

introduction

Dans le but d'uniformiser la gestion de ses documents audiovisuels, SAVOIR MÉDIA a élaboré le cahier des charges suivant s'adressant aux producteurs d'Émissions destinées à être diffusées sur ses ondes ou sur sa plateforme.

Ce document est conçu pour guider le PRODUCTEUR dans la production de l'Œuvre selon les normes et les requis techniques exigés pour la diffusion. Il est donc important de le consulter dès la préproduction afin de s'assurer de rencontrer tous les requis.

Pour toute question relative aux données et documents à fournir, vous pouvez contacter Michèle Sabourin par courriel : msabourin@savoir.media ou par téléphone au 514 509-2222 poste 211.

mise en contexte

ligne éditoriale

Dédié à la transmission de la connaissance, SAVOIR MÉDIA invite la population à comprendre et à réfléchir au monde qui nous entoure. Que ce soit à propos d'enjeux en sciences, santé, société, technologies, éducation, arts ou histoire, la programmation captive en proposant des productions axées sur une « légèreté didactique ». Notre ton convivial et stimulant laisse la place aux explications sur une multitude de sujets, afin de combler le désir d'apprendre. Nos contenus, fiables et de qualité, sont validés par des expert.e.s dont la renommée est connue et reconnue.

Notre public, avide de comprendre

Les contenus de SAVOIR MÉDIA s'adressent à des personnes curieuses, qui souhaitent pousser la réflexion et en apprendre davantage sur notre monde. Nos contenus nourrissent les questionnements de notre public sur des problématiques qui le touchent et qui l'interpellent. Provenant d'ici et d'ailleurs dans la francophonie, notre auditoire désire s'informer et comprendre. Il puise dans notre offre de contenu une source renouvelée de plaisir et de fascination.

Propulser le savoir

Loin des impératifs commerciaux, SAVOIR MÉDIA ne considère pas son public comme une cible publicitaire et met plutôt la connaissance au centre de sa mission. Nos contenus sont retenus et conçus sur la base de leur qualité, autant dans le fond que dans la forme. Nous prenons également en compte leur fiabilité et leur convergence avec les thématiques, la programmation, de même que notre mission et nos valeurs. Par le fait même, nous valorisons les milieux de création du savoir, que ce soient les établissements d'enseignement postsecondaire ou d'autres institutions québécoises de recherche, de même que les institutions culturelles (musées, bibliothèques, etc.).

Notre force : notre légèreté didactique

Alors que nos contenus sont fouillés, crédibles et validés par des expert.e.s, notre ton se veut accessible, enthousiaste, agréable et dynamique. Nous croyons que le plaisir favorise l'apprentissage et qu'une bonne dose de passion de la part des intervenant.e.s est essentielle. C'est ce que nous qualifions de « légèreté didactique », un équilibre entre le factuel de nos contenus et la convivialité de notre approche. Cette complémentarité à l'écran se prolonge jusque dans la manière dont nous nous adressons au public et aux expert.e.s. Le respect que nous portons à ces derniers et dernières se traduit dans le vouvoiement, et ce, même si nous les interpellons par leur prénom afin de rendre la relation plus chaleureuse. Nous suggérons la même courtoisie à l'animation avec les invité.e.s ou, s'il y a plusieurs personnes à l'animation, lors des échanges entre eux et elles.

Le souci de l'inclusivité

SAVOIR MÉDIA est conscient de l'importance des mots et du « plafond de verre linguistique » incarné par des règles comme « le masculin l'emporte sur le féminin ». C'est pourquoi nous privilégions une écriture inclusive et non-sexiste. Concrètement, cela se traduit en quelques principes généraux :

- privilégier autant que possible l'écriture épïcène, c'est-à-dire neutre (« le corps professoral » au lieu de « les professeur.e.s »);
- lorsque le mot se conjugue facilement au féminin par l'ajout d'un « e », écrire le doublet abrégé (« les expert.e.s », « les invité.e.s », « les étudiant.e.s »);
- lorsque la forme féminine est plus complexe, écrire le doublet long (« les traducteurs et les traductrices », « les collaborateurs et les collaboratrices »).

