



# SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES DIGITALES 2022



## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

### Format Rooftop / Cover

La scénarisation existe en 3 versions : statique, vidéo, ou html5

L'ouverture se fait au roll over

Fermeture de l'expand au clic sur la croix fermer, ou après la vidéo ou au bout de 5 sec si Rooftop statique

Le son est off par défaut

## Livrables

#### close\_desktop

**1600x90px**

(zone utile : 1200x70px)

#### close\_tablette

**1600x90px**

(zone utile : 700x70px)

#### close\_mobile

**700x90px**

(zone utile : 300x70px)

#### Portrait

**900x1400px**

(zone utile : 600x900px)

#### Paysage

**1600x900px**

(zone utile : 1200x600 px)

#### Poster

**960x540px**

**⚠ Attention à ne pas dépasser les 5Mo en Poids total ⚠**

Pour la vidéo, les opérations de racadrages, compressions et redimensionnements du master vidéo, étant prises en charge par Prisma Media, celui-ci peut être livré à l'état brut sans intervention de votre part. En revanche une qualité suffisante (.mov ou .mp4 qualité HD) est requise afin de pouvoir intervenir sans altérer la qualité des vidéos qui seront diffusées.

[DÉMO STATIQUE](#)

[DÉMO VIDÉO](#)



NB: Les pixels d'impressions et clic commands sont acceptés.



## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

### Pre-roll Carousel

Le Pre roll carousel permet de présenter plusieurs images durant la vidéo. Un carousel est présent à côté de la vidéo et permet à l'internaute de naviguer entre plusieurs visuels. Les images défilent seules s'il n'y a aucune interaction. Le carousel peut contenir jusqu'à quatre images maximum.

## Livrables

Logo	Visuels carousel	Font	Vidéo	CTA (en option)
100x60px minimum (png, jpg, ai, svg) 50 Ko max	420x480px (jpg ou png) 300 Ko max	(ttf ou eot ou otf)	HD 1920x1080px (mov ou mp4)	860x110px minimum (jpg ou png) 100 Ko max

Ci-dessous un exemple légendé montrant les différents éléments :



- 1 - Logo et claim
- 2 - Vidéo
- 3 - CTA
- 4 - Visuels carousel
- 5 - Légende du visuel
- 6 - Navigation

### DÉMO



NB: Les pixels d'impressions et clic commands sont acceptés.



## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

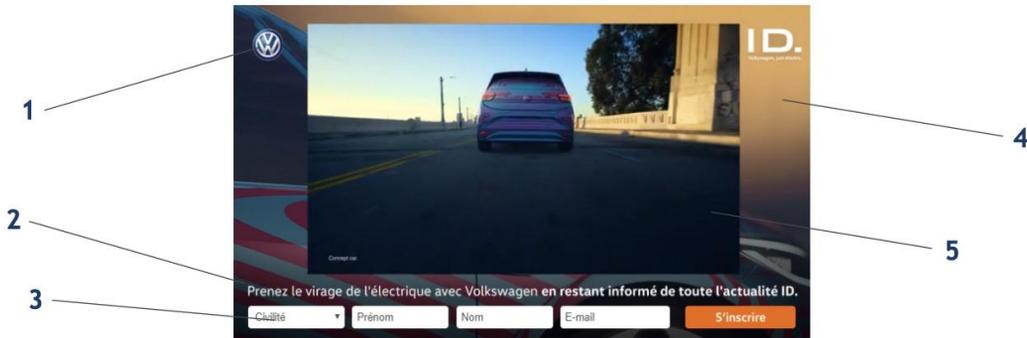
### Pre-roll Formulaire

Le Pre roll formulaire permet de collecter des informations pendant une vidéo. Des champs à remplir sont situés sous la vidéo, lorsque ceux-ci sont remplis et que les informations ont été envoyées, un message de remerciement apparaît à la place des champs. Le formulaire peut aller jusqu'à quatre champs maximum.

## Livrables

Logo	Image de fond	Font	Vidéo
100x60px minimum (png, jpg, ai, svg) 50 Ko max	640x360 minimum (jpg ou png) 300 Ko max	(ttf ou eot ou otf)	HD 1920x1080px (mov ou mp4)

Ci-dessous un exemple légendé montrant les différents éléments :



- 1 - Logo
- 2 - Claim
- 3 - Formulaire
- 4 - Image de fond
- 5 - Vidéo

### DÉMO





## Pavé Reveal

Le pavé reveal est un format qui reproduit l'effet d'un jeu à gratter. Il suffit de passer la souris ou le doigt sur le format afin d'effacer le premier écran (teaser) pour en révéler un second (reveal).

Si l'internaute n'agit pas sur le format, le premier écran s'efface tout seul au bout de 8 secondes. Il est possible de mettre une vidéo dans la partie reveal, elle se lancera automatiquement lorsque le teaser a disparu.

## Livrables

### Pavé Reveal statique

Image teaser	Image reveal
300x250px (jpg ou png)	300x250px (jpg ou png)

### Pavé Reveal vidéo

Image teaser	Image reveal	Vidéo reveal
300x250px (jpg ou png)	300x250px (jpg ou png)	HD 1920x1080px (mov ou mp4)

L'image reveal doit avoir un encart pour la vidéo (exemple ci-dessous)



[DÉMO](#)





## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

### Pavé Ad Choice

Le pavé ad choice est un format qui permet de voter parmi deux choix. Ce format met en avant une dualité et laisse l'internaute choisir. Lorsqu'il clique, son choix est stocké et le pourcentage des votes est ensuite affiché.

## Livrables

Maquette PSD

300x250px  
(psd)

Le psd devra comprendre trois états différents, comme l'exemple ci-dessous :



**Situation initiale**  
Mise en avant d'une dualité  
et proposition d'un choix



**Choix 1**  
Affichage pour le  
choix de l'équipe 1



**Choix 2**  
Affichage pour le  
choix de l'équipe 2

[DÉMO](#)





## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

In Feed Story

ADYOULIKE

FORMAT	SIZE	TYPES DE FICHIER	POIDS MAX	COMMENTAIRES
InFeed Story <a href="#">DEMO</a>				
LOGO	Minimum size: 64*64px	jpg, png, psd	1MB	
VIDEO	Height min 720px. Width min 420px	mp4, avi, mov, webm, mkv, fkv, wmv, m4v	25MB max per media	Ratio 9:16 preferred like iPhone 6 format
IMAGE		jpg, png, jpeg	25MB max per media	

\*Les pixels d'impressions et clic commands sont acceptés.

\*Fichiers à fournir à Adyoulike pour obtenir un redirect à cibler sur le deal



## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

### INSTREAM & OUTSTREAM

FORMAT	SIZE	TYPES DE FICHER	POIDS MAX	COMMENTAIRES
<b>PRÉROLL VIDÉO</b> (INSTREAM) <a href="#">DEMO</a>				
	640x480	Mp4 o u Vast (encodage H264/AAC)	3Mo	Index en début de fichier, 16/9e Dimensions : 852x480 (16:9 HD) Bitrate : 700 kbps
<b>INFEEED VIDÉO</b> <a href="#">DEMO</a>				
	1x1	Redirect VAST 4.0 VPAID 1.0 et 2.0 30s max	2Mo	Durée max : 30s Pas de bouton skip Lecture : auto-play sound-off Le player prend la largeur de la div du contenu



## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES - DISPLAY

### HABILLAGE MAQUETTE



### HABILLAGE DESKTOP

FORMAT	SIZE	TYPES DE FICHER	POIDS MAX	COMMENTAIRES
<b>HABILLAGE STATIQUE</b>				
	1800x1000	Jpeg	150Ko	Format JPG 1800px de large maximum / 1000px de haut maximum. Voir maquette slide suivante



PRISMA MEDIA

## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES - DISPLAY

HABILLAGE DESKTOP – Largeur des sites sur lesquels l'habillage est possible.

NOM DU SITE	LARGEUR	GOUTTIÈRES ( x2 )
BEAUTE-ADDICT, FEMMEACTUELLE, CUISINEACTUELLE, GALA, VOICI, CAPITAL, BUSINESS INSIDER, GEO, TELE LOISIRS, CAMINTERESSE, CESOIRTV, PROGRAMME.TV, HBR, NEON	1000	140*

FORMAT	SIZE	TYPE DE FICHER & POIDS MAX	COMMENTAIRES
HABILLAGE RICHMEDIA (vidéo, déstructuration ou animé)			
	1800x1000	Redirect 2Mo	Géré par un prestataire externe ( type piximedia, massmotion,...) Animation auto a 1/Vu et possibilité de rejouer au clic.Son OFF par défaut. Activation au clic ou roll over
HABILLAGE + Header video			
	1800x1000	JPEG + HTML5 2Mo	2 fichiers :habillage jpeg ou le header est vide + masthead 1000x200 en html 5 ou redirect : ce fichier vient se caler par dessus le header



PRISMA MEDIA

## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

### NATIV AD

FORMAT	SIZE	TYPE DE FICHIER & POIDS MAX	COMMENTAIRES
<b>NATIVE FLUIDE BY GOOGLE</b>			
	<b>Image</b> Min. size: 100 x 100 pixels Max. size: 1999 x 1999 pixels Aspect ratio: 1:1 <b>Logo</b> Min. size: 1200 x 627 pixels Max. size: 1999 x 1999 pixels Aspect ratio: 1.91:1	JPEG / PNG  Max. file size: 1200 KB	<b>Titre</b> : Très court, Jusqu'à 25 caractères <b>Headline</b> : 25 - 50 caractères <b>Bodytext</b> : 90 - 150 caractères <b>CTA</b> Jusqu'à 15 caractères <b>Color model</b> : Color model: RGB or CMYK
<b>NATIV BY TRIPLELIFT</b>			
	<b>Image</b> 1200x627px Largeur Hauteur maximale : 2000px Ratio: 1.91:1 <b>Logo</b> Fichier transparent recommandé 100x100px à 2000px (max 1200 KB)	JPEG / PNG  Max. file size: 1200kB	<b>Headline</b> : 25 - 50 caractères <b>Bodytext</b> : 90 - 150 caractères
<b>NATIV exposition dans les formats IAB</b>			
	<b>Image</b> 1200x627px <b>Logo</b> Facultatif 420x200 px 72 dpi	JPEG	<b>Titre</b> : Très court "OT Autriche" <b>Headline</b> : 10 - 50 caractères <b>Bodytext</b> : 50 - 100 caractères



## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

### WEB MOBILE / WEB TABLETTE

WEB MOBILE	FORMAT	SIZE	TYPES DE FICHIER	POIDS MAX	COMMENTAIRES	
	<b>PAVÉ MOBILE VIDEO (INFEED) <a href="#">DEMO</a></b>					
		300x250 1x1	Redirect VAST 4.0 VPAID 1.0 et 2.0 30s max	2Mo	Durée max : 30s Pas de bouton skip Lecture : auto-play sound-off Le player prend la largeur de la div du contenu	
	<b>FORMAT PARALLAX STATIQUE</b>					
		320x480	Jpeg ou Redirect	150Ko		
	<b>FORMAT PARALLAX ANIME <a href="#">DEMO</a></b>					
	320x480	Redirect	150Ko			
<b>FORMAT PARALLAX VIDEO <a href="#">DEMO</a></b>						
	320x480	Redirect	150Ko	Son off par défaut. Activation au clic ou roll over. Nous n'hébergeons pas la vidéo		

WEB TABLETTE	FORMAT	SIZE	TYPES DE FICHIER	POIDS MAX	COMMENTAIRES	
	<b>BANNIÈRE TABLETTE</b>					
		728x90	Jpeg , Gif ou Redirect	150Ko		
	<b>PAVÉ TABLETTE</b>					
	300x250	Jpeg , Gif ou Redirect	150Ko			

NB: les pixels d'impressions et clic commands sont acceptés. Pour les specs HTML 5 , aller a la page 18



## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

### DESKTOP PAVÉ / GRAND ANGLE

	SIZE	TYPES DE FICHER	POIDS MAX	COMMENTAIRES
<b>PAVÉ</b>				
	300X250	Jpeg, Gif ou Redirect	150ko	
<b>PAVÉ VIDÉO</b>				
	300x250	Redirect	2Mo	Son OFF par défaut. Activation au clic
<b>GRAND ANGLE</b>				
	300x600	Jpeg, Gif ou Redirect	150ko	
<b>GRAND ANGLE EXPAND</b>				
	300x600 600x600	Redirect	150Ko	Expand au roll over vers la gauche
<b>GRAND ANGLE VIDÉO</b> <a href="#">DEMO</a>				
	300x600	Redirect	2Mo	Son OFF par défaut. Activation au clic ou roll over

\*\* Les pixels d'impressions et clic commands sont acceptés.



## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

### DESKTOP BANNIÈRE / MASTHEAD

BANNIERES	SIZE	TYPES DE FICHER	POIDS MAX	COMMENTAIRES
<b>MEGA BANNIERE</b>				
	728x90	Jpeg, Gif ou redirect	150ko	
<b>MEGA BANNIERE VIDEO</b>				
	728x90	Redirect	2Mo	Son off par défaut. Activation au clic ou roll over

**\*\* Les pixels d'impressions et clic commands sont acceptés.**

- Les formats flash ne sont plus acceptés
- Merci de ne fournir que les éléments sécurisés
- Les formats vidéo in banner ne doivent pas dépasser 30 secondes.
- L'annonceur ne doit pas utiliser des messages simulant des erreurs Windows, Unix ou Mac qui pourraient induire en erreur l'internaute.
- **Aucun son au démarrage n'est accepté sur les bannières et autres formats, l'internaute doit pouvoir le déclencher s'il le souhaite.**
- Tous les formats Rich Media (expands / pushdown / destructurations/... ) en redirect **doivent être au format JS compatible iframe buster**. Toutes les interactions et fermetures doivent être gérées coté Adserver tiers



## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES - DISPLAY

### APP MOBILE / APP TABLETTE

FORMAT	TAILLE	FICHER	POIDS MAX	COMMENTAIRES
<b>PAVÉ MOBILE (INFEED)</b>				
	300x250	Redirect	150Ko	
<b>PAVÉ MOBILE VIDÉO (INFEED) <a href="#">DÉMO</a></b>				
	300x250	Redirect	2Mo	Son off par défaut. Activation au clic ou roll over. Nous n'hébergeons pas la vidéo
<b>FORMAT PARALLAX STATIQUE</b>				
	320x480	Jpeg ou Redirect	150Ko	
<b>FORMAT PARALLAX ANIMÉ <a href="#">DÉMO</a></b>				
	320x480	Redirect	150Ko	
<b>FORMAT PARALLAX VIDEO <a href="#">DÉMO</a></b>				
	320x480	Redirect	150Ko	Son off par défaut. Activation au clic ou roll over. Nous n'hébergeons pas la vidéo

APPLICATION MOBILE

NB: Les pixels d'impressions et clic commands sont acceptés. Pour les specs HTML 5 , aller a la page 18



## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES - DISPLAY

### APP MOBILE / APP TABLETTE

APP MOBILE	FORMAT	TAILLE	FICHER	POIDS MAX	COMMENTAIRES
	INTERSTITIEL STATIQUE				
		320x480	Jpeg , ou Redirect	150Ko	
	INTERSTITIEL ANIMÉ ( <a href="#">DÉMO</a> )				
		320x480	Redirect	150Ko	
	INTERSTITIEL VIDÉO ( <a href="#">DÉMO</a> ) ( <a href="#">DÉMO2</a> )				
	320x480	Redirect	2 Mo	Son off par défaut. Activation au clic ou roll over. Nous n'hébergeons pas la vidéo	

APP TABLETTE	FORMAT	TAILLE	FICHER	POIDS MAX	COMMENTAIRES
	INTERSTITIEL TABLETTE				
		1024x768 768x1024	Jpeg	150Ko par taille	
	INTERSTITIEL VIDÉO				
	1024x768	Fichier mp4 ou redirect	2Mo	1024x768	

NB: Les pixels d'impressions et clic commands sont acceptés. Pour les specs HTML 5 , aller a la page 18



## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES - DISPLAY

### HTML 5 GOOGLE

#### HTML 5 GOOGLE - plus d'informations ici :

[https://support.google.com/dfp\\_premium/answer/7042362?hl=fr](https://support.google.com/dfp_premium/answer/7042362?hl=fr)

Les bannières HTML 5 peuvent être servies via un redirect agence sécurisé, ou en nous fournissant directement les éléments suivants :

Une archive zip contenant tous les éléments des créations en respectant ces paramètres :

Architecture du zip :

- Le fichier HTML principal doit se nommer index.html (ou .htm)
- Le fichier Index.html (.htm) doit se trouver à la racine du fichier zip
- Plusieurs répertoires ou fichiers annexes sont autorisés

Si vous utilisez google Web Designer, veillez à sélectionner l'environnement « Doubleclick »  
Comptage des clics :

- Inclure le script suivant entre les balises <head> du document index.html, et changer l'url de clic (ou insérer le clic command):

```
<script>  
var clickTag = "http://www.url-de-clic-a-changer.fr";  
</script>
```

- Il suffit enfin d'intégrer l'hyperlien sur la partie cliquable de la création (texte, bouton, toute la créa, etc.) comme dans l'exemple ci-dessous :

```
<div id="click-area1">
```

```
<!--contenu de votre créa ici-->
```

```
</div>
```

```
<script type="text/javascript">  
var clickArea1 = document.getElementById("click-area1");  
clickArea1.onclick = function(){  
window.open(clickTag, "blank")  
}  
</script>
```



## SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES - DISPLAY

### HTML 5 GOOGLE

**HTML 5 GOOGLE - plus d'informations ici :**

[https://support.google.com/dfp\\_premium/answer/7042342?hl=fr](https://support.google.com/dfp_premium/answer/7042342?hl=fr)

Voici ci-dessous un template complet de ce à quoi doit ressembler le fichier index.html (template téléchargeable à cette adresse :

<https://drive.google.com/open?id=0BwcVciaBi7DEdDFiU0Z4ZUhWZ0E>

```
<!DOCTYPE HTML>
<html>
<head>
<script>
var clickTag = "https://www.url-de-clic-a-changer.fr";
</script>
<style>
a:hover {cursor:pointer;}
</style>
<!-- Prisma FIN de la déclaration des variable html5 -->
</head>

<body>
<!-- Prisma début de la zone cliquable à insérer dans le body-->
<div id="click-area1">
<!-- Insérez le code du Contenu de la créa ci-dessous --->

//////////////////code de la création////////////////////////

<!-- fin du code du Contenu de la créa --->
<script type="text/javascript">
var clickArea1 = document.getElementById("click-area1");
clickArea1.onclick = function(){
window.open(clickTag, "blank")
}
</script>
</div>
<!-- Prisma fin de la zone cliquable -->
</body>
</html>
```

## 1. DÉFINITIONS

« Client » : désigne l'annonceur agissant directement ou par l'intermédiaire d'un mandataire identifié dans l'ordre d'insertion en qualité de professionnel.

Les mandataires agissant au nom et pour le compte d'annonceurs doivent justifier de leur qualité au moyen d'une attestation de mandat. En cas de modification ou de résiliation de mandat en cours d'année, l'annonceur en informera sans délai PRISMA MEDIA par lettre recommandée avec accusé de réception, étant précisé que cette modification ou cette résiliation sera valablement opposable à PRISMA MEDIA à compter de la date de réception de ladite lettre.

« Publicité » : désigne toute annonce du Client composée, notamment, d'une dénomination commerciale, d'un texte de présentation de son entreprise ou de son activité, d'un lien hypertexte cliquable et, destinée à promouvoir sa/ses marque(s) et/ou la fourniture de bien(s) ou de service(s).

« Supports » : désignent les sites internet fixes et mobiles des éditeurs appartenant au portefeuille de PRISMA MEDIA.

« Contrat » : désigne l'ensemble des documents contractuels composés des présentes conditions générales (ci-après « CGV ») et de l'ordre d'insertion (ci-après « OI ») s'y rapportant.

## 2. CONTRAT

Seules les CGV s'appliquent à l'OI, à l'exclusion de toutes autres conditions générales. Les CGV applicables sont celles en vigueur à la date de signature de l'OI par le Client. Le simple fait pour le Client de passer un OI implique l'acceptation pleine et entière des CGV. La signature de l'OI par le Client vaut engagement ferme et définitif.

Le fait que PRISMA MEDIA ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des dispositions des CGV ne peut être interprété comme valant renonciation à se prévaloir ultérieurement de l'une quelconque desdites dispositions. PRISMA MEDIA se réserve le droit de modifier les CGV à tout moment. Toute nouvelle version des CGV sera adressée au Client et lui sera applicable trente (30) jours après réception.

Il est convenu que la Publicité objet de l'OI ainsi que la dénomination sociale, la marque et le logo du Client pourront être reproduits par PRISMA MEDIA à des fins publicitaires dans tout document et sur tout support commercial ou promotionnel. Le Client assure disposer des droits nécessaires pour en autoriser l'utilisation, la reproduction et la représentation et garantit PRISMA MEDIA contre toute action en contrefaçon, concurrence déloyale ou parasitaire, qui pourrait être intentée à son encontre.

## 3. REPORT ET ANNULATION DE PARUTION

3.1 Validation de l'OI Toute réservation doit être confirmée par la signature d'un OI par le Client. L'OI devra être retourné par le Client à PRISMA MEDIA au plus tard quinze (15) jours avant la

date de parution prévue. Seuls les OI signés par le Client seront pris en compte. L'omission de toute confirmation par envoi de l'OI signé entraînera de plein droit la libre disponibilité pour PRISMA MEDIA de l'espace préalablement réservé qui pourra être affecté à tout autre Client.

3.2 Annulation de l'OI Dans l'hypothèse d'une demande d'annulation de l'OI adressée par le Client à PRISMA MEDIA par mail ou par courrier (la date de réception par PRISMA MEDIA faisant foi) :

-Au moins quinze (15) jours avant la date de parution de la Publicité prévue dans l'OI : PRISMA MEDIA ne facturera au Client ni le montant de l'OI annulé, ni indemnité ;

-Entre quinze (15) jours et cinq (5) jours avant la date de parution de la Publicité prévue dans l'OI : PRISMA MEDIA facturera au Client, en plus du montant de l'OI annulé, une indemnité correspondant à 50% du montant de l'OI annulé ;

- Moins de cinq (5) jours avant la date de parution de la Publicité prévue dans l'OI : PRISMA MEDIA facturera au Client, en plus du montant de l'OI annulé, une indemnité correspondant à 70% du montant de l'OI annulé.

3.3 Modification de l'OI Toute demande de modification de l'OI, même partielle, devra être adressée par mail ou par courrier (la date de réception par PRISMA MEDIA faisant foi) au plus tard quinze (15) jours ouvrables avant la date de diffusion de la Publicité prévue.

Pour toute demande de modification parvenue postérieurement à ce délai et, cinq (5) jours au moins avant la date de parution de la Publicité prévue dans l'OI, PRISMA MEDIA facturera au Client, en plus du montant de l'OI modifié, une indemnité correspondant à 20% du montant de l'OI modifié.

Pour toute demande de modification parvenue moins de cinq (5) jours avant la date de parution de la Publicité prévue dans l'OI, PRISMA MEDIA facturera au Client, en plus du montant de l'OI modifié, une indemnité correspondant à 40% du montant de l'OI modifié.

3.4 Décalage d'une campagne publicitaire

Dans l'hypothèse d'une demande de décalage de campagne publicitaire adressée par le Client à PRISMA MEDIA par mail ou par courrier (la date de réception par PRISMA MEDIA faisant foi) :

-Au moins quinze (15) jours avant la date de parution de la Publicité prévue dans l'OI : PRISMA MEDIA facturera au Client uniquement le montant de l'OI ;

-Entre quinze (15) jours et cinq (5) jours avant la date de parution de la Publicité prévue dans l'OI : PRISMA MEDIA facturera au Client, en plus du montant de l'OI, une indemnité correspondant à 30% du montant de l'OI ;

-Moins de cinq (5) jours avant la date de parution de la Publicité prévue dans l'OI : PRISMA MEDIA facturera au Client, en plus du montant de l'OI, une indemnité correspondant à 50% du montant de l'OI.

## 4. REMISE DES ÉLÉMENTS DE LA PUBLICITÉ

4.1 Délai de remise des éléments de la Publicité Il appartient au Client de fournir à PRISMA MEDIA les éléments de la Publicité qu'il aura conçu ou fabriqué au plus tard une (1) semaine avant la date de parution prévue par l'OI. Ce délai pourra être augmenté ou diminué en fonction du type de Publicité devant être diffusée, à la convenance de PRISMA MEDIA, qui en informera le Client au moment de la signature de l'OI.

Dans le cas d'une remise tardive des éléments de la Publicité par rapport à la date de remise des éléments de la Publicité fixée par PRISMA MEDIA au moment de la signature de l'OI (ci-après « Remise Tardive »), PRISMA MEDIA se réserve le droit de décaler d'autant la

campagne en fonction des disponibilités des inventaires et ce, sans que le Client ne puisse réclamer aucune indemnité de quelque sorte que ce soit.

Dans le cas d'une Remise Tardive, PRISMA MEDIA est libérée de l'engagement de livrer 100% du volume commandé. PRISMA MEDIA s'engage cependant à faire ses meilleurs efforts pour livrer 100% du volume commandé. Si, malgré ses meilleurs efforts, PRISMA MEDIA était dans l'incapacité de livrer 100% du volume commandé, le Client ne pourra réclamer aucune indemnité de quelque sorte que ce soit.

- En cas de Remise Tardive, et, dans les cinq (5) derniers jours avant la date de parution de la Publicité prévue par l'OI, PRISMA MEDIA facturera au Client, en plus du montant de l'OI, une indemnité égale à 80% du montant de l'OI.

## 5. CUMUL DES INDEMNITÉS

Les dispositions des articles 3.2, 3.3 et 3.4 relatives respectivement à l'annulation de l'OI, la modification de l'OI ou le décalage d'une campagne publicitaire et celles de l'article 4.2 relatives aux Frais liés à la Remise Tardive, sont distinctes les unes des autres.

