

Recommandation Technique

CST - RT – 018 – TV – v 3.0

ZONES DE PROTECTION DES PROGRAMMES DE PUBLICITE POUR LA DIFFUSION TELEVISION

Version	Date de publication
V 1.0	Avril 2008
V 2.0	Octobre 2013
V 3.0	Octobre 2017

SOMMAIRE

- 1 – OBJET
- 2 - CONTEXTE
 - 2.1 – Contexte général
 - 2.2 – Note
- 3 – RECOMMANDATION GENERALE
 - 3.1 – Dimensions
- 4 – ZONE DE SECURITE « TITRE »
- 5 – ZONE DE SECURITE « TITRE AVEC BANDEAU MENTIONS SANITAIRES ET JEUX »
 - 5.1 – Zone titre avec bandeau matérialisé
- 6 – ZONE DE SECURITE « TITRE AVEC LE BANDEAU CONCERNANT LE SECTEUR DES COMMUNICATIONS ELECTRONIQUES »
- 7 – LISIBILITE DES BANDEAUX
- 8 – ÉVOLUTION DES TEXTES LEGISLATIFS OU REGLEMENTAIRES SPECIFIANT LES TAILLES DES MENTIONS ET/OU DES BANDEAUX
- 9 – TABLEAU DE CORRESPONDANCE DES POURCENTAGES
- 10 – REFERENCES LEGISLATIVES OU REGLEMENTAIRES
- 11 – MISE EN APPLICATION

1/ OBJET

Suite aux modalités pratiques publiées par le SNPTV (Syndicat National de la Publicité TV) et le BVP (Bureau de Vérification de la Publicité), devenu ARPP en juin 2008 (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité), à l'occasion du passage le 2 Avril 2008 de la publicité télévisée au format 16/9, la CST, la Ficam et les représentants du HD Forum avaient décidé d'en réaliser une synthèse technique afin de guider les prestataires dans la fabrication des programmes publicitaires.

La version v 1.0 de la présente recommandation technique a été éditée le 17 avril 2008. Elle avait pour objet de définir techniquement la zone de protection « Titre » à appliquer pour l'inscription des mentions textes et des éléments graphiques dans un programme fabriqué au format 16/9. Ce programme devait être compatible pour une diffusion vers un réseau 4/3 en mode 14/9 « letter box ».

Il est entendu que la zone nommée « Titre » inclus les informations suivantes :

- Toutes informations « Annonceur » sous forme de texte
- Toutes mentions informatives, légales et rectificatives, y compris les renvois et les signes utilisés pour ces renvois (astérisques, numéros, ...)
- Les éléments de la charte graphique des annonceurs

Depuis novembre 2011 (fin de la transmission analogique des programmes de télévision en France), il n'y a plus de diffusion de programmes publicitaires sur des réseaux 4/3. Pour les téléspectateurs équipés de poste 4/3, il est admis qu'ils doivent disposer d'un décodeur numérique (récepteur câble, TNT ou satellite) qui permet d'assurer la conversion des signaux 16/9 pour affichage dans un format « letter box » sur un poste 4/3. Cela avait occasionné la première révision de la recommandation (v2.0), en 2013.

Depuis début 2017, la production française de programmes publicitaires a entièrement basculé au format HD.

La présente révision ne prend en compte que la diffusion dans un ratio d'image 16/9 (1,78) illustré dans un format HD 1920 x 1080. La recommandation s'exprimant maintenant en pourcentage des zones d'affichage image, un tableau de correspondance complet des valeurs et dimensions HD / UHD 3840 x 2160 et UHD 7680 x 4320 est proposé en fin de document.

2 - CONTEXTE

2.1 – CONTEXTE GENERAL

Les critères de référence pris en compte pour la réalisation de cette recommandation sont les suivants :

- La recommandation de référence est la recommandation « ITU-R BT.709-6 », complétée par la recommandation :
 - EBU – R95 V1.1 - 2016 *Safe areas for 16 :9 television production*

2.2 – NOTE

Nous indiquons dans le présent document les zones utiles en nombre de colonnes de pixels et nombre de lignes de pixels.

