

Le Journal du Dimanche

LE JOURNAL DU DIMANCHE

SPÉCIFICITÉS
TECHNIQUES 2024
Édition nationale

SOMMAIRE

FRANÇAIS

P.3

ENGLISH

P.8

Le Journal du Dimanche

FICHE
TECHNIQUE

FORMAT DU JOURNAL (LxH) : 280 x 390 mm

CETTE PUBLICATION EST TRAITÉE ENTIÈREMENT EN NUMÉRIQUE

FORMATS JOURNAL DU DIMANCHE	FORMATS UTILES LARGEUR X HAUTEUR (en mm)
PAGE	250 x 360 ⁽¹⁾
DOUBLE PAGE 530 x 360	À livrer en 2 PDF : 265 x 360 mm ⁽¹⁾ sans traits de coupe, ni fond perdu
FORMATS INFÉRIEUR À LA PAGE	
NEWS	148 x 240 ⁽²⁾
NEWS+	165 x 255
1/2 PAGE (uniquement en largeur)	250 x 180 ⁽²⁾
1/3 PAGE	250 x 120 ⁽³⁾
1/4 PAGE	148 x 150 ⁽³⁾
1/8 PAGE 3 COLONNES	148 x 75 ⁽³⁾
COLONNE MORRIS	97 x 360
PAVÉ DE UNE	86 x 70
OREILLE DE UNE	51 x 75
BANDEAU DE UNE	250 x 40
DOUBLE NEWS	326 x 240
DOUBLE 1/2 PAGE	530 x 180

1 col. 46 mm 2 col. 97 mm 3 col. 148 mm 4 col. 199 mm, 5 col. 250 mm 6 col. + gouttière 326 mm 10 col. gouttière 530 mm

(1) Ces formats utiles seront centrés dans un format plein papier par nos soins - Format final : Page 280 x 390 mm - Double page 560 x 390 mm

(2) Les doubles news et double 1/2 pages largeur sont à livrer en 1 seul fichier.

(3) D'autres formats sont possibles.

SPÉCIFICITÉS TECHNIQUES

Vous référer aux normes LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS pour la presse quotidienne
<https://www.lagarderepublicitenews.fr/kit-media>

PUBLICITÉ UTILISANT UN ARGUMENT ÉCOLOGIQUE

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 ce 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», «Pour bien grandir, ne mange pas trop gras, trop sucré, trop salé» «Pour être en forme, évite de grignoter dans la journée».

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

Les mentions obligatoires sont PUBLICITÉ OU COMMUNIQUÉ en C.12 Bold Soumettre votre création à la régie 2 semaines avant parution.

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.

DÉLAI DE REMISE DU MATÉRIEL : 1 SEMAINE AVANT PARUTION

DÉLAI DE CONSERVATION : 6 MOIS

LES DOCUMENTS NON RÉCLAMÉS DANS CES DÉLAIS SERONT DETRUITS.

LIVRAISON & CONTACTS

ADRESSE LIVRAISON FICHIERS :

www.portailpresse.lagarderenews.com

Login : portailpresse
 Password : Controle13

ADRESSE LIVRAISON ÉPREUVES :

LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS
 Service Fabrication
 2 rue des Cévennes
 75015 PARIS

CONTACTS

Véronique FIEZ
 Tél : +33 1 87 15 45 44
 Mail : vfiez@lagarderenews.com

Elisabeth FERRY
 Tél : +33 1 87 15 45 35
 Mail : eferry@lagarderenews.com

FICHE TECHNIQUE

FORMAT DU JOURNAL (LxH) : 280 x 390 DOS PIQUÉ

CETTE PUBLICATION EST TRAITÉE ENTIÈREMENT EN NUMÉRIQUE

FORMATS JOURNAL DU DIMANCHE	FORMATS UTILES ** LARGEUR X HAUTEUR
PAGE	280 x 390 PP + 10mm
DOUBLE PAGE	560 x 390 + 10mm
Pour les formats suivants, ajouter un filet autour de l'annonce	
1/2 PAGE	250 x 180 FU*
NEWS	148 x 240 FU*
NEWS +	165 x 255 FU*
1/4 DE PAGE	148 x 150 FU*

1 col. 46 mm, 2 col. 97 mm, 3 col. 148 mm, 4 col. 199 mm, 5 col. 250 mm, 6 col. + gouttière 326 mm, 10 col. + gouttière 530 mm

* Zone correspondant à la surface utilisée dans une page pour son contenu

PUBLICITÉ UTILISANT UN ARGUMENT ÉCOLOGIQUE

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 ce 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», «Pour bien grandir, ne mange pas trop gras, trop sucré, trop salé» «Pour être en forme, évite de grignoter dans la journée».

