



CBC & Radio-Canada

SOLUTIONS MÉDIA

[Publicité plateforme numérique](#)

[Instructions techniques](#)


FORMATS STANDARD

												Dimensions fixes en transition (LxH en pixels)	Ratio (L: H)	Dimensions		Taille de chargement		Durée maximale animation et vidéo	Démarrage audio	Notes d'implantation et meilleures pratiques
														Initiales (LxH en pixels)	En extension max. (LxH en pixels) *(Sur approbation)	Octroi max. initial du fichier (Voir les autres conseils sur HTML5 dans les notes)	Chargement progressif poli maximal			
		DT	DT	DT	D	D	DT	DT		DT	DT	Super bannière 728x90	N/D	728x90	*vers le bas : 728x360	Image : 50 ko HTML5 : 100 ko	2,2 Mb illimité si la vidéo est en diffusion continu dans l'unité publicitaire (Video Streaming)	30 secondes ou moins (boucles incluses); 15 secondes recommandé; maximum 3 boucles Recommandé que l'image finale comprenne de l'information pertinente Extensibles : illimité avec interaction utilisateur	Doit être initié par l'utilisateur (avec un clic : en sourdine/son activé); doit être en sourdine par défaut	Créatif standard : Les formats de fichier acceptés sont : .GIF .JPG HTML5 Créatif extensible : Doit être initié par l'utilisateur. Pubs à pré-extension non prises en charge. Appel à l'action obligatoire : (« survol de 3 secondes pour étendre » ou « cliquer pour étendre » et rétraction immédiate au retrait du curseur. Commande obligatoire : « X Fermer » sur billboard étendu et « Étendre » sur le créatif non étendu Police = 8 pts (11 px) - 16 pts (21 px) Vidéo dans une bannière : Vidéo doit comprendre : Lecture, Pause, Sourdine (et/ou commande volume 0). Note : Si le son est activé par un survol du curseur, il doit obligatoirement être désactivé par le retrait du curseur.
		DT	D	DT	D	D		DT		DT	DT	Billboard 970x250	N/D	970x250	N/D	Image : 80 ko HTML5 : 150 ko				
		DTSA	D	DTS	D	D	DTS	DTS		DTS	S	îlot 300x250	N/D	300x250	*vers la gauche : 600x250	Image : 50 ko HTML5 : 100 ko				
		DTSA	D	DTS	D	D		DTS		DT	S	Double îlot (demi-page) 300x600	N/D	300x600	*vers la gauche : 600x600	Image : 80 ko HTML5 : 150 ko				
		DTS										Demi-page HTML5	2:1	Annonces réactives (Responsive Ads)	Réactif (Responsive)	250 ko	500 ko			
		SA		S				S		S	S	Bannière mobile 320x50	6:1	320x50	N/D	GIF/JPEG : 40 ko HTML5 : 50 ko	30 secondes ou moins (boucles incluses); 15, 10 ou 7 secondes recommandé; maximum 3 boucles; Recommandé que l'image finale comprenne de l'information pertinente		Utiliser uniquement HTML5 ou GIF/JPEG Cette unité est couramment placée dans les applications comme bannière fixe ou en barbotte (catfish).	
		SA		S				S				Bannière mobile 320x100	3:1	320x100						

Livraison du matériel : Créatif standard : Min. 3 jours ouvrables avant le début de la campagne | Créatif extensible ou demi-page : Min. 5 jours ouvrables avant le début de la campagne


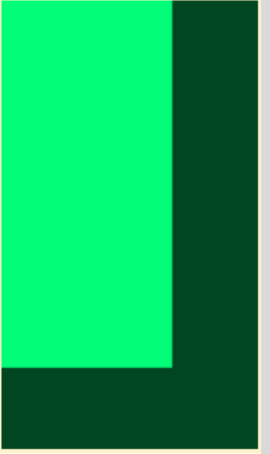
Voici un outil qui détermine si votre image respecte les critères :	https://jolezef.com/imagesize/
CBC.ca	*(Sur approbation seulement), T : Tablette, D : Ordinateur de bureau, S : Téléphone intelligent
Radio-Canada.ca	*(Sur approbation seulement), T : Tablette, D : Ordinateur de bureau, S : Téléphone intelligent
Mordu	T : Tablette, D : Ordinateur de bureau, S : Téléphone intelligent, A : Application
ICI TOU.TV	T : Tablette, D : Ordinateur de bureau, S : Téléphone intelligent, A : Application
ici.exploratv.ca	T : Tablette, D : Ordinateur de bureau, S : Téléphone intelligent, A : Application
ICI ARTV	T : Tablette, D : Ordinateur de bureau, S : Téléphone intelligent, A : Application
CBC – mobile	T : Tablette, D : Ordinateur de bureau, S : Téléphone intelligent, A : Application
Radio-Canada – mobile	T : Tablette, D : Ordinateur de bureau, S : Téléphone intelligent, A : Application
Radio Canada International	T : Tablette, D : Ordinateur de bureau, S : Téléphone intelligent, A : Application
Radio-Canada OHdio	
CBC Listen	
Apple News	

