



A s s o c i a z i o n e I t a l i a n a E d i t o r i

CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE DEL SETTORE EDITORIALE EDUCATIVO

Doi: 10.1389/Autoregolamentazione_settore_educativo

Premesso che

A) IL LIBRO

1. Il libro è veicolo di diffusione e di acquisizione di informazioni, idee, cultura e valori, in evidente analogia con la stampa quotidiana e le altre forme di comunicazione.
2. Il bene libro è quindi strumento di fondamentale importanza ai fini di quell'elevazione culturale che, per essere uno dei fattori principali dello sviluppo degli individui, della nazione e del mantenimento di un assetto democratico, trova puntuale tutela alla stregua di "diritto alla cultura" (art. 9 Cost.), inteso come mezzo per il conseguimento delle finalità espresse agli articoli 3 e 33 della Costituzione della Repubblica Italiana.
3. La casa editrice è il luogo imprenditoriale di produzione del bene libro e svolge l'essenziale funzione di tramite fra i soggetti dell'elaborazione intellettuale e i lettori, attraverso l'individuazione e la selezione degli autori, l'elaborazione dei contenuti in funzione del destinatario, la stampa e la diffusione.
4. L'editore svolge pertanto con la sua attività un ruolo indispensabile per la realizzazione di uno dei principi fondamentali della Costituzione italiana qual è lo sviluppo della cultura: in tal senso la libertà di edizione è costituzionalmente tutelata.
5. L'autore è sempre l'esclusivo titolare della paternità sull'opera da lui prodotta; come conseguenza di tale diritto di paternità la legge sul diritto d'autore ed il codice civile riconoscono all'autore stesso varie facoltà, per l'esercizio delle quali il diritto di pubblicazione costituisce un presupposto necessario. L'editore svolge l'essenziale compito di rendere concretamente attuabile tale diritto di pubblicazione.
6. Alle caratteristiche proprie di qualsiasi imprenditore (art. 2082 cod. civ.), che comportano l'assunzione in proprio del rischio d'investimento, l'editore deve coniugare il proprio obbligo di assicurare la libertà di espressione e il libero accesso alla cultura da parte di tutti.

B) IL LIBRO DI TESTO

1. La peculiarità del libro di testo consiste essenzialmente nell'essere destinato a soggetti in età scolare (tra i 6 ed i 19 anni d'età) che ne fanno uso sotto la guida di professionisti responsabili della loro istruzione e formazione e quindi anche della adozione degli strumenti didattici e dei supporti più appropriati, sia pure senza escludere la opportunità che si acquisiscano indicazioni e pareri dalle altre componenti scolastiche (cfr. Statuto delle studentesse e degli studenti).
2. I docenti hanno piena libertà di valutazione della funzionalità dei testi proposti dagli editori rispetto non solo alla qualità scientifica e didattica, ma anche allo specifico tipo di percorso che ciascun docente intende seguire per portare gli alunni a raggiungere i risultati voluti, nel quadro della libertà d'insegnamento e dell'autonomia scolastica.
3. Ne consegue una prevalenza delle caratteristiche qualitative del prodotto, commisurate allo specifico contesto in cui verrà usato, anche indipendentemente da altre connotazioni che il prodotto in esame possiede.
4. Nelle Case editrici si sviluppa pertanto, in sintonia con le evoluzioni sociali, con le innovazioni scolastiche e su sollecitazione degli stessi docenti, una forte e continua attività di ricerca, aggiornamento e proposte che dà luogo ad una varietà di prodotti rapportata alle molteplici aspettative di progetti formativi sempre più diversificati e individualizzati ad un forte investimento in servizi informativi.
5. In tale situazione, in cui l'ampio insieme delle libertà tutelate non può ammettere l'esistenza di norme limitative della libertà di edizione, il Codice di Autoregolamentazione si pone quale strumento idoneo a rendere esplicite le specificità dell'attività editoriale rivolta alla scuola, chiarendone le caratteristiche e i vincoli compatibili, nell'interesse di un corretto e trasparente rapporto con gli utenti al fine di configurare un quadro normativo, non imposto dall'esterno, che garantisca la libertà di scelta e la tutela di coloro ai quali i libri sono rivolti.
6. Gli editori che aderiscono all'Associazione Italiana Editori conformano i propri comportamenti alle norme contenute nel Codice di Autoregolamentazione e hanno quindi facoltà di darne informazione nelle forme pubbliche che ritengono idonee. Ogni editore membro dell'AIE è tenuto al pieno rispetto delle disposizioni del Codice; in caso contrario gli organi dell'Associazione, preposti in base allo Statuto, provvederanno a valutare il grado di inosservanza delle norme e a irrogare le opportune sanzioni. Peraltro di fronte ad atti di concorrenza sleale trovano applicazione gli articoli 2598ss. cod. civ., in ordine al dovere generico di non cagionare ad altri un danno ingiusto (art. 2043 c.c.).
7. Gli editori che non sono associati all'AIE, ma che intendono conformare i propri comportamenti alle norme contenute nel Codice di Autoregolamentazione, hanno facoltà di aderire al Codice, dandone informazione scritta all'AIE e dichiarandolo nelle forme pubbliche che ritengono idonee. In caso di inosservanza del Codice, oltre a quanto previsto dalle norme del codice civile, l'AIE si riserva di valutare con i propri organi le ricadute sul settore e di darne pubblica comunicazione.

