

Digital Video Ad desservant Template

(VAST)

version 2.0

Publication Novembre 2010

Document rédigé d'après la publication de l'IAB US

Sociétés membres de l'IAB France qui ont participé à ces travaux :

24/7 RealMedia

Adtech

Dailymotion

DoubleClick

Eyewonder

Piximedia

Smart AdServer

Videoplaza

Digital Video Ad desservant Template (VAST), version 2.0

L'IAB France – à travers un groupe de travail constitué de membres de l'association – s'est penchée en novembre 2010 sur la transposition en France des recommandations de l'IAB US au sujet du protocole Video Ad Server Template (VAST).

Ce document, à destination de tous les acteurs utilisant la vidéo numérique en tant que levier marketing, a pour mission de rendre accessible toutes les recommandations permettant d'optimiser les échanges d'informations capitales sur les publicités servies entre les différentes parties prenantes.

Ce document peut être consulté sur le site internet du CCI à l'adresse: <http://www.iab.net/vast>

SOMMAIRE

| | |
|--|-----------|
| RESUMES et OBJECTIFS | 4 |
| DEFINITIONS | 5 |
| RECOMMANDATIONS SUPPLEMENTAIRES | 6 |
| RAISONNEMENT | 6 |
| MODE DE DIFFUSION DES PUBLICITES | 7 |
| Ad REQUEST | 7 |
| TRACKING DES IMPRESSIONS | 8 |
| Wrapper ads | 8 |
| DEFINITION DE LA REPONSE XML VAST | 9 |
| TRACKING DES CLICS | 15 |
| UTILISER LES EXTENSIONS | 15 |
| Annexe A de recommandation: Annonce étiquette de format | 16 |

Résumé et objectifs

L'objectif de ce projet est de développer un standard de communication entre les adservers vidéo In Stream et les players fondé sur le langage de programmation XML, ainsi que de définir un *XML schema* (XSD) pour développeurs.

Le protocole de communication standardisé VAST (Video Ad Serving Template) est destiné à répondre aux exigences de la majorité des pratiques actuelles dans le domaine de la publicité vidéo In Stream.

Les informations de ce document conviennent à n'importe quel lecteur vidéo dès lors qu'une requête à l'adserver et l'analyse de la réponse sont réalisées avant que les vidéos ne soient jouées par le player.

Par exemple, l'utilisation de ce standard peut s'appliquer à l'intérieur d'un lecteur Adobe Flash si la requête à l'adserver a été faite et sa réponse analysée en ActionScript, mais n'est pas appropriée si la publicité à servir est contenue directement dans une playlist SMIL envoyée au lecteur vidéo. Ce format XML peut être utilisé dans d'autres applications que le visionnage de vidéos à la demande, telles que dans des applications où les vidéos sont téléchargées, des set-top boxes, etc. Mais ces applications sont clairement hors du contexte actuel décrit dans ce document.

L'objectif de ces spécifications est que n'importe quel lecteur vidéo soit compatible avec ce protocole. Il appartiendra donc à chaque ad server secondaire (ad server agence) de développer sa propre implémentation de ce standard et il appartiendra à chaque éditeur ou revendeur d'implémenter le standard dans son ad server principal et ses players vidéo.

Ce document part du principe que les lecteurs vidéos tenteront d'aligner leurs suivis d'impressions sur les recommandations en la matière faites par l'IAB.

Ce document prend en compte à la fois les campagnes vidéos linéaires (type « pré-rolls »), comme les campagnes non-linéaires (type « overlays») et les annonces de type compagnon telles que définies dans les Recommandations sur les formats de l'IAB France.

De nombreux formats non linéaires nécessitent des interactions complexes avec le lecteur vidéo, et la norme VAST peut ne pas être suffisante, à ce jour, pour implémenter ces formats sur tous les ad servers. Il est également important de noter que VAST ne définit pas le positionnement ou le timing des campagnes dans un lecteur vidéo. C'est au lecteur vidéo, en tant qu'entité dotée de la compréhension du contexte dans lequel l'annonce apparaîtra, de déterminer ces facteurs.

Note: La version actuelle de VAST est la version 2,0. VAST 1.0 est obsolète.

L'IAB recommande à tous les acteurs du marché de mettre à jour ce standard dès que possible.

DEFINITIONS

Annonces « Compagnon » : Le plus souvent de type texte, bannière display classique, rich media, ou habillage autour de la vidéo, ces publicités sont de tailles et de formes variées mais sont en général jouées à côté ou autour du player vidéos.

Annonces InLine : Document VAST qui intègre tous les éléments nécessaires pour décrire le comportement visuel de l'annonce.

Annonces Vidéos Linéaires : La publicité est présentée avant, au milieu, ou à la fin du contenu vidéo visionné par l'utilisateur, de la même façon qu'un spot TV peut être diffusé avant, pendant ou après le programme choisi.