AUTRES FORMATS




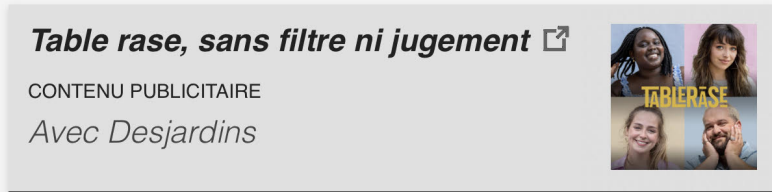
	Nom du format créatif	Dimensions		Taille		Durée maximale animation et vidéo	Démarrage audio	Notes d'implantation et meilleures pratiques
		Initiales (LxH en pixels)	En extension max. (LxH en pixels) *(Optionnel)	Octroi max. initiale du fichier <i>(Voir les autres conseils sur HTML5 dans les notes)</i>	Chargement progressif poli maximale			
	Vidéo	Adaptatif 16:9 recommandé	N/D	Fournir la résolution la plus élevée disponible. 1080p recommandée.	Consultez page 11 pour les spécifications techniques de fichiers vidéo et page 12 pour les spécifications techniques de Tag VAST	30 secondes ou moins, 15 secondes recommandé; illimité avec interaction utilisateur	Toujours permis	VAST disponible partout et VPAID disponible sur le web seulement. Certifier avec INS, Nielson, AdForm, Innovid et plus Tags VAST et VPAID doivent avoir une vidéo de remplacement Fonction d'annonce désactivable (skippable ad) non prise en charge. Décompte de pub pris en charge par notre lecteur. Ne pas modifier le volume de l'utilisateur ou activer automatiquement le son.
	Outstream (Hors flux)	N/D				N/D	Doit être initié par l'utilisateur (avec un clic : sourdine/son actif); doit être en sourdine par défaut	Il est possible d'utiliser le format VAST Fonction d'annonce désactivable (skippable ad) non prise en charge. Décompte de pub intégré au lecteur. Ne pas modifier volume de l'utilisateur ou activer automatiquement le son.
	Lecture audio en continu							
	Balados en téléchargement						Toujours permis	Format de fichier audio : MPEG 1 Layer III Audio (mp3) 192 kbps/canaux - Durée maximale de la publicité - 30 secondes
	Interstitial (Splash)	Dimensions variables Téléphone Portrait (320x480) Paysage (480x320) Tablette Portrait (768x1024) Paysage (1024x768)	N/D	GIF, PNG, JPG : 1 Mo La vidéo n'est pas prise en charge.	2.2 Mo Illimité si lecture en continu	10 secondes (boucles incluses, maximum 2); disparaît si aucune interaction; 30 secondes autorisé uniquement si l'utilisateur interagit dans les 10 premières secondes (autrement, pub disparaît)	N/D	Recommandations : La dernière image doit contenir de l'information pertinente, et un plafond de fréquence d'une par heure par utilisateur doit être envisagé. Doit inclure le bouton « X Fermer » si le contenu est masqué : Police = 8 pts (11 px) - 16 pts (21 px)
	Maquillage	Min. - 1304x1000 px Max. - 2000x1000 px	N/D	JPG/GIF : 100 kb CBC PNG : 1 Mo	Consultez page 10 pour les spécifications techniques du maquillage		N/D	Découpe transparente de 1024x1000 px requise au centre de l'image. Appel à l'action ou logo est requis. Le logo doit être placé dans la zone de haute visibilité de chaque côté. La visibilité au bas d'écran peut être faible selon la hauteur de la page web. * Zone de haute visibilité : Placez le logo dans cet espace, des deux côtés **Texte secondaire : Court, simple et facile à comprendre en un coup d'œil *** Résolutions compatibles : 1440x900 et plus
	Fluid / Tuile Native		N/D	Consultez page 7 pour les détails de tuile native sur CBC et page 5 pour les détails du Fluid sur SRC	N/D	N/D	N/D	
	Parallax	Paysage : 2400x1800 Portrait : 824x1464	N/D	Consultez la page 4 pour les détails du Parallax	N/D	N/D	N/D	
	Carrousel	300x250 300x600 1080x1080	N/D	JPG/PNG : 100 k (par image) JPG/PNG 4 Mb	N/D	N/D	N/D	Limites de ressources images : Min.=3 et Max.=5 (par campagne) Appel à l'action optionnel Apple News : Ratio d'image=1:1 et dimensions max.=1080X1080

