

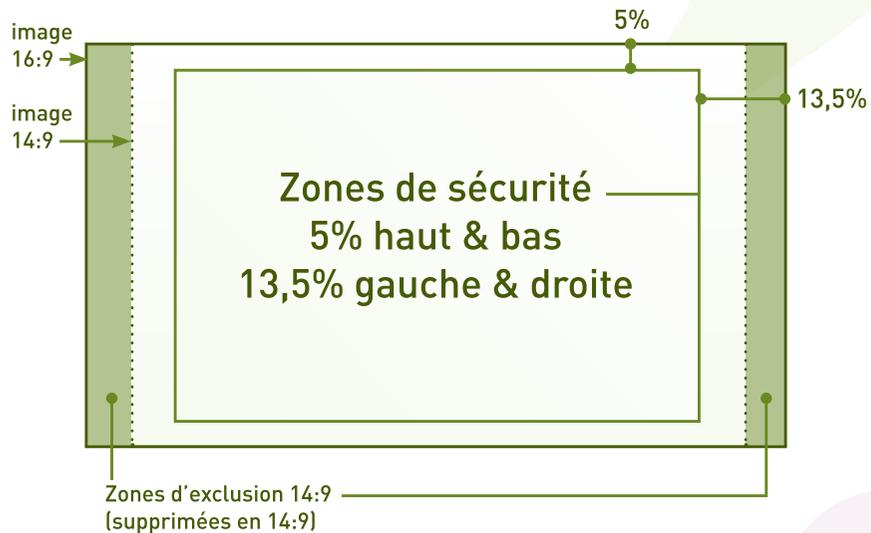
Shoot to Protect 14:9, zones de sécurité

➔ La production et la finalisation du film doivent s'effectuer en tenant compte du fait que les bords gauche et droit seront toujours coupés lors du passage en 14:9.

Les éléments critiques de l'image doivent être placés à l'intérieur d'une zone de sécurité, pour éviter d'être amputés par certains récepteurs TV.

La diversité fonctionnelle des produits grand public (téléviseurs, décodeurs, etc.) et des usages qui en sont faits par les téléspectateurs rendent impossible - même en ne considérant que la seule

diffusion 4:3 - de prévoir de manière certaine la qualité et le format de la réception finale dans tous les cas. En conséquence, aucune zone de sécurité ne saurait apporter une garantie totale. La définition de zones de sécurité ne peut être qu'un compromis et la référence à celles-ci s'apprécie selon les exigences propres à chaque film.



SNPTV 01/2008 - N° SIREN 421 240 508 - contact : pubtv@snptv.org
Document préparé avec l'aide de Beam TV - conception : Zegroup - 01 53 63 88 88

Parrainage TV

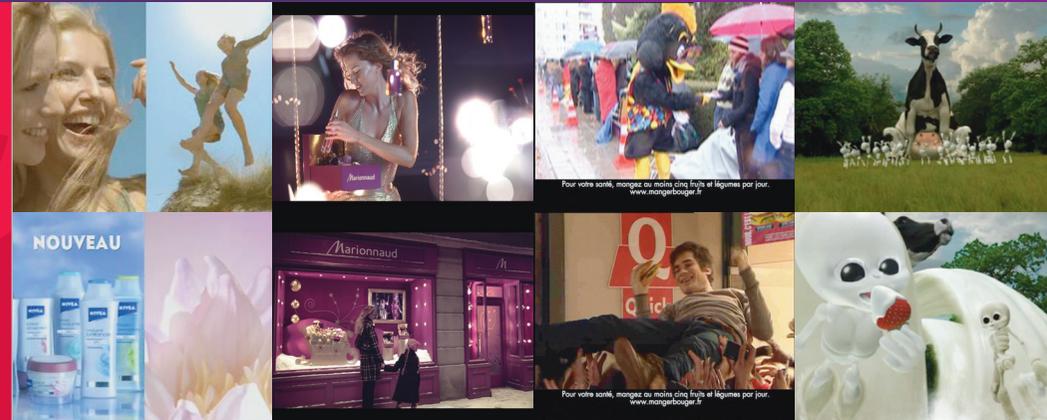
Ces dispositions s'appliquent également aux éléments fournis dans le cadre des opérations de parrainage.

Renseignez-vous auprès des régies publicitaires TV concernées ou du BVP.

Déathlon / Young & Rubicam



En 2008, la publicité TV passe en 16:9



Le mercredi
2 avril 2008,
la publicité TV se fait encore plus belle !

SNPTV

SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

1, quai du Point du Jour F- 92656 Boulogne Cedex
Tél. : +33 (0)1 41 41 43 21
Fax : +33 (0)1 41 41 43 30
pubtv@snptv.org
pc : snptv.org • mobile : snptv.mobi



Pourquoi le 16:9 ?