Annonces vidéos Non-linéaires: L'annonce est diffusée en même temps que le contenu vidéo afin que les utilisateurs voient l'annonce en même temps que la vidéo. Les annonces vidéo non-linéaires peuvent être diffusées sous forme de textes, publicités graphiques, vidéos ou en superposition.

Ad Server Principal: Le premier ad server appelé par le player vidéo ou d'autres systèmes. Il est supposé que, dans la plupart des cas, un éditeur fera toutes les requêtes via son ad server principal (propre ou tiers), et redirigera ensuite les requêtes vers d'autres ad servers si nécessaire.

Ad server Secondaire: Ad Server utilisé par une régie publicitaire ou par l'acheteur d'annonces pour la diffusion des annonces, le suivi des résultats, et l'optimisation des créations publicitaires.

VAST (Video Ad Serving Template): format de document XML décrivant une annonce à afficher dans, sur ou autour d'un player vidéo ou un "Wrapper" pointant vers un document VAST à requêter.

Lecteur Vidéo: l'environnement dans lequel le contenu de la vidéo In-Stream est diffusé. Le lecteur vidéo peut être développé par l'éditeur du site ou fourni par un éditeur technologique.

Annonces « Wrapped » : document VAST qui pointe vers un autre document VAST sur un autre serveur.

RECOMMANDATIONS SUPPLEMENTAIRES

En plus de la norme XML de « réponse ad » détaillées ci-dessous, deux nouvelles recommandations ont été identifiées pour aider à la mise en œuvre réussie des annonces vidéo:

1. Un ensemble de paires valeur-clé qui peuvent être ajoutées à la demande « tag annonce » afin de réduire les erreurs résultant de « réponses ad » incorrectes. Par exemple, si un éditeur ne veut recevoir que des publicités vidéo Windows Media-formaté ou des annonces d'une certaine durée, la balise annonce peut être définie de façon à ne fournir que des annonces avec ces spécifications. Parce que la syntaxe des balises diffère sensiblement entre les serveurs d'annonces, il s'agit d'une option recommandée et non d'une exigence formelle. Cette recommandation est incluse dans le présent document en annexe A.
2. Une méthode de communication entre l'annonce elle-même et le lecteur vidéo dans laquelle elle est affichée. Cette communication est importante puisque les annonces vidéos linéaires et non-linéaires peuvent être interactives. L'interaction avec l'utilisateur aura généralement une incidence sur l'activité du lecteur vidéo. Par exemple, lorsqu'un utilisateur clique sur une annonce pour avoir accès à plus d'informations sur l'annonceur, et qu'il a été prévu que la vidéo soit mise en pause automatiquement. Chaque éditeur et fournisseur de technologie a mis en place ce type de communication d'une manière non-standard, ce qui entraîne un surcroît de travail pour toutes les parties lors de la mise en ligne des campagnes. Cette recommandation, appelé VPAID, a été publiée par la CCI dans un document disponible à l'adresse suivante : [l'http://www.iab.net/vpaid](http://www.iab.net/vpaid).

RAISONNEMENT

Le développement d'une méthode standard pour l'annonce In Stream est un élément nécessaire à l'acceptation d'un service tiers par les éditeurs. L'absence de diffusion de publicité tierces dans les lecteurs vidéo est actuellement source de deux types d'inefficacité: les éditeurs ne sont pas en mesure d'optimiser facilement leur inventaire vidéo, et les acheteurs ne sont pas en mesure d'utiliser leurs rapports actuels et leurs outils d'optimisation pour les annonce In Stream.

L'adoption de la norme VAST est censée apporter des avantages immédiats à toutes les parties de l'écosystème vidéo:

| ACTEURS | BENEFICES ATTENDUS |
|---------------------------------|--|
| Editeurs | <ul style="list-style-type: none">• Accroître le rendement en utilisant les réseaux publicitaires pour participer à l'évolution des inventaires vidéos• Simplifie les échanges avec les acheteurs en permettant l'utilisation de tags publicitaires tiers au sein de lecteurs vidéo |
| Réseaux Ad / Echanges | <ul style="list-style-type: none">• l'intégration technique facilité permettant un accès à un inventaire d'éditeurs vidéo plus large• Simplifie les échanges avec les acheteurs en permettant l'utilisation de tags publicitaires tiers |
| Agences / Annonceurs | <ul style="list-style-type: none">• Utiliser les investissements existants dans les services publicitaires, rapports, outils d'optimisation |
| Les fournisseurs de technologie | <ul style="list-style-type: none">• Proposer une norme technique unique au lieu de multiples standards |

MODES DE DIFFUSION DES PUBLICITES

Il a été prévu que les éditeurs puissent avoir le choix entre deux méthodes pour ad server l'Instream :