Ces principes sont adaptables. Par exemple, dans nos communications courtes, nous privilégions la formulation neutre et le doublet abrégé (même pour des formes féminines plus complexes, comme « traducteur.trice »). Lorsque le cas s'applique, nous pouvons également utiliser des mots neutres, mais de registre plutôt familier, comme « prof ».

Pour nos titres et descriptifs d'Émission, nous tentons d'être le plus neutre possible.

bande-annonce

Le **PRODUCTEUR** fournit à ses frais 2 bandes-annonces présentant l'Œuvre qui respectent les éléments suivants :

- une courte de 15 secondes;
- une longue de 30 secondes;
- apparition du titre de l'émission entre le début et la 6^e seconde; disparition du titre par la suite;
- aucune référence à des marqueurs temporels (par exemple : Cette semaine..., Cet hiver..., Ce soir..., etc.) ou à des identifiants de Savoir média puisque ces éléments seront ajoutés par Savoir média par la suite;
- aucune mention en texte durant les 6 dernières secondes.

Une courte bande-annonce par épisode peut également être fournie tout en respectant les mêmes éléments que la bande-annonce de l'Œuvre (version courte).

Les bandes-annonces de l'Œuvre doivent être livrées au moins quatre (4) semaines avant la diffusion de la première Émission.

extraits

Le **PRODUCTEUR** fournit à ses frais 3 extraits de l'Œuvre qui respectent les éléments suivants :

- durée approximative de de 2 minutes par extrait;
- version *clean*, *textless* (sans texte, mono);
- format Quicktime, Résolution HD;
- doivent représenter des moments forts de l'Œuvre puisqu'ils seront utilisés à des fins de promotion.

Les extraits de l'Œuvre doivent être remis à la livraison finale des émissions.

photographies

Le **PRODUCTEUR** fournit à ses frais le matériel photographique suivant :

- au minimum quatre (4) fichiers numériques originaux reflétant le sujet de l'Émission : les lieux, le contenu, les expert.e.s, etc;
- pour les productions avec animateur.trice, au minimum quatre (4) fichiers numériques originaux (en sus des photographies sur le sujet), dont au minimum un (1) en format plein écran.

Les fichiers numériques sont d'une résolution minimale de 300 dpi de photographies couleurs générales de l'Œuvre en format 8" X 10" et formats horizontaux et verticaux. Les photographies doivent pouvoir être recadrées au format 16:9.

Puisque ces photos seront utilisées tout au cours de l'année, le **PRODUCTEUR** s'assurera de fournir un choix varié, tant au niveau du cadrage que des expressions et des vêtements. Il faut donc éviter de prendre les personnes dans un contexte trop identifié à l'été ou à l'hiver. Les photos devront avoir été approuvées au préalable par la ou les personnes photographiées. Chaque photo doit être accompagnée d'une identification de la ou des personnes photographiées. Au besoin, préciser l'ordre dans lequel elles apparaissent (par exemple : de gauche à droite).

Les photos peuvent être de type « plateau » et de type « mise en scène ». Le matériel photographique doit être dans sa forme originale et être représentatif du contenu de chacune des Émissions.

Des photos tirées d'un ruban numérique de format HD exclusivement (captures d'écran) peuvent être acceptées. Ce matériel doit être clairement identifié par le titre de l'Émission et indiquer les noms des personnes photographiées.

Le matériel photographique illustrant de façon générale l'Œuvre doit être livré au moins quatre (4) semaines avant la diffusion de la première Émission.

Pour tout matériel photographique, s'il y a une obligation contractuelle, le **PRODUCTEUR** fournira le texte de la mention obligatoire devant accompagner la ou les photo(s).

matériel graphique

Le **PRODUCTEUR** fournit à ses frais le matériel graphique suivant :

- un fichier (format .eps ou .png) d'une résolution de 300 dpi contenant le titre de l'Œuvre, tel qu'affiché au générique, sur un fond transparent.

document terminé promo-diffusion

Le document checklist promo-diffusion doit être rempli, terminé et envoyé au responsable de la production au moins quatre (4) semaines avant la diffusion de l'Œuvre.

campagne de publicité

SAVOIR MÉDIA se réserve le droit d'organiser toute campagne de publicité sur ses ondes ou sur son site Internet, des activités de publicité et de promotion ou d'effectuer des opérations de relations publiques ou de presse.