Nous indiquerons également des pourcentages, mieux à même de garantir la comparaison entre différentes images des proportions d'images à traiter.

Les surfaces des zones d'images sont définies par les numéros des premier et dernier pixels d'une ligne et les premier et dernier pixels d'une colonne bordant cette zone. Les arrondis sont calculés au pixel le plus proche, la valeur 0,5 allant au pixel supérieur.

Nous n'indiquerons plus les affichages en termes de durée de ligne, cette notion ne prenant plus de sens pour la plupart des technologies d'affichages des images disponibles à ce jour.

3/ RECOMMANDATION GÉNÉRALE

Dans les tableaux suivants, il est pris comme principe que les affichages se font sur des écrans de téléviseurs de type HD, en résolution 1920 x 1080.

La présente recommandation définit les dimensions des différentes zones d'affichage, zones de sécurité, zones de messages, messages de mise en garde.

Nous ne prendrons uniquement en considération les fichiers d'images HD au ratio 16/9 (1920 x 1080).

3.1 – DIMENSIONS

Les données suivantes sont retenues :

<i>Dimension des images</i>	<i>Pourcentage</i>	<i>16/9 HD</i>
<i>Nombre de pixels carrés par ligne</i>	100%	1920 pixels
<i>Nombre de pixels carrés par colonne</i>	100%	1080 pixels
<i>Zone de sécurité « Titre » - Largeur</i>	90%	1728 pixels
<i>Zone de sécurité « Titre » - Hauteur</i>	90%	972 pixels

4/ ZONE DE SECURITE « TITRE »

On trouvera ci-dessous la mire de référencement de la zone de sécurité « Titre ». Tous les éléments significatifs des spots publicitaires (mentions et renvois, packshots du produit, logo, etc.) devront se trouver à l'intérieur de cette zone.

