

Le mercredi 2 avril 2008, la publicité TV passe en 16 :9

Madame, Monsieur

Ainsi que vous le savez, l'interprofession publicitaire a amorcé le 14 janvier 2008 le passage de la publicité télévisée au format 16:9.

Conformément au calendrier interprofessionnel adopté en début d'année, nous vous rappelons qu'**à compter du 2 avril 2008**, les trois régies publicitaires 16:9 (Canal + Régie pour Canal + le Bouquet, France Télévisions Publicité et TF1 Publicité, puis M6 Publicité ultérieurement en 2008) accepteront **UNIQUEMENT** des bandes-antennes 16:9 FHA.

A partir de cette date du 2 avril :

- **Tous les films publicitaires TV sont produits et masterisés
UNIQUEMENT en 16 :9 FHA**

- **Toutes les demandes d'avis avant diffusion ARPP sont effectuées
UNIQUEMENT en 16 :9 FHA**

- **Toutes les bandes-antennes sont établies
à partir du master unique 16:9 FHA :**
 - **en 16:9 FHA pour les régies 16:9,**
 - **en 4:3 avec une image 14:9 LETTERBOX pour les autres régies.**

Ces principes sont décrits plus en détails ci-dessous.

1. Principes de base : master unique, soumission unique, déclinaison des BA

Toutes les régies et chaînes ne démarreront pas la diffusion 16:9 en même temps. Cependant, à partir du master unique 16:9 FHA¹ on effectue une seule demande d'avis ARPP par film et on établit les BA destinées aux régies 16:9 ET aux régies 4:3².

Les principes à respecter sont les suivants :

- Produire et finaliser au format 16:9. **Le master final doit donc être en 16:9 FHA** (ou en HD).
- **Soumettre à l'ARPP le film en 16:9 FHA uniquement.**
(le 16:9 letterbox dans un 4:3 N'EST PAS du 16:9 et n'est pas accepté).
Si la demande d'avis est faite en ligne, veiller à la bonne prise en compte du format d'image (*image aspect ratio* 16:9) au moment de l'encodage.

A partir du master 16:9 FHA, préparer :

- D'une part, des **bandes-antennes 16:9 FHA (ou HD) pour les régies 16:9** : CANAL + Régie (seule la bande-antenne Canal + Le Bouquet est concernée) ; FRANCE TELEVISIONS Publicité ; TF1 Publicité.
- D'autre part, des **bandes-antennes 4:3 IMAGE 14:9 LETTERBOX pour les autres régies.**

2. Modalités pratiques de soumission

A compter du 2 avril 2008, l'ARPP acceptera **UNIQUEMENT** pour l'avis avant diffusion, les messages publicitaires au format 16:9 (à charge pour l'ARPP de les convertir en image 14:9 Letterbox, pour rendre un avis utile et éclairé à l'ensemble des régies et couvrir ainsi l'ensemble des conditions de diffusion, tenant compte notamment des zones de sécurité).

A titre exceptionnel, une soumission au format 4 :3 peut être acceptée uniquement dans le cas où le plan de roulement concerne exclusivement une ou plusieurs régies 4:3 et seule une version 4:3 est produite.

3. Conditions de visionnage par l'ARPP des films 16:9

L'ARPP analyse le message publicitaire au moyen d'un dispositif basé sur un double affichage de l'image:

- en 16:9, lui permettant ainsi d'avoir un aperçu de l'image sur les chaînes et réseaux diffusant en 16:9.
- en 14:9 letterbox (image dérivée du 16:9 au moyen d'un convertisseur de format), lui permettant ainsi d'apprécier l'image diffusée sur les réseaux en 4:3 (exemple : TV hertzienne analogique, dont l'extinction est programmée fin 2011).

¹ FHA = Full Height Anamorphic (Pleine Hauteur, Anamorphosée)

² Voir document « 16 :9 en France, ce qu'il faut savoir », sur www.beam.tv/whitepapers/

4. Conditions techniques de réalisation

1. Mentions³

Pour l'évaluation de la taille, de la lisibilité et de la durée d'exposition des mentions lors de la finition en 16:9, **il doit être tenu compte de leur réduction** lors du passage en 14:9 LETTERBOX.

A titre indicatif, pour obtenir une taille 't' en 14:9 LETTERBOX, prévoir **1,17** x 't' en 16:9, sans préjudice des dispositions de la recommandation « mentions et renvois » de l'ARPP.

Ainsi, à titre d'exemple, l'espace horizontal destiné à accueillir les mentions sanitaires, en application de l'arrêté du 27 février 2007, doit mesurer 7% de la hauteur de l'écran.

Pour respecter une telle condition de taille pour l'image 14:9 letterbox (chaînes et réseaux 4:3), **il conviendra de prévoir au moment de la finition 16:9, une taille de 8,2% (7% x 1,17).**

Il en est de même pour les temps de présence des mentions déroulantes horizontales. Les bords latéraux (gauche et droite) de l'image étant tronqués lors du passage en 14:9, ce temps est diminué. Il conviendra également de tenir compte des zones de sécurité latérales (voir ci-après). Au moment de la finition 16:9, pour obtenir une durée 'd' en 14:9 LETTERBOX, prévoir **1,37** x 'd' en 16:9 (par ex. : 5 s en 14:9 = 6,85 s en 16:9).

2. Shoot to Protect 14:9, zones de sécurité

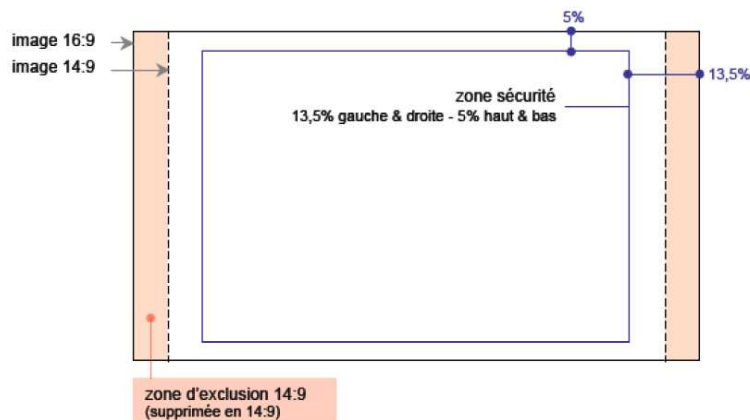
La production et la finalisation du film doivent s'effectuer en tenant compte du fait que les bords gauche et droit seront toujours coupés lors du passage en 14:9.

Les éléments critiques de l'image doivent être placés à l'intérieur d'une **zone de sécurité**, pour éviter d'être amputés par certains récepteurs TV.

La diversité fonctionnelle des produits grand public (téléviseurs, décodeurs, etc.) et des usages qui en sont faits par les téléspectateurs rendent impossible - même en ne considérant que la seule diffusion 4:3 - de prévoir de manière certaine la qualité et le format de la réception finale dans tous les cas. En conséquence, aucune zone de sécurité ne saurait apporter une garantie totale.

La définition de zones de sécurité ne peut être qu'un compromis et la référence à celles-ci s'apprécie selon les exigences propres à chaque film.

L'ARPP rendra ses avis sur les mentions et renvois sur la base de la zone de sécurité suivante : 5% haut et bas ; 13,5% gauche et droite.



³ Avis du CNC du 27 mars 2007 relatif à la publicité audiovisuelle dans le secteur des communications électroniques. 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 boisson.