Avant de mettre en marche une campagne de publicité, de promotion et/ou de relations publiques, le **PRODUCTEUR** doit recevoir l'autorisation et l'approbation préalable de **SAVOIR MÉDIA** afin que ces activités soient cohérentes avec la stratégie de communication de **SAVOIR MÉDIA**.

Dans toute publicité imprimée, campagne de promotion ou lors d'événements destinés à la presse notamment dans les dossiers de presse, affiches ou autres documents promotionnels, le **PRODUCTEUR** s'engage à ce que le nom et le logo de **SAVOIR MÉDIA** soient mentionnés et reproduits selon les normes graphiques de **SAVOIR MÉDIA**.

conseils de scénarisation

Afin d'atteindre notre « légèreté didactique », voici quelques conseils pour la scénarisation de la narration :

- Privilégier les phrases courtes, sans inversion, enlignant le sujet, verbe et complément dans cet ordre.
- Favoriser des mots qui font image et des verbes d'action, afin d'évoquer rapidement ce qui est en jeu. Réduire les concepts abstraits au minimum; lorsque ces concepts abstraits doivent être abordés, les définir rapidement.
- Éviter la surabondance d'adverbes puisqu'ils alourdissent un texte prononcé oralement.
- S'adapter au produit et au genre souhaité pour l'Émission (un magazine n'adoptera pas le même langage qu'une série documentaire).
- Ne pas faire référence à des marqueurs temporels très forts, comme l'actualité (« on le voit dans les derniers événements concernant... »), le moment du jour (« bonsoir ») ou la saison en cours, puisque nos contenus sont diffusés sur une longue période.
- Toutes les Émissions livrées à **SAVOIR MÉDIA** peuvent être segmentées pour la plateforme ou les réseaux sociaux. Comme ce sont les expert.e.s qui y figurent qui donnent de la crédibilité à nos contenus, il importe de répéter les supers des expert.e.s dans chacun des blocs, donc minimalement trois fois dans une Émission de trente minutes ou un expert revient dans chacun des blocs.

consignes de rédaction pour les résumés, les compléments d'information et les supers vus à l'écran

SAVOIR MÉDIA se base sur les recommandations émises par l'OQLF (l'Office québécois de la langue française) dans la rédaction des textes apparaissant sur la plateforme. En voici quelques-unes dont l'usage est fréquent :

- Tous nos titres de série doivent être écrits en caractères italiques lorsqu'ils se retrouvent dans le corps d'un texte.
- Dans nos titres : la première lettre est majuscule et les suivantes sont minuscules (par exemple : Art massif, La grande tournée, Telle est la question).
- Titre de la série : épïcène, max 70 caractères et si possible qui ne commence pas par Le, La, Les ou L'; éviter aussi les mots vides comme un, une, et, avec...
- Titre des épisodes : 40 caractères maximum, éviter les titres trop vagues, pas de « épisode x ».
- Les titres des expert.e.s doivent refléter la raison pour laquelle ils.elles sont interrogé.e.s. Si le titre de l'expert.e est particulièrement long, nous privilégions un titre court pour les supers et le titre complet durant le générique. Les titres doivent toujours être approuvés en amont par la personne concernée.
- Nous féminisons les abréviations, comme « Dre ».
- « Dr » et « Dre » ne prennent pas de point et on favorise l'abréviation sans exposant.
- Le titre « docteur.e », placée avant un nom, est utilisé pour désigner les médecins, les dentistes et les vétérinaires. On l'utilise aussi pour des chiropraticien.ne.s, des optométristes, des pharmaciens.ne.s, des podiatres et des psychologues (pour ces derniers, l'adhésion à leur ordre professionnel exige un doctorat), tant que leur profession est indiquée tout de suite après (exemple : Dre Julie Dupont, pharmacienne). Dans le cas des autres titulaires de doctorat, on peut l'écrire après le nom (exemple : Julie Dupont, docteure en chimie). On évite « Ph. D. ». En cas de doute, se référer à la page de la banque de dépannage linguistique de l'OQLF à ce sujet.
- Le terme « spécialiste » n'est autorisé que par certains ordres accréditeurs, comme le Collège des médecins. En cas de doute, utilisez « expert.e ».
- Pour le titre des invité.e.s, il faut l'écrire comme suit, dans cet ordre, majuscules et virgules incluses :
Prénom Nom
Titre (vérifié auprès de la personne), Département (le cas échéant), Nom de l'institution ou de l'organisme
- Quand elles existent, écrire les abréviations usuelles (UQAM, UQAT, UQO, ETS, etc.) et non le nom complet de l'université.
- Voici comment on devrait trouver chaque nom dans le document terminé :
Martin Tremblay
Sociologue, Département des recherches sur le genre, UQAM
- Mettre une espace insécable entre les milliers, entre le nombre et le pourcentage qui le suit (exemple : 50 %) et entre le nombre et les unités de mesure (14 km).
- Privilégier les abréviations quant aux unités de mesure et toujours utiliser le système métrique.
- Utiliser les chiffres arabes pour identifier les siècles et abrégier avec un exposant court (20^e siècle).
- Lorsqu'on présente une statistique ou cite une étude à l'écran, il importe d'en préciser la source et l'année de parution.