Livraison du matériel : Créatif standard : Min. 3 jours ouvrables avant le début de la campagne Créatif extensible ou demi-page Min. 5 jours ouvrables avant le début de la campagne	
CBC.ca	** pour arrière-plan clair
Radio-Canada	
Mordu	
ICI TOU.TV	* doit être inversé pour arrière plan foncé
ici.exploratv.ca	
ICI ARTV	
CBC – mobile	***Seulement dans les applications « CBC News » et « CBC Sports »
Radio-Canada – mobile – ICI TOU.TV	
Radio Canada International	
Radio Canada OHdio	
CBC Listen	
Apple News	


SPÉCIFICATIONS PARALLAX



ÉLÉMENTS	DETAILS
<p>Image Paysage</p> <p>Zone protégée : Aucun élément (texte/logo) ne peut apparaître dans la zone foncée</p> <p>Alignement en haut à gauche</p>	<p>2400x1800 Zone protégée 2000x1100 Poids < 450 ko</p> 
<p>Image Portrait</p> <p>Zone protégée : Aucun élément (texte/logo) ne peut apparaître dans la zone foncée</p> <p>Alignement en haut à gauche</p>	<p>824x1464 Zone protégée 550x1200 Poids < 350 ko</p> 
<p>URL de la page de destination (Page web vers laquelle les internautes sont redirigés lorsqu'ils cliquent sur votre annonce)</p>	<p>1 024 caractères maximum</p>
<p>Pixel de suivi</p>	<p>Formats : JPG, PNG Taille: 1x1 pixel</p>

SPÉCIFICATIONS DE TUILE NATIVE / FLUID
Radio-Canada

ÉLÉMENTS		DETAILS
Titre		42 caractères maximum
Nom de l'annonceur		15 caractères maximum
Type de lien de destination Est-ce un lien interne à ici.radio-canada.ca ou externe? P. ex. : ici.tou.tv ou erableduquebec.ca		Interne/externe
URL de la page de destination (Page web vers laquelle les internautes sont redirigés lorsqu'ils cliquent sur votre annonce)		1 024 caractères maximum
Grande image rectangulaire 16:9 visant à faire la promotion du produit ou du service		Formats : JPG Résolution maximale : 1920x1080 pixels Format 16:9 Taille maximale du fichier : 150 ko Zone protégée de 388 px de large sur 180 px de haut par rapport au coin supérieur gauche de l'image : bleu Tout ce qui apparaît dans la partie en rouge ne sera pas visible.
		
		Utilisation de la même image, mais en XS; celle-ci est coupée sur les côtés. La zone protégée en bleu fait 218x218 px. Résolution maximale : 400x400 px Format : 1:1 Taille maximale du fichier : 150 ko Tout ce qui apparaît dans la partie en rouge ne sera pas visible.
Police à utiliser pour la conception de vos actifs (ne peut pas être modifiée dans le serveur publicitaire) :		
Radio-Canada		
EXEMPLE		
Contenu publicitaire ⓘ 		Contenu publicitaire ⓘ 

SPÉCIFICATIONS INTERSCROLLER

ÉLÉMENTS	DETAILS
<p>Image de fond (composante principale) <i>(Image fixe, aucune animation ou vidéo)</i></p>  <p>Exclusion Zone (200px)</p> <p>Safe Zone (600px)</p> <p>Where the ad content resides</p> <p>Exclusion Zone (200px)</p>	<p>Format : JPG, PNG Résolution maximale : 400x1000 px (LxH) Poids maximal du fichier : 150 ko Zone protégée : 600 px (<i>en hauteur</i>)</p>
<p>URL de redirection (obligatoire)</p>	<p>Obligatoire</p>
<p>Outil de suivi d'impressions</p>	<p>Optionnel</p>



