



Avis du CPP relatif au sous-titrage des publicités audiovisuelles pour les personnes en situation de déficience auditive

I- Contexte

Tous les programmes des chaînes de télévision dont l'audience moyenne annuelle dépasse 2,5 %¹ de l'audience totale **sont accessibles** aux personnes sourdes et malentendantes par application de la loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées.

S'agissant des messages publicitaires, si certains d'entre eux font aujourd'hui l'objet d'un sous-titrage, leur accessibilité pour les personnes sourdes, malentendantes ou en situation de déficience auditive n'est pas couramment mise en œuvre.

De ce fait, ces personnes peuvent subir une incompréhension des écrans publicitaires et ressentir **une rupture entre les programmes sous-titrés et les publicités non sous-titrées**.

Le nombre de téléspectateurs concernés est de 5,4 millions (soit 8% de la population selon *une estimation CSA 11/2009, dont 35% de personnes de moins de 60 ans*).

Jusqu'à présent, il n'existait pas de solution garantissant la qualité et l'homogénéité des sous-titres des messages publicitaires dans le respect des impératifs propres au contenu publicitaire et des contraintes de livraison. C'est désormais le cas, ces raisons techniques, qui empêchaient le sous-titrage des publicités, n'existant plus.

C'est dans ce contexte que le Conseil d'Administration de l'ARPP a saisi le CPP pour avis afin que ce dernier se prononce sur l'opportunité de demander à la profession de se doter de règles dans ce domaine.

Il est apparu que les professionnels par le biais de différentes démarches volontaires, individuelles, par le biais d'engagements relevant de la responsabilité sociale des entreprises ou collective, comme par exemple la campagne² « sous-titrons nos publicités », travaillent à une augmentation de la sous-titrisation des messages publicitaires. Le CPP salue ces différentes démarches et souhaite en encourager la poursuite.

¹ 40% des programmes pour les chaînes ayant une audience < 2,5%.
20% des programmes pour les chaînes n'utilisant pas de fréquences assignées par le CSA.

² <http://www.soustitronsnospublicites.aacc.fr/>

II - Préconisations

Conformément à une de ses missions qui est d'assumer un rôle d'alerte auprès de l'ARPP sur des problèmes émergents à la lumière de publicités diffusées et permettre des échanges d'expertise entre annonceurs, agences et médias et représentants du secteur associatif, le CPP souhaite encourager la prise de conscience collective, eu égard à la rupture entre les programmes et la publicité pour les téléspectateurs en situation de déficience auditive, qui affichent les sous-titres, en activant la fonction correspondante de leurs télévisions ou décodeurs.

Les personnes concernées auront ainsi la liberté de choisir de ne pas subir cette rupture entre les programmes sous-titrés et les publicités non sous-titrées.

Le CPP préconise, en ce sens, d'anticiper de bonnes pratiques et d'inscrire cette démarche dans le cadre d'une communication plus responsable.

Il encourage les professionnels à répandre le sous-titrage des publicités afin de donner accès à la publicité aux téléspectateurs sourds, malentendants, en situation de déficience auditive, d'autant plus que l'alinéa 1 de l'article 20 de l'arrêté du 8 décembre 2014³ prévoit que "*dans les lieux publics collectifs, le sous-titrage en français est activé sur les téléviseurs si ceux-ci disposent de cette fonctionnalité*".

Par ailleurs, après écoute et auditions des acteurs concernés (acteurs techniques, laboratoires de sous-titrage, association représentative des sourds et malentendants, représentants des annonceurs, représentants des agences et représentant du média TV), le CPP a identifié que la publication au sein de l'ARPP d'un **guide de bonnes pratiques** comportant des règles techniques sur le sous-titrage des messages publicitaires pouvait concourir à son développement.

Les équipes de sous-titres spécialisés réalisent les sous-titres des programmes dans le respect de la Charte du CSA relative à la qualité du sous-titrage à destination des personnes sourdes ou malentendantes⁴.

Aussi, dans le souci de répondre aux attentes des personnes sourdes et malentendantes qui considèrent comme essentiel le fait que le sous-titrage soit le même pour tous contenus audiovisuels, le CPP invite les professionnels à élaborer de bonnes pratiques en utilisant ce qui est pratiqué pour les programmes, qui est déjà connu des personnes sourdes, malentendantes ou en situation de déficience auditive et qui apparaît comme fonctionnant bien.

Enfin, dans un souci pédagogique, les professionnels pourront, s'ils le souhaitent, annexer ces bonnes pratiques, dès leur élaboration, au présent Avis afin que toutes personnes intéressées puissent en prendre connaissance de manière aisée.

³ fixant les dispositions prises pour l'application des articles R. 111-19-7 à R. 111-19-11 du code de la construction et de l'habitation et de l'article 14 du décret n° 2006-555 relatives à l'accessibilité aux personnes handicapées des établissements recevant du public situés dans un cadre bâti existant et des installations existantes ouvertes au public

⁴ Décembre 2011 : <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-dossiers-d-actualite/Signature-de-la-charte-relative-a-la-qualite-du-sous-titrage>