➔ L'image 16:9 est plus grande et plus large. Elle offre une plus grande liberté créative et expressive. Le parc 16:9 installé progresse inexorablement. Les écrans 16:9 représentent la grande majorité des ventes. La réception numérique se développe rapidement, l'extinction de la diffusion analogique est programmée. La plupart des chaînes basculent l'ensemble de leur programmation en 16:9. Elles produisent ou font produire uniquement en 16:9 depuis plusieurs années. Pour celles-ci, la diffusion de la publicité en 16:9 débutera au printemps 2008.

Master unique 16:9, bandes-antenne, avis avant diffusion BVP

Toutes les régies ne démarreront pas la diffusion 16:9 en même temps. Cependant, à partir d'un master unique 16:9, il est possible d'effectuer une seule demande d'avis BVP par film et de livrer les régies 16:9 et les régies 4:3, à partir de ce master unique.

➔ Les principes à respecter sont les suivants :

- Produire et finaliser au format 16:9. Le master final doit être en 16:9 FHA (*) (ou HD).
- Soumettre au BVP le film en 16:9 FHA uniquement. Si la demande d'avis est faite en ligne, veiller à la bonne prise en compte du format d'image (*image aspect ratio 16:9*) au moment de l'encodage.

Le BVP est en mesure d'accepter les films 16:9 depuis le 14 JANVIER 2008.

(*) FHA = Full Height Anamorphic (Pleine Hauteur, Anamorphosée).

Les régies publicitaires passant en 16:9 en 2008.

Certaines régies publicitaires TV ont accepté les films au format 16:9 dès le 14 janvier 2008. A partir du 2 AVRIL 2008, elles diffuseront en 16:9 et accepteront UNIQUEMENT des bandes-antennes 16:9.

Les régies publicitaires concernées sont, dans un premier temps :

- CANAL + Régie (seule la bande-antenne pour Canal + le Bouquet est concernée)
- FRANCE TELEVISIONS Publicité
- TF1 Publicité
- M6 Publicité : courant 2008

A partir du master 16:9, établir :

- d'une part, des **bandes-antennes 16:9 FHA (ou HD) pour les régies 16:9.**
- d'autre part, les **bandes-antennes 4:3 IMAGE 14:9 LETTERBOX pour les autres régies.**

Attention

La soumission au BVP du film en 16:9 uniquement n'est possible que s'il s'agit du format de production et de *masterisation* ET si les bandes-antennes destinées au 4:3 sont préparées selon les principes 4:3 image 14:9 LETTERBOX à partir du *master 16:9*.

Si, par exemple, pour des raisons créatives, le format 4:3 est obtenu par une autre méthode, chaque format doit faire l'objet d'un avis BVP spécifique.

Pourquoi le 14:9 LETTERBOX ?

Les régies publicitaires membres du SNTPTV ont adopté une position commune concernant la mise à l'antenne des films 16:9 sur les chaînes et réseaux 4:3 afin d'en harmoniser la présentation :

- Sur les chaînes et réseaux 4:3 des régies publicitaires 16:9, l'image sera en 14:9 LETTERBOX ; la conversion étant réalisée par la régie TV.
- Les autres régies publicitaires TV adopteront le même principe quand elles passeront en 16:9. D'ici là, elles doivent être livrées en 4:3 avec l'image en 14:9 LETTERBOX.

Calendrier

Tous les films publicitaires pour les régies publicitaires 16:9 doivent être livrés en 16:9 à partir du 14 JANVIER 2008. Leur diffusion 16:9 débutera au plus tard le 2 AVRIL 2008.

Mentions

Pour l'évaluation de la taille, de la lisibilité et de la durée d'exposition des mentions, il doit être tenu compte de leur réduction lors du passage en 14:9 LETTERBOX.

A titre indicatif, pour obtenir une taille t' en 14:9 LETTERBOX, prévoir 1,17 x t' en 16:9, sans préjudice des dispositions de la recommandation « mentions et renvois » du BVP*.

P.e : 1,17 x 7% = 8,2% au moment de la finition 16:9.



FNAC / TBWA/Paris



Audi / DDB Paris



Daddy / BETC Euro RSCG



Fiat / Leo Burnett

Il en est de même pour les temps de présence des mentions déroulantes horizontales. Les bords latéraux (gauche et droite) de l'image étant tronqués lors du passage en 14:9, ce temps est diminué. Il convient également de tenir compte des **zones de sécurité** latérales (voir en dernière page). Au moment de la finition 16:9, pour obtenir une durée 'd' en 14:9 LETTERBOX, prévoir 1,37 x 'd' en 16:9. P.e : 5 secondes en 14:9 = 6,85 secondes en 16:9.

*www.bvp.org