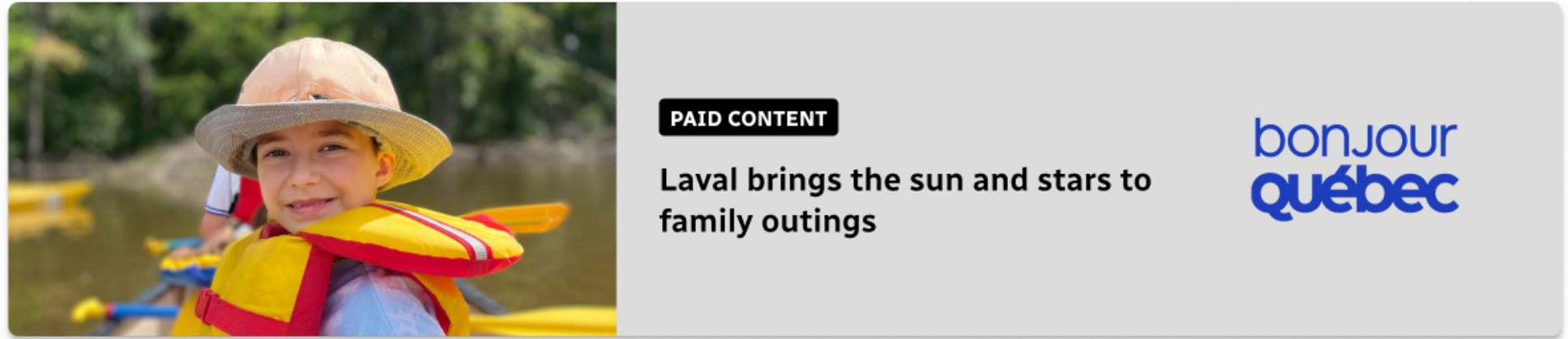
EXEMPLE	
	

SPÉCIFICATIONS DE TUILE NATIVE

CBC

ÉLÉMENTS	DÉTAILS
Image	516x290px
Ratio	16:9
Corps/contenu	Titre de la tuile native. Maximum de 65 caractères, y compris les espaces.
Logo	PNG Transparent
Dimensions Logo	1:1 Ratio : 125x125px Logo Horizontal : hauteur 80px par largeur 150px max
Nom du client	Nom de l'annonceur auquel la tuile native est destinée. <i>champ obligatoire pour des raisons d'accessibilité. Il n'apparaît visuellement nulle part dans la tuile native, mais il est utilisé pour les lecteurs d'écran.</i>
Outils de suivi de tiers	Optionnel
Couleur de l'arrière-plan	#DCDCDC (light grey)

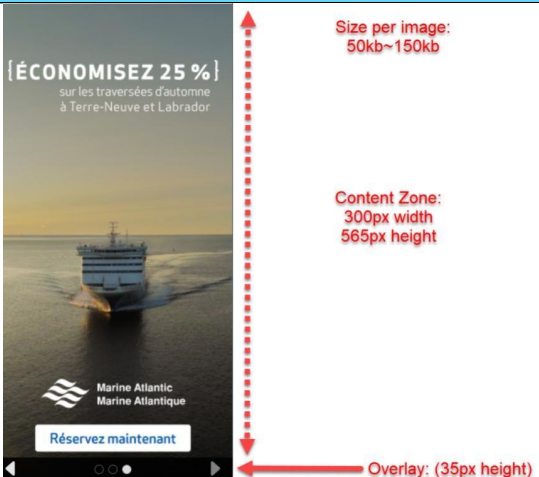
EXEMPLE

 <div style="background-color: #f0f0f0; padding: 10px; border-radius: 10px;"> <p style="background-color: black; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block; font-weight: bold;">PAID CONTENT</p></div> <p>Laval brings the sun and stars to family outings</p> 	
--	--

CARROUSEL

ÉLÉMENTS	DÉTAILS	
	Ordinateur de bureau / site mobile	Apple News
Type d'image	PNG/JPG	PNG/JPG
Carte par campagne	minimum 3 / maximum 5	minimum 3 / maximum 5
Hyperlien	Min. 1 par campagne / Max. 1 par carte	Min. 1 par campagne / max. 1 par carte
Outil de suivi de clics	pris en charge	pris en charge
Outil de suivi d'impressions	non pris en charge	non pris en charge
Dimension	300x250 300x600	1080x1080
Poids maximal par carte	100 k	4 Mb
Vidéo	non pris en charge	pris en charge
Animation	pris en charge (<i>gif seulement</i>)	pris en charge
Titre	non pris en charge	25 caractères
En-tête de carte	non pris en charge	50 caractères
Appel à l'action	Essayez gratuitement, En savoir plus, Télécharger maintenant, Voir plus, Acheter maintenant, Lire plus, S'abonner maintenant, Regarder maintenant, Magasiner maintenant, Écouter maintenant, Lire maintenant, Explorer maintenant	

