



16ème législature

Question N° : 17502	De M. Pierre Dharréville (Gauche démocrate et républicaine - NUPES - Bouches-du-Rhône)	Question écrite
Ministère interrogé > Culture		Ministère attributaire > Culture
Rubrique > publicité	Tête d'analyse > Risques de la publicité du livre à la télévision	Analyse > Risques de la publicité du livre à la télévision.
Question publiée au JO le : 30/04/2024 Question retirée le : 11/06/2024 (fin de mandat)		

Texte de la question

M. Pierre Dharréville alerte Mme la ministre de la culture sur les conséquences du décret qu'elle vient de prendre pour autoriser la publicité des livres à la télévision. En effet, cette disposition, même à titre expérimental, pose question. Alors que la loi sur le prix unique du livre mettait en avant la spécificité de cet objet et affirmait qu'un livre n'est pas un bien comme les autres, cette décision brouille les genres, fond le bien culturel dans un grand tout « vu à la télé ». Elle porte un nouveau coup de canif au principe d'exception culturelle dans un moment où la marchandisation tente de tout envahir. On peut également déplorer que cette décision ait été prise unilatéralement, sans concertation avec les acteurs du secteur, en particulier les éditeurs. Ces derniers sont aujourd'hui vent debout contre cette décision et s'en inquiètent légitimement. Car, loin de promouvoir la lecture et les livres dans leur diversité, la publicité à la télévision va favoriser uniquement les auteurs déjà connus et installés, les grosses maisons d'édition capables de supporter les coûts de ce type de promotion. Nombreuses sont celles qui ne pourront pas s'offrir de telles campagnes publicitaires - y compris parmi les maisons d'édition importantes. Cela va entraîner une concentration des achats sur quelques best-sellers, déjà têtes de gondoles, avec une potentielle hausse des prix. Les autres ouvrages vont en être invisibilisés. Cela pourrait même pousser des éditeurs à modifier leur ligne et favoriser des ouvrages à gros tirage pour faire face. Cela risque de concourir à une certaine uniformisation. Or c'est bien la diversité de titres, d'imaginaires, de lignes éditoriales qui fait la richesse et la vitalité du paysage littéraire français. Il y a nécessité de soutenir promouvoir le livre et la lecture par d'autres biais. La télévision peut y contribuer, comme les autres médias - mais cela doit passer par la création d'espace de discussion, de débat, de médiation autour du livre et non par de la publicité. M. le député demande à Mme la ministre si elle entend ouvrir une véritable concertation autour de cette disposition et ce qu'elle entend prendre comme mesures pour soutenir le livre dans sa diversité et la lecture populaire.