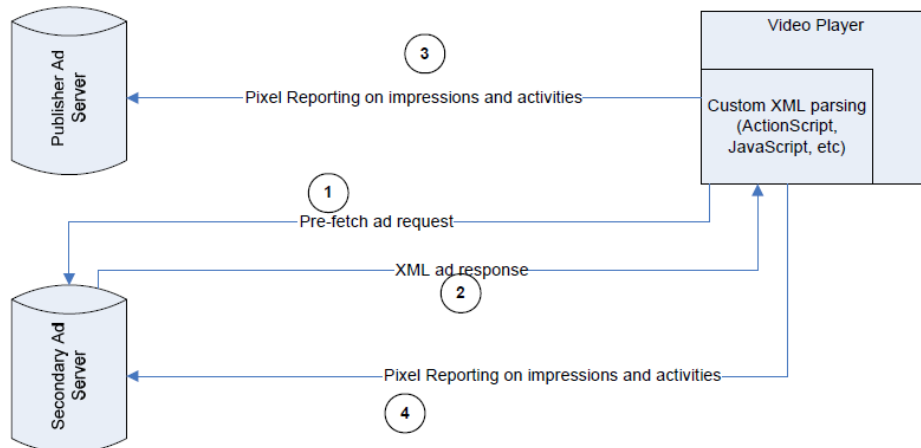
- Vidéo encodée et URLs de trackings dans le lecteur ou l'Ad Server Principal
- Redirection dynamique de l'ad server de l'éditeur vers un ou plusieurs autres ad servers

Ce projet se concentre uniquement sur la 2ème méthode : la redirection dynamique. La méthode codée en dur peut facilement être personnalisée par les traffickers en fonction des différents besoins des éditeurs et ne nécessite pas de normalisation.

Ad Request

La séquence de l'appel de la pub à partir d'un lecteur vidéo dans le navigateur de l'utilisateur est indiquée dans le schéma simplifié ci-dessous:

Description générique des publicitaires tiers desservant pour In-Stream



1. le système de l'éditeur (ex: ad server, lecteur video du client ou autres mécanisme) appelle la pub de l'ad server secondaire. Le tag de pub de l'ad server secondaire peut être présent dans

une playlist, encodé dans le player, sous forme de redirect ou autres variantes. S'il est récupéré de l'ad server primaire, la requête à l'ad server secondaire, en général, n'enregistrera pas immédiatement une impression puisque l'impression vidéo nécessite un tracking post-buffering.

2. L'ad server secondaire peut répondre par un template XML Wrapper pointant vers un autre ad server secondaire ou répondre par un template XML VAST décrivant la pub devant être servie. Les templates XML Wrapper et VAST sont décrits plus loin dans ce document. Il appartient à l'éditeur de déterminer les règles concernant le nombre maximal de sauts entre les ad servers secondaires dans le but d'optimiser l'expérience utilisateur. A chaque chaîne d'Ad Servers secondaires, la taille globale des données transférées et la latence augmentent. Les éditeurs auront donc tendance à limiter le nombre de redirections à deux ou moins. De manière optionnelle, le lecteur vidéo peut également valider les règles en fonction de la réponse XML et choisir ou non d'afficher les pubs correspondantes. Par exemple, si le lecteur video accepte seulement des vidéos de 15 secondes et l'Ad Server secondaire répond par une vidéo de 30 secondes, la réponse peut donc être rejetée et un rapport d'erreur généré. Comme on le verra dans le présent document, les ad servers peuvent choisir d'adopter une convention de tagging en vue de réduire la probabilité de telles erreurs.
3. En fonction de la réponse XML, une série d'URLs de trackings est appelée par le lecteur video à des fins statistiques. Les différents ad servers et lecteurs vidéo peuvent supporter divers ensembles de paramètres et donc de combinaisons statistiques.
4. L'ad server principal et tous les ad servers secondaires doivent enregistrer les impressions. Se référer à la rubrique de tracking des impressions pour plus d'information.

Tracking des impressions

Afin d'être conformes aux normes de **IAB US** au niveau du tracking des impressions, les requêtes pub des formats vidéos, via tracking des impressions, doivent être faites à la fin du chargement de la vidéo (mémoire tampon). Toutefois, la méthode standard de redirect entre les serveurs utilisant les réponses HTTP 302 ne permet pas aux ad servers de communiquer au lecteur vidéo l'impression URI correcte à appeler.

Par exemple, lorsque le lecteur vidéo fait une demande d'un Ad Server principal, un 302 est répondu à l'ad tag de l'ad server secondaire. Ce dernier répond avec XML qui inclut une URI pour le tracking des impressions. Le lecteur Vidéo appelle l'URI post-buffering pour que l'Ad Server secondaire enregistre une impression d'une pub vidéo conforme aux recommandations de l'IAB. Mais comment l'ad server principal sait-il quand enregistrer une impression?