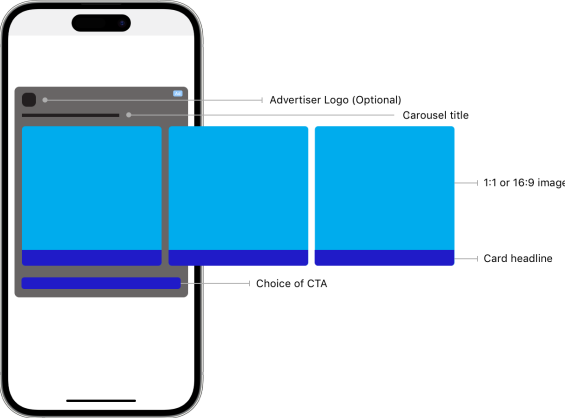
EXEMPLE



Size per image:
50kb~150kb

Content Zone:
300px width
565px height

Overlay: (35px height)



Advertiser Logo (Optional)

Carousel title

1:1 or 16:9 image

Card headline

Choice of CTA

SPÉCIFICATIONS MESSAGES COMARQUÉS – CBC

IMAGES

À fournir
Pour le 300x250, l'image doit avoir une dimension de 300x115
Pour le 728x90, l'image doit avoir une dimension de 270x90

Exemple :



Nom du fichier – Insérez le nom du fichier tel que requis :

Description (80 caractères maximum, espaces comprises) – Insérez votre description ici :

URL – Insérez votre adresse ici :

LOGOS

À fournir
Pour le 300x250 et le 728x90, le logo doit avoir une dimension de 127x55
Pour le 320x50, le logo doit avoir une dimension de 80x38

Exemple :

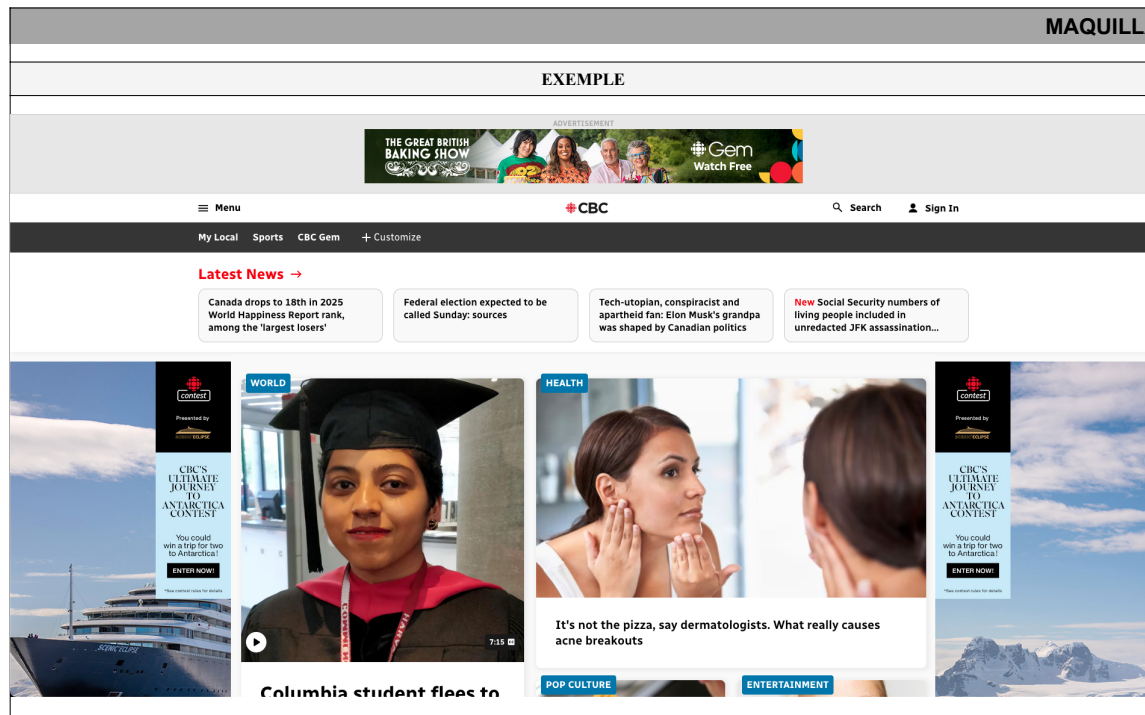


CTA – Insérez votre appel à l'action ici (p. ex. : En savoir plus) :

