

Livres

En plus des dispositions législatives et réglementaires applicables, la publicité relative au secteur du livre doit, sous quelque forme que ce soit, respecter les règles déontologiques suivantes :

1 Editions

→ 1/1 "Edition originale"

Ce terme ne peut s'appliquer qu'à un tirage de tête, réalisé sur la première composition, avec spécification du papier, du numéro d'ordre et du tirage total. Il peut cependant couvrir une réédition du texte, à condition que soit indiqué l'apport nouveau joint au livre (illustration et/ou textes additionnels) dans les mêmes caractères et corps que ceux utilisés pour la mention "Edition originale".

→ 1/2 "Première édition"

Ce terme ne peut s'appliquer qu'à un tirage courant, réalisé sur la première composition utilisée pour l'édition originale, sans spécification ni de papier ni de numérotage.

→ 1/3 "Nouvelle édition"

L'emploi de ce terme implique des modifications significatives de texte et/ou de typographie. Le terme "Nouvelle Edition Originale" est proscrit.

2 Titrage

→ 2/1 Tout exemplaire et toute publicité en faveur de la réédition d'un livre sous un nouveau titre doit faire mention du ou des anciens titres.

→ 2/2 Toute traduction doit comporter, clairement et lisiblement, le titre exact de l'œuvre dans sa langue originale.

3 Tirage

Dans le cas où la publicité fait état d'un tirage "limité" ou "exclusif", ou tout autre terme similaire, chaque livre doit porter un numéro d'ordre ainsi que le chiffre total du tirage sur l'ensemble des supports utilisés pour ces tirages limités.

4 Reliure

Le terme "reliure artisanale" ne peut s'appliquer qu'à des livres reliés par un artisan, à l'unité ou par petites quantités.

5 Composition

Il ne doit y avoir aucune ambiguïté dans la qualification du mode de composition (linotypie, monotypie, composition à la main, photocomposition ou reproduction photographique).