Il existe trois méthodes possibles pour surmonter cette limitation:

1. Encapsuler chaque réponse de l'ad server dans un XML supplémentaire, comprenant les URL de tracking (« XML Wrapper Méthode »).
2. Utilisez la syntaxe de balises pour inclure les URL de trackings (impression et clicks) dans la requête (« Rich Media Méthode »).
3. Exiger que tous les ad servers secondaires incluent dans leur interface des champs pour la saisie d'URLs de tracking provenant des éditeurs ou networks ("Multiple URLMéthode").

Bien que chacune de ces trois méthodes soit acceptables, le standard VAST ne supporte que la méthode XML Wrapper à travers l'élément <wrapper>. La méthode XML Wrapper est la méthode à privilégier en raison de sa puissance et son extensibilité. Il appartiendra à chaque éditeur de déterminer quelles sont les politiques mises en place pour éviter les excès de redirect ou les fichiers de grande taille dans les réponses XML.

Wrapper ads

Le flux de la méthode XML Wrapper est très similaire au schéma simplifié ci-dessus, avec quelques différences importantes:

1. L'Ad server principal ou le système de gestion de contenu est le premier à recevoir une requête..
2. L'Ad Server principal répond par un document XML VAST et un ad Wrapper, comprenant les URI des impressions, autres trackings URI, et URI click tracking qui sont appelés par le lecteur vidéo, en même temps que le tag de l'adserver secondaire, à partir duquel la pub sera servie.
3. Les lecteurs vidéos appellent les tags de l'Ad Server secondaire.
4. L'ad server secondaire répond avec le document VAST contenant une InLine Ad, ou peut aussi répondre avec un document VAST contenant un second Wrapper Ad. Potentiellement il pourrait y avoir un ensemble de troisième ou quatrième URI comme dans le cas où un ad network redirige vers un ad

server de l'agence. Cela implique que les scripts du Lecteur Vidéo de garde la trace de plusieurs trackings URIs par événement, par création.

5. Les URI du second ad server sont appelés lorsque certains événements se produisent.

6. Les URI du principal ad server sont appelés lorsque certains événements se produisent. Ces URIs sont déterminées par la première du Wrapper Ad.

Le « Wrapper Ad » comprend un sous-ensemble d'éléments descriptifs et éléments de tracking à partir de l'Inline Ad, avec en supplément un « ad tag » du « down stream ad server ».

DEFINITION DE LA REPONSE XML VAST

L'objectif de ce document est de définir précisément les spécifications techniques de la réponse XML standardisée. Un schéma XSD, ainsi qu'un document XML de référence sont disponibles à titre d'exemple sur le site internet de l'IAB.

Au-delà des spécifications en tant que telles, quelques précisions doivent être apportées pour faciliter l'intégration:

1. L'élément de niveau supérieur d'une réponse XML VAST est « <Ad> ». Cet élément contient, pour un seul annonceur, une combinaison de vidéos, de compagnons, et d'éléments non-linéaires.
2. Une réponse VAST peut contenir des publicités pour plusieurs annonceurs. Charge au lecteur vidéo de définir l'ordre, la chronologie, l'emplacement, et tous les autres facteurs relatifs à l'intégration pour cet ensemble de publicités. Il est cependant conseillé au lecteur vidéo de respecter l'ordre qui lui a été fourni dans le document XML VAST.
3. L'emplacement / la chronologie des annonces est entièrement à la charge du lecteur vidéo. Cette information n'est pas définie dans le document XML VAST.
4. Il existe deux types de publicité : « InLine », où tous les éléments nécessaires à l'affichage sont contenus dans le XML, et « Wrapper », qui pointe vers un document XML distant, ce document devant être appelé sur un serveur tiers.
5. La réponse XML peut éventuellement indiquer qu'aucune annonce n'est disponible ; cet état est reflété par l'absence de publicité à l'intérieur du document.
6. Une publicité peut inclure un ou plusieurs éléments de type « creative », formant un tout cohérent à l'intérieur d'un conteneur englobant de type « creatives ». A titre d'exemple, une publicité peut être composée d'un élément linéaire, et d'un compagnon, chaque item ayant sa contrepartie en tant qu'élément « creative » à l'intérieur de « creatives ».
7. La norme XML VAST supporte trois type d'éléments créatifs : linéaires, non-linéaires et compagnons. Les éléments créatifs peuvent, de manière optionnelle, avoir un numéro de séquence (attribut « sequence ») indiquant l'ordre suggéré d'apparition. Deux éléments ayant vocation à être appelés simultanément doivent avoir le même numéro de séquence.
8. Une annonce doit inclure un seul élément « impression », appelé automatiquement à l'affichage de la première création de l'annonce.