Les indemnités prévues par ces dispositions peuvent se cumuler dès lors que leurs conditions d'application sont remplies. Ces indemnités s'appliquent sans préjudice de tous autres dommages-intérêts auxquels PRISMA MEDIA pourrait prétendre.

## 6. CONTENU DES ANNONCES

6.1 Formulation de la Publicité Toutes les insertions publicitaires doivent être conformes à la législation et à la réglementation en vigueur en France. Le Client garantit PRISMA MEDIA contre toute action qui serait engagée à raison du contenu de son annonce publicitaire. PRISMA MEDIA se réserve le droit de refuser toute publicité qu'elle jugera contraire à la bonne tenue, à la bonne présentation ou à la ligne éditoriale des Supports. PRISMA MEDIA se réserve également le droit de refuser une publicité dont la provenance lui semblera douteuse ou qui serait contraire aux règles de sa profession, ainsi que toutes celles susceptibles de porter atteinte à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou de heurter les convictions morales, religieuses, culturelles et politiques des internautes.

Clause ARPP : PRISMA MEDIA est adhérent à l'ARPP, ce qui impose le respect des codes de déontologie de l'interprofession publicitaire. Les messages qui nous sont proposés devront respecter ces règles d'autodiscipline.

6.2 Caractéristiques techniques En cas de non-conformité de la Publicité aux caractéristiques techniques requises par PRISMA MEDIA, le Client devra procéder aux modifications nécessaires dans les délais requis pour la parution de la Publicité. Ces délais seront précisés par PRISMA MEDIA.

En cas de non-conformité persistante aux caractéristiques techniques prévues, PRISMA MEDIA se réserve le droit de ne pas diffuser la Publicité en tout ou partie sans que le Client ne puisse prétendre à une quelconque indemnisation. En pareil cas, l'intégralité du prix de la Publicité prévu par l'OI sera dû par le Client, et ce, que la Publicité ait été diffusée ou non. PRISMA MEDIA décline toute responsabilité quant aux défauts ou erreurs qui pourraient résulter des éléments techniques remis par le Client.

6.3 Exclusion de la promotion de produits ou services concurrents à ceux de PRISMA MEDIA Le Client s'interdit que la Publicité serve à la promotion de produits ou

services concurrents à ceux de PRISMA MEDIA ou des Supports. Lors de la signature de l'OI, le Client s'engage à informer PRISMA MEDIA de toute Publicité qui servirait à la promotion de produits ou de services autres que ses propres produits et services.

Dans le cas où la Publicité servirait la promotion de produits ou services concurrents à ceux de PRISMA MEDIA, PRISMA MEDIA pourra à son entière discrétion décider de refuser l'OI ou demander au Client toute modification de la Publicité et ce, sans que le Client ne puisse prétendre à une quelconque indemnisation.

## 7. RÈGLES D'OPTION ET ALTERNANCE DE PUBLICITÉS

Si une option de réservation d'un espace publicitaire a déjà été préemptée mais non confirmée par un premier Client et que le même dispositif est souhaité par un second Client, il est communiqué au premier Client, à réception d'une confirmation écrite et signée par le second Client, que son option initiale doit être confirmée par OI signé dans les 24 heures, faute de quoi le dispositif sera attribué au second Client. Au-delà de 10 jours avant la date de mise en ligne, les options ne sont plus valables et, dans ce cas, l'option reviendra au Client qui envoie le premier OI signé. Lorsque plusieurs Publicités sont commercialisées à un même emplacement, chacune de ces Publicités peut s'afficher en alternance à chaque rafraîchissement et/ou chargement de page.

## 8. CONFORMITÉ DES COOKIES ET AUTRES TRACEURS

La CNIL, dans sa délibération n°2013-378 du 5 décembre 2013 portant adoption d'une recommandation relative aux cookies et aux autres traceurs visés par l'article 32-II de la loi du 6 janvier 1978 modifiée, organise une corresponsabilité des obligations découlant des dispositions légales dès lors que plusieurs acteurs interviennent dans le dépôt et/ou le traitement de cookies et autres traceurs (ci-après « Cookies »).

L'information des internautes dans le cadre de la collecte de données à caractère personnel et/ou de données de navigation via le dépôt de Cookies nécessite que le Client respecte les obligations qui lui incombent au titre de l'article 3 de la délibération précitée. Par conséquent, il s'engage à informer PRISMA MEDIA du dépôt de Cookies sur l'équipement terminal d'internautes à l'occasion de la diffusion de Publicités, quelle que soit la finalité du dépôt, et ce, au moment de la demande de réservation de la Publicité. Cette obligation lui incombe également dans l'hypothèse où le dépôt et/ou le traitement des Cookies est effectué par l'un de ses prestataires techniques. A cet effet, le Client porte à la connaissance de PRISMA MEDIA les informations suivantes :

- la nature et les caractéristiques techniques des Cookies déposés,
- la nature des informations collectées via les Cookies,
- la durée de vie des Cookies,

- la liste des finalités d'exploitation des données à caractère personnel collectées via le dépôt et le traitement de Cookies,

- le(s) destinataire(s) des informations ainsi collectées,
- les éventuels transferts de données à caractère personnel hors UE.

## 9. COMPTE RENDU D'EXÉCUTION D'ORDRE - BILAN DE CAMPAGNE

A l'issue de chaque campagne publicitaire, PRISMA MEDIA adressera au Client par email un bilan de campagne. Le Client accepte et reconnaît que les méthodes et les technologies utilisées par PRISMA MEDIA (adserver, ssp, adverifications, etc...) en vue d'établir le bilan de campagne prévalent sur toute autre méthode ou technologie utilisée. Dès lors, en cas de contestation, les données contenues dans le bilan de campagne fourni par PRISMA MEDIA font office de données officielles et définitives et font foi entre les Parties. Les dites données prévaudront sur toutes autres données enregistrées par le Client ou tout autre tiers et seront seules admises à titre de preuve.

## 10. RESPONSABILITÉ DE PRISMA MEDIA

PRISMA MEDIA s'engage à diffuser la Publicité souscrite par le Client conformément aux termes du Contrat. Le Client convient que PRISMA MEDIA n'est soumise qu'à une obligation de moyen dans le cadre du Contrat.

La responsabilité de PRISMA MEDIA ne pourra en aucun cas être engagée en cas de retard, mauvaise exécution ou inexécution qui résulterait du fait du Client ou des Supports ou qui serait dû à un cas de force majeure y compris grève, catastrophe naturelle, ou à un cas fortuit. A ce titre, PRISMA MEDIA n'assumera aucune responsabilité concernant les interruptions ou dysfonctionnement du réseau Internet.

Tout manquement imputable à PRISMA MEDIA dans l'exécution de l'une de ses obligations n'ouvre droit pour le Client à une indemnisation que dans le cas d'un préjudice direct qui devra être démontré.

Dans tous les cas et dans les conditions des dispositions qui précèdent, la responsabilité de PRISMA MEDIA sera limitée au montant prévu par l'OI de la Publicité ayant entraîné la mise en jeu de sa responsabilité, et ce, quelle qu'en soit la cause.

Toutefois, en cas de modification devant intervenir dans les conditions de réalisation et/ou de diffusion d'une Publicité du fait de PRISMA MEDIA (notamment si la date de diffusion prévue ne peut être respectée), PRISMA MEDIA informera le Client et recueillera son accord sur les changements prévus. En cas d'absence d'accord du Client, le Contrat sera annulé et ne donnera lieu à aucune facturation. En pareil cas, le Client ne pourra prétendre à aucune indemnisation de quelque nature que ce soit.

## 11. RESPONSABILITÉ DU CLIENT - GARANTIES

Le Client est seul responsable du contenu complet de la Publicité qu'il souhaite, et ce, quel que soit son mode de diffusion. L'acceptation par PRISMA MEDIA de la Publicité ne saurait engager sa responsabilité quant au contenu de la Publicité et ne saurait être considérée comme la renonciation de PRISMA MEDIA à ses droits en vertu des présentes.

Le Client autorise PRISMA MEDIA, à titre non exclusif et dans le monde entier, à utiliser, reproduire, représenter, adapter et mettre à disposition du public les éléments de la Publicité incluant, notamment, les marques, logos, les créations protégées par le droit d'auteur ainsi que

tous signes distinctifs apparaissant dans la Publicité. Il garantit donc disposer de l'ensemble des droits de propriété intellectuelle et, le cas échéant, des droits à l'image de la personne humaine, sur tout élément figurant dans la Publicité.

Le lien hypertexte cliquable de la Publicité doit rediriger vers un site du Client. Le Client s'engage à ce que les contenus dudit site soit en relation directe avec la Publicité.

Le Client garantit que la Publicité et le contenu du site auquel renvoie le lien hypertexte cliquable de la Publicité, ou le contenu de sites redirigés à partir de celui-ci, sont conformes à l'ordre public, aux bonnes moeurs, à toute règle légale, administrative ou déontologique concernant sa profession, ainsi qu'aux recommandations de l'ARPP. Le Client, averti du fait que son insertion est consultable par toute personne de tout âge, nationalité, race, sexe ou confession, et que PRISMA MEDIA n'exerce aucun contrôle sur les consultations, s'abstiendra de toute allégation pouvant heurter la sensibilité de ces catégories de personnes.

Le Client garantit que la Publicité répond aux caractéristiques, notamment, techniques et graphiques imposés par PRISMA MEDIA, dont il assure avoir pris connaissance, préalablement à la signature du Contrat.

Le Client garantit PRISMA MEDIA de toute condamnation ou autres conséquences qui pourraient résulter de l'action d'un tiers du fait de la diffusion de la Publicité. En tout état de cause, le Client répond des dommages de toute nature, causés à PRISMA MEDIA et à tout tiers, qui trouveraient leur source dans le non-respect d'obligations légales ou d'engagements contractuels.

## 12. CONDITIONS DE PAIEMENT ET FACTURATION

Les tarifs sont indiqués en euros hors taxes (H.T). Tous les droits et taxes au taux légal en vigueur afférents aux OI et aux contrats d'opérations spéciales ou de sponsoring étant à la charge du Client.

Les tarifs s'appliquent aux ordres en cours. Ils peuvent être modifiés à chaque trimestre. Tout nouveau tarif sera applicable au plus tard dans les 15 jours suivant la date de communication, pour tous les ordres y compris ceux en cours.

Les factures sont payables par le Client par chèque ou virement bancaire dans un délai de soixante (60) jours à compter de leur date d'émission. Tous les règlements pour les Supports dont PRISMA MEDIA est l'éditeur sont effectués à l'ordre de Prisma Media - Service Comptabilité - 13 rue Henri Barbusse 92 624 Gennevilliers Cedex.

Les factures sont adressées au moins mensuellement par PRISMA MEDIA au nom du Client, avec un exemplaire conforme à l'original à l'adresse du mandataire, conformément à la confirmation de mandat. Le Client est dans tous les cas responsable du paiement des OI et reste redevable du règlement à défaut de paiement du mandataire qu'il aurait désigné. Le paiement ou l'avance effectuée(e) au mandataire par le Client ne le libère pas vis-à-vis de PRISMA MEDIA. Pour tout OI qui émanerait d'un mandataire, PRISMA MEDIA se réserve le droit d'exiger un engagement de paiement direct du Client dans le cas où le mandataire ne présenterait pas de garanties financières suffisantes. Dans le cas où le mandataire aurait réglé PRISMA MEDIA, il ne pourra revenir sur son paiement au cas où le Client ne l'aurait finalement pas payé lui-même.

Prisma Media se réserve le droit d'exiger des conditions de paiement particulières, en cas d'incidents de

paiement antérieurs, si la solvabilité du Client présente des risques anormaux ou si les modalités de recouvrement présentent des difficultés particulières. Ainsi, PRISMA MEDIA pourra réclamer au Client les conditions de paiement suivantes :

- Paiement de 50% du montant total dû le jour de la signature de l'OI ;

- Paiement de 50% du montant total dû le premier jour de la date de diffusion de la Publicité prévue par l'OI.

Aucune réclamation concernant la facturation ne sera admise si elle n'a pas été effectuée par lettre recommandée avec accusé de réception à Prisma Media Service Comptabilité - 13 rue Henri Barbusse 92624 Gennevilliers Cedex, dans les 15 jours suivant la date de réception de la facture. La contestation d'une partie d'une facture ne peut en aucun cas différer le règlement de la partie non contestée. A défaut de contestation dans le délai précité, la facture sera réputé(e) accepté(e) par le Client.

Tout paiement sous forme d'échange publicitaire en contrepartie de marchandises, d'espaces ou de services ne donne pas lieu à l'application des CGV et fera l'objet d'un contrat écrit qui prévoira notamment les conditions de paiement.