REGOLE DI COMPORTAMENTO

Compiti dell'editore.

- L'editore, nel rispetto dell'impostazione culturale e scientifica dell'opera, ha cura di valutare che le informazioni date siano sempre improntate al rispetto della pluralità delle idee e delle culture e che i contenuti non comportino discriminazioni inerenti il sesso, la razza, la lingua, la religione, le opinioni politiche e le condizioni personali e sociali degli individui.
- L'editore si impegna a vagliare la correttezza, la veridicità e l'aggiornamento delle fonti e dei dati utilizzati dall'autore nel suo lavoro.
- L'editore verifica che l'opera sia idonea a soddisfare le esigenze degli studenti ai quali è rivolta, tenendo principalmente conto della loro età e delle diverse sensibilità.

Il libro di adozione.

- Libro di adozione è ogni libro proposto dall'editore per essere adottato dalle scuole.
- L'editore fissa il prezzo di listino del libro di adozione all'atto della pubblicazione o, per i libri già pubblicati negli anni solari precedenti, alla pubblicazione del listino (entro il febbraio di ogni anno).
- L'editore invia il proprio listino al Ministero della Pubblica Istruzione, alle scuole e agli insegnanti che ne facciano richiesta.
- L'editore garantisce che il prezzo fissato rimanga in vigore per tutto l'anno fino al 31 dicembre salvo variazioni del regime IVA.
- Il prezzo di listino è indicato nella terza o nella quarta di copertina mediante stampa o con etichetta autoadesiva; le copie date in saggio agli insegnanti riportano il prezzo di copertina in vigore quando il saggio è consegnato e per tutto l'anno solare in corso.

Mantenimento in catalogo e nuove edizioni.

- L'editore si impegna a mantenere il libro in catalogo per un numero di anni, dal momento della pubblicazione, almeno pari alla durata del ciclo scolastico cui è destinato (e cioè, sulla base degli attuali cicli, almeno 3 anni per i libri per le Medie Inferiori e per il Triennio delle Superiori; 2 anni per i libri per il Biennio delle Superiori). Nei casi in cui siano posti fuori catalogo corsi pluriennali, l'editore mantiene disponibili sufficienti copie dei secondi e terzi volumi, fino all'esaurimento dei corsi stessi, in modo da non interrompere la continuità didattica.
- La nuova edizione di un libro non può essere pubblicata prima che sia trascorso il periodo di cui sopra, con l'eccezione dei casi in cui ciò sia reso necessario dalla modifica dei programmi scolastici.
- La nuova edizione di un libro deve caratterizzarsi per sostanziali aggiornamenti scientifici o didattici e comunque deve differire dalla precedente per almeno il 20% del testo e delle illustrazioni.
- L'editore può affiancare a un libro che rimane in catalogo un altro libro che da questo differisca anche solo in parte per contenuto o destinazione o per formula editoriale (per es. la divisione in più tomi): in tal caso l'editore provvede a che i due libri siano ben differenziati nel titolo e/o nel sottotitolo e/o nell'aspetto della copertina, onde evitare acquisti errati.