9. Il est possible de suivre individuellement chaque élément créatif de l'annonce par l'ajout d'un élément de tracking défini au niveau des créations. Si l'on prend pour exemple une annonce incluant un élément linéaire et un élément non-linéaire, l'affichage du premier élément déclenche l'appel de l'URL définie au niveau « impression », ainsi que de celle définie dans *creativeView*. A l'affichage du deuxième élément, l'URL définie pour celui-là dans *creativeView* est appelée.
10. Un élément de type linéaire est affiché dans la zone du lecteur vidéo et peut inclure des vidéos, des images ou des éléments interactifs
11. Il est possible d'utiliser plusieurs compagnons de différentes dimensions et / ou technologies. Si les compagnons doivent être affichés en séquence, il faut utiliser des identifiants différents pour chaque séquence.
12. Les éléments de type non-linéaires peuvent inclure un ou plusieurs éléments représentant un concept créatif. Si les éléments doivent être affichés en séquence, il faut utiliser des identifiants différents pour chaque séquence.
13. Les éditeurs peuvent implémenter leurs lecteurs vidéo avec des niveaux variés de support de la norme XML VAST. Par exemple, un éditeur peut décider de limiter le support d'un Ad server tiers au tracking, auquel cas seul cette section serait pertinente.
14. Pour des raisons de performance ou d'infrastructure, certains éditeurs peuvent ne pas autoriser des Ad servers tiers à servir des fichiers vidéos depuis leur réseau. Dans ce cas, le document XML serait utilisé pour pointer vers des vidéos hébergées par l'éditeur.
15. Optionnellement, en cas d'erreur – notamment en cas de non-lecture de la vidéo –, une URI d'erreur peut être fournie afin d'en informer les différents fournisseurs de service.
Note : La plupart des Ad Servers ne supporte pas ce type de fonctionnalité, cette possibilité est à considérer pour des développements ultérieurs.
16. Tous les Ad servers doivent fournir, au minimum, une URI de tracking des impressions. Il est possible d'en fournir plusieurs, de sorte à les faire apparaître en séquence pour chacune de leur section respective. Par exemple, une publicité InLine peut contenir en séquence deux URI pour le comptage des impressions : une pour l'Ad server, l'autre pour un tiers affilié à la campagne.
17. Le document XML supporte une étendue importante de tracking, uniquement limité au support du lecteur vidéo. Le tracking est basé sur la méthodologie de l'IAB (ie. *Digital Video In-Stream Ad Metrics Definitions*).
18. L'annonce englobante doit inclure l'URI d'un document XML VAST fournie par un Ad server tiers.

19. L'annonce englobante peut inclure simultanément des créations venant de l'Ad server primaire ou secondaire. Par exemple, au lieu tout placer dans un seule et même emplacement, l'Ad server tiers peut fournir une réponse VAST InLine pour une création linéaire, et un tag séparé pointant vers une création standard pour le compagnon.
20. L'annonce englobante peut inclure autant d'URI de tracking que nécessaire pour tracker séparément de l'impression les compagnons servis avec une réponse InLine, les éléments linéaires et non-linéaires. Le serveur fournissant l'annonce englobante n'est pas forcément en mesure de connaître quels éléments doivent être servis : dans ce cas, l'annonce VAST englobante doit fournir des emplacements réservés pour tous les types de création / emplacements supportés par le lecteur vidéo.
21. Bien qu'une seule URL de clic soit attendue, il est possible de fournir plusieurs URI de tracking du clic (*CustomClick*) pour autoriser une personnalisation par éditeur. De plus, des URI séparées peuvent être fournies pour le tracking des clics (*ClickTracking*), ou pour l'URL de destination du clic (*ClickThrough*).
22. Autant d'URI que nécessaires peuvent être fournies pour une vidéo (section *MediaFiles* de la réponse VAST) ; on suppose cependant qu'elles représentent toutes le même objet publicitaire (durée, film, Ad Id, etc...). La bande passante est indiquée pour chaque URI par l'attribut *bitrate*. C'est au lecteur vidéo de déterminer quel fichier diffuser en fonction de la bande passante qu'il a jugé la plus adaptée pour l'utilisateur. Les créations de type image ou interactif peuvent être incluses dans la section *MediaFiles* en réglant correctement le Type MIME. Si l'on souhaite placer plusieurs concepts différents de manière linéaire (ex. Pre-roll & Post-roll), il faut alors utiliser plusieurs créations séparées.
23. Les éléments de type *Ad* peuvent spécifier un objet *AdParameters* pour obtenir en temps réel des paramètres du lecteur vidéo. Par exemple, un Ad non-linéaire peut demander à ce que l'information de tracking lui soit envoyé.
24. L'élément *apiFramework* indique une méthode par laquelle le lecteur vidéo peut communiquer avec les différents éléments de l'annonce. Les valeurs les plus communes sont *VPAID* et *clickTag*, mais il est possible d'utiliser d'autres valeurs pour des solutions ad hoc.
25. Les éléments étendus autorisent la personnalisation, et l'ajout de fonctionnalités par les Ad servers, par exemple pour y inclure du *Geo-targeting* ou des systèmes d'identification unique de l'utilisateur.