Les émissions soumises à SAVOIR MÉDIA doivent rencontrer les standards de qualité requis pour une diffusion télévisuelle.

Pour toutes questions, n'hésitez pas à nous contacter au 514 509-2222.

éléments à prévoir avant le tournage

durée de votre émission

SAVOIR MÉDIA accepte les émissions de toutes durées, de préférence entre 24 et 29 ou entre 54 et 59 minutes. Les émissions doivent cependant terminer à la minute ou à la 30^e seconde (exemple : 58:00 ou 58:30).

tournage de conférences et d'événements

La captation d'une conférence ou d'un événement doit se faire minimalement à deux (2) caméras. Utilisez des micros-cravates ou la truelle de la salle pour la prise de son. Le micro de la caméra ne respecte pas les standards de qualité télévisuelle.

génériques et infographie

Toute émission remise à SAVOIR MÉDIA doit contenir un générique de début, un générique de fin ainsi que des superpositions graphiques (supers) pour identifier chacun.e des intervenant.e.s.

Éléments essentiels à retrouver :

- générique de début : le titre de l'émission;
- générique de fin : les noms des membres de l'équipe ayant travaillé à la production, les partenaires* et les autres crédits;
- supers d'identification : le prénom et le nom, le titre et l'établissement d'appartenance de la personne à identifier.

* Soutien de SAVOIR MÉDIA : le logo de SAVOIR MÉDIA doit apparaître au générique de fin de chaque émission ayant reçu un soutien financier de la chaîne. À moins d'une entente particulière avec SAVOIR MÉDIA, le logo doit être accompagné de la mention suivante : « Cette émission a été rendue possible grâce à la contribution financière de Savoir média ».

Pour toute production SAVOIR MÉDIA, une signature de la chaîne doit être appliquée à la fin du générique avec une alternance entre les quatre (4) couleurs d'un épisode à l'autre.

bande-annonce

Fournir 2 bandes-annonces présentant l'Œuvre qui respectent les éléments suivants :

- une courte de 15 secondes;
- une longue de 30 secondes;
- apparition du titre de l'émission entre le début et la 6^e seconde; disparition du titre par la suite.
- aucune référence à des marqueurs temporels (par exemple : Cette semaine..., Cet hiver..., Ce soir..., etc.) ou à des identifiants de Savoir média puisque ces éléments seront ajoutés par Savoir média par la suite.
- aucune mention en texte durant les 6 dernières secondes.

insertion de commandites

Il est possible de placer de la commandite de prestige dans le cadre de votre émission si elle respecte les normes et la mission de SAVOIR MÉDIA et si elle est utilisée avec modération et éthique. En général, la commandite devrait demeurer institutionnelle par opposition à de la vente de biens et services. Outre une mention de remerciement aux commanditaires, il est obligatoire de faire valider toute insertion de commandites auprès de la direction de SAVOIR MÉDIA.

bon à savoir !



