 20 luglio 2011, intervento senatore Colli.





⁴ Autorità Garante della concorrenza e del mercato, audizione del Presidente, 3 novembre 2010 - Esame disegno di legge n. 2281 recante la disciplina del prezzo dei libri. Cfr. Relazione al disegno di legge A.C. n. 1257-B.

materie di legislazione concorrente" in ordine alle quali spetta alle Regioni la potestà legislativa, "salvo che per la determinazione dei principi fondamentali riservata alla legislazione dello Stato" (art. 117 Cost., terzo comma).

Pertanto si può ritenere che residui una competenza legislativa della Regione ma solo per aspetti di dettaglio ispirati, comunque, dall'intento di assicurare modalità di vendita coerenti con le norme di principio già stabilite dal legislatore statale.

A termini dell'art. 15 del regolamento approvato con D.P.Reg. 16 giugno 1998, n. 12, 10 Scrivente acconsente alla diffusione del presente parere in relazione ad eventuali domande di accesso inerenti al medesimo.

Si ricorda poi che, in conformità alla circolare presidenziale dell'8 settembre 1998, n. 16586/66.98.12, trascorsi 90 giorni dalla data di ricevimento del presente parere senza che codesta Amministrazione ne comunichi la riservatezza, lo stesso potrà essere inserito nella banca dati dei pareri dell'Ufficio.

Avv Gabriella Gulì/Avv. Gianluigi Maurizio Amico

L'AVVOCATO GENERALE (Avv. Maria Mattarella)

⁶ Relazione al disegno di legge A.C. n. 1257-B.