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

PUBLI-REDACTIONNEL

Les mentions obligatoires sont PUBLICITE OU COMMUNIQUÉ

Soumettre votre création à la régie 3 semaines avant parution.

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.

DÉLAI DE REMISE DU MATÉRIEL : 1 SEMAINE AVANT PARUTION

DÉLAI DE CONSERVATION : 6 MOIS

LES DOCUMENTS NON RÉCLAMÉS DANS CES DÉLAIS SERONT DETRUITS.

LIVRAISON & CONTACTS

ADRESSE LIVRAISON FICHIERS :

www.portailpresse.lagarderenews.com

Login : portailpresse
Password : Controle13

ADRESSE LIVRAISON ÉPREUVES :

LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS
Service Fabrication
2 rue des Cévennes
75015 PARIS

CONTACTS

Véronique FIEZ
Tél : +33 1 87 15 45 44
Mail : vfiez@lagarderenews.com

Elisabeth FERRY
Tél : +33 1 87 15 45 35
Mail : eferry@lagarderenews.com

Le Journal du Dimanche

NORMES
TECHNIQUES

Pour connaître les fiches techniques par titre (formats, spécificités d'un titre...) :
rendez-vous sur <https://www.lagarderepublicitenews.fr/kit-media>

GÉNÉRAL

- Toute annonce doit nous parvenir en page simple, une page par fichier (pour les doubles, merci de nous faire parvenir une annonce par fichier)
- Ne pas protéger votre fichier par un mot de passe.
- Pour éviter tout problème de restitution, les fichiers doivent être contrôlés et validés selon les normes industrielles ci-dessous, sous la responsabilité de l'agence ou de l'annonceur.
- **Nous n'acceptons pas les PDF Raster.**

ANNONCES À LIVRER AU FORMAT PDF/X-1A

Pour générer un fichier PDF Certifié 1.3 conforme aux normes ISO 15930 préconisées par le Ghent PDF Workgroup :

- **Téléchargez** : **NewspaperAds_1v3** (profil de création "joboptions" pour Adobe Distiller et le profil de certification ".ppp" pour PitStop Professional).
- Pour obtenir de l'aide à la création de fichiers PDF correct pour l'impression, voir les profils presse sous ce lien : <https://www.lagardere.com/groupe/lagardere-publicite-news/lagardere-publicite-news-specifications-presse-603098.html>
- Nous conservons et acceptons les champs XMP des PDF pour les envois dématérialisés en se référant aux critères du Ghent PDF Workgroup normes Version 1.3 en collaboration avec IDEAlliance.

Le nom du profil de rendu de la sortie (Output Intent) doit être indiqué dans le PDF.

PRÉPRESSE

- Images 220 dpi en CMJN (sans profil ICC incorporé), pas de DCS.
- 240 % maximum de superposition aux 4 couleurs selon les préconisations ISO 12647-3.
- Séparer les Bendays en CMJN. Pas de ton direct. Pas de compression.
- Ne pas utiliser les fontes Multiple Master, CID et les options clavier.
- Les textes en réserve ne doivent pas être inférieurs au corps 8, 1/2 gras et sans empattements.
- Les textes et filets doivent avoir une épaisseur minimum de 0,2 mm afin de garantir une bonne reproduction.
- **Illustrator** : attention aux bugs concernant les transparences et les masques. Les logos en dégradé de forme doivent être aplatis.
- **Attention** aux dégradés supérieurs à 256 niveaux de couleurs, à convertir en image.
- **Attention** : Les textes, flashcode et QR code en 4 couleurs peuvent poser des problèmes de lisibilité en impression et restent sous la responsabilité de l'agence de création.