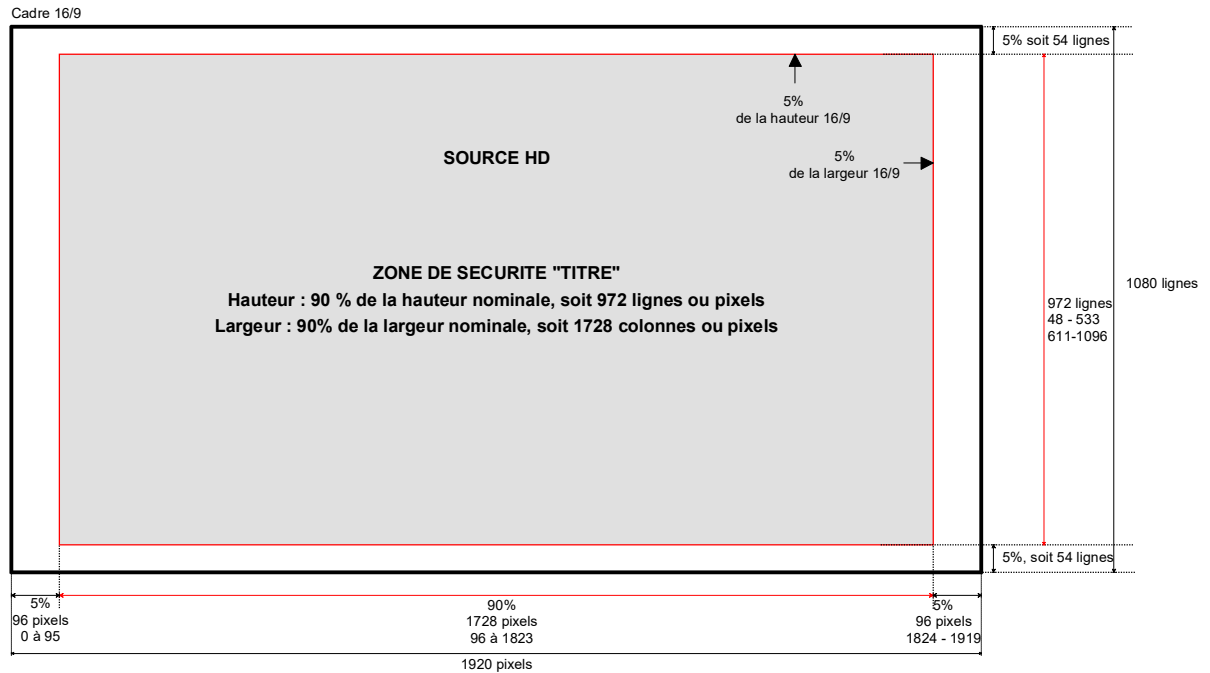


Fig 1 : Zone de sécurité Titre en diffusion HD

5/ ZONE DE SECURITE « TITRE AVEC BANDEAU MENTIONS SANITAIRES ET JEUX »

Les conditions de présentation des mentions sanitaires dans la publicité alimentaire ont été précisées dans les deux textes suivants publiés au Journal Officiel de la République Française en date du 27 février 2007 :

- Décret n° 2007-263 du 27 février 2007 relatif aux messages publicitaires et promotionnels en faveur de certains aliments et boissons et modifiant le code de la santé publique
- Arrêté du 27 février 2007 fixant les conditions relatives aux informations à caractère sanitaire devant accompagner les messages publicitaires ou promotionnels en faveur de certains aliments et boissons

Concernant les mentions portant sur les jeux dans la publicité en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard, le décret suivant a été publié au journal Officiel en date du 8 juin 2010 :

- Décret n° 2010-624 du 8 juin 2010 relatif à la réglementation des communications commerciales en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard ainsi qu'à l'information des joueurs quant aux risques liés à la pratique du jeu

En ce qui concerne la publicité télévisée, lorsque le message sanitaire ou jeu s'inscrit dans un espace horizontal et réservé à cet effet, il est maintenu pendant toute la durée d'émission du film publicitaire. Cet espace horizontal et réservé au message fixe ou déroulant peut être matérialisé de différentes façons qui ne sont pas définies par le texte (opaque, grisé ou flouté, ou encore délimité par une ligne, un changement de couleur, pour autant qu'il reste parfaitement identifiable).

5.1 ZONE TITRE AVEC BANDEAU MATERIALISE

Le bandeau doit correspondre à **au moins 7%** de la hauteur de l'écran, soit 76 lignes en résolution HD.

Ces dispositions permettent de garantir la compatibilité de cette recommandation révisée avec les images graphiques conçues avant sa publication en référence avec la v1.0 de 2008 de la présente recommandation (les campagnes publicitaires peuvent se prolonger sur plusieurs mois). En effet, il s'agit ici de valeurs minimales, et non des valeurs cible.

	Pourcentage	16/9 HD 1920 x 1080
Hauteur du bandeau en HD	7%	76 lignes

On trouvera ci-dessous la mire de référencement de la zone de sécurité « Titre » incluant la réserve du bandeau des mentions sanitaires, mentions jeux et mentions légales devront se trouver à l'intérieur de cette zone.