### 13. RETARD DE PAIEMENT - INTÉRÊTS DE RETARD – PÉNALITÉS

Le défaut de paiement à l'échéance entraîne l'exigibilité de l'ensemble des factures émises, celles non échues ainsi que les sommes dues au titre des OI exécutés en cours de facturation et des OI en cours de diffusion. L'exécution des OI en cours pourra être suspendue. De même tout défaut de paiement à l'échéance entraînera déchéance du terme, pour les paiements que PRISMA MEDIA aurait pu accorder au Client. Pour tout Client qui ne respecte pas ses engagements d'investissement, il sera établi une facture rectificative. Cette facture reprendra les factures préalablement émises et tiendra compte de la remise effectivement due en fonction de

l'application des CGV en vigueur au jour de la diffusion. La somme due, résultant de la différence, sera majorée d'une indemnité pour remises injustifiées correspondant à 3 fois le taux d'intérêt légal (T.I.L.). Elle sera exigible dès réception.

Des pénalités de retard seront exigibles de plein droit auprès du Client le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture, sans qu'un rappel soit nécessaire, conformément aux dispositions du code de commerce. Le taux appliqué par PRISMA MEDIA est de 3 fois le taux d'intérêt légal (T.I.L.). Il sera également facturé une indemnité forfaitaire de recouvrement de 40 €. Si la carence du Client rend nécessaire un recouvrement contentieux ou judiciaire, celui-ci s'engage à régler en sus du principal, des intérêts, des frais, dépendants et émoluments ordinairement et légalement à sa charge, une indemnité fixée à 15% du montant en principal TTC de la créance, et ce, à titre de dommages

et intérêts conventionnels et forfaitaires.

### 14. SUSPENSION – RÉSILIATION

14.1 Résiliation pour manquement En cas de manquement par PRISMA MEDIA ou le Client à l'une de ses obligations au titre du Contrat, et, après sept (7) jours suivant la réception par la partie défaillante d'un courrier recommandé avec accusé de réception demeuré sans effet, le Contrat sera résilié de plein droit et sans préjudice de tous dommages intérêts éventuels qui pourraient être réclamés à la partie défaillante.

14.2 Suspension et/ou résiliation suite à un manquement imputable au Client PRISMA MEDIA se réserve le droit de suspendre et/ou de résilier de plein droit, à tout moment, sans délai, sans formalité et sans droit à indemnité, le Contrat en cas de non-respect par le Client de l'une des dispositions du Contrat ou si PRISMA MEDIA pense que les agissements du Client sont susceptibles d'engager sa responsabilité ou en cas de fraude ou de déloyauté manifeste de la part du Client ou si tout ou partie de la Publicité s'avérait être non conforme aux lois et règlements applicables, aux conditions du Contrat, aux bonnes moeurs ou à l'ordre public. Cette suspension/résiliation ne fera pas obstacle à ce que PRISMA MEDIA réclame au Client des dommages intérêts en fonction du préjudice subi.

14.3 Suspension et/ou résiliation du fait d'un événement de force majeure En cas de survenance d'un événement de force majeure, l'exécution du Contrat est dans un premier temps suspendue.

Si cet événement devait avoir une durée supérieure à quatre-vingt-dix (90) jours, le Contrat pourra être résilié par PRISMA MEDIA, de plein droit et sans formalité judiciaire par l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception avec effet immédiat, sans que le Client ne puisse prétendre à une indemnité de quelque nature que ce soit.

### 15. CONFIDENTIALITÉ

Le Client reconnaît comme strictement confidentiel l'ensemble des informations et des documents échangés dans le cadre et pendant la durée d'exécution du Contrat et, lorsque celui-ci aura pris fin pour quelque cause que ce soit pendant une durée de deux (2) ans après son terme.

### 16. CESSION

L'OI est personnel au Client et lié à un produit ou un service, une marque ou un nom commercial ou une enseigne. Il ne peut être modifié sans l'autorisation de PRISMA MEDIA et ne pourra, en aucune manière, faire l'objet d'une cession par le Client. Le Contrat n'est ni cessible, ni transmissible par le Client à quelque tiers que ce soit, en tout ou partie.

### 17. DROIT APPLICABLE - ATTRIBUTION DE COMPÉTENCE

Le Contrat est régi par le droit français. Tout différend découlant de la validité, l'interprétation comme de l'exécution des présentes CGV, même en cas de pluralité de défendeurs ou d'appel en garantie, relèvera de la compétence du tribunal de commerce de Nanterre.

### 18. ANTICORRUPTION - FRAUDE

Le Groupe PRISMA MEDIA attache une importance particulière à la lutte contre la fraude et la corruption et exerce son activité conformément à la réglementation applicable en la matière et notamment à la loi relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, dite Loi Sapin 2. Ainsi, le Groupe PRISMA MEDIA attend-il de ses clients qu'ils partagent cet objectif et fassent leurs meilleurs efforts pour

s'assurer du respect des principes applicables en la matière par leurs éventuels sous-traitants et/ou fournisseurs. Les Parties condamnent toute forme de corruption active ou passive, qu'elle concerne les agents publics ou intervienne dans le cadre d'opérations commerciales. Les Parties s'engagent à

n'accorder et n'accepter des avantages (invitations, cadeaux, etc.) que dans la mesure permise par la loi précitée. Le Client condamne toute forme de fraude ou de comportement frauduleux envers le Groupe PRISMA MEDIA et les tiers, à savoir notamment l'abus de biens sociaux, le vol, le détournement,

l'évasion fiscale ou le blanchiment de capitaux.

De plus, le Client s'engage à divulguer toute suspicion de conflit d'intérêts réel ou potentiel avec le Groupe PRISMA MEDIA dans le cadre de ses activités.

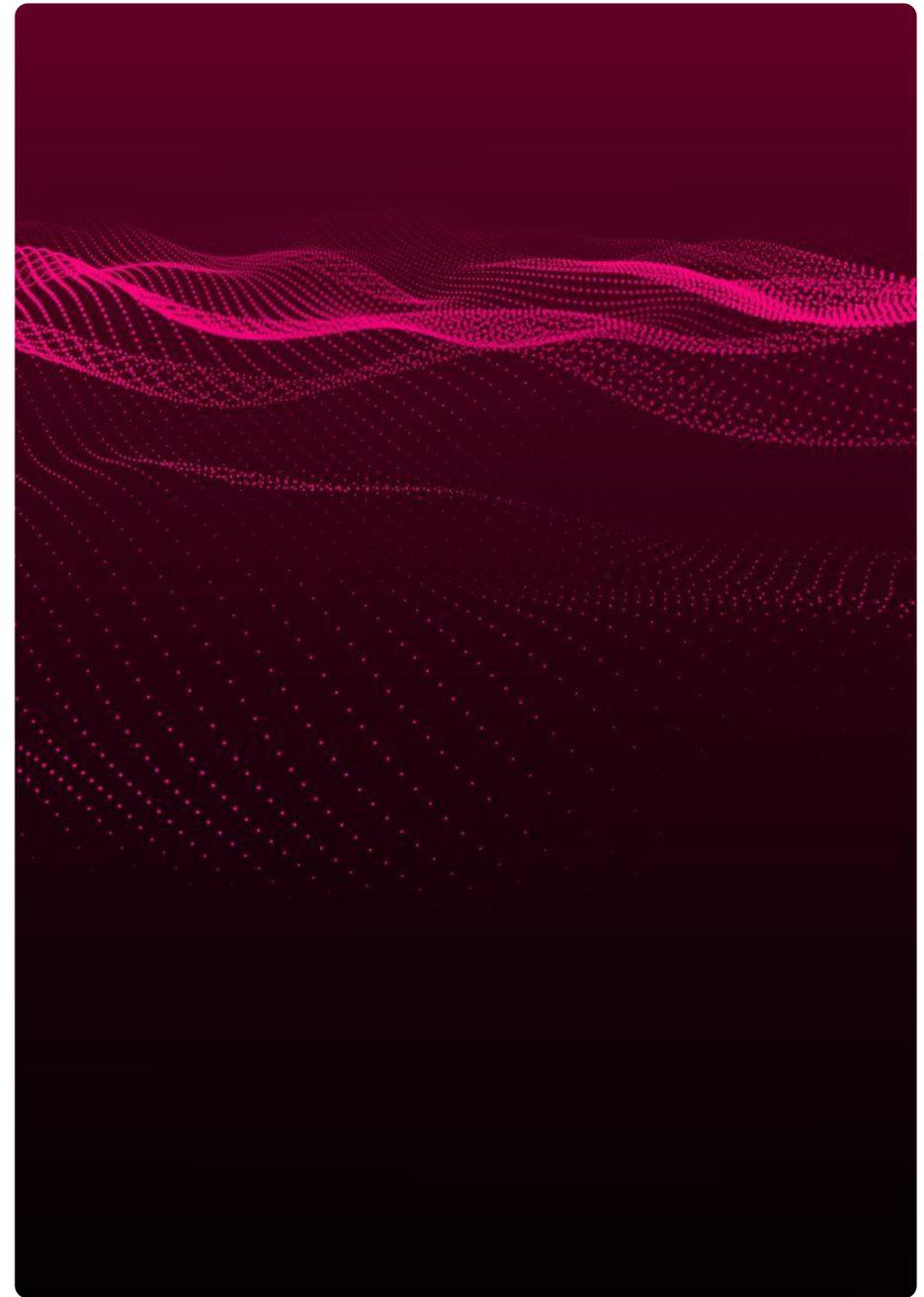


# OUR DIGITAL FORMATS





# STANDARD DIGITAL FORMATS



# General

- **ADSERVER RÉGIE UTILISÉ APPLICATIF** : Google Ad Manager
- **RÉGIE UTILISÉ DISPLAY/VIDEO** : Google Ad Manager
- **MATERIAL DELIVERY TIME (classic material)** : Max. 3 working days
- **COVER DELIVERY TIME** : Max. 7 working days
  - ⚠ Redirects, 'impression,s pixels, click trackers and creatives are hosted outside of Prisma.
  - All url must have a secure url with « **HTTPS** »
  - Non consent environment : Provide one creative material without tracking for exclusive sponsoship's files.
- **EN CAS DE NON RESPECT DE CES SPECS** : l'équipe trafic vous informera par mail, et en cas de non-réponse se réserve le droit de dé-prioriser votre campagne

# Sizes

	DESKTOP	WEBMOBILE	WEBSITE	APPLIMOBILE	APPLITABLET
BANNER	728x90 1000x90 1000x200	x	728x90	x	728x90
MPU	300x250	300x250 300x600 (parallax)	300x250 300x600	300x250 300x600 (parallax)	300x250 300x600
SKIN	1800x1000	x	728x90	x	x
COVER	Sizes & specs <a href="#">HERE</a>				
INTERSTITIAL	x	x	x	320x480	1024x768 + 768x1024
NATIVE	640x360 + 500x500 + text				
VIDEO INSTREAM	1280x720	minimum :320x180 maximum : 640x360	640x360	minimum :320x180 maximum : 640x360	640x360

# HTML5 GOOGLE CODE

```
<!DOCTYPE HTML>
<html>
<head>
<script>
var clickTag = "https://www.url-de-clic-a-changer.fr";
</script>
<style>
a:hover {cursor:pointer;}
</style>
<!-- Prisma FIN de la déclaration des variable html5 -->
</head>
<body>
<!-- Prisma début de la zone clicable à insérer dans le body-->
<div id="click-area1">
<!-- Insérez le code du Contenu de la créa ci-dessous --->
//////////////////code de la création////////////////////////////////
<!-- fin du code du Contenu de la créa --->
<script type="text/javascript">
var clickArea1 = document.getElementById("click-area1");
clickArea1.onclick = function(){
window.open(clickTag, "blank")
}
</script>
</div>
<!-- Prisma fin de la zone clicable -->
<!-- no refresh -->
<script>
top.window.advertisingConfig = top.window.advertisingConfig || []
top.window.advertisingConfig.push({
  "id": "%PATTERN:slotCode%",
  "timeout": 0
})
</script>
</body>
</html>
```

## index.html Template



## Google help



# Display section

# BANNER - desktop / webtablet

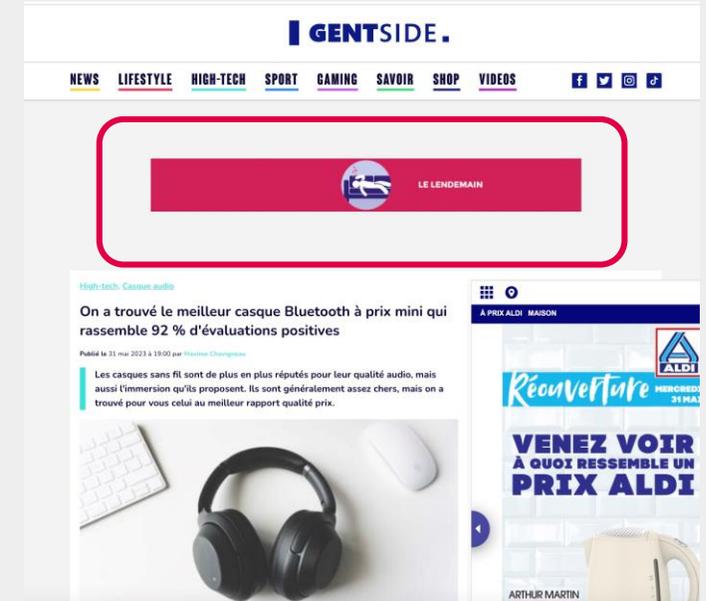
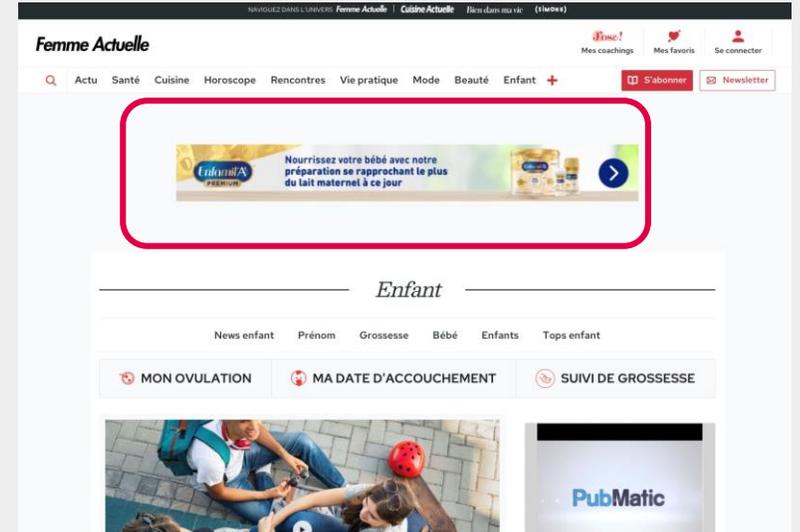