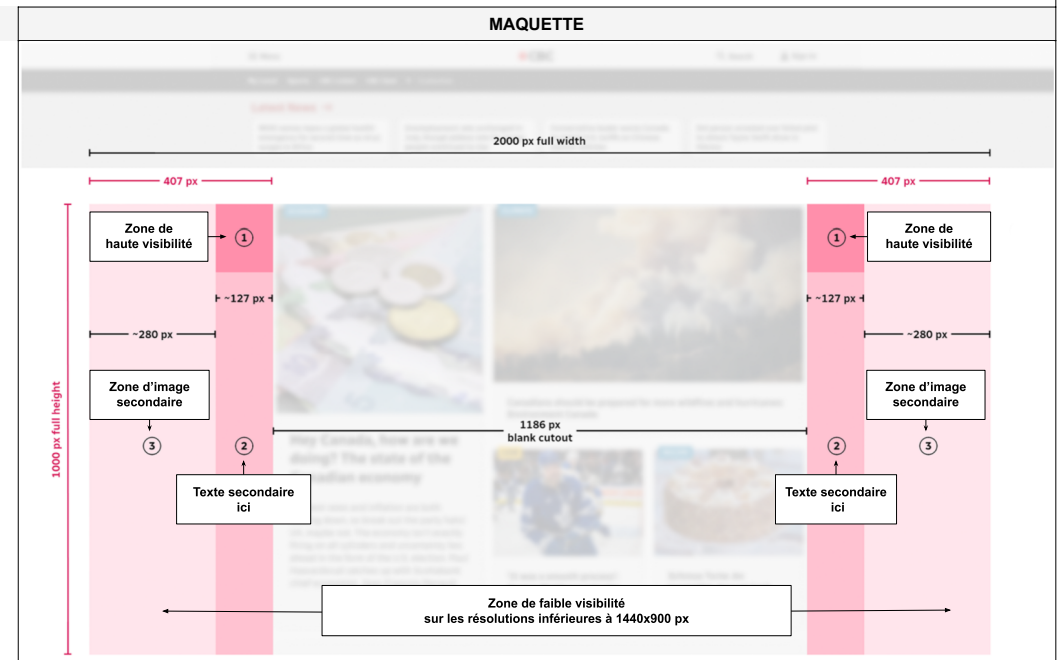
Remarque : *Seules les dimensions 300x250, 728x90 et 320x50 peuvent être créées dans le serveur publicitaire. Toutes les autres tailles doivent être fournies.*****

MAQUILLAGE ET COMBO – CBC

MAQUILLAGE

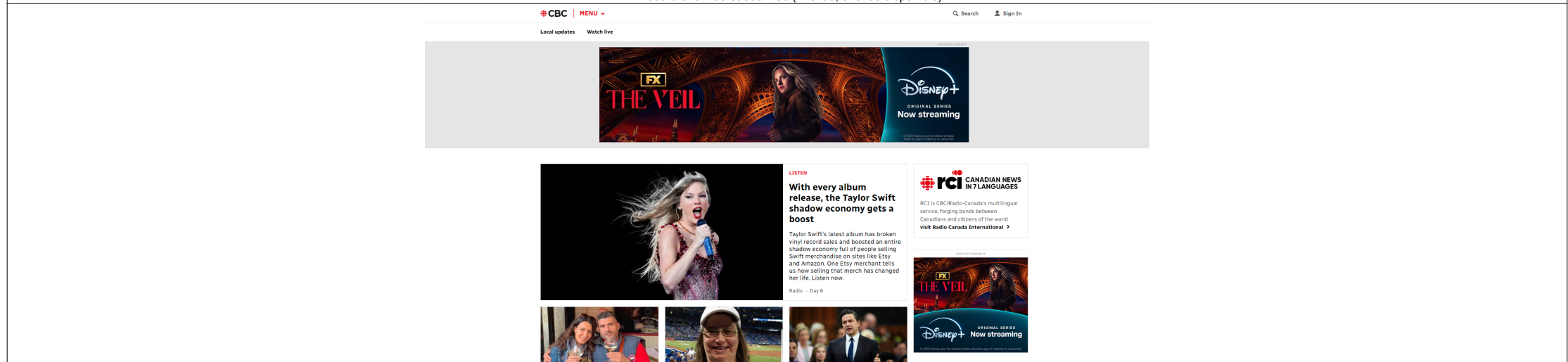


MAQUETTE



COMBO

Billboard 970x250 et 300x250 (728x90, 970x90 disponible)