26. Il est conseillé à l'Ad server délivrant l'annonce englobante d'inclure à l'intérieur de *AdTagURI* un numéro aléatoire permettant d'ignorer le cache (*cache buster*)
27. La plupart de Ad server tiers supportent l'inclusion d'un paramètre de comptage des clics dans leur tag (généralement « *click=* »). Ce paramètre redirige tous les clics vers l'Ad server primaire pour lui permettre de les compter. Dans le cas de VAST, la valeur de ce paramètre défini par l'Ad server primaire, doit être placé dans l'élément VideoClicks-ClickTracking de l'annonce englobante, et prise en compte par l'annonce VAST InLine.
28. Toutes les URI doivent être placées à l'intérieur de blocs CDATA

Résumé de la réponse XML VAST serveur de publicités :

| ELEMENT | ATTRIBUTES | VALUES | REQUIRED | NOTES |
|-------------|------------|-----------|----------|---|
| VAST | | Root node | Yes | |
| | version | String | Yes | Current version is 2.0 |
| Ad | id | String | Yes | Top-level element, wraps each ad in the response |
| InLine | None | None | No | Second-level element surrounding complete ad data for a single ad |
| AdSystem | None | String | Yes | Indicates source ad server |
| | version | String | No | Internal version used by ad system |
| AdTitle | None | String | Yes | Common name of ad |
| Description | None | String | No | Longer description of ad |
| Survey | None | URI | No | URI of request to survey vendor |

| ELEMENT | ATTRIBUTES | VALUES | REQUIRED | NOTES |
|------------|------------|---------|----------|---|
| Error | None | URI | No | URI to request if ad does not play due to error |
| Impression | None | URI | Yes | URI to track impression |
| | id | String | No | Optional identifier |
| Creatives | None | None | Yes | Container for one or more Creative elements |
| Creative | | | | Wraps each creative element |
| | id | String | No | Optional identifier |
| | sequence | integer | No | The preferred order in which multiple Creatives should be displayed |
| | AdID | String | No | Ad-ID for the creative (formerly ISCI) |

| | | | | |
|--------------------|----------|--|-----|--|
| Linear | | | No | |
| Duration | None | Time | Yes | Duration, in standard time format hh:mm:ss |
| TrackingEvents | | | No | |
| Tracking | | URI | No | URI to track various events during playback |
| | event | creativeView, start, midpoint, firstQuartile, thirdQuartile, complete, mute, unmute, pause, rewind, resume, fullscreen, expand, collapse, accept Invitation, close | Yes | The name of the event to track for the Linear element. The creativeView should always be requested when present. |
| AdParameters | | String | No | Data to be passed into the video ad. |
| VideoClicks | | | | |
| ClickThrough | None | URI | No | URI to open as destination page when user clicks on the video |
| ClickTracking | | URI | No | URI to request for tracking purposes when user clicks on the video |
| CustomClick | | URI | No | URIs to request on custom events such as hotspotted video |
| | id | String | No | Optional identifier |
| Mediafiles | | | Yes | |
| MediaFile | | URI | Yes | Location of linear file |
| | id | String | No | Optional identifier |
| | delivery | streaming, progressive | Yes | Method of delivery of ad |
| | type | String | Yes | MIME type. Popular MIME types include, but are not limited to “video/x-ms-wmv” for Windows Media, and “video/x-flv” for Flash Video. |

| ELEMENT | ATTRIBUTES | VALUES | REQUIRED | NOTES |
|---------------------|----------------------|---------|----------|---|
| | bitrate | Integer | No | Bitrate of encoded video in Kbps |
| | width | Integer | Yes | Pixel dimensions of video |
| | height | Integer | Yes | Pixel dimensions of video |
| | Scalable | Boolean | No | Whether it is acceptable to scale the image. |
| | Maintain AspectRatio | Boolean | No | Whether the ad must have its aspect ratio maintained when scaled |
| | apiFramework | String | No | The apiFramework defines the method to use for communication if the MediaFile is interactive. |
| CompanionAds | | | | |
| Companion | | | No | Any number of companions in any desired pixel dimensions. |

