



COMMUNIQUÉ

Tous les programmes TV sous-titrés à l'exception des publicités

La commission développement durable de l'AACC lance la mobilisation des agences-conseils en communication en faveur du sous-titrage de leurs spots publicitaires, qui sont à ce jour le seul contenu audiovisuel à ne pas être accessible par les malentendants via le sous-titrage.

Paris, le 04 juillet 2012 - La loi du 11/02/2005 exige l'adaptation des programmes pour les personnes sourdes et malentendantes... à l'exception des messages publicitaires. Celles-ci, lorsqu'elles regardent la télévision, sont donc confrontées à une rupture de compréhension lorsque débutent les plages publicitaires.

Au-delà du manque de contrainte légale, un deuxième facteur a freiné le sous-titrage des messages publicitaires. Jusqu'à présent, il n'existait pas de solution garantissant leur qualité et homogénéité, dans le respect des impératifs propres au contenu publicitaire et des contraintes de livraison. Ces solutions existent aujourd'hui.

Plus aucune raison donc de laisser de côté 4,09 millions de personnes sourdes ou malentendantes (soit 6,6% de la population*) qui n'avaient pas accès jusque-là aux campagnes publicitaires créées par nos agences.

La commission développement durable de l'AACC a donc adressé à ses agences-membres une communication les engageant à conseiller à leurs annonceurs de sous-titrer leurs films publicitaires. Un mini-site dédié a également été créé à leur attention.

Gageons que les annonceurs, qui sont de plus en plus nombreux à s'inscrire dans une démarche de responsabilité, seront également moteurs pour être partie-prenante de cette action. Il est d'ailleurs à signaler qu'au Top 50 des plus gros annonceurs britanniques, 48 sous-titrent leur publicité TV...

Plus d'information sur le site soustitronsnospublicites.aacc.fr ou sur conseils-dd@aacc.fr

**Estimation CSA 11/2009, dont 35% de personnes de moins de 60 ans*

A propos de l'AACC

Créée en 1972, l'Association des Agences-Conseils en Communication (AACC), est un syndicat professionnel régi par la loi du 21 mars 1884. Représentant plus de 80 % de la profession, l'AACC regroupe 200 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 10 000 salariés. L'AACC est aussi une fédération de métiers organisée en 9 délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : publicité, customer marketing, communication interactive, communication corporate, communication santé, production publicitaire, communication éditoriale, communication événementielle et Outre-Mer. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC.

www.aacc.fr

Contacts presse :

Charles Tauzi - ctauzi@aacc.fr - 01 47 42 27 26

Isabelle Mas - isabelle.mas@vae-solis.com - 01 53 92 80 10