STANDARDS POUR FICHIERS VIDÉO

CONTENEURS	PARAMETRE	DEFINITION	MATÉRIEL EN HD	Notes
MP4	Résolutions	HD	1920 x 1080 pixels	<i>Le désentrelacement des images entrelacées sera fait par Radio-Canada</i>
	Fréquences		(23.976p – 25i ou p - 29.97i ou p)	<i>fréquence d'images conforme à la source originale</i>
	Codecs acceptés		H.264	
	Ratio d'aspect		16:9	
	Audio		PCM linéaire, 48 kHz, 24 ou 16 bits -24 LKFS (mean_volume: -17,5 dB et max_volume: -1,5 dBTP)	<i>Stéréo seulement</i>

*** Ne pas mettre la fonction annonce désactivable (skippable ad), car celle-ci ne fonctionne pas avec notre lecteur.**

*** Ne pas ajouter de décompte de pub, car nous en avons déjà un.**

*** Ne pas modifier le niveau de volume de l'utilisateur ou activer automatiquement le son.**

****Important****

Notre lecteur média est de ratio 16:9



Très important :
Aucun accent ou caractère spécial pris en charge dans le nom des dossiers et fichiers
(ex. : au lieu de « Théâtre d'ici.mov », écrire « Theatre_d_ici.mov »)

STANDARDS POUR TAG VAST

VIDÉO						AUDIO					
Chargement progressif	Codec	Ratio	Résolution (px)		Débit (kbps)	Fréquence d'images (images par seconde)	Codec	Débit (kbps)	Canal	Échantillonnage	Volume
MOV (.mov) MPEG 4 (mp4)	H.264	16:9	Élevée/HD	1920×1080	2500-4000	29,970 (NTSC) 25 (PAL) 23,976 (Film Look)	AAC	128-192	Stéréo	48 kHz	-24 LKFS <i>mean_volume: -17,5 dB</i> <i>max_volume: -1,5 dBTP</i>
				1280×720	1500-2500						
			Moyenne/SD	854×480	700-1500						
			Basse	640×360	500-700						

SKIPPABLE

* Ne pas mettre la fonction d'annonce désactivable (skippable ad), car celle-ci ne fonctionne pas avec notre lecteur.

DÉCOMPTE

* Ne pas ajouter de décompte de pub, car nous en avons déjà un.

VOLUME/SOURDINE

* Ne pas modifier le niveau de volume de l'utilisateur ou activer automatiquement le son.

Référence : [Ad Format Guidelines for Digital Video and CTV | IAB Tech Lab](#)

Notes importantes :

