

FORMAT DU MAGAZINE (LxH) : 230 x 297

DOS CARRÉ

CETTE PUBLICATION EST TRAITÉE ENTIÈREMENT EN NUMÉRIQUE

FORMATS PARIS MATCH	FORMATS UTILES **		PLEIN PAPIER	
	LARGEUR X	HAUTEUR	LARGEUR X	HAUTEUR
PAGE	-	-	230 x	297
DOUBLE PAGE	-	-	460 x	297

* Ces formats utiles sont à livrer, montés dans un format plein papier
 ** Zone correspondant à la surface utilisée dans une page pour son contenu

SPÉCIFICITÉS TECHNIQUES

Les doubles pages sont à livrer en 2 fichiers simple page
Les doubles 1/2 pages largeur son à livrer en 1 seul fichier.
 Vous référer aux normes LAGARDERE PUBLICITE NEWS pour la presse quotidienne :

http://www.lagardere.com/home/lagardere_publicite_news

PLEIN PAPIER

Annonce au format + 10 mm de bord tournant contenant :
 5 mm de fonds perdus + 5 mm pour les traits de coupe.
 Attention, vos textes et partie sensible d'image doivent être en retrait de 10

SPÉCIFICITÉS DOUBLE PAGES

Ce magazine est en dos carré.
Vous avez un texte à cheval au centre de la double page : les textes doivent être décalés de 5 mm de chaque côté du pli en plus des espaces et interlettrages habituels.

Vous avez une image qui court sur la double page :

Attention : Les visuels sont sous votre responsabilité. La perte d'images sensibles au pli (dos carré) ou la perte d'éléments (crédit photo...) ne pourraient nous incomber. Ces éléments doivent être pris en considération par l'agence dès la création.

Attention : vos textes et partie sensibles d'image doivent être en retrait de 10 mm des points de coupe.

TEXTE REDIGÉ EN LANGUE ÉTRANGÈRE

Toutes les **mentions écrites en langue étrangère** doivent être traduites en français. En application des lois du 31 décembre 1975 et 4 août 1994 relatives à l'emploi de la langue française.

PUBLICITE UTILISANT UN ARGUMENT ECOLOGIQUE

Les professionnels (annonceurs, agences, médias, régies) doivent consulter l'ARPP, avant diffusion sur tous médias de toute campagne nationale ayant recours à des arguments écologiques, définis comme "toute revendication, indication ou présentation, sous quelque forme que se soit, utilisée à titre principal ou accessoire, établissant un lien entre les marques, produits services, ou actions d'un annonceur et le respect de l'environnement".

PUBLICITÉ ALIMENTAIRE

La communication publicitaire en faveur des boissons avec ajouts (sucre, sel, édulcorants...) et des produits alimentaires manufacturés doit contenir une mention à caractère sanitaire.

En pratique, chaque publicité doit être assortie d'une mention sanitaire, au choix de l'annonceur :

- "Pour votre santé, mangez au moins 5 fruits et légumes par jour"
- "Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière"
- "Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé"
- "Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas"

Cette information sanitaire devra obligatoirement être complétée par la mention de l'adresse www.mangerbouger.fr

Messages diffusés dans les médias destinés aux enfants : l'annonceur peut adapter les mentions du cadre général en utilisant le tutoiement ou choisir l'une des mentions suivantes :

- "Pour bien grandir, mange au moins 5 fruits et légumes par jour"
- "Pour être en forme, dépense toi bien"

PUBLICITÉ ALCOOL

La communication publicitaire en faveur des boissons alcoolisées doivent en outre être assortie d'un message à caractère sanitaire ("**L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération**") exclusivement à l'horizontale, en caractère gras et d'une couleur distincte du fond de la publicité, de taille minimum égale au centième de la somme hauteur/largeur de l'annonce considérée (adaptation possible pour des raisons de lisibilité liées à la dimension du support), et enfin avec un décalage avec le bord de l'annonce d'au minimum deux fois la hauteur des lettres.

Toute opération de parrainage est interdite lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur d'une boisson alcoolisée.

