



NORMES TECHNIQUES DE LIVRAISON DES MESSAGES PUBLICITAIRES RADIO POUR CBC/RADIO-CANADA V1.2 (20 avril 2015)

Les spécifications techniques définies dans ce document s'appliquent à tous les messages publicitaires fournis pour diffusion aux réseaux radio anglais et français de CBC/Radio-Canada. CBC/Radio-Canada se réserve le droit de refuser tout message publicitaire ne répondant pas aux normes audio de ce document.

SPÉCIFICATIONS

Versions Les messages publicitaires doivent être livrés en version stéréo ou mono.

Support Fichier électronique uniquement

Format de fichiers audio Le format préféré est le **format linéaire PCM .wav non compressé** (24bits/48kHz). Si le fournisseur ne peut pas livrer ce format de fichier, d'autres formats seront acceptés:

FORMAT FICHIER		TAUX COMPRESSION (kbps/canal)	RÉSOLUTION (bits)	FRÉQ. ÉCHANTILLONNAGE (kHz)
Linéaire PCM	.wav	Non compressé	24	48
Broadcast Wave MPEG1 Layer II	.wav	192 kbps/canal	16	48
Linear PCM	.wav	Uncompressed	16	48, 44.1
MPEG1 Layer III	.mp3	160-320 kbps/canal	16	48, 44.1

Note : Tous les autres types de fichiers doivent être approuvés à l'avance car ils pourraient causer des problèmes durant le processus de conversion de format. Si possible, il serait souhaitable d'utiliser l'outil Pro Tools pour mesurer la durée exacte du contenu.

Allocation des pistes Piste 1: Canal gauche
Piste 2: Canal droit

Niveau de référence du contenu -20dBFS, correspond à +4dBu. Il doit être conséquent avec le contenu audio enregistré.

Niveau crête absolu max. -2dBTP (dB True Peak)

Bande passante allouée 20Hz-20kHz

Compatibilité Mono Doit être assurée en tout temps.

Sonie du message publicitaire (loudness en anglais)

- La **sonie intégrée** du message publicitaire ne devrait pas excéder **-24LKFS +/-1LU**. La sonie intégrée est mesurée sur tous les canaux pour la durée complète du message publicitaire à l'aide d'un volumètre utilisant l'algorithme de l'UIT-R BS.1770-3.
- CBC/R-C se réserve le droit d'ajuster la sonie moyenne du message publicitaire pour que celle-ci soit égale à la sonie moyenne du programme en cours.

Structure du message publicitaire Le fichier doit suivre la structure suivante:

Pour ICI Musique		Pour Radio 2	
DURÉE	AUDIO	DURÉE	AUDIO
¼ sec	Silence	----	(pas de silence)
----	Message publicitaire	----	Message publicitaire
¼ sec	Silence	----	(pas de silence)

SPÉCIFICATIONS (suite)

- Qualité subjective audio
- La globalité du contenu audio doit être de qualité supérieure, libre de tout parasite.
 - La globalité du contenu audio doit offrir un écart dynamique acceptable.
 - Le timbre doit être naturel et agréable et l'intelligibilité du dialogue doit être maintenue sur la totalité du message publicitaire.

Qualité du fichier Le fichier doit être exempt de toute dégradation audio tels que des erreurs numériques, des artefacts de compression ou de codage, etc.

Nommage des fichiers Le nom du fichier devra inclure les informations suivantes:

ORDRE	ÉLÉMENT	DESCRIPTION
1 ^{er}	Date	Première diffusion anticipée approximative (JJMM). Si cette information n'est pas disponible, inscrire «XXXX».
2 ^e	Fournisseur	Nom de la compagnie qui fournit le matériel.
3 ^e	Annonces	Nom de l'annonceur qui apparaît dans le matériel.
4 ^e	Description	Titre du message publicitaire.
5 ^e	Durée	Durée du message donnée en secondes, ex. : 15, 30, 60.

Notes:

- Les éléments dans le nom doivent être séparés par un trait de soulignement « _ ».
- Le nom du fichier ne doit pas contenir d'accent, caractère spécial ou espace.
- La longueur maximale du nom de fichier complet ne doit pas excéder 80 caractères.

Ex: 2406_ProductionsXYZ_MagasinDuCoin_SpeciauxDeLaSemaine_30.wav

Livraison du matériel Les fournisseurs de contenus doivent contacter CBC/Radio-Canada pour obtenir de l'information sur les méthodes de livraison.

RADIO-CANADA	CBC
Pour toutes questions, veuillez contacter: codepub@radio-canada.ca (514) 597-4244	Pour toutes questions, veuillez contacter: pmgcommercialmanagement@cbc.ca (416) 205-8764