1. Si vous recueillez ou utilisez la publicité comportementale, assurez-vous qu'un avis approprié et un choix de l'utilisateur sont offerts. IAB Canada recommande le Programme canadien Choix de pub : <http://youradchoices.ca/fr/>; Octroi de taille de fichier supplémentaire pour l'icône/avis: 5 KB
2. «Initié par l'utilisateur» définit: L'initiation par l'utilisateur est l'action délibérée par l'utilisateur d'interagir avec une publicité. L'utilisateur peut interagir en cliquant sur la publicité ou en passant son curseur au-dessus d'elle (ou une portion). Un roll-over ou survol de la souris est défini comme l'action délibérée de l'utilisateur de laisser son curseur sur la zone active cible d'une publicité permettant une interaction, la pause devant durer au moins 1 seconde avant que la publicité ne démarre toute action (p. ex., déclencher une extension). Cette pause ou ce délai prévient les interactions non désirées et les faux rapports d'engagement de l'utilisateur.
3. L'utilisation max. du CPU de 20 % pour dans la page et 30 % pour plein écran est fondée sur le barème établi par les éditeurs du CPU de l'utilisateur final pour son public. Veuillez consulter chaque éditeur afin d'obtenir leurs barèmes pour vos tests. Avec Flash, les filtres et l'art vecteur peuvent causer une utilisation excessive du CPU.
4. Le contenu d'une unité publicitaire doit être clairement distinguable du contenu normal (c.-à-d.: avoir une bordure gris foncé autour, pour le différencier du contenu de la page/application).
5. Il est recommandé que tous les interstitiels aient une limite de fréquence d'un par heure par utilisateur au minimum.
6. Les unités publicitaires qui n'ont pas de taille fixe doivent avoir des dispositions équivalentes en portrait/paysage. Les tailles en pixels énumérées ci-dessus peuvent être inversées. Lorsque l'utilisateur ajuste son téléphone, le document créatif doit charger la publicité redimensionnée appropriée.
7. Les unités publicitaires personnalisées qui ne sont pas mentionnées ici (c.-à-d. : papier peint, microsites, etc.) peuvent être acceptées, mais les spécifications sont fondées sur les exigences des sites Web individuels et ne sont pas normalisées par IAB Canada.
8. Le document créatif doit être cliquable vers une page Web, PAS une application ou un fichier, à moins qu'il ne soit clairement indiqué dans la publicité ce à quoi l'utilisateur peut s'attendre après le clic. Tous les liens doivent s'ouvrir dans une nouvelle fenêtre.
9. IAB Canada encourage l'affichage de publicités de type média enrichi sur les appareils comme les téléphones intelligents et les tablettes, pourvu qu'elles utilisent HTML5 (Flash ne fonctionne pas sur la plupart des appareils).
10. La meilleure pratique est d'avoir une seule unité publicitaire avec média enrichi par page. La limite de fréquence recommandée est d'une par heure par utilisateur.
11. Les documents créatifs à résolution élevée peuvent être acceptés par certains éditeurs pour les images de qualité plus élevée sur les écrans à double densité/rétine. Le poids de fichier accepté pour ces documents créatifs à résolution élevée augmentera également, mais il ne doit pas dépasser le double de la taille de fichier indiquée dans ces lignes directrices. Vérifiez auprès du fournisseur de médias pour connaître les poids de fichier acceptés. Pour identifier ces documents créatifs, indiquez 2x dans le nom du fichier.

Lignes directrices HTML5:

L'octroi de taille de fichier HTML5 compressé (.zip) comprend tous les actifs dans un ensemble publicitaire, qui seront affichés lors du chargement. Les actifs doublés pour les affichages haute résolution sont considérés comme un actif dans l'ensemble publicitaire, contribuant respectivement à la taille globale du fichier.

Comprend HTML, images, CSS, JavaScript, fichiers de police, média et tout autre fichier qui contribue à l'affichage de la pub, compressé.

Conventions de désignation de document créatif/balise:

Convention de désignation de document créatif: Langue_Taille_Client_Campagne_CréatifVersion.Type de fichier (Exemple: fr_300x250_gm_cadillac_c01.html)

Convention de désignation de balise publicitaire: Langue_Taille_Client_Campagne_BaliseVersion.Type de fichier (Exemple: fr_300x250_gm_cadillac_t01.txt)

Version: Le c01 ou t01 à la fin d'un document créatif publicitaire ou d'une balise publicitaire, indique «créatif version un» ou « balise version un». Chaque fois qu'un document créatif publicitaire est révisé, la version doit être changée pour c02, c03, etc., afin que les opérations publicitaires puissent publier la bonne publicité.

Timbre dateur (opérations publicitaires de l'éditeur uniquement): lorsqu'un document créatif publicitaire est reçu d'une agence, un timbre dateur peut être ajouté à la fin du créatif de la façon suivante: Langue_Taille_Client_Campagne_c01_AnnéeMoisJour.Type de fichier (Exemple: fr_300x250_gm_cadillac_c01_121204.swf)

Voir le point 11 ci-dessus pour l'identification des tailles de fichier plus grosses.

Conventions nom de placement:

Afin d'accélérer le processus d'une campagne réservée, poussée en ligne et payée, IAB Canada recommande une méthode normalisée pour nommer les placements sur les serveurs publicitaires de l'éditeur et de l'annonceur (s'il y a possibilité d'ajuster, car certaines entreprises ont des schémas généraux de désignation):

Agence_Client_NomCampagne_NomÉditeur_DescriptionPlacement_DescriptionPrix_TaillePub_Ciblage_DescriptionCréatif_Langue

Exemple: M2_Toyota_Scion_Casale_ROM_CPM_300x250_M18-54_Roadshot_FR