- Nel caso di manuali in più volumi, la pubblicazione del primo volume impegna l'editore a pubblicare i successivi.
- Nel caso di ristampe di libri in catalogo, l'editore apporta le opportune correzioni di eventuali refusi ed errori e i necessari aggiornamenti di contenuto dovuti a variazioni legislative, geografiche, scientifiche.

Distribuzione.

- Per adozioni fatte dalle scuole entro maggio e tempestivamente comunicate dalle scuole stesse all'Associazione Italiana Editori, l'editore si impegna a ristampare il volume nelle quantità necessarie e a distribuirlo nel circuito distributivo delle librerie del territorio di adozione.
- Ove un libro non risultasse reperibile in una particolare zona, l'editore che ne riceva richiesta si impegna a comunicare tempestivamente la libreria più vicina che ne è fornita, ovvero presso quale libreria il libro sarà inviato; in alternativa l'editore si impegna a inviare il libro al richiedente al prezzo di listino con il solo addebito delle spese postali.

Regole per l'informazione verbale

- L'informazione verbale avviene tramite l'informatore editoriale, il quale deve presentarsi agli operatori scolastici qualificandosi nella sua funzione.
- E' compito della Casa editrice mettere in grado l'informatore editoriale di fornire tutte le informazioni necessarie per l'esercizio della sua attività.
- L'informatore editoriale deve far sì che la frequenza e l'orario delle visite si adeguino alle necessità degli operatori della scuola e alle disposizioni ed orari in vigore in ogni istituto.
- L'informatore editoriale non può svolgere attività di promozione dei libri di testo facendo leva su argomentazioni diverse rispetto a quelle riguardanti i contenuti e l'organizzazione didattica delle opere, oltre alla corretta informazione sul prezzo di vendita al pubblico del bene.

Saggi

- L'editore, direttamente o tramite propri collaboratori commerciali, può fornire copie saggio ai docenti perché possano valutare il libro, ai fini dell'adozione. Ogni altro uso del libro dato in saggio è comunque escluso anche per ragioni fiscali e per la tutela del diritto d'autore.
- Poiché la distribuzione di saggi incide sul prezzo di vendita al pubblico, l'editore impegna i propri collaboratori commerciali a distribuire i saggi nei soli casi di effettivo interesse all'adozione e a raccomandare al docente, in caso di non interesse all'adozione, la restituzione del saggio ricevuto ovvero il trasferimento ad altro docente interessato.
- L'editore si impegna a fornire al docente che abbia un libro in adozione, tramite la propria organizzazione commerciale, il cosiddetto "saggio-cattedra" salvo i casi in cui il libro gli sia già stato fornito in precedenza in funzione dell'adozione ovvero il libro stesso sia già stato fornito al precedente docente nella stessa cattedra.

Peso dei libri

- L'editore si impegna a contenere il peso dei libri (in particolare per la fascia d'età relativa all'attuale scuola Media Inferiore) con opportuni accorgimenti, quali l'uso di carta di minor grammatura (ma che conservi una sufficiente opacità), la divisione in più tomi o fascicoli

quando ciò sia didatticamente ammissibile, la riduzione del corpo dei caratteri finché ciò non pregiudichi la leggibilità.

Pubblicità

- L'editore si impegna a non inserire messaggi pubblicitari, né espliciti né redazionali, nei libri di adozione.
- Sono tuttavia ammessi i messaggi relativi a campagne di pubblica utilità, a libri o ausili didattici multimediali complementari al testo o a libri parascolastici.
- Nei casi in cui l'esemplificazione di messaggi pubblicitari è necessaria a fini didattici (per esempio nei capitoli sul linguaggio della pubblicità nei testi di italiano e sulla grafica pubblicitaria nei testi di disegno e istruzione artistica) l'editore si impegna a scegliere esempi di pubblicità adatti all'età dello studente e comunque che non stimolino consumi giovanili.

La presente deliberazione del Consiglio Generale dell'Associazione Italiana Editori ha ottenuto il nulla osta dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

Il codice entra in vigore il 1° gennaio 2000 e quindi si applica alle novità prodotte dopo tale data.