ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

télévision

Question écrite n° 45672

Texte de la question

M. Bruno Bourg-Broc demande à M. le ministre de la culture et de la communication la suite qu'il envisage de réserver au rappel du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) indiquant que le volume sonore des publicités diffusées sur TF1, France 2, France 3 et M6 dépasse le volume sonore moyen des programmes télévisés. Il conviendrait de rappeler et de faire appliquer le décret du 27 mars 1992 précisant que le volume sonore des séquences publicitaires doit être au même diapason que le reste des programmes.

Texte de la réponse

L'honorable parlementaire souhaite attirer l'attention du ministre de la culture et de la communication sur l'augmentation du volume sonore des écrans publicitaires lors de leur diffusion par rapport aux autres éléments de programmes des services de télévision. Comme il le rappelle, le décret n° 92-280 du 27 mars 1992, définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat, 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. Une étude commandée par cette instance et réalisée par l'École nationale supérieure des télécommunications de Paris corrobore l'analyse de l'honorable parlementaire. Elle fait apparaître que dans plus de 50 % des cas, le volume sonore des écrans publicitaires sur TF1, France 2, France 3 et M6 dépasse le volume sonore moyen du programme les précédant. En mars 2004, l'instance de régulation a donc décidé d'engager avec les chaînes une concertation afin d'obtenir un meilleur confort d'écoute pour les téléspectateurs. Suite à cette concertation, le CSA, après en avoir informé les éditeurs, vient d'ailleurs d'entamer une nouvelle campagne de mesure.

Données clés

Auteur : M. Bruno Bourg-Broc
Circonscription : Marne (4e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 45672
Rubrique : Audiovisuel et communication
Ministère interrogé : culture et communication
Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clée(s)

Question publiée le : 10 août 2004, page 6168
Réponse publiée le : 25 janvier 2005, page 768