ÉPREUVE DE CONTRÔLE

- Épreuve contractuelle, issue du fichier, et conforme aux normes internationales d'impression **ISO 12647**.
- Profil de simulation colorimétrique **ISO Newspaper 26v4.icc** avec barre de contrôle MediaWedgeV2 et ultérieure, sur papier pour la presse quotidienne.
- Horodatage, imprimante, Rip, papier et profil de simulation, doivent apparaître sur l'épreuve.
- Dans le cas où nous recevons des fichiers sans épreuves contractuelles, la simulation colorimétrique en **ISO Newspaper 26v4 (IFRA 26L)** fera foi en cas de litige.

SOFTPROOFING

Conformément à la norme ISO12646, nous recommandons les réglages suivants pendant la calibration et visualisation : **luminance à 160 cd/m2 en D50 et le gamma à 2,2.**
Température de couleur à 5000° Kelvin.

LIVRAISON & CONTACTS

ADRESSE LIVRAISON FICHIERS :

www.portailpresse.lagarderenews.com

Login : portailpresse
Password : Controle13

ADRESSE LIVRAISON ÉPREUVES :

LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS
Service Fabrication
2 rue des Cévennes
75015 PARIS

CONTACTS

Véronique FIEZ
Tél : +33 1 87 15 45 44
Mail : vfiez@lagarderenews.com

Elisabeth FERRY
Tél : +33 1 87 15 45 35
Mail : eferry@lagarderenews.com

Le portail s'appuie sur les critères du GWG V 1.3 dans son AdTicket. **Aucun autre mode de transmission de fichiers ne sera accepté (CD, mail, FTP...)**

Le Journal du Dimanche

LE JOURNAL DU DIMANCHE

TECHNICAL
SPECIFICITIES 2024
National edition

Le Journal du Dimanche

TECHNICAL
DESCRIPTION

TECHNICAL DESCRIPTION

FINAL SIZE OF THE NEWSPAPER (WxH) : 280 x 390

THIS PUBLICATION IS ONLY DIGITALLY PROCESSED

Le Journal du Dimanche

SIZES JOURNAL DU DIMANCHE	TYPE AREA LARGEUR X HAUTEUR (en mm)
PAGE	250 x 360 ⁽¹⁾
DOUBLE PAGE 530 x 360	Must be sent in 2 PDF : 265 x 360 mm ⁽¹⁾ without cutting lines and no bleed
SMALLER THAN PAGE FORMATS	
NEWS	148 x 240 ⁽²⁾
NEWS+	165 x 255
1/2 PAGE (uniquement en largeur)	250 x 180 ⁽²⁾
1/3 PAGE	250 x 120 ⁽³⁾
1/4 PAGE	148 x 150 ⁽³⁾
1/8 PAGE 3 COLONNES	148 x 75 ⁽³⁾
COLONNE MORRIS	97 x 360
PAVÉ DE UNE	86 x 70
OREILLE DE UNE	51 x 75
BANDEAU DE UNE	250 x 40
DOUBLE NEWS	326 x 240
DOUBLE 1/2 PAGE	530 x 180

1 col. 46 mm 2 col. 97 mm 3 col. 148 mm 4 col. 199 mm, 5 col. 250 mm 6 col. + gouttière 326 mm 10 col. gouttière 530 mm

(1) These type areas must be sent, centred in the trim size by us - Format final : Page 280 x 390 mm - Double page 560 x 390 mm

(2) Doubles news and double 1/2 pages largeur must be sent in 1 file.

(3) Other formats are available.

MECHANICAL DATA

Refer to enclosed LAGARDERE PUBLICITE NEWS's digital ad exchange standards :
<https://www.lagarderepublicitenews.fr/kit-media>

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.»

FOOD ADVERTISING

Advertisements which promote drinks with additives (sugar, salt, artificial sweetener...) and manufactured food products must contain a health warning. For practical purposes, every advert must be matched to a health notice, elected by the advertiser : «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»

It is compulsory that this health information is accompanied with the following address : mangerbouger.fr

Messages broadcast in the Media intended for the children: The advertiser is entitled to adapt the information contained in the standard notice by adopting a more familiar tone / choosing from the following notices : «Pour bien grandir, mange au moins 5 fruits et légumes par jour», «Pour être en forme, dépense toi bien», «Pour bien grandir, ne mange pas trop gras, trop sucré, trop salé» «Pour être en forme, évite de grignoter dans la journée».