| | | | | |
|------------------------|-----------------|--------------|-----|--|
| | id | String | No | Optional identifier |
| | width | Integer | Yes | Pixel dimensions of companion |
| | height | Integer | Yes | Pixel dimensions of companion |
| | Expanded Width | Integer | No | Pixel dimensions of expanding companion ad when in expanded state |
| | Expanded Height | Integer | No | Pixel dimensions of expanding companion ad when in expanded state |
| | apiFramework | String | No | The apiFramework defines the method to use for communication with the companion |
| StaticResource | | URI | No | URI to a static file, such as an image or SWF file |
| | creativeType | String | Yes | Mime type of static resource |
| IFrameResource | None | URI | No | URI source for an IFrame to display the companion element |
| HTMLResource | None | CDATA | No | HTML to display the companion element |
| TrackingEvents | | | No | |
| Tracking | | URI | No | URI to track view of Companion |
| | event | creativeView | Yes | The creativeView should always be requested when present. For Companions creativeView is the only supported event. |
| CompanionClick Through | None | URI | No | URI to open as destination page when user clicks on the companion |

| ELEMENT | ATTRIBUTES | VALUES | REQUIRED | NOTES |
|---------------------|----------------|---------|----------|--|
| AltText | None | String | No | Alt text to be displayed when companion is rendered in HTML environment. |
| AdParameters | | String | No | Data to be passed into the companion ads |
| NonLinearAds | | | | |
| NonLinear | | | No | Any number of non-linear assets in any desired pixel dimensions. |
| | id | String | No | Optional identifier |
| | width | Integer | Yes | Pixel dimensions of companion |
| | height | Integer | Yes | Pixel dimensions of companion |
| | ExpandedWidth | Integer | No | Pixel dimensions of expanding nonlinear ad when in expanded state |
| | ExpandedHeight | Integer | No | Pixel dimensions of expanding nonlinear ad when in expanded state |
| | scalable | Boolean | No | Whether it is acceptable to scale the image |

| | | | | |
|----------------|-----------------------|---|-----|--|
| | Maintain Aspect Ratio | Boolean | No | Whether the ad must have its aspect ratio maintained when scaled |
| | minSuggestedDuration | Time | No | Suggested duration to display non-linear ad, typically for animation to complete. Expressed in standard time format hh:mm:ss |
| | apiFramework | String | No | The apiFramework defines the method to use for communication with the nonlinear element |
| StaticResource | | URI | No | URI to a static file, such as an image or SWF file |
| | creativeType | String | Yes | Mime type of static resource |
| IFrameResource | None | URI | No | URI source for an IFrame to display the non-linear element |
| HTMLResource | None | CDATA | No | HTML to display the nonlinear element |
| TrackingEvents | | | No | |
| Tracking | | URI | No | URI to track various events during playback |
| | event | creativeView, start, midpoint, firstQuartile, thirdQuartile, complete, mute, unmute, pause, rewind, resume, fullscreen, expand, collapse, acceptInvitation, close | Yes | The name of the event to track. The creativeView should always be requested when present. |

| ELEMENT | ATTRIBUTES | VALUES | REQUIRED | NOTES |
|-----------------------|---------------------------------|--------|----------|--|
| NonLinearClickThrough | None | URI | No | URI to open as destination page when user clicks on the non-linear ad unit |
| AdParameters | | String | No | Data to be passed into the video ad. |
| Extensions | | | | |
| Extension | type | Any | No | Any valid XML may be included in the Extensions node. See section below for suggested naming conventions of types. |
| Wrapper | None | None | No | Second-level element surrounding wrapper ad pointing to Secondary ad server. |
| AdSystem | Same as above in InLine section | | | |
| VASTAdTagURI | None | URI | Yes | URI of ad tag of downstream Secondary Ad Server |
| Error | Same as above in InLine section | | | |
| Impression | Same as above in InLine section | | | |
| Creatives | Same as above in InLine section | | | |

| | |
|----------------|---------------------------------|
| Creative | Same as above in InLine section |
| Linear | Same as above in InLine section |
| TrackingEvents | Same as above in InLine section |
| VideoClicks | Same as above in InLine section |
| CompanionAds | Same as above in InLine section |
| Companion | Same as above in InLine section |
| NonLinearAds | Same as above in InLine section |
| TrackingEvents | Same as above in InLine section |
| NonLinear | Same as above in InLine section |
| Extensions | Same as above in InLine section |

Tracking des clics

L'actif vidéo ne permet qu'un simple clic primaire par URI avec l'option d'ajout de click-through supplémentaire personnalisé. En tant que tel, chaque Adserver secondaire peut fournir sa propre URI pour le suivi et ces URI peuvent être demandées par le player video comme tous autres URI.

Les annonces « compagnon » et les annonces « non-linéaires » ont une option de paramétrer une URI de clic. Que cela soit nécessaire varie selon le type d'annonce compagnon. Par exemple, un compagnon image nécessitera généralement un « click through » car il sera écrit sur la page de l'éditeur. Un compagnon en HTML incluent généralement ses propres « click-through » lorsqu'ils sont obtenus sur la page. Il est important que les players vidéo prennent en compte ces différences VAST afin d'éviter qu'un clic soit accidentellement ignoré ou pour empêcher un élément d'être cliquable.