	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
BANNER	728x90	HTML5, JPEG, GIF or Redirect	150Ko	x

## BENCHMARK:

VIEWABILITY: **48,74%**

CTR : 0,01%



# LARGE BANNER - desktop / webtablet

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
<b>LARGE BANNER</b>	1000x90	HTML5, JPEG, GIF or Redirect	150Ko	x

## BENCHMARK:

VIEWABILITY: **48,74%**

CTR : 0,02%

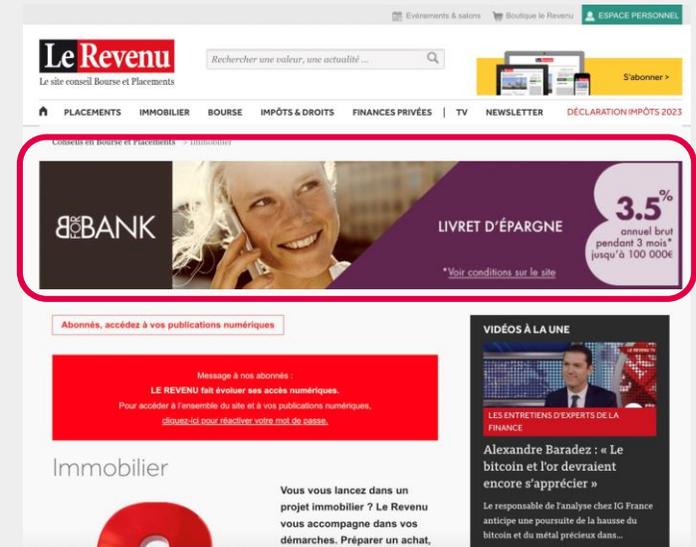
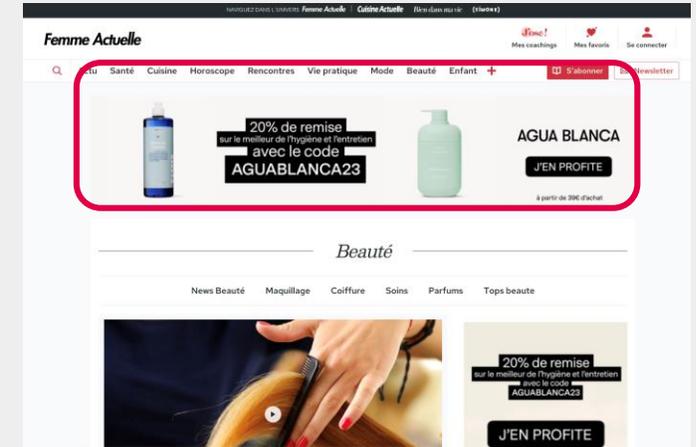
# MEGA BANNER - desktop

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
<b>MEGA BANNER</b>	1000x200 or 970x250	HTML5, JPEG, GIF or Redirect	150Ko	x

**BENCHMARK:**

VIEWABILITY: ??%

CTR : 0,05%



## EXPAND BANNERS - desktop

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
<b>MEGA BANNER</b>	728x90/728x300 1000x90/1000x300	HTML5 ou Redirect	150 Ko	Roll over expand

## VIDEO BANNERS - desktop / app tablet / webtablet

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
<b>VIDEO BANNER</b>	728x90, 1000x90 or 1000x200	Redirect	2Mo	Sound OFF by default. On click or roll over activation

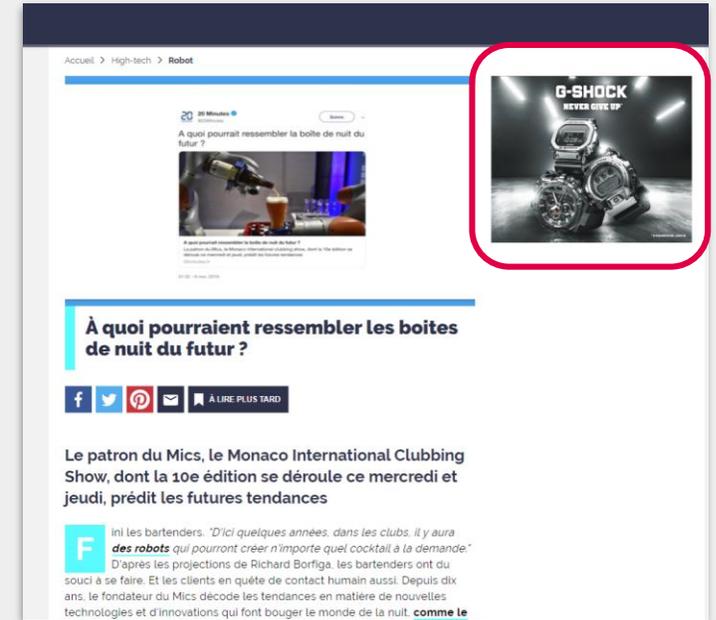
# MPU - desktop / app tablet / webtablet

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
MPU	300x250	HTML5, JPEG, GIF or Redirect	150Ko	x

## BENCHMARK:

VIEWABILITY: **67,38 %**

CTR : 0,05%



Accueil > High-tech > Robot

20 Minutes

A quoi pourrait ressembler la boîte de nuit du futur ?

À quoi pourrait ressembler la boîte de nuit du futur ?

À quoi pourraient ressembler les boîtes de nuit du futur ?

Le patron du Mics, le Monaco International Clubbing Show, dont la 10e édition se déroule ce mercredi et jeudi, prédit les futures tendances

ini les bartenders. *D'ici quelques années, dans les clubs, il y aura des robots qui pourront créer n'importe quel cocktail à la demande.* D'après les projections de Richard Borfiga, les bartenders ont du souci à se faire. Et les clients en quête de contact humain aussi. Depuis dix ans, le fondateur du Mics décrypte les tendances en matière de nouvelles technologies et d'innovations qui font bouger le monde de la nuit. **comme le**

**G-SHOCK**  
NEVER GIVE UP



RECHERCHER

GEO

RUN EXPLORE

LE MAGAZINE

SE CON

Voyage & Destinations Environnement Histoire Aventure Géopolitique Animaux Tintin, c'est l'aventure! Métiers de l'environnement

**VOYAGE** ENVIRONNEMENT HISTOIRE GEOPOLITIQUE

Prêts à vivre une expérience électriciens ?

Ces destinations veulent mettre à l'écart les touristes "à petit budget"

TOURISME

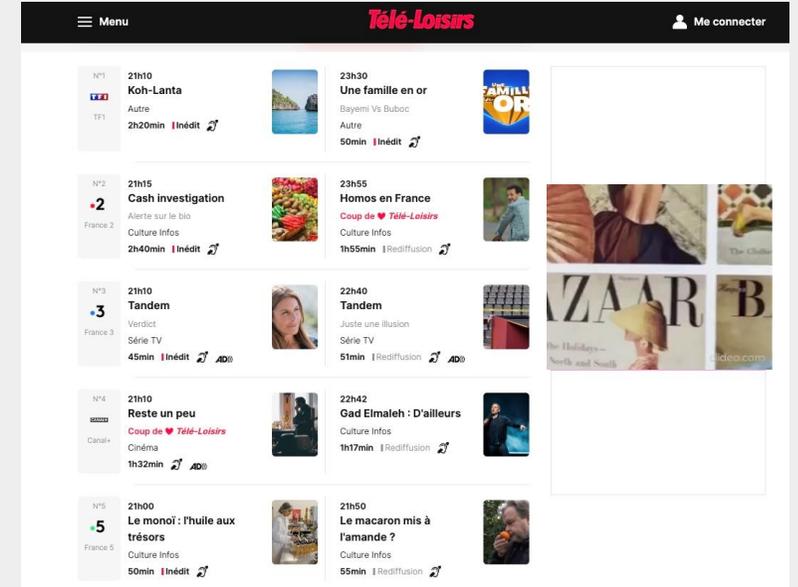
# VIDEO MPU - desktop / app tablet / webtablet

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
VIDEO MPU	300x250	Redirect	2Mo	x

## BENCHMARK:

VIEWABILITY: **67,38 %**

CTR : 0,05%



# STATIC INFEED WEBMOBILE - webmobile / webtablet

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
<b>INFEED</b>	300x250	HTML5, JPEG, GIF or Redirect	150Ko	x



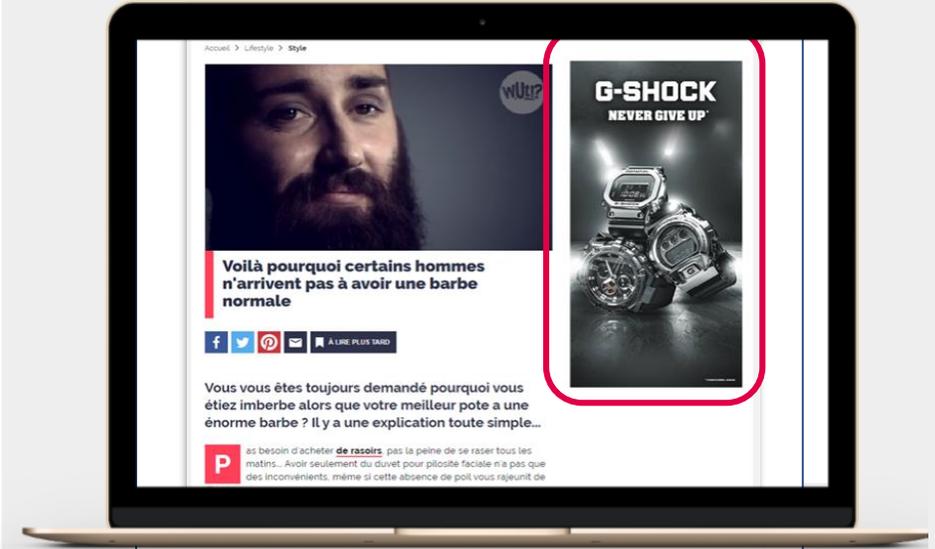
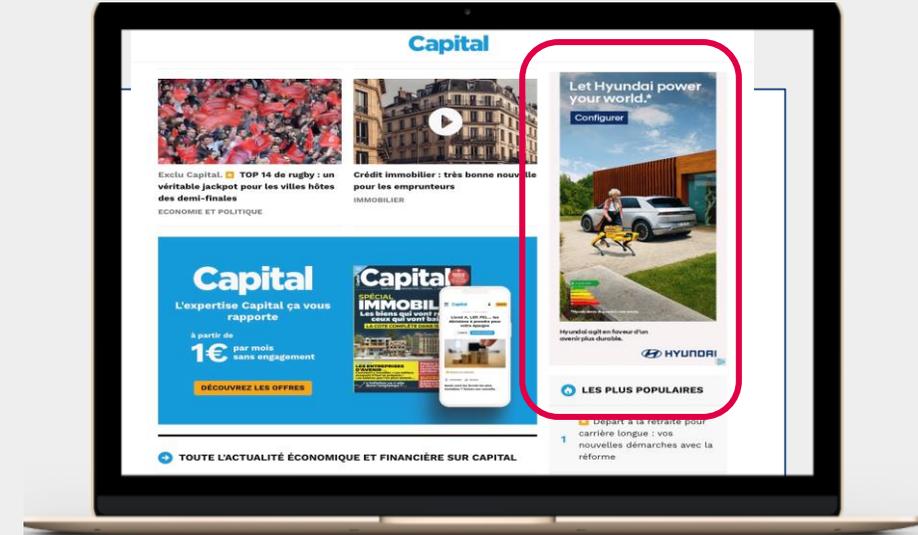
# HALF PAGE - desktop / weblet / webmobile parallax

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
HALF PAGE	300x600	HTML5, JPEG, GIF or Redirect	150Ko	x

## BENCHMARK:

VIEWABILITY: 78,53 %

CTR : 0,08%



# HALF PAGE VIDEO - desktop / webtablet / webmobile parallax

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
HALF PAGE VIDEO	300x600	Redirect	2Mo	Sound of by default Click activation

## BENCHMARK:

VIEWABILITY: **78,53 %**

CTR: 0,08%

The screenshot shows a website layout for 'Clean Beauty'. At the top, there's a navigation bar with 'FESTIVAL DE CANNES', 'NET GALA', and 'TAPIS ROUGE'. Below this is a large video player showing a couple on a red carpet. To the right of the video player, there's a vertical sidebar with the word 'Beauté' written vertically. Below the main video player, there are several article thumbnails. One thumbnail shows a woman in a white dress and a man in a white tuxedo, with the text 'Natalie Portman, Léna Situations, Marion Cotillard... Pourquoi les stars se tournent vers une mode vintage et durable'. Another thumbnail shows a woman in a white dress, with the text 'Kate Middleton : le nom étonnant que lui donne Letizia d'Espagne'. A third thumbnail shows a woman's hands holding a dark, textured object, with the text 'Comment bien se laver les cheveux avec un shampoing solide?'. On the right side, there's a vertical sidebar with a 'Beauté' logo and a 'SERUM' product advertisement with the text 'ELLES ONT TESTÉ LA GAMME SERUM' and 'DÉCOUVREZ LEUR EXPÉRIENCE'.

