Lagardère PUBLICITÉ NEWS

Le Journal du Dimanche

ÉDITION NATIONALE

SPÉCIFICATIONS **TECHNIQUES**

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

Le Journal du Dimanche

FICHE TECHNIQUE

FICHE TECHNIQUE

Le Journal du Dimanche

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. goutière 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.

SPÉCIFICATIONS 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 doit 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 : https://www.arpp.org/

PUBLI-RÉDACTIONNEL

Les mentions obligatoires sont « PUBLICITÉ » ou « COMMUNIQUÉ » en C.12 Bold.
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 du 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
Marie-Carmen BOUARROUDJ
01 87 15 45 38
traficpub@lagarderenews.com

CONTACTS
Laurence BIDEAU
06 75 62 47 06
traficpub@lagarderenews.com

FICHE TECHNIQUE

Le JDD Grand Art
LE SUPPLÉMENT LUXE ET SAVOIR-FAIRE DU JOURNAL DU DIMANCHE

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

CETTE PUBLICATION EST TRAITÉE ENTIÈREMENT EN NUMÉRIQUE

FORMATS JOURNAL DU DIMANCHE	**FORMATS UTILES** LARGEUR X HAUTEUR (en mm)
PAGE	280 x 390 PP + 10mm
DOUBLE PAGE 530 x 360	560 x 390 + 10mm
POUR LES FORMATS SUIVANTS, AJOUTER UN FILET AUTOUR DE L'ANNONCE	
1/2 PAGE	250 x 180 FU (1)
NEWS	148 x 240 FU (1)
NEWS+	165 x 255 FU (1)
1/4 DE PAGE	148 x 150 FU (1)

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

SPÉCIFICATIONS 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 doit 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 : https://www.arpp.org/

PUBLI-RÉDACTIONNEL

Les mentions obligatoires sont « PUBLICITÉ » ou « COMMUNIQUÉ » en C.12 Bold.
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 du 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
Marie-Carmen BOUARROUDJ
01 87 15 45 38
traficpub@lagarderenews.com

CONTACTS
Laurence BIDEAU
06 75 62 47 06
traficpub@lagarderenews.com

Lagardère PUBLICITÉ NEWS

Le Journal du Dimanche

NORMES TECHNIQUES

NORMES TECHNIQUES

Le Journal du Dimanche

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 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 fichier PDF correct pour l'impression, voir les profils presse à l'adresse : https://www.lagarderepublicitenews.fr/kit-media/ ;
- 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 sortir (Output Intent) doit être indiqué dans le PDF.

PRÉPRESSE

- Images 220 DPI en CMNJ (sans profil ICC incorporé), pas de DCS ;
- 240% maximum de superposition aux 4 couleurs selon les préconisations **ISO 12647-3** ;
- Séparer les Bendays en CMNJ. 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 inférieur au corps 8, ½ gras et sans empattements ;
- Les textes et les 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 12467** ;
- Profil de simulation colorimétrique **ISONewspaper26v4.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 **ISO 12646**, 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.

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...).

Tout matériel non réclamé sera conservé 6 mois après la dernière date de parution. Seul le respect intégral de ces normes engagera la responsabilité de la Régie en cas de litige.
Merci de faire suivre ce document à votre agence technique ou votre prépresse. **Faîtes un geste écologique, n'imprimez ce document que si c'est nécessaire.**

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
Marie-Carmen BOUARROUDJ
01 87 15 45 38
traficpub@lagarderenews.com

CONTACTS
Laurence BIDEAU
06 75 62 47 06
traficpub@lagarderenews.com