Pour un aderving standard, les éditeurs traquent les clics en incluant une redirection d'URI comme un paramètre supplémentaire dans le tag de l'Ad Server secondaire. Toutefois, comme le tag de l'ad compagnon dans le cadre de la vidéo est dans le document XML, cette inclusion doit être dynamique au moment du parsing. Pour que le lecteur vidéo sache où doit être inclus le clic dans le tag de l'ad compagnon il est recommandé qu'un token [CLICK] soit inclus dans les URI.

Utiliser les extensions

L'utilisation des extensions nécessitera une coordination offline entre l'expéditeur VAST et le récepteur VAST. Afin de simplifier l'utilisation générale nous recommandons que certaines conventions de nommage de l'attribut type de l'élément de l'extension soient utilisées :

| TYPE D'ELEMENT D'EXTENSION | UTILISATION |
|----------------------------|---|
| AdServer | Toute les informations spécifiques au serveur ad VAST |
| CustomTracking | Custom éléments de suivi |
| Valeur | Les données sur la valeur économique ou la priorité relative de l'annonce |

Annexe A de recommandation: Annonce étiquette de format

Afin de minimiser la taille de la réponse XML à partir de serveurs de publicité et de réduire la possibilité de refus d'annonces vidéo ne respectant pas les spécifications éditeur, il est recommandé que les ad serveurs mettent en œuvre certains paramètres pré-définis dans leurs tags publicitaires. Bien que la syntaxe des balises serveur de publicité diffère selon les vendeurs et les technologies, utiliser des valeurs communes au sein de ces balises permettra aux serveurs de publicité primaire et les lecteurs vidéo de simplifier et d'automatiser les exécutions.

Il est préférable pour les Ad Serveurs de retourner du XML qui inclut uniquement les informations pertinentes à la demande. Cependant, il n'est pas nécessaire que l'information étrangère soit supprimée. Par exemple, si un Lecteur Vidéo demande une vidéo Flash, la réponse peut comporter des nœuds à la fois pour une vidéo Flash et une vidéo Windows Media. Certains Ad server secondaire peuvent être incapables de répondre de façon dynamique à ces paramètres. Le fait que cela puisse être accepté par les éditeurs sera sujet à négociation commerciale.

Les paramètres recommandés sont indiqués dans le tableau ci-dessous.

- Les paramètres sont abrégés pour réduire au minimum la longueur des URI
- Les paramètres sont des données précises et sensibles.
- Plusieurs valeurs séparées par des virgules peut être affectée à un paramètre (par exemple VMaxd = 15,30). Plusieurs valeurs devraient être considérées comme une demande OR , ce qui signifie que quelque soit la valeur, elle est acceptable.

| PARAMETRE | VALEURS ACCEPTABLES | REMARQUES |
|---------------------------|----------------------|---|
| VMaxd | Toute valeur entière | Durée maximale de la vidéo à accepter, en quelques secondes. |
| VPI | WMV, FLV, RA | cadres Player acceptés. Ces valeurs ne tiennent pas compte des extensions spécifiques de fichier vidéo, mais plutôt des abréviations pour les trois types de player video actuellement pris en charge. Comme le document VAST est étendu aux types d'acteurs d'autres abréviations supplémentaires peuvent être ajoutées. |
| VHT | Toute valeur entière | Escompté hauteur de la vidéo en pixels |
| Maladie de von Willebrand | Toute valeur entière | Escompté largeur de la vidéo en pixels |
| VBW | Toute valeur entière | Bande passante maximale de la vidéo demandée en bits par seconde. |
| Vstrm | 0 ou 1 | 0 pour progressive, 1 pour le streaming |

Des exemples d'utilisation d'Ad Server sont affichés ci-dessous. La syntaxe réelle de ces demandes est susceptible de varier entre les ad serveurs.

| TAG EXEMPLE D'ANNONCE | EXPLICATION |
|---|---|
| http://ad.server.com/site/content?random=1234 | tag annonce de base avec nombres aléatoires insérés. Cette balise ad reviendra toute annonce vidéo au sein de l'Ad Server sans tenir compte de ce que le lecteur vidéo est attendu. |
| http://ad.server.com/site/content? Vmaxd = 30; couru dom = 1234 | La durée de la vidéo est spécifié que 30 secondes et le lecteur vidéo s'attend à ce que le serveur de publicité de retourner un document XML en spécifiant une deuxième place 30.Depuis le joueur et la bande passante ne sont pas spécifiés, le Groupe |

| | |
|---|--|
| | Serveur secondaire peuvent répondre aux annonces rencontre tout ou partie de ces critères. |
| http://ad.server.com/site/content? = 30 VMaxd; V = PI WMP, FLV ; aléatoire = 1234 | En plus de demander un spot de 30 secondes, le lecteur vidéo indique qu'il veut soit un Windows Media Player vidéo compatible XML ou une vidéo Flash compatible XML. |