

FORMAT DU MAGAZINE (LxH) : **230 x 300** **DOS CARRE**

**CETTE PUBLICATION EST TRAITÉE ENTIÈREMENT EN NUMÉRIQUE**

FORMATS NUMÉRO HOMME	FORMATS UTILES ** LARGEUR X HAUTEUR	PLEIN PAPIER LARGEUR X HAUTEUR
PAGE	-	230 x 300
DOUBLE PAGE	-	460 x 300

\* 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 sont à livrer en 1 seul fichier

Vous référer aux Normes LAGARDÈRE PUBLICITÉ pour la presse magazine :

<http://www.lagardere-pub.com/presse/technique/normes-et-profils>

### 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 parties sensibles d'image doivent être en retrait de 10 mm des points de coupe.

### DOUBLES PAGES

Ce magazine est en dos carré.

A livrer sans grecquage, sans écartement de visuel.

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 parties sensibles d'image doivent être en retrait de 10 mm des points de coupe.

**Attention** : Pour la double d'ouverture uniquement l'écartement préconisé du visuel est de 5 mm sur la page de gauche et 5 mm sur la page de droite.

### LES PUBLI-REPORTAGES

Les mentions obligatoires sont PUBLICITÉ ou COMMUNIQUÉ

**Soumettre votre création à la régie 5 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.

### PUBLICITE UTILISANT UN ARGUMENT ECOLOGIQUE

Les professionnels (annonceurs, agences, médias, régies) doivent consulter l'ARPP ([www.arpp-pub.org](http://www.arpp-pub.org)), 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](http://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

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](http://www.arpp-pub.org)

**DÉLAI DE REMISE DU MATÉRIEL : 4 SEMAINES AVANT PARUTION**

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

CONTACT		
<b>ADRESSE LIVRAISON FICHIERS :</b>	<b>ADRESSE LIVRAISON EPREUVES :</b>	<b>CONTACT :</b>
<a href="http://www.portailpresse.lagardere-pub.com">www.portailpresse.lagardere-pub.com</a>	LAGARDÈRE PUBLICITÉ	Contact : Céline LAGAND
Login : portailpresse	10 rue Thierry Le Luron	Tél : 33 1 41 34 93 59
Password : Controle13	Immeuble Omega C	Mail : <a href="mailto:celine.lagand@lagardere-pub.com">celine.lagand@lagardere-pub.com</a>
Vous référer aux normes LAGARDÈRE PUBLICITÉ pour la presse magazine :	92300 LEVALLOIS PERRET	Contact 2 : -
<a href="http://www.lagardere-pub.com/presse/technique/normes-et-profils">http://www.lagardere-pub.com/presse/technique/normes-et-profils</a>		Tél 2 : -
		Mail 2 : -

Merci de faire suivre les normes LAGARDÈRE PUBLICITÉ à votre agence technique ou photographeur  
Lagardère Publicité a adopté les normes recommandées par la commission technique de la SEPM : <http://www.pressemagazine.com/documentation-technique/>  
Siège social : 10, rue Thierry le Luron - 92592 Levallois-Perret Cedex - [www.lagardere-pub.com](http://www.lagardere-pub.com) - Réseaux Sociaux : **LAGARDERE PUB**

FINAL SIZE OF THE MAGAZINE (WxL) : **230 x 300**

**PERFECT BOUND**

**THIS PUBLICATION IS ONLY DIGITALLY PROCESSED**

SIZES NUMÉRO HOMME	TYPE AREA **		TRIM	
	Width	X Length	Width	X Length
FULL PAGE	-	-	230	x 300
DOUBLE PAGE SPREAD	-	-	460	x 300

\*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

Refer to enclosed LAGARDÈRE PUBLICITÉ's digital ad exchange standards :  
http://www.lagardere-pub.com/presse/technique/normes-et-profils

### REQUIREMENTS FOR TRIM SIZE

Add 5 mm for bleed and 5 mm for trim marks over the advert size.

Matter should be left no nearer than 10 mm from the trim edge.

### BINDING SPECIFICATIONS

It is a perfect bound magazine.

Please deliver without spine grind off, without spacing the visual

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.

**Attention :** Only for the opening spread, we recommend to duplicate the images of 5mm left & 5 mm right of the center of the double page.

### ADVERTORIALS

Call us for the advertorial directions.

All your creations have to be approved 5 weeks previous to the on sale date.

### 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 (www.arpp-pub.org) 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 :**

**4 WEEKS PRIOR TO ON SALE DATE**

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

CONTACT		
DELIVERY ADDRESS :	DELIVERY ADDRESS :	IO :
www.portailpresse.lagardere-pub.com	LAGARDÈRE PUBLICITÉ	To : Céline LAGAND
Login : portailpresse	10 rue Thierry Le Luron	Phone : 33 1 41 34 93 59
Password : Controle13	Immeuble Omega C	Mail : celine.lagand@lagardere-pub.com
Please refer to the Lagardère Publicité specifications for magazine press : http://www.lagardere-pub.com/presse/technique/normes-et-profils	92300 LEVALLOIS PERRET	To 2 : -
		Phone 2 : -
		Mail 2 : -

We would be grateful if you forward the technical specifications that LAGARDÈRE PUBLICITÉ has given, onto your agency or photoengraver  
Lagardère Publicité has adopted the specifications recommended by the SEPM technical board : http://www.pressemagazine.com/documentation-technique/  
Headquarters : 10, rue Thierry le Luron - 92592 Levallois Perret Cedex - **www.lagardere-pub.com Social networks : LAGARDERE PUB**