Pour de plus amples informations, consultez les textes de lois dans leur intégralité : le Bureau de Vérification de la Publicité a pour mission d'instaurer une déontologie de la publicité et de veiller à l'éthique de la publicité. Pour de plus amples informations consultez le site : www.arpp-pub.org

DÉLAI DE REMISE DU MATÉRIEL :

2 SEMAINES AVANT PARUTION

DÉLAI DE CONSERVATION 6 MOIS. LES DOCUMENTS NON RÉCLAMÉS DANS CES DÉLAIS SERONT DETRUITS.

CONTACT		
ADRESSE LIVRAISON FICHIERS :	ADRESSE LIVRAISON EPREUVES	CONTACT :
www.portailpresse.lagardere-pub.com	LAGARDÈRE MEDIA NEWS	Contact : Elisabeth FERRY DUBOIS
Login : portailpresse	Immeuble Seine Cévennes	Tél : 33 1 87 15 45 35
Password : Controle13	Bureau SH 48	Mail : eferry@lagardere-news.com
	2 rue des Cévennes	
	75015 PARIS	

Merci de faire suivre les normes LAGARDERE MEDIA NEWS à votre agence technique ou photographeur

Lagardère Media News a adopté les normes recommandées par la commission technique de la SEPM : <http://www.presse-magazine.com/documentation-technique/>

Siège social : 2 rue des Cévennes 75015 Paris

FINAL SIZE OF THE MAGAZINE (WxL) : 230 x 297 PERFECT BOUND

THIS PUBLICATION IS ONLY DIGITALLY PROCESSED

SIZES PARIS MATCH	TYPE AREA		TRIM	
	Width	X Length	Width	X Length
FULL PAGE	-	-	230	x 297
DOUBLE PAGE SPREAD	-	-	460	x 297

* These type areas must be sent, centred in the trim size.
 ** Area used for editorial content

MECHANICAL DATA :

Double pages must be sent as 2 separate pages
 Double half width pages must be sent in a single file

REQUIREMENTS FOR TRIM SIZE

Add 5 mm for bleed and 5 mm for trim marks.
 Matter should be left no nearer than 10 mm from the trim edge.

BINDING SPECIFICATIONS

It is a perfect bound magazine.
You have critical crossover texts in the middle of the double page :
 Minimum clearance is 5 mm at either side of the spine and must be in addition to any word or letter space already present.
You have critical crossover image in the middle of the double page :
Attention : The visuals are your responsibility. We cannot be held responsible for the loss of images sensitive to creasing (perfect bound) or the loss of components (photo credit...). **These elements must be taken into account by the agency from the moment of creation.**
Attention : Matter should be left no nearer than 10 mm from the trim edge.

TEXT COMPOSED IN A FOREIGN LANGUAGE

All the information written in a foreign language must be translated into french. This must be done in accordance with the laws of December 31st 1975, and August 4th 1994, relative to the use of the french language.

ADVERTISING WITH AN ENVIRONMENTAL SUBJECT

The specialists (including advertisers, agencies, the media, media owners) must consult the ARPP before any broadcasting on all forms of media for any domestic campaign, having recourse to the environmental subjects, defined as "any claim, indication or presentation, under whatever form it may be, that establishes a link between the brands, applicability of the products, or actions of the advertiser and respect of the environment, whether employed by principal or secondary means."

MATERIAL DEADLINE :

2 WEEKS PRIOR TO ON SALE DATE

CONSERVATION PERIOD IS 6 MONTHS. DOCUMENTS NOT CLAIMED FOR DURING THIS PERIOD WILL BE DESTROYED.

CONTACT		
<u>DELIVERY ADDRESS :</u> www.portailpresse.lagardere-pub.com Login : portailpresse Password : Controle13	<u>DELIVERY ADDRESS :</u> LAGARDÈRE MEDIA NEWS Immeuble Seine Cévennes Bureau SH 48 2 rue des Cévennes 75015 PARIS	<u>TO :</u> Elisabeth FERRY DUBOIS Phone : 33 1 87 15 45 35 Mail : eferry@lagardere-news.com

We would be grateful if you forward the technical specifications that Lagardère Media News has given, onto your agency or photoengraver
 Lagardère Media News has adopted the specifications recommended by the SEPM technical board : <http://www.pressemagazine.com/documentation-technique/>
 Headquarters : 2 rue des Cévennes 75015 Paris