Cadre 16/9

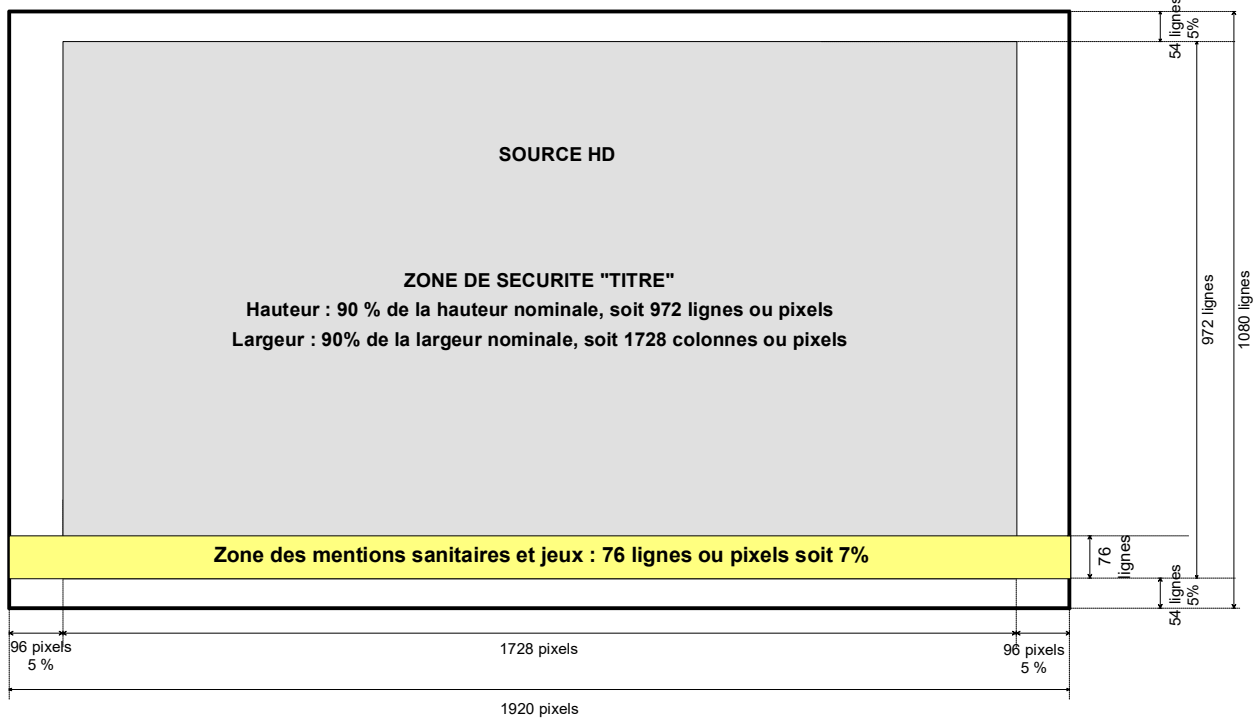


Fig 2 : Zone de sécurité Titre avec bandeau sanitaires et jeux en diffusion HD

Par convention, nous avons placé le bandeau des mentions en bas de la zone de sécurité Titre. Il est entendu qu'il peut être placé en n'importe quel endroit de la hauteur de la zone de sécurité. Seule sa hauteur minimale doit être respectée.

6/ ZONE DE SECURITE « TITRE AVEC LE BANDEAU CONCERNANT LE SECTEUR DES COMMUNICATIONS ELECTRONIQUES »

Les conditions de présentation de certaines mentions figurant dans les publicités audiovisuelles dans le secteur des communications électroniques sont précisées par un avis du Conseil National de la Consommation, daté du 27 Mars 2007. Selon cet avis, le bandeau fixe ou déroulant dans lequel figurent les mentions doit être matérialisé et avoir une taille de 5,6 % de la hauteur d'écran.

Les tailles des caractères doivent suivre les valeurs suivantes :

Mentions	Hauteur des caractères / hauteur écran	Caractéristiques graphiques
Mentions essentielles : <ul style="list-style-type: none"> ➤ durée d'engagement minimum ➤ conditions d'accès à l'offre ➤ caractéristiques techniques 	4,2 %	Caractère gras ou toute autre distinction par rapport aux mentions normales
Autres mentions : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toutes autres mentions ➤ Mention « Offre soumise à conditions » 	3,8 %	Caractère simple

Pour respecter cette condition, il conviendra de prévoir, au moment de la finition 16/9, les valeurs suivantes :

Support HD

	Pourcentage	16/9 HD 1920 x 1080
Hauteur du bandeau	5,6 %	60 lignes
Hauteur des mentions essentielles	4,2%	45 lignes
Hauteur des autres mentions	3,8 %	41 lignes

On trouvera ci-dessous la mire de référencement de la zone de sécurité « Titre » incluant la réserve du bandeau des mentions « Communications électroniques ». Tous les éléments significatifs des spots publicitaires, mentions jeux et mentions légales devront se trouver à l'intérieur de cette zone.

