

## IAB Canada: Résumé final de l'EPUC, 18 juillet 2008 mis à jour

### Définitions

Création publicitaire classique = gif, jpg et Flash standard de moins de 40k

Création publicitaire en médias enrichis = extensible, flottante, à téléchargement "poli" de plus de 40k, vidéo

### Date limite des documents créatifs

Annonces classiques : à soumettre au fournisseur 3 jours avant le lancement

Annonces en médias enrichis et en vidéo : à soumettre au fournisseur au moins 5 jours "

**NOTE :** Si l'annonceur ou l'agence utilise un fournisseur tiers, on recommande que les documents créatifs soient soumis au fournisseur 10 jours avant le lancement.



Bureau de  
la publicité  
interactive  
du Canada +

Format EPUC	Unités publicitaires intégrées		Annonces extensibles			Annonces flottantes	
	Creatif de base	Médias enrichis	Médias enrichis			Médias enrichis	
	Taille du fichier	Taille du fichier	Taille du fichier	Dimensions max. (vers le bas)	Dimensions max. (vers la gauche)	Taille du fichier	Dimensions
Super bannière (728x90) Ïlot (300x250) Gratte-ciel (160x600)	40k	40k chargement initial, 2.2Mb chargement progressif*1	40k chargement initial, 2.2Mb chargement progressif*1	728x360 s.o. s.o.	s.o. 600x250 320x600	80k chargement initial, 2.2Mb chargement progressif*1	Consultez la Base de données des caractéristiques des publicités par éditeur*2 pour vérifier les restrictions spécifiques des éditeurs pour les dimensions.
Fonctionnalité	Animation	*Jusqu'à 30 secondes automatiquement. Illimitée pendant une interaction.	* Jusqu'à 30 secondes automatiquement. Illimitée pendant une interaction. * <u>Extensible seulement par intervention de l'utilisateur</u> . - S'étend au contact du curseur et se comprime au retrait ou par un clic et se comprime en cliquant sur "X". * Boîte "Fermer" (X) coin supérieur droit, Arial 12pt (dans Word) ou 16pt (dans Photoshop/Flash).			* Jusqu'à 10 secondes de flottement. Illimitée pendant une interaction. * Boîte "Fermer" (X), coin supérieur droit, Arial 12pt (dans Word) ou 16pt (dans Photoshop/Flash).	
	Audio	Activé uniquement par un clic. Si audio, bouton allumé/éteint requis. Commande de volume optionnelle.					
	Flash	Maximum 30 images/seconde, jusqu'à Flash 8.0 inclusivement. (NOTE : Fichiers de sauvegarde .gif ou .jpg requis avec toute création Flash.)					
	Général		* Invitation à l'action ("pointer avec la souris pour agrandir" ou "cliquer pour agrandir") recommandée pour que l'utilisateur comprenne la fonctionnalité de l'annonce.	* Les unités flottantes sont offertes avec ou sans annonces associées *2 * Les composantes flottantes devraient faire l'objet d'un suivi de la fréquence *2 <b>Consultez la Base de données des caractéristiques des publicités par éditeur</b>			

### Annonces vidéo en ligne

(Peut apparaître avant, pendant et après un contenu vidéo. Appellées communément "pre-roll video".)

Durée	Rapport de forme	Taille du fichier brut	Annonce associée	Audio	Codecs acceptés	Conteneur	Fonctionnalité
Jusqu'à 15 secondes Jusqu'à 30 secondes	16:9 ou 4:3*2	Minimum 2 Mb/s	Varie selon l'éditeur*2	Peut s'activer automatiquement	MPEG2, WMV, H.264/AAC, MPEG4	.mov, .avi, .wmv	30 images/seconde maximum

\*1 - Possibilité de fichier progressif plus gros (jusqu'à 4.4 Mb), mais doit être adapté par le fournisseur de médias enrichis à l'avance. NOTE : Coûts des fournisseurs tiers et du téléchargement poli payables par l'Annonceur.

\*2 - Veuillez consulter la Base de données des caractéristiques des publicités par éditeur.

\*3 - L'EPUC d'IAB Canada **N'ACCEPTE PAS** les formats suivants :

- \* Annonces *pop-up* ou *pop-under*
- \* Annonces audio. Sauf pour les publicités vidéo diffusées sur un canal vidéo, le son doit TOUJOURS être activé par le clic de l'utilisateur.
- \* Les annonces pré-agrandies

Universal ClickTAG Info/Code:

[http://www.iabcanada.com/clicktag/fr\\_clicktag.shtml](http://www.iabcanada.com/clicktag/fr_clicktag.shtml)

### NOUVELLE convention d'appellation :

langue\_taille\_client\_campagne\_typedeversion01,02,03,etc.

Exemple de document creatif: en\_300x250\_gm\_cadillac\_c01.swf

Exemple de document publicitaire: en\_300x250\_gm\_cadillac\_t01.txt

### Version

Le c01 ou le t01 à la fin signifie "version 01 du document créatif" ou "version 01 du document publicitaire (t=tag)". Si le document est révisé et retransmis à l'éditeur, on devrait le numéroter c02, c03, etc. pour retracer facilement la dernière version.

### Date

Quand une publicité est reçue par l'éditeur,

il ajoute la date à la fin de l'appellation comme ceci :

langue\_taille\_client\_campagne\_c01\_annéemoisjour.swf

Exemple: en\_300x250\_gm\_cadillac\_c01\_081204.swf