Le format de diffusion HD de SAVOIR MÉDIA : HD 720P 59.94 (1280 X 720, 59.94 FPS)

SAVOIR MÉDIA ne diffuse aucune publicité durant les émissions. Toutes pauses qui auraient été prévues pour un autre diffuseur doivent être retirées afin d'avoir le programme en continu.

normes de postproduction

recommandation

Utilisez un format qui se rapproche de celui du tournage. Utilisez un format qui se rapproche de celui du tournage. Par exemple, si l'enregistrement se fait en 1080P29.97FPS, le fichier de livraison devra avoir ce format.

Les niveaux vidéo doivent respecter les valeurs suivantes :

- Blanc maximum : 700 mv
- Noir minimum : 0 mV
- Chrominance Cb Cr : ± 350 mV

Enregistrement sonore :

- Niveau de référence : -20 dBFS
- Son obligatoire sur les pistes 1 et 2 (stéréo)
- Crête maximale de -3 dBFS
- Tous les documents devront avoir une niveau de sonie à -24 LKFS +/- 2 Lu appliquée sur le programme complet.

Ne jamais laisser de vide sonore de plus d'une (1) seconde durant l'émission (minimum -50 DBFS) même si vous souhaitez créer l'effet d'un silence.

Zones de cadrage :

Espace réservé à SAVOIR MÉDIA : rappelons que le logo de SAVOIR MÉDIA est incrusté à la mise en ondes, durant toute la durée du programme, en bas à droite de l'écran, conformément aux normes et standards reconnus dans l'industrie. Prière de laisser cet espace libre.

insertion de matériel audio et visuel dans une émission HD

Insertion d'images SD 4:3

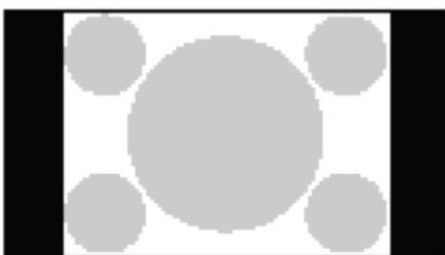
Deux (2) modes de recadrage peuvent être utilisés :

- Affichage à colonnes *pillarbox* : assurez-vous que tout signal de sous-titrage EIA 608 soit éliminé des lignes 21 et 284 des images SD avant la conversion.
- Coupe horizontale *top-bottom crop*.

Dans tous les cas de conversion de SD à HD :

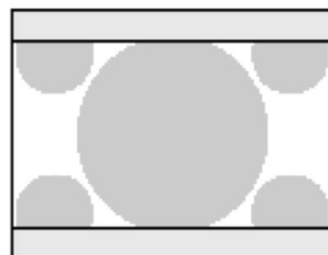
- Aucune altération des proportions horizontales et verticales d'origine (distorsion géométrique) ne sera acceptée.
- Portez une attention particulière à l'image recadrée (d'origine 4 :3) afin que ses éléments importants demeurent bien visibles (action, graphiques, etc.).

Affichage à colonnes



Les zones en noir (colonnes) sont incluses à l'intérieur de l'image 16:9.

Coupe horizontale



Les zones en gris indiquent les portions de l'image d'origine 4:3 qui ne sont pas affichées sur l'écran 16:9.

avisez-nous !



N'oubliez pas de nous aviser chaque fois que vous déposez un nouveau fichier sur notre site FTP. Merci !

enadeau@savoir.media

normes de postproduction... suite

insertion d'images SD 16:9

- Assurez-vous que l'image d'origine 16:9 SD soit recadrée de façon à remplir le cadre 16:9 HD.
- Aucune altération des proportions horizontales et verticales d'origine (distorsion géométrique) ne sera acceptée.

insertion de documents

- Prévoyez que tout le matériel présenté lors d'une conférence (ex : documents PowerPoint) soit intégré au montage.
- Prenez soin de conserver les proportions des images ou du contenu insérés lors du montage.

insertion du panneau « production originale Savoir média » animée

Toute production de plus de dix (10) minutes (excepté les acquisitions) doit comporter le panneau animé « production originale Savoir média » en ouverture.

