



ASOCIACIÓN DE LAS CÁMARAS DEL LIBRO DE ESPAÑA

CELEBRACIÓN COMERCIAL DEL DÍA DEL LIBRO

Reunidos en mayoría, por medios telemáticos, los integrantes de la Junta Directiva de la Asociación de Cámaras del Libro de España, y vista la situación extraordinaria provocada por el Covid-19 y por la Declaración de Estado de Alarma, que es posible que se mantenga a lo largo del mes de abril, y teniendo en cuenta tanto lo previsto en la Ley 10/2007, de 22 de junio de la Lectura, del Libro y de las Bibliotecas y el reconocimiento internacional del 23 de abril, Día del Libro, también por parte de nuestra legislación, se acuerda lo siguiente:

El Día del Libro hay que celebrarlo como tal fiesta del libro, con todos sus actos simbólico, pero dada la imposibilidad física por el cierre de las librerías y las actuales circunstancias, no es razonable su celebración comercial.

Por lo que las organizaciones integradas en la Asociación de Cámaras del Libro de España, editores, libreros y distribuidores, conforme a lo dispuesto en el artículo 11.1.a) deciden trasladar la fiesta comercial del Día del Libro a una fecha aún por determinar, en la que sanitariamente sea posible y en ese día hacer los descuentos tradicionales.

En este sentido, recordamos que la decisión de hacer un descuento de hasta un máximo del 10% que regula el precio fijo es potestativo de las entidades organizadoras de estos eventos, *“cuando éstas pertenezcan a los sectores de la edición y comercialización del libro”*

Además, recordamos que el párrafo c) del mismo artículo 11º, señala que, *“mediante acuerdo entre editores, distribuidores y libreros, podrá establecerse una oferta anual de precios para fondos específicos, períodos concretos y delimitados en el tiempo”*, que es el que permite, en definitiva, poder trasladar la fiesta comercial por estas circunstancias excepcionales.

Todo ello, sin perjuicio del descuento potestativo previsto en el punto 3 del artículo 9º.

De esta manera también se salvaguardan las normas de la Competencia y de la Competencia Desleal y los canales físicos, digitales, etc. puedan competir en igualdad de circunstancias.