



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

télévision

Question écrite n° 17792

Texte de la question

M. Stéphane Demilly attire l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur l'absence d'application effective d'une disposition issue d'un amendement qu'il avait fait adopter dans la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, publiée au *Journal officiel* du 13 juillet 2010. L'article 177 de cette loi stipule en effet que « les chaînes de télévision respectent un volume sonore égal, qu'il s'agisse des programmes télévisés ou des pages d'écrans publicitaires ». La garantie du respect de cette disposition légale incombe au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). À ce titre, ce dernier a adopté le 19 juillet 2011 une délibération fixant les caractéristiques de l'intensité sonore des programmes et des messages publicitaires que les chaînes de télévision doivent désormais respecter. Cette délibération fixe un calendrier de mise en œuvre progressive jusqu'au 1er janvier 2013. Cette échéance est désormais derrière nous, et force est de constater que la diminution du volume sonore des écrans publicitaires sur les chaînes de télévision n'est pas flagrante, loin s'en faut ! Nombreux sont les téléspectateurs qui continuent à s'en plaindre... il lui demande par conséquent quelles démarches elle entend entreprendre auprès du CSA pour faire respecter la volonté du législateur et répondre aux légitimes attentes des citoyens.

Texte de la réponse

A plusieurs reprises, le législateur a souhaité que le volume sonore des écrans publicitaires ne soit pas supérieur à celui des programmes télévisés. Outre l'article 177 de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, 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 d'ores et déjà fait l'objet d'une traduction réglementaire. Celle-ci vient compléter une mesure prévue depuis les années 1990, mais dont l'application s'est avérée difficile sur un plan technique. En effet, le décret « publicité » du 27 mars 1992 fixe le régime juridique applicable à la publicité télévisée. Avant la modification opérée par le décret du 2 juillet 2010, il disposait en son article 14 : « 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. ». Depuis 1992, le respect de ces dispositions doit être assuré par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) conformément à l'article 14 de la loi du 30 septembre 1986 précitée qui lui confie une mission de contrôle sur l'objet, le contenu et les modalités de programmation des messages publicitaires. Les travaux menés par l'instance de régulation en matière de volume sonore des écrans publicitaires remontent au milieu des années 1990, période au cours de laquelle les plaintes des

télespectateurs en la matière ont commencé à apparaître. Ils sont marqués par une multiplicité d'études techniques successives qui n'ont 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 oeuvre de son pouvoir de contrôle. Afin de prendre en compte les évolutions technologiques apportées par la diffusion en mode numérique, le Conseil a entamé une réflexion technique avec les éditeurs visant à mettre en place de nouvelles méthodes de mesure opérationnelles qui tiennent compte des technologies « multi-canal » et des traitements sonores qu'elles facilitent. Après une décision prise par le Conseil en septembre 2008 consistant à identifier un niveau de référence commun, ces travaux ont ensuite porté sur le volume sonore perçu par le téléspectateur, entre les programmes et les séquences publicitaires mais aussi entre les chaînes. La modification du décret du 27 mars 1992 introduisant la notion de traitement de la dynamique sonore devait permettre de mieux appréhender cette difficulté et d'assurer un contrôle mieux adapté. Par ailleurs, 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 délibération, qui tend à améliorer le confort d'écoute des téléspectateurs, fixait un calendrier de mise en oeuvre progressif jusqu'au 1er janvier 2013. La publication de cette délibération a constitué un véritable tournant dans la gestion de l'intensité sonore en télévision qui doit permettre une amélioration notable de l'intensité sonore des services de télévision en France. Le CSA a d'ailleurs constaté pour la première fois en 20 ans que le nombre des plaintes de téléspectateurs attribuées à ce désagrément a diminué de moitié en 2012.

Données clés

Auteur : [M. Stéphane Demilly](#)

Circonscription : Somme (5^e circonscription) - Union des démocrates et indépendants

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 17792

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : Culture et communication

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [12 février 2013](#), page 1445

Réponse publiée au JO le : [9 avril 2013](#), page 3849