



Les principes de mesure du niveau sonore des programmes courts (messages publicitaires, bandes-annonces, billboard, jingles, auto-promo,...) étant posés par la Recommandation CST-RT017 V3. Les annonceurs, leurs agences et les régies publicitaires, soutenus par l'ARPP, s'engagent désormais à adapter, selon un calendrier défini par l'ARPP (en coordination avec les décisions du CSA), l'intensité sonore des messages publicitaires TV selon la recommandation Technique CST-RT017 V3.0.

- Le CSA décide d'un calendrier de transition des chaînes vers ces recommandations
  - Organisation de réunions d'information et pédagogiques (CST, Ficam, HD-Forum) vers : les Editeurs, les annonceurs et Agences, les labos/mixeurs. Mise en application obligatoire de la Recommandation à partir du 1er Janvier 2012
- > Calendrier de mise en œuvre :
- 4 juillet 2011 : Signature de la Recommandation Technique CST-RT017-V3.0
  - 19 juillet 2011 : Délibération du CSA n°2011-29 du 19 juillet 2011 relative aux caractéristiques de l'intensité sonore des programmes et des messages publicitaires de télévision
  - 15 septembre 2011 : Publication des Conditions Générales de Ventes (CGV)2012 des régies membres du SNPTV intégrant les nouvelles obligations en matière d'intensité sonore
  - Octobre 2011 : Publication au journal officiel de la délibération du CSA n°2011-29
  - Décembre 2011 : Maintien de la valeur de l'intensité sonore moyenne journalière d'un service de télévision –23 LUFS
  - 1er janvier 2012 :
    - Entrée en vigueur des nouvelles valeurs maximales d'intensité sonore- Les éditeurs TV pratiquent les opérations nécessaires sur les messages publicitaires jusqu'à ce qu'ils atteignent les valeurs requises (traitement d'antenne)
    - Une tolérance est accordée jusqu'au 31/12/2012 de +1LUFS pour l'intensité sonore moyenne des messages publicitaires (soit -22 LUFS) pour les diffuseurs
  - 1er janvier 2013 : Application stricte des valeurs cibles -23 LUFS pour l'intensité sonore moyenne des messages publicitaire

Les changement techniques introduits par la CST RT-017 :

> Différenciation des types de programmes :

– 1ere étape: Documentaires, Fictions, Longs métrages. En 2008 rédaction et application de la CST RT-019, annexe de la CST RT-017, «Méthodologie de mesure de la dynamique audio des PAD»

• Objectif :

– Régulation du Loudness inter et intra éditeurs, films, pub, auto promo etc.

– Pour que tout cela fonctionne le document est étendu aux émissions en direct (Live)

«Recommandation Technique PAD Diffuseurs». En 2009, précision de la Dynamique acceptable en télévision dans la CST RT-019, reprise dans la CST RT-017 Version 2.

– 2ème étape: 2011, Migration vers la EBU R-128 et prise en compte dans la CST RT-017 Version 3 des:

Programmes Courts (Films inférieurs à 2mn: Films Publicitaires, Auto Promo etc.), Programmes musicaux Directs (Live)

Cette nouvelle évaluation implique que les solutions impactant la cible devront changer :

–Les bandes sons des campagnes de pub seront à revoir (remixage ou renouvellement).

– Dans le cas où le choix est fait de ne pas remixer ou remplacer les campagnes, les éditeurs ne pourront pas se permettre des sanctions et seront dans l'obligation de réajuster les niveaux de façon automatique (non contrôlé).