DELIVERY & CONTACTS

ADS DELIVERY ADDRESS :

www.portailpresse.lagarderenews.com

Login : portailpresse
Password : Controle13

DELIVERY ADDRESS :

LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS
Service Fabrication
2 rue des Cévennes
75015 PARIS

CONTACTS

Véronique FIEZ
Tél : +33 1 87 15 45 44
Mail : vfiez@lagarderenews.com

Elisabeth FERRY
Tél : +33 1 87 15 45 35
Mail : eferry@lagarderenews.com

ALCOHOL ADVERTISING

Advertisements which promote alcoholic drinks must also carry a health notice («L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération»). The notice must be entirely horizontal, in bold and in a colour distinct from the background of the advert. The text size should be no less than a hundredth of the height / width of the chosen advert (adjustment is possible for readability reasons that are associated with the size of the medium). Finally, there should be a gap between the text and the border of the advert that is no less than twice the height of the letters. Any form of sponsorship is forbidden where its purpose is for propaganda or advertising of an alcoholic drink, either direct or indirect.

For more information, consult the complete legal text : «Le Bureau de Verification de la Publicité» has an obligation to establish professional ethics of advertising and to look after the moral integrity of advertising.

For more detailed information please consult the website: www.bvp.org

ADVERTORIALS

Call us for the advertorial directions.

All your creations have to be approved 2 weeks previous to the on sale.

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.

MATERIAL DEADLINE : 1 WEEK PRIOR TO ON SALE DATE

CONSERVATION PERIOD : 6 MONTHS

DOCUMENTS NOT CLAIMED FOR DURING THIS PERIOD WILL BE DESTROYED

TECHNICAL DESCRIPTION

FINAL SIZE OF THE NEWSPAPER (WxL) : 280 x 390 STITCHED SPINE

THIS PUBLICATION IS ONLY DIGITALLY PROCESSED

SIZES JOURNAL DU DIMANCHE	TYPE AREA ** WIDTH X LENGTH (MM)
PAGE	280 x 390 PP + 10mm
DOUBLE PAGE	560 x 390 + 10mm
For formats less than a page, add an hairline rule around the ad	
1/2 PAGE	250 x 180 FU*
NEWS	148 x 240 FU*
NEWS +	165 x 255 FU*
1/4 DE PAGE	148 x 150 FU*

1 col. 46 mm, 2 col. 97 mm, 3 col. 148 mm, 4 col. 199 mm, 5 col. 250 mm, 6 col. + gutter 326 mm, 10 col. + gutter 530 mm

* Area used for editorial content.

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.»

FOOD ADVERTISING

Advertisements which promote drinks with additives (sugar, salt, artificial sweetener...) and manufactured food products must contain a health warning. For practical purposes, every advert must be matched to a health notice, elected by the advertiser : «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»

It is compulsory that this health information is accompanied with the following address : mangerbouger.fr

Messages broadcast in the Media intended for the children: The advertiser is entitled to adapt the information contained in the standard notice by adopting a more familiar tone / choosing from the following notices : «Pour bien grandir, mange au moins 5 fruits et légumes par jour», «Pour être en forme, dépense toi bien», «Pour bien grandir, ne mange pas trop gras, trop sucré, trop salé» «Pour être en forme, évite de grignoter dans la journée».

ADVERTISING ALCOHOL

Advertisements which promote alcoholic drinks must also carry a health notice («L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération»). The notice must be entirely horizontal, in bold and in a colour distinct from the background of the advert. The text size should be no less than a hundredth of the height / width of the chosen advert (adjustment is possible for readability reasons that are associated with the size of the medium). Finally, there should be a gap between the text and the border of the advert that is no less than twice the height of the letters. Any form of sponsorship is forbidden where its purpose is for propaganda or advertising of an alcoholic drink, either direct or indirect.

For more information, consult the complete legal text : «Le Bureau de Vérification de la Publicité» has an obligation to establish professional ethics of advertising and to look after the moral integrity of advertising.

For more detailed information please consult the website: www.bvp.org

ADVERTORIALS

Call us for the advertorial directions.

All your creations have to be approved 2 weeks previous to the on sale.

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.

