

PROCÉDURE DE LIVRAISON ET ÉCHÉANCES

L'équipe de la Diffusion Commerciale de Radio-Canada souhaite vous accompagner dans la réussite de votre production et livraison de messages télévisuels. Voici les étapes à suivre:

1. MATÉRIEL PUBLICITAIRE

Les messages publicitaires doivent respecter nos spécifications techniques qui s'appliquent aux messages publicitaires destinés à la diffusion sur toutes les stations de télévision de Radio-Canada. Depuis le 1er septembre 2014, tous les messages doivent être sous-titrés. Le matériel, les instructions de diffusion et le Telecaster doivent être disponibles 5 jours avant la première date de diffusion si possible.

Pour plus de détails : [Spécifications techniques](#)

2. APPROBATION DU TELECASTER

Nous recommandons à tous les annonceurs d'obtenir une approbation de diffusion télévisuelle par l'organisme **ThinkTV** (gratuit), ou tout autre organisme qui opère avec Telecaster, et ce dès les premières étapes du script. Il demeure votre meilleur outil afin d'assurer la légalité de votre message, qui est de votre responsabilité. La Société Radio-Canada se réserve le droit d'exiger à sa conformité légale avant sa diffusion.

Pour plus d'information voir [ICI](#)

Pour créer un profil, veuillez vous rendre sur ce [lien](#) et utiliser le bouton « **s'inscrire.** »

MÉTADONNÉES EXIGÉES

Que ce soit pour l'envoi de votre matériel ou dans les instructions de diffusion, nous avons besoin des informations suivantes:

- **Annonceur** : Nom de l'annonceur
- **Titre** : Titre du message publicitaire
- **AdID ou identifiant unique**: Explications ci-dessous
- **Durée** : Durée du message
- **Numéro Telecaster** : Si disponible

QU'EST-CE QU'UN ADID ?

Un AdID (identifiant commercial) est un code d'identification unique associé à un message publicitaire. Ce code est composé d'une série de lettres, chiffres et caractères de base déterminés par les producteurs / clients / agences. Le AdID ne correspond pas au titre du message, mais le titre peut apparaître dans le AdID. Il est absolument nécessaire que chaque message livré ait un identifiant unique (AdID). Si votre maison de production utilise déjà un code de classement interne, vous pouvez utiliser celui-ci dans la création de votre AdID. Aucun caractère spécial n'est accepté (% , # , ? etc.)

À Radio-Canada, nous acceptons un AdID avec un maximum de 30 caractères.

Pour en savoir plus voir [ICI](#)

3. MÉTHODES DE LIVRAISON

Radio-Canada recommande la livraison du matériel publicitaire par :

Extreme Reach Canada	csrcanada@extimereach.com	SRC (Radio-Canada) Montreal Hub
LaMajeure	distribution@lamajeure.com	Montreal Hub
MSTR.TV-Audio Z	distribution@audioz.com	SRC Société Radio-Canada
DMDS/Yangaroo	affiliates@yangaroo.com	SRC TV
Comcast (É.-U.)	addelivery_support@comcast.com	ICI Radio-Canada
Airdate/SpotGenie	support@spotgenie.com	CBFT, RDI, SRC Network

Il est aussi possible d'envoyer votre message par **Faspex** (gratuit) qui remplace maintenant notre système FTP/We transfer. Pour toutes demandes de renseignements, veuillez envoyer un courriel à modalite@radio-canada.ca. **Une seule demande d'invitation est requise par personne la première fois que vous avez besoin de créer un compte.**

Tous les messages doivent être sous-titrés (fichier .scc ou intégré au fichier). 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. Le timecode et le nom du fichier .scc **doit être identique** à celui de la vidéo.

4. INSTRUCTIONS DE DIFFUSION

Veuillez svp nous faire parvenir vos instructions de diffusion via notre [Formulaire](#).

Peu importe si vous utilisez ou non ce formulaire, assurez-vous que vos instructions de diffusion contiennent les informations suivantes :

Nom de l'annonceur: (le même que sur votre contrat)	Maison Lafortune
Titre du message :	Solde pantalons juillet 2023
AdID:	MLSPJUILLET202330F
Durée:	30 secondes
# Telecaster	Si disponible
Stations:	SRC, CBFT, CKSH etc
Rotation:	100%/ 50%/50%
# proposition(s)	10175136

***Aucun caractère spécial, espace et accent n'est accepté.**

5. CODE PUBLICITAIRE

Ensuite, notre équipe du Code publicitaire verra à ce que le message n'enfreint pas notamment [les politiques de programmation](#) de la Société d'État.

MESSAGES RÉVISÉS

TYPE DE RÉVISIONS	EXIGENCES ADID ET INSTRUCTIONS DE DIFFUSION	GESTION DU MATÉRIEL PUBLICITAIRE
Script et vidéo	<ul style="list-style-type: none">• Nous considérons ceci comme un nouveau message ou une deuxième version• Besoin d'une nouvelle instruction• Besoin d'un nouveau AdID (ajouter V2, V3 si vous désirez conserver la version l'original)	Le message révisé aura un nouveau numéro maison (CF)
Révisions Techniques <ul style="list-style-type: none">• Vidéo• Audio• Fautes d'orthographe• Sous-titrage• Problème de durée ou de timecode	<ul style="list-style-type: none">• Nous considérons ceci comme une révision technique (RT)• Besoin d'une nouvelle instruction• Révision du AdID (ajouter RT à la fin, RT2 si vous désirez réviser un message qui est déjà un RT)• Ceci est pour assurer que la révision remplace bien la version originale.	Le message RT aura un nouveau numéro maison (CF) et remplacera l'ancien numéro.

NOS ÉCHÉANCES

Jours	Fermeture des horaires	Heure de fermeture
Lundi	Mardi	14h
Mardi	Mercredi	14h
Mercredi	Jeudi	14h
Jeudi	Vendredi	14h
Vendredi	Samedi	10h
Vendredi	Dimanche et lundi	14h

Questions? Veuillez vous adresser à modalite@radio-canada.ca ou à sophie.jubinville@radio-canada.ca