## EXPAND BANNERS - desktop



	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
<b>HALF PAGE</b>	1000x90 1000x300	REDIRECT ONLY	150Ko	Rollover expand

### BENCHMARK:

VIEWABILITY: ??%

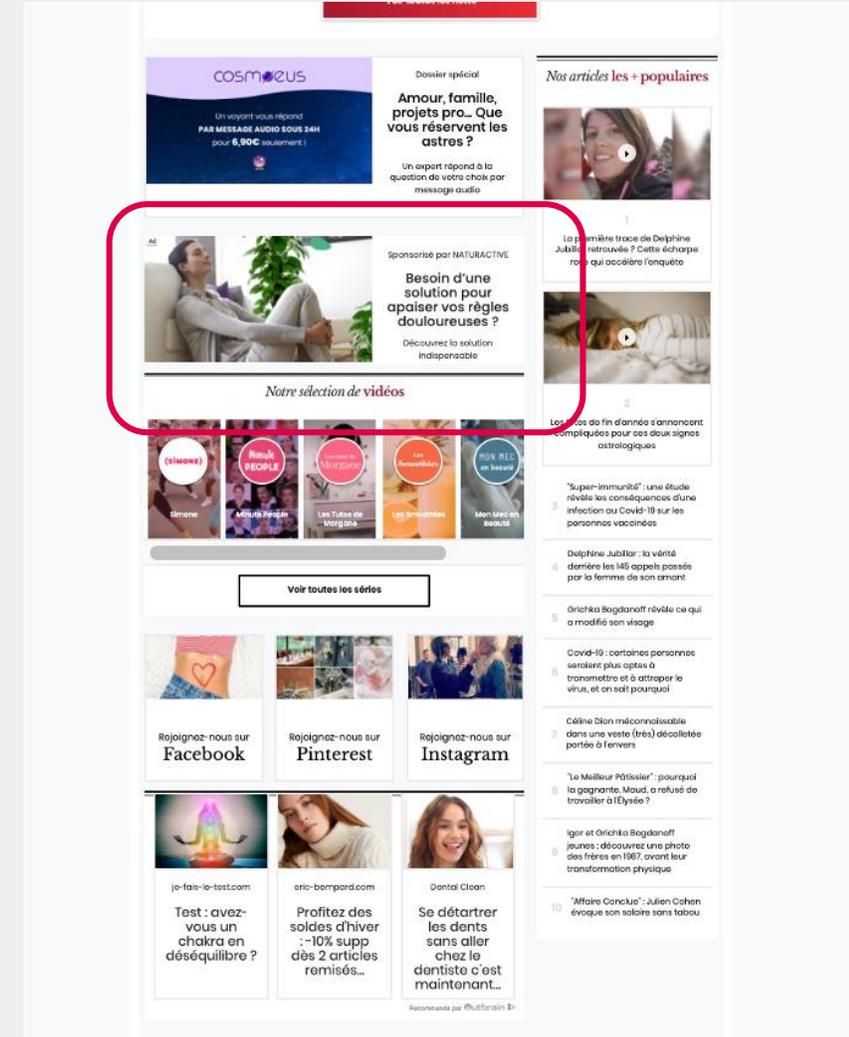
CTR: 0,05%

# NATIVE - desktop / webmobile / webtablet

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
<b>NATIVE</b>	<p><b>Title:</b> max 50 signs (space included)  <b>Description:</b> max 50 signs (space included)  <b>Image:</b> 500x500 + 640x360 + 900x500 + 800x450 ( 4 sizes required)  <b>Logo :</b> jpeg 400x200 - 72 dpi  <b>Sponsored by:</b> max 25 signs (space included)</p>	JPEG	1 Mo	3 versions of creations and /or messages preferred

## BENCHMARK:

CTR : 0,05%



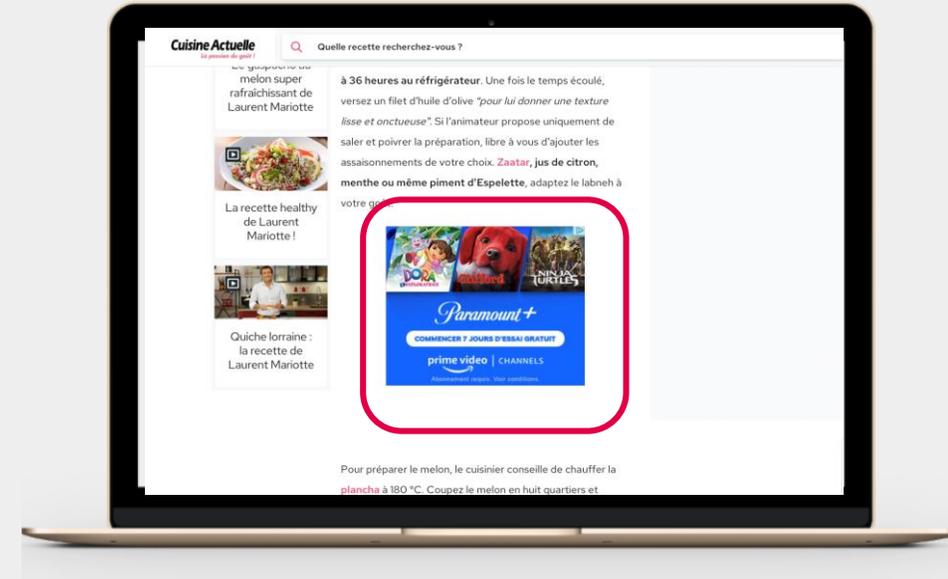
# INREAD - desktop / webmobile / webtablet

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
INREAD	640x360	jpeg, gif, HTML5 ou redirect	150Ko	x

## BENCHMARK:

VIEWABILITY: ??%

CTR: %

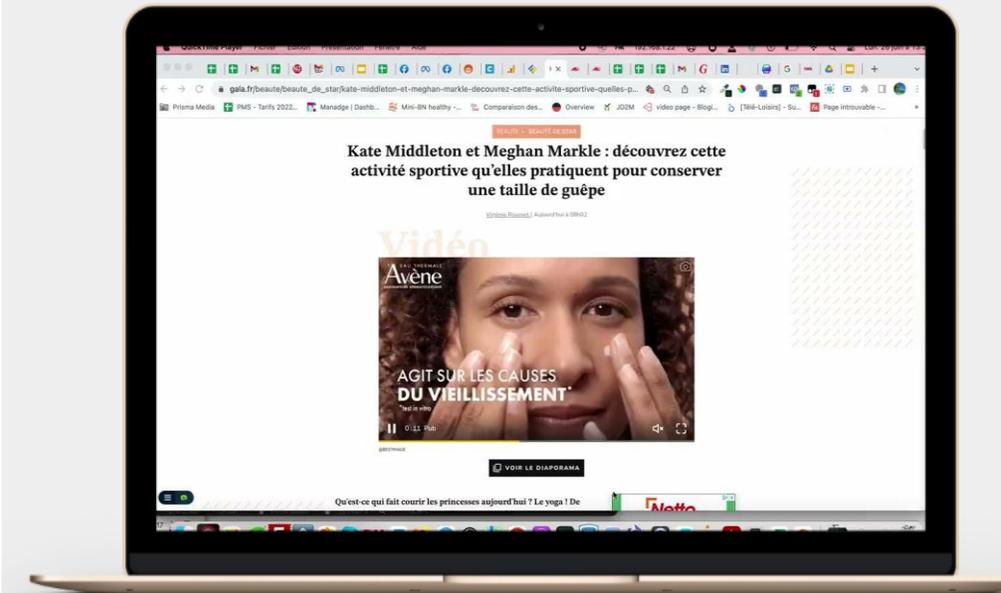


# INSTREAM

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
<b>PRÉROLL VIDÉO (INSTREAM)</b>	640x480 *	Mp4 ou Vast (encodage H264/AAC)	3Mo	Index en début de fichier, 16/9e Dimensions :(16 :9 HD) Bitrate : 700 kbps

\* **Videos Résolutions :**

- Desktok : 1 280x720
- Webmobile / webtablette minimum :320x180 / maximum : 640x360
- App : minimum :320x180 / maximum : 640x360

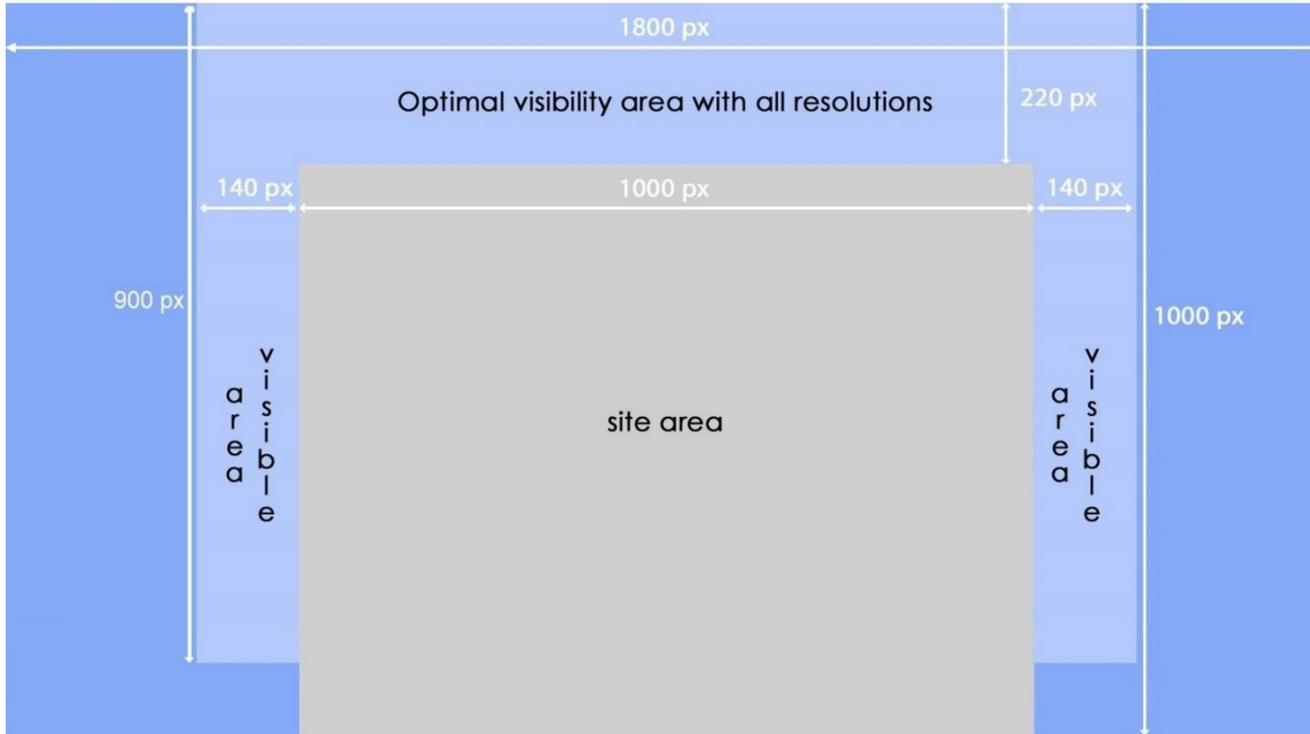


# STATIC SKIN - desktop

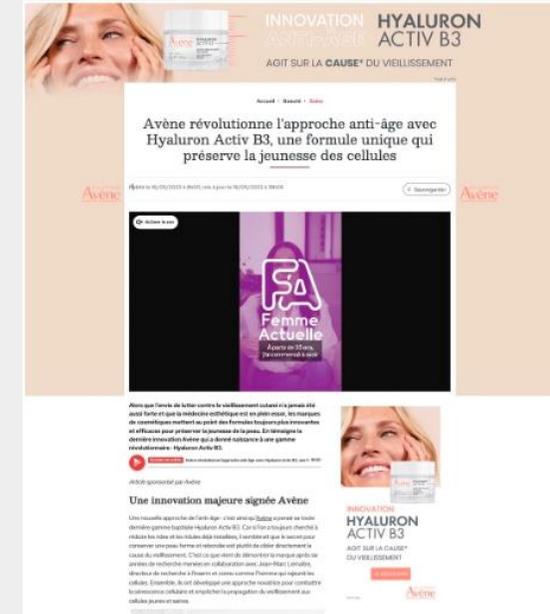
	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
<b>TAKEOVER</b>	1800x1000	Jpeg	150Ko	<p>JPG file 1800px maximum width / 1000px maximum height The gutters are fixed.</p> <p>Useful area: 1280x900 (small screen) The useful area is the one that will be visible on all screen resolutions. All items outside this area are likely to be cut off or not visible depending on the resolution of the screen on which they are displayed</p> <p>For exclusive page : Send an associated file (300x600 or 300x250)</p>