MATERIAL DEADLINE : 1 WEEK PRIOR TO ON SALE DATE

CONSERVATION PERIOD : 6 MONTHS

DOCUMENTS NOT CLAIMED FOR DURING THIS PERIOD WILL BE DESTROYED

DELIVERY & CONTACTS

ADS DELIVERY ADDRESS :

www.portailpresse.lagarderenews.com

Login : portailpresse
Password : Controle13

DELIVERY ADDRESS :

LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS
Service Fabrication
2 rue des Cévennes
75015 PARIS

CONTACTS

Véronique FIEZ
Tél : +33 1 87 15 45 44
Mail : vfiez@lagarderenews.com

Elisabeth FERRY
Tél : +33 1 87 15 45 35
Mail : eferry@lagarderenews.com

**Le Journal
du Dimanche**

TECHNICAL
STANDARDS

To find the technical specifications by title (sizes, specs for each title) :
rendez-vous sur <https://www.lagarderepublicitenews.fr/kit-media>

GENERAL

- All ads must be sent in single page format. One page by file (for doubles pages, please deliver one file per page)
- Do not protect your file with a password.
- To avoid any problems of reproduction, PDF files have to be controlled and validated by the agency or the advertiser according to the exchange standards below.
- **No PDF Raster.**

ADVERTS MUST BE DELIVERED IN PDF/X-1A

To produce a certified PDF 1.3 file for magazines that conforms to the ISO 15930 standards recommended by the Ghent PDF Workgroup :

- **Download : NewspaperAds_1v3** (using the creative profile «joboptions» for Adobe Distiller and the certification profile «.ppp» for PitStop Professional).
 - For more information on how to create PDF files accepted by the printer, visit :
<https://www.lagardere.com/groupe/lagardere-publicite-news/lagardere-publicite-news-specifications-presse-603098.html>
 - We keep and accept the XMP settings of the PDF for dematerialized sending, to **Ghent PDFworkgroup** criteria specifications **Version 1.3** in collaboration with IDEAlliance.
- The name of the output intent must be specified in the PDF file.

IMPORTS

- Images must be in 220 DPI, saved in CMYK (without ICC profiles incorporated). No DCS files.
- Combined ink Density (UCR) must not exceed 240 % according to ISO 12647-3.
- Divide Bendays into CMYK. No spot colour. No compressed files.
- Do not use Multiple Master fonts and CID. Do not use Bold or Italic style but use the Bold or italic version of your fonts.
- The knockout texts can't be smaller than 8 body, half bold and without serif fonts.
- Texts and hairlines thickness must be 0,2 mm minimum in order to guarantee the good reproduction of the ad
- **Illustrator** : beware of Illustrator bugs on transparencies and masks. Logos of blended format must be flattened.
- Be aware of blended formats with over 256 levels of colour. It must be pixelated.
- **Warning** : Texts, flashcode and QR code in 4 colours could bring about printing readability problems and remain the responsibility of the creative agency.

DIGITAL PROOFS

- Contract proof made from the file and in accordance with international standards **ISO 12647**.
- **ISONewspaper26v4.icc** simulation colorimetric profile with the MediaWedge V2 control bar and later versions, on newsprint paper.
- Time stamped, printer, Rip, paper and simulation profile must appear on the proof.
- In case we receive files without contract proof, **ISO Newspaper 26v4 (IFRA 26L)** colorimetric simulation will be the reference in case of dispute.

SOFTPROOFING

In accordance to ISO12646 standard, we recommend the following adjustments during the calibration and display : **luminance at 160 cd/m2 in D50 and Gamma 2,2.**
Colour temperature at 5000° Kelvin.

DELIVERY & CONTACTS

ADS DELIVERY ADDRESS :

www.portailpresse.lagarderenews.com

Login : portailpresse
Password : Controle13

DELIVERY ADDRESS :

LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS
Service Fabrication
2 rue des Cévennes
75015 PARIS

CONTACTS

Véronique FIEZ
Tél : +33 1 87 15 45 44
Mail : vfiez@lagarderenews.com

Elisabeth FERRY
Tél : +33 1 87 15 45 35
Mail : eferry@lagarderenews.com

The portal will automatically complete the AdTicket according to GWG V 1.3 criteria. **No other method of file submission will be accepted. (CD, mail, FTP)(CD, mail, FTP...)**

Non requested material will be kept 6 months after the last issue. In case of complaint, we will only assume responsibility if these specifications have been fully complied with.
We would be grateful if you forward this document to your agency or prepress. Be ecological : do not print this document more times than necessary.