



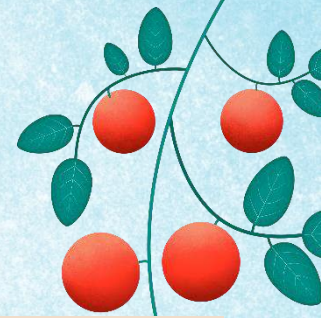
15 secondes

TABLEAU-HORAIRE CRÉATIF

SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

Vidéo	XDCAM HD422 50 Mbps encapsulé MXF OP1a ou QuickTime
	<ul style="list-style-type: none"> 1920x1080 29.97 images/sec., entrelacé, trame supérieure dominante
	<ul style="list-style-type: none"> Zone de titres : 90% de la largeur et 90% de la hauteur de l'image complète.
Audio	<ul style="list-style-type: none"> 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
	<ul style="list-style-type: none"> Sonie intégrée du message publicitaire : -24LKFS +/-2LU (mesuré avec l'algorithme UIT-R BS.1770-3)
	<ul style="list-style-type: none"> L'écart maximum toléré entre le son et l'image sera de un champ.
Synchronisation A/V	<ul style="list-style-type: none"> Mode Drop frame, continu (du début à la fin)
Code horaire	<ul style="list-style-type: none"> Début de la publicité à 10;00;00;00 Aucune amorce
Sous-titrage codé (STC)	<ul style="list-style-type: none"> 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.
	<ul style="list-style-type: none"> 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 : <ul style="list-style-type: none"> Logo, photos, piétage vidéo, typographie, icônes, éléments de branding de l'annonceur nécessaire à l'animation.
----------------------------	---



EXEMPLES ICI



SPÉCIFICATIONS DE CONTENUS

VHC

- Mention des titres des émissions à promouvoir, avec leurs rendez vous d'écoute (jour et heures).

SUPER/VISUEL

- Aux couleurs de la marque de l'annonceur.
- Visuel du produit / emballage.
- Logo du client.
- Titre de l'émission à promouvoir, avec son rendez vous d'écoute (jour et heure).

NOTES

- Aucune offre commerciale ou « call to action »
- Logo de Télé-Québec doit apparaître durant le message.
- Si la production est faite par l'annonceur:
 - Conception en collaboration avec l'équipe de créativité média de Télé-Québec.
 - Concept visuel/script doit être approuvé par Télé-Québec avant la mise en ondes.