Cadre 16/9

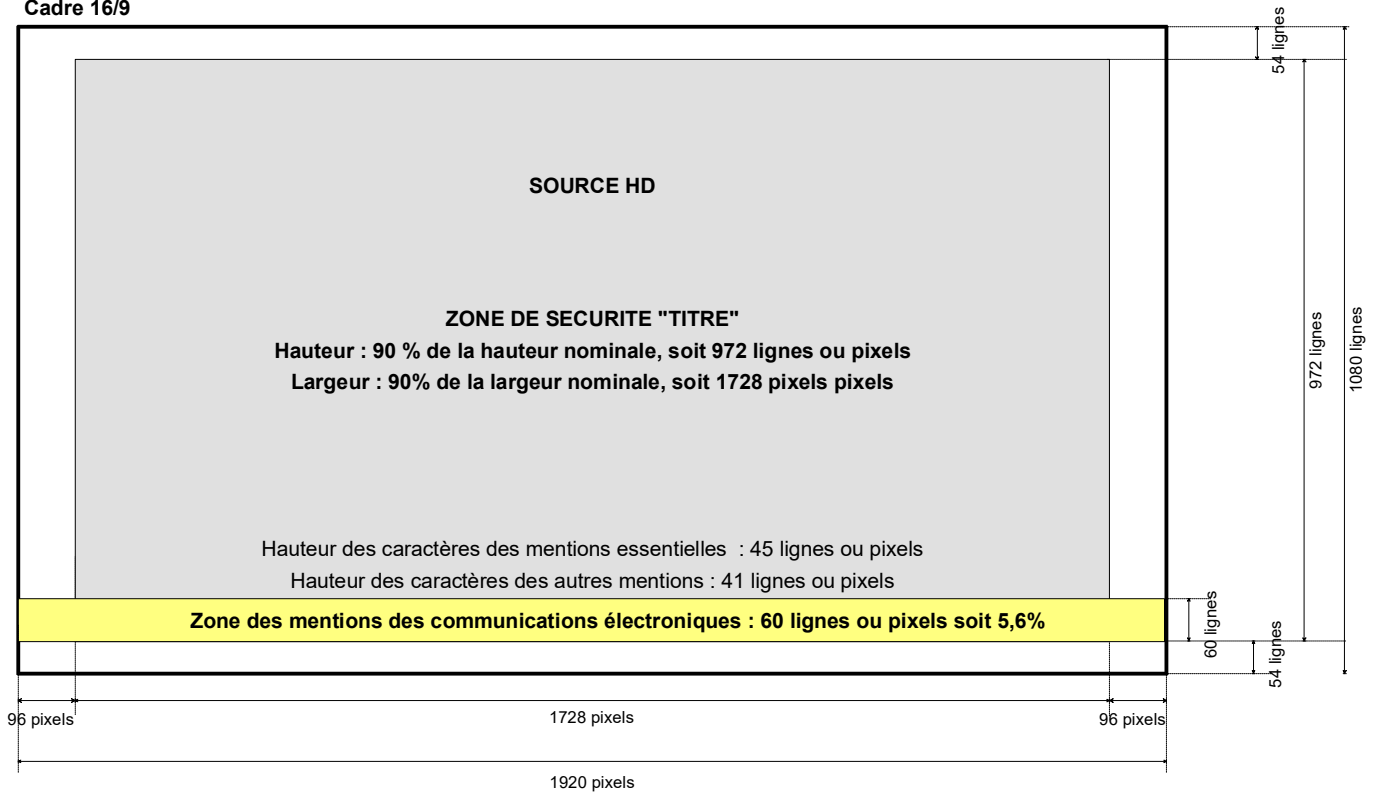


Fig 3 : Zone de sécurité Titre avec bandeau des communications électroniques en diffusion HD

Par convention, nous avons placé le bandeau des mentions en bas de la zone de sécurité Titre. Il est entendu qu'il peut être placé en n'importe quel endroit de la hauteur de la zone de sécurité. Seule sa hauteur minimale doit être respectée.

