



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

publicité

Question écrite n° 104102

Texte de la question

M. Jean-Marc Roubaud appelle l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur le volume sonore des publicités à la télévision. Malgré la réglementation, sur certaines chaînes télévisées, le volume sonore des publicités est plus important que celui des programmes qui les entoure. Il lui demande s'il envisage de prendre des mesures afin de mettre fin à ces abus.

Texte de la réponse

Le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 définit les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat et dispose en son article 14 que le volume sonore des séquences publicitaires ainsi que des écrans qui les précèdent et qui les suivent ne doit pas excéder le volume sonore moyen du reste du programme. La loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication a confié à une instance de régulation indépendante, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), la mission de veiller au respect par les éditeurs de services des dispositions qui leur sont imposées. Ainsi, en 2003, cette instance a commandé une étude, réalisée par l'École nationale supérieure des télécommunications de Paris, qui corrobore l'analyse de l'honorable parlementaire. C'est pourquoi, en mars 2004, le Conseil a décidé d'engager avec les chaînes une concertation afin d'obtenir un meilleur confort d'écoute pour les téléspectateurs. À la suite d'une nouvelle campagne de mesures conduite sur la base de paramètres différents dès la fin de l'année 2004, le CSA a adressé, le 23 mai 2006, une mise en garde à M6 et écrit à TF1 et France 3, pour leur indiquer que, même si une amélioration de la situation a été constatée depuis l'étude réalisée en 2003, le volume sonore des messages publicitaires est toujours supérieur au volume sonore moyen du reste du programme. Par ailleurs, pour un meilleur confort d'écoute des téléspectateurs, le CSA a décidé de lancer une nouvelle campagne de mesure du volume sonore des écrans publicitaires.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Marc Roubaud](#)

Circonscription : Gard (3^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 104102

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 19 septembre 2006, page 9708

Réponse publiée le : 28 novembre 2006, page 12445