



15 secondes

PANNEAU DE COMMANDITE

SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

Vidéo	XDCAM HD422 50 Mbps encapsulé MXF OP1a ou QuickTime
	• 1920x1080
	• 29.97 images/sec., entrelacé, trame supérieure dominante
Audio	• Zone de titres : 90% de la largeur et 90% de la hauteur de l'image complète.
	• PCM, 48kHz, 24-bit, -2dBTP Max.
	• Un mixage audio allant de 2 pistes (stéréo) jusqu'à 6 pistes (5.1)
	• Allocation des pistes : 1 :L 2 :R 3 :C 4:LFE 5 :Ls 6 :Rs 7 :Lt/Lo 8 :Rt/Ro ou un mix stéréo sur 1-2 et 7-8
Synchronisation A/V	• Sonie intégrée du message publicitaire : -24LKFS +/-2LU (mesuré avec l'algorithme UIT-R BS.1770-3)
Code horaire	• L'écart maximum toléré entre le son et l'image sera de un champ.
	• Mode Drop frame, continu (du début à la fin)
	• Début de la publicité à 10;00;00;00
Sous-titrage codé (STC)	• Aucune amorce
	• Tous les messages doivent être sous-titrés (fichier .scc ou intégré au fichier) (requis par le CRTC).
	• Les publicités sans voix et avec musique doivent contenir une note de musique ♪ ou le mot "musique" dans le sous-titrage pour la durée totale de la publicité.
Sous-titrage codé (STC)	• La durée de la piste STC doit être la même que celle de la piste vidéo. Il en est de même pour le code temporel.
	• La STC doit être structuré pour un code temporel de 29.97fps de type compensé drop frame.

Si produit par Télé-Québec	<p>Matériel nécessaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brief de création. • Tout matériel visuel nécessaire au montage/animation : • Logo, photos, piétage vidéo, typographie, icônes, éléments de branding de l'annonceur nécessaire à l'animation.
----------------------------	---



EXEMPLES ICI



SPÉCIFICATIONS DE CONTENUS

VHC

- Promotion du produit ou du service du client.
- Référence à l'émission tout en intégrant le nom du commanditaire.
 - Exemple : (nom de l'émission) est une présentation de (client)...

SUPER/VISUEL

- Aux couleurs de la marque de l'annonceur.
- Visuel du produit branding de marque emballage.
- Logo du client
- Adresse web de l'annonceur.

- Aucune offre commerciale ou « call to action »
- Doit faire partie d'une commandite d'émission.
- Si la production est faite par l'annonceur :
 - Concept visuel/script doit être approuvé par Télé-Québec avant la mise en ondes.