7/ LISIBILITE DES BANDEAUX

Les critères de lisibilité des textes des mentions sanitaires et des mentions « communication électronique » ne relèvent pas de la présente recommandation. Pour toutes informations relatives à la lisibilité de ces mentions, il conviendra de se référer aux textes précités en référence au § 8 et 9.

8/ EVOLUTION DES TEXTES LEGISLATIFS OU REGLEMENTAIRES SPECIFIANT LES TAILLES DES MENTIONS ET/OU DES BANDEAUX :

En cas d'adoption de nouveaux textes législatifs ou réglementaires spécifiant des tailles de mentions et ou de bandeaux exprimées en pourcentage de la hauteur de l'image, les professionnels pourront se référer aux méthodes de calcul édictées par la présente recommandation afin de se conformer à ces nouvelles dispositions.

9/ TABLEAU DE CORRESPONDANCE DES POURCENTAGES

La recommandation s'exprimant en pourcentage des zones d'affichage image, le tableau ci-dessous indique la correspondance des valeurs et dimensions en lignes et colonnes pixels, HD et UHD :

	Pourcentages	HD 1920 x 1080	UHD 3840 x 2160	UHD 7680 x 4320
<i>Zone de sécurité « Titre » - Largeur</i>	90%	1 728 pixels (ou colonnes)	3 456 pixels (ou colonnes)	6 912 pixels (ou colonnes)
<i>Zone de sécurité « Titre » - Hauteur</i>	90%	972 pixels (ou lignes)	1 944 pixels (ou lignes)	3 888 pixels (ou lignes)
<i>Hauteur du bandeau Sanitaires et jeux</i>	7%	76 pixels (ou lignes)	151 pixels (ou lignes)	302 pixels (ou lignes)
<i>Hauteur du bandeau Com Electronique</i>	5,6 %	60 lignes	121 lignes	242 lignes
<i>Hauteur des mentions essentielles</i>	4,2%	45 lignes	91 lignes	181 lignes
<i>Hauteur des autres mentions</i>	3,8 %	41 lignes	82 lignes	164 lignes

10/ REFERENCES LEGISLATIVES OU REGLEMENTAIRES

Les textes de référence ayant servi à l'élaboration de cette recommandation, ou permettant de comprendre l'ensemble des dispositions retenues ci-dessus sont les suivants :

ITU-R : BT 709 - 6 « Valeur des paramètres des normes de TVHD pour la production et l'échange international de programmes »

EBU-R 95 v1.1 - 2016 Safe areas for 16 :9 television production

CST-RT 040 TV - 2016 – PAD fichiers Editeurs V1.2

Décret n°2007-263 du 27 Février 2007, relatif aux messages publicitaires et promotionnels en faveur de certains aliments et boissons

Arrêté du 27 Février 2007 fixant les conditions relatives aux informations à caractère sanitaire devant accompagner les messages publicitaires ou promotionnels en faveur de certains aliments ou boissons

Décret n° 2010-624 du 8 juin 2010 relatif à la réglementation des communications commerciales en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard ainsi qu'à l'information des joueurs quant aux risques liés à la pratique du jeu

Note de la direction générale de la santé et de la direction générale de l'alimentation en date du 28 février 2007 relative à l'information à caractère sanitaire devant accompagner les messages publicitaires ou promotionnels en faveur de certains aliments et boissons

Recommandation « **Mention et renvois** » de l'ARPP

Avis du Conseil National de la Consommation du 27 mars 2007, relatif à la publicité audiovisuelle dans le secteur des communications électroniques

Décret n°2010-624 du 8 juin 2010 relatif à la réglementation des communications commerciales en faveur des opérateurs de jeux d'argent et de hasard, ainsi qu'à l'information des joueurs quant aux risques liés à la pratique du jeu

11/ VALIDATION

Ce document a été validé par signature électronique par les représentants des organismes suivants :

ARPP : Autorité de régulation professionnelle de la publicité

CST : Commission supérieure technique de l'image et du son

FICAM : Fédération des industries du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia

FAVN : Forum audiovisuel numérique

SNPTV : Syndicat national de la publicité télévisée

Il prend effet à la date de mise en ligne sur les sites des signataires.