



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

télévision

Question écrite n° 82646

Texte de la question

M. Marc Le Fur attire l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur le niveau sonore des messages publicitaires audiovisuels. La préoccupation de restreindre ce niveau sonore avait été portée par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010. Cette loi dispose l'imposition aux chaînes de télévision du respect d'un volume sonore égal entre les programmes télévisés et messages publicitaires. Cette loi n'est cependant pas parvenue à atteindre son objectif, car aujourd'hui, cette restriction du niveau maximal d'intensité sonore est contournée par les producteurs des messages publicitaires. Ceux-ci recourent à une opération de compression dynamique du son qui consiste à augmenter l'amplitude des fréquences utilisées. La conséquence en est que l'intensité perçue du son est plus élevée lors des messages publicitaires, sans que le téléspectateur n'ait augmenté le volume sonore à l'aide de sa télécommande. Dans un souci d'homogénéisation de l'intensité sonore des programmes et des messages publicitaires, le Conseil supérieur de l'audiovisuel avait effectué des réunions de concertation avec les différents acteurs de l'audiovisuel. Celles-ci avaient permis d'aboutir à la mise en œuvre, à partir du 1er janvier 2013, de mesures d'harmonisation, qui se sont toutefois révélées inadaptées et inopérantes. Il lui demande de préciser quelle serait la position du Gouvernement quant à la mise en œuvre d'une nouvelle réglementation.

Texte de la réponse

Dès l'origine, le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 relatif à la publicité télévisée prévoyait 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 ». Le respect de ces dispositions est assuré par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), conformément à l'article 14 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication qui lui confie une mission de contrôle sur l'objet, le contenu et les modalités de programmation des messages publicitaires. Les travaux menés par le CSA en matière de volume sonore des écrans publicitaires remontent au milieu des années 1990, période au cours de laquelle les plaintes des téléspectateurs en la matière ont commencé à apparaître. Ils sont marqués par une multiplicité d'études techniques successives, le CSA portant une attention soutenue à ce dossier. Pourtant, l'ensemble de ces travaux n'avait pas permis d'apporter de solutions satisfaisantes au problème soulevé, faute d'outils permettant d'apprécier précisément les variations sonores perçues comme excessives. En effet, la complexité technique de la matière (difficultés de mettre en place des outils de mesure fiables, objectifs et faisant l'objet d'un large consensus), associée à une dimension parfois subjective du ressenti par le téléspectateur du volume sonore, constituaient pour le CSA des contraintes importantes dans la mise en œuvre de son pouvoir de contrôle. C'est la raison pour laquelle le législateur a souhaité s'emparer du sujet afin que le volume sonore des écrans publicitaires ne soit pas supérieur à celui des programmes télévisés. Il a introduit dans la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication un renvoi au décret afin de garantir « le maintien à niveau sonore constant des séquences publicitaires ainsi que des écrans qui les précèdent et qui les suivent » dans le cadre de la loi n° 2009-879 du 21 juillet 2009 portant réforme de l'hôpital et relative aux patients, à la santé et aux territoires. Le décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010 a tiré les conséquences, au sein du décret n° 92-280 du 27

mars 1992 dit « publicité », de la loi « hôpital » de 2009 en matière de niveau sonore des écrans publicitaires. L'article 48 du décret précité a donc introduit à l'article 14 du décret « publicité » la notion de traitement de la dynamique sonore : « Le niveau sonore des séquences publicitaires ainsi que des écrans qui les précèdent et qui les suivent ne doit pas excéder, s'agissant notamment du traitement de la dynamique sonore, le niveau sonore moyen du reste du programme. ». La préoccupation du législateur a ainsi fait l'objet d'une traduction réglementaire. La modification du décret du 27 mars 1992 introduisant la notion de traitement de la dynamique sonore devait permettre de mieux appréhender le volume sonore perçu par le téléspectateur et d'assurer un contrôle mieux adapté. Par ailleurs, l'article 177 de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a étendu la préoccupation d'un volume sonore égal à l'ensemble des programmes diffusés par les services de télévision. On rappellera que le Syndicat national de la publicité télévisée qui regroupe les régies publicitaires des principales chaînes, l'Association des agences conseils en communication et l'Union des annonceurs avaient saisi les directions techniques des principales chaînes de télévision afin que des discussions soient engagées en vue de normaliser le son des messages publicitaires. Cette initiative s'inscrivait dans le cadre de la recommandation technique sur le « mixage audio » à la télévision approuvée le 4 février 2010 par les diffuseurs visant à harmoniser les niveaux sonores ressentis entre programmes et entre chaînes. L'ensemble de ces travaux ont permis au CSA d'adopter le 19 juillet 2011 une délibération fixant les caractéristiques techniques de l'intensité sonore des programmes et des messages publicitaires que les services de télévision doivent désormais respecter. Cette mesure a permis de limiter les variations d'intensité sonore lors du passage d'une chaîne à l'autre et d'un programme à un message publicitaire. Elle a permis selon le CSA d'apporter une première réponse à un problème qui durait depuis plus de 20 ans et qui est aujourd'hui en phase de résolution.

Données clés

Auteur : [M. Marc Le Fur](#)

Circonscription : Côtes-d'Armor (3^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 82646

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : Culture et communication

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [30 juin 2015](#), page 4861

Réponse publiée au JO le : [18 août 2015](#), page 6381