insertion de la signature SAVOIR MÉDIA animée

Toute production SAVOIR MÉDIA doit comporter la signature SAVOIR MÉDIA à la fin. Les quatre (4) couleurs de signature doivent être utilisées de façon aléatoire.

exports et livraisons

Formats des fichiers vidéos HD

- QuickTime ou MXF
- Résolution HD : 1280 × 720 pixels ou 1920 × 1080 pixels
- Échantillonnage : 4 :2 :2 | Dimension de l'image : 16:9
- Codec vidéo :
 - QuickTime (MOV) : Avid DNxHD ou Apple ProRes 422 (le Apple ProRes HQ n'est pas nécessaire)
 - MXF : XDCAM HD, débit à 50 Mbit/s
- Codec audio : PCM, 16 ou 24 bits à 48 kHz, stéréo (prenez note que nous n'acceptons pas le son surround 5.1)
- Time code : *Drop Frame*

Le fichier ne doit pas contenir d'amorce ou de barres couleurs. Le programme doit commencer à 10h. Aucun noir avant ou après le programme.

livraison des fichiers de sous-titrage pour malentendants

Les fichiers doivent être au format SCC et commencer à 10 h.

livraison des formats balados

Documents à fournir :

- Les fichiers au format wav
- Titre et courte description du balado et des épisodes
- Nombre et durée des épisodes
- Photo générale du balado au format JPG 3000×3000 px, poids maximum 500 ko
- Photo de chaque épisode au format JPG 3000×3000 px, poids maximum 500 ko ET une photo au format JPG 1280×720 px, poids maximum 300 ko
- Quelques mots-clés

Les productions SAVOIR MÉDIA doivent inclure l'audio de la signature après le générique narré.

normes de postproduction... suite

supports de livraison

Les vidéos peuvent être livrées de la façon suivante :

- Disque dur (nom, numéro de téléphone et adresse de l'expéditeur pour le retour)
- FTP (communiquiez avec nous pour obtenir les coordonnées du FTP)
- WeTransfer

Tout matériel envoyé doit être identifié clairement. Utilisez le format de nomenclature suivant :

Nom_saison_épisode_appro_V1_date

Nom_saison_épisode_approcolomix_V1_date

Nom_saison_épisode_vfinale_V1_date

droit de refus d'un programme

SAVOIR MÉDIA se réserve le droit de refuser tout programme ne correspondant pas à ses normes et aux standards requis dans l'industrie ou allant à l'encontre de sa licence.

Toute correction faite à un fichier vidéo déjà envoyé comme final doit d'abord être approuvée par la production et être fournie avec l'information de la nature et l'endroit de celle-ci.

Toute correction impliquant le contenu ou la durée doit être spécifiée à la technicienne en postproduction de SAVOIR MÉDIA.

délais de livraison

émissions et bande-annonce :

Au moins quatre (4) semaines avant la mise en ondes ou dans le respect de l'échéancier convenu avec SAVOIR MÉDIA.

promotion de votre série ou émission unique

Il est possible de promouvoir votre nouvelle production jusqu'à trois (3) semaines avant sa diffusion. Pour ce faire, nous livrer votre bande-annonce six (6) semaines avant le départ en ondes prévu.

archivage de projet pour toute production SAVOIR MÉDIA :

Une fois la livraison de tous les épisodes complétée, le projet doit être archivé chez SAVOIR MÉDIA. Ceci doit inclure tout matériel externe, excluant tout ce qui est *rush* de tournage :

livraison archivage du *offline* :

Projets

Archives

Musiques et autres sources audio

Police d'écriture

Éléments graphiques (ouverture, génériques, supers, logos, photos, etc.)

livraison archivage du *online* :

Projet

Masters *textless* de chaque épisode sans les pistes musique

Promos *textless* de 15 et 30 sec

livraison archivage du *mix* :

Mix audio de chaque épisode en version stéréo et M&E

adresse de livraison

Savoir média
905, avenue de Lorimier, bureau 1121
Montréal, Québec H2K 3V9

pour information supplémentaire

Émilie Nadeau
Technicienne à la postproduction
514 509-2222, poste 207
enadeau@savoir.media