[Template PSD here](#)

# STATIC SKIN- desktop



[Template PSD here](#)



# RICH MEDIA SKIN - desktop

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
<b>VIDEO OR DESTRUCTURED TAKEOVER</b>	1800x1000	Jpeg	150Ko	<p>JPG file 1800px maximum width / 1000px maximum height The gutters are fixed.</p> <p>External provider : Piximedia, Massmotion...</p> <p>Animation to 10s max with capping 1/UV</p> <p>Sound OFF per default with CTA (one dedicated button) - Replay button is possible with the CTA Text Area: 1280x900 (small screen)</p>

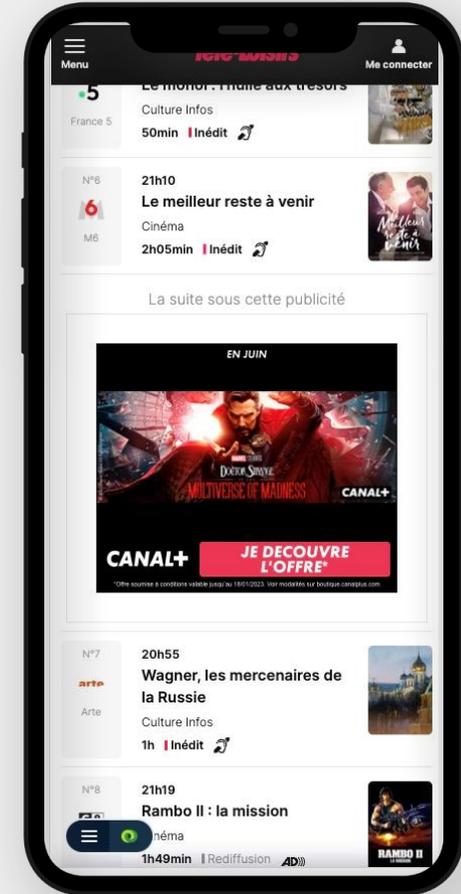


[specs here](#)

# App section

# STATIC INFEED MOBILE - In App

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
INFEED	300x250	HTML5, JPEG, GIF or Redirect	150Ko	x



# VIDEO INFEEED MOBILE - webtablet / webmobile / In App

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
INFEEED	300x250	HTML5 or Redirect	2mo	x



# STATIC INTERSTITIEL - In App

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
<b>STATIC INTERSTITIEL</b> APP MOBILE	320x480	Jpeg	150Ko	x
<b>STATIC INTERSTITIEL</b> APP TABLET	1024x768 768x1024	Jpeg	150Ko (per file)	x

10 seconds Maximum



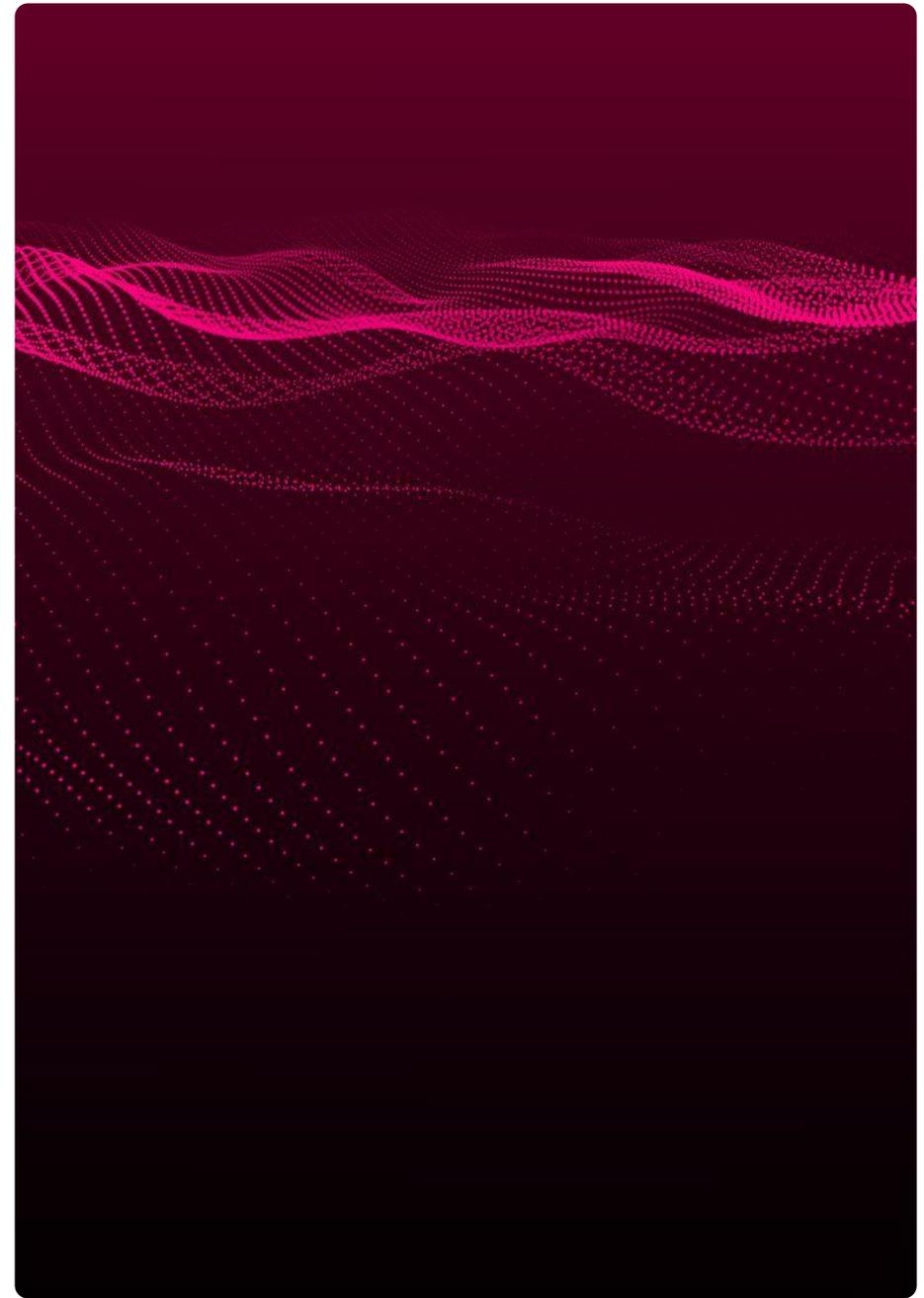
# ANIMATED / VIDEO INTERSTITIEL - In App

	SIZE	FILE TYPE	MAX WEIGHT	COMMENTS
<b>ANIMATED / VIDEO INTERSTITIEL</b> APP MOBILE	320x480	mp4	1Mo	Sound OFF by default. On click or roll over activation
<b>ANIMATED / VIDEO INTERSTITIEL</b> APP TABLET	1024x768 768x1024	mp4	1Mo	





# HIGH IMPACT DIGITAL FORMATS

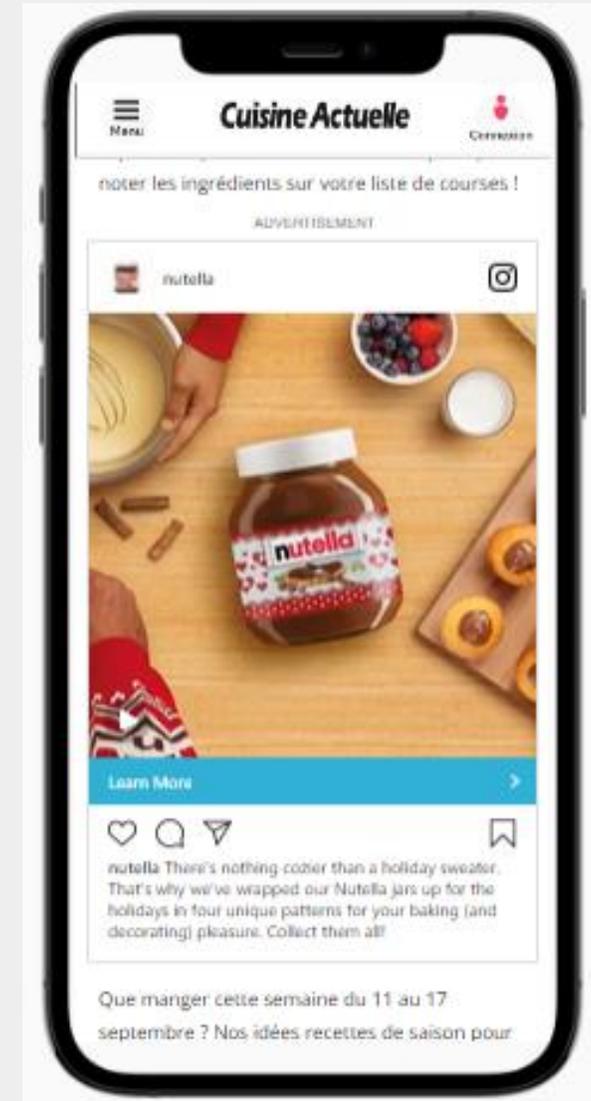


# THE SOCIAL FORMAT

## GOAL:

Give your campaign a social dimension.

Create banner ads on social networks in just a few clicks.



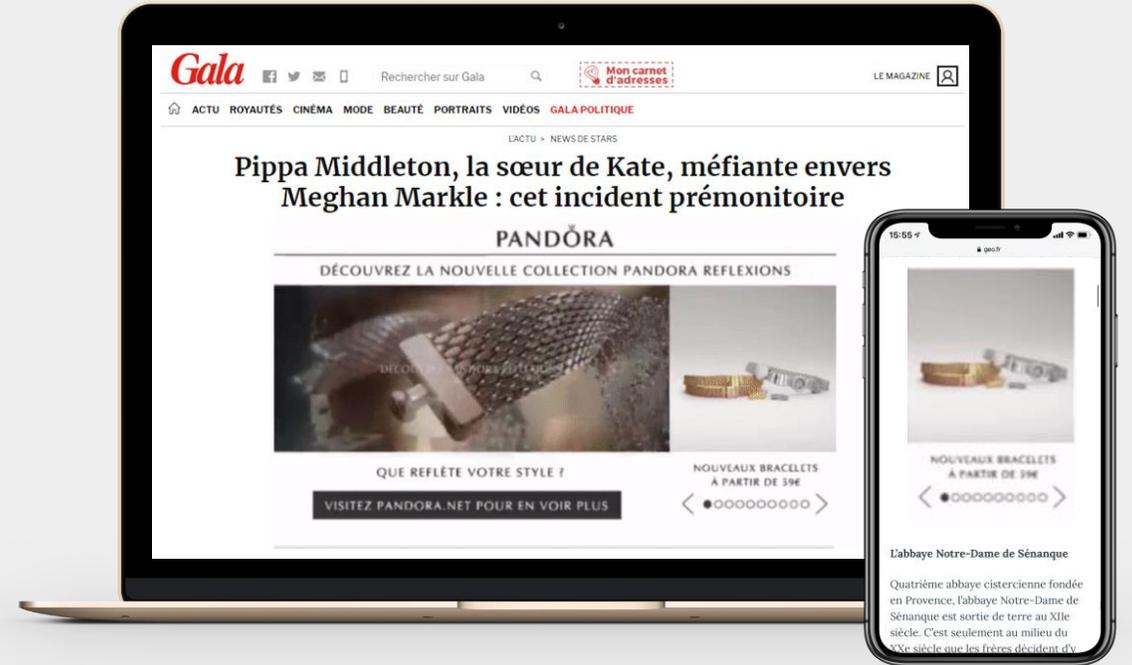
# THE PREROLL SHOWROOM FORMAT

## GOAL:

Take advantage of the emergence of the all video format by presenting your entire range.

## RESULTS:

+18 points of incentive rate vs. average PMS



specs here

Available on desktop, mobile and tablet

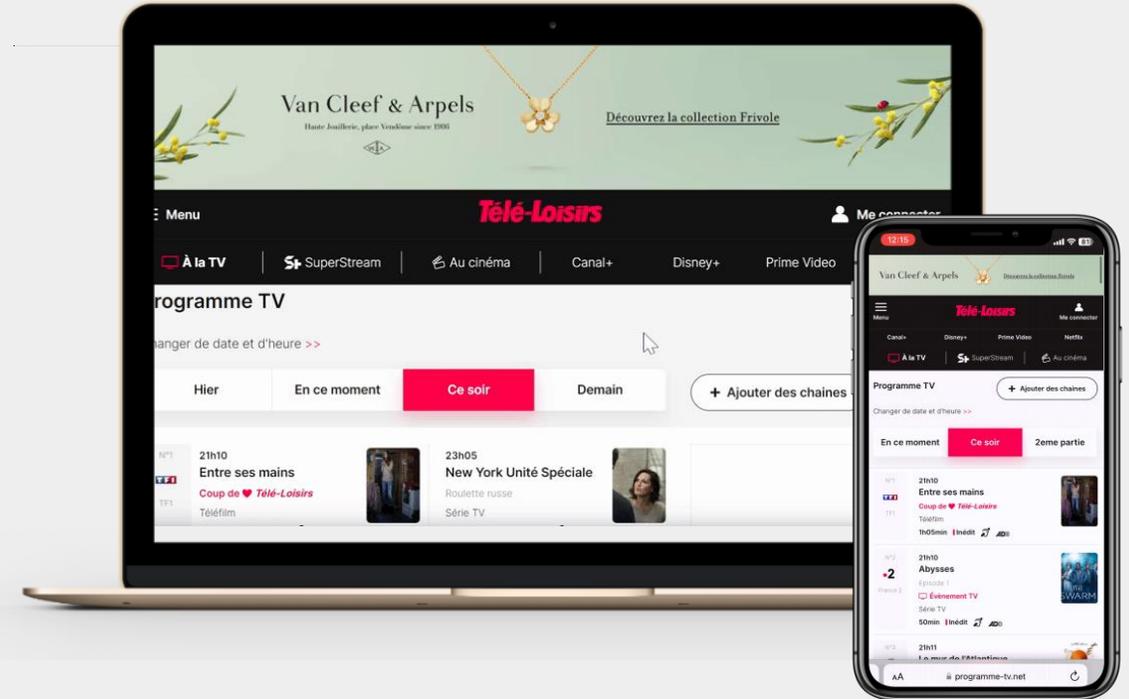
# THE COVER FORMAT

## GOAL:

Working on brand awareness and the image of the brand

## RESULTS:

+14 points on visibility vs consumer focus



specs here

Available on desktop, mobile and tablet

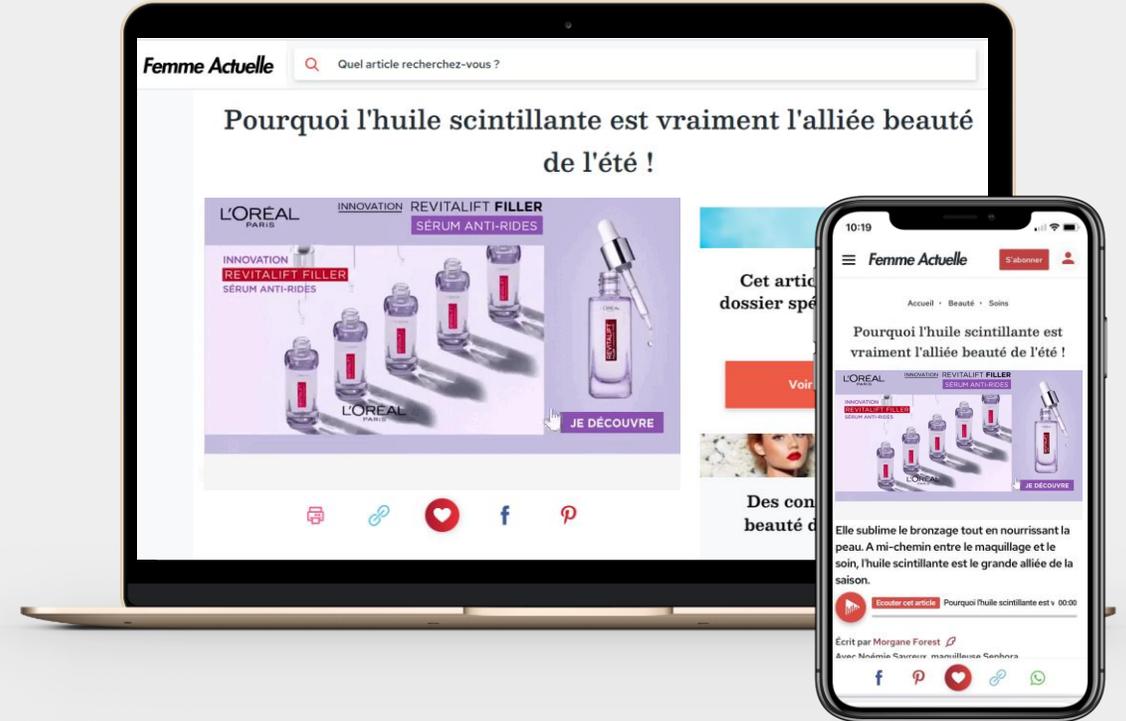
# THE PREROLL CALL TO ACTION FORMAT

## GOAL:

Take advantage of the emergence of the all video format by presenting your entire range.

## RESULTS:

+15 points of encouragement to learn more  
+09 points of incentive to buy vs. average PMS



[specs here](#)

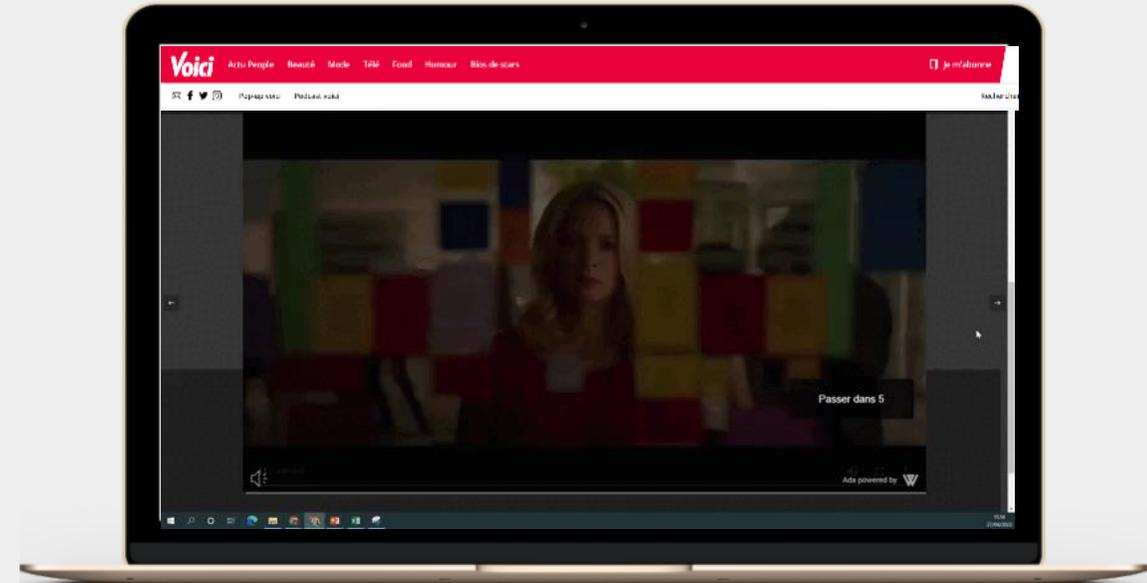
Available on desktop. mobile and tablet

# THE S'KEEP FORMAT



## GOAL:

A visible packshot for a better memorization of the advertising message.



Passer cette pub dans 3 sec

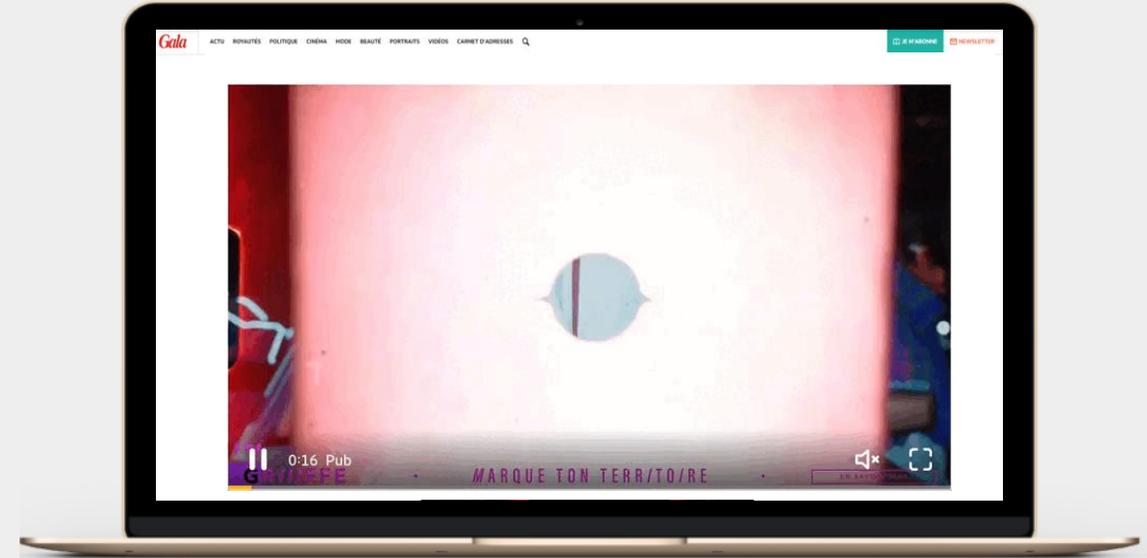
specs here

Available on desktop, mobile and tablet

# THE SEEKBAR FORMAT

## GOAL:

Take advantage of the bar to spread your message while improving the user experience



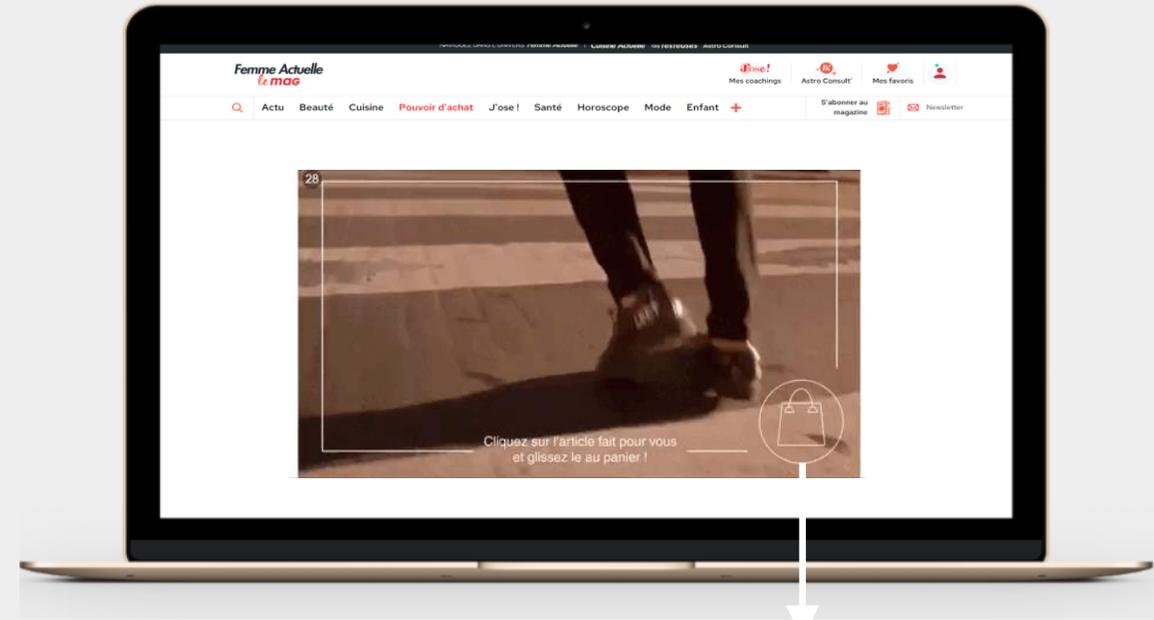
specs here

Available on desktop. mobile and tablet

# THE DRAG N SHOP FORMAT

## GOAL:

The format that revolutionises online shopping with a drag & click from the inspiration to the shop!



specs here

Available on desktop. mobile and tablet

# THE CONVERSATIONAL FORMAT

## GOAL:

1. Gamify your speeches
2. Engaging web users with your brand for :
  - generate qualified traffic to your site
  - increase awareness and consideration for your brand
3. Collect insights and deterministic data

[specs here](#)

Available on desktop, mobile and tablet

### Banque-assurance



La conso électrique annuelle de chaque Français a le même impact carbone que la production de 2870 kg de bananes.

VRAI

FAUX

### Luxe



**LE CADEAU DIOR IDÉAL**  
Offrez le cadeau parfait en quelques clics

Pour Elle

Pour Lui

Politique de confidentialité

### Tourisme



Quel est le mois idéal pour vous ressourcer cet été ?

Juillet ou Août

Politique de confidentialité

### Food



Quel houmous va devenir votre indispensable pour un apéro d'été ?

Houmous au basilic ou Houmous aux tomates séchées