



PARIS MATCH

SPÉCIFICITÉS
TECHNIQUES 2025

SOMMAIRE

FRANÇAIS	P.3
ENGLISH	P.8



FICHE
TECHNIQUE

FICHE TECHNIQUE

FORMAT DU MAGAZINE (LxH) : 220 x 284 DOS PIQUÉ

CETTE PUBLICATION EST TRAITÉE ENTIÈREMENT EN NUMÉRIQUE



FORMATS PARISMATCH	FORMATS UTILES** LARGEUR X HAUTEUR	PLEIN PAPIER LARGEUR X HAUTEUR
PAGE	193 x 242*	220 x 284
DOUBLE PAGE	414 x 242*	440 x 284
1/2 HAUTEUR	92 x 242	105 x 284
1/2 LARGEUR	193 x 116	220 x 137
1/3 BANDEAU	193 x 77	-
1/3 CARRÉ	122 x 116	-
1/3 HAUTEUR	61 x 242	-
1/4 BANDEAU	193 x 56,5	-
1/4 CARRÉ	92 x 116	-
1/8 BANDEAU	193 x 26	-
2/3 HAUTEUR	127 x 242	-
2/3 LARGEUR	193 x 160	-

* 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 LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS page 6.

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 mm des points de coupe.

SPÉCIFICITÉS

Ce magazine est en dos piqué.

Si vous avez un texte à cheval sur une double page, écarter vos lettres de 3 mm de chaque côté du pli.

PUBLIREPORTAGE

La mention obligatoire est PUBLICITÉ en C.14 bold.

Soumettre votre création à la régie 4 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.

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».

LIVRAISON & CONTACTS

ADRESSE LIVRAISON FICHIERS :

<https://portailpresse.lagardere-news.com>

Login : portailpresse
Password : Controle13

ADRESSE LIVRAISON ÉPREUVES :

LAGARDÈRE NEWS
Service Fabrication
2 rue des Cévennes
75015 PARIS

CONTACT

Elisabeth FERRY
Tél : +33 1 87 15 45 35
Mail : eferry@lesechosleparisien.fr

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

DÉLAI DE REMISE DU MATÉRIEL : 2 SEMAINES AVANT PARUTION

DÉLAI DE CONSERVATION : 6 MOIS

LES DOCUMENTS NON RÉCLAMÉS DANS CES DÉLAIS SERONT DÉTRUITS.



NORMES **TECHNIQUES**

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** : MagazineAds_1v3 (profil de création "joboptions" pour Adobe Distiller et le profil de certification ".ppp" pour PitStop Professional).
- **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 300 dpi en CMJN (sans profil ICC incorporé), pas de DCS.
- 300 % maximum de superposition aux 4 couleurs selon les préconisations ISO 12647.
- 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 avec barre de contrôle MediaWedgeV2 ou ultérieure, sur papier semi mat avec simulation papier.
- Profil de simulation colorimétrique pour les magazines sur papier de **type 1 et 2: ISOcoated_v2_300_eci.icc**, base de la **FOGRA 39L** conforme aux normes internationales d'impression **ISO 12647**.
- 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 **FOGRA 39L fera foi** en cas de litige pour les papiers de type 1 et 2.

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 :

<https://portailpresse.lagardere.com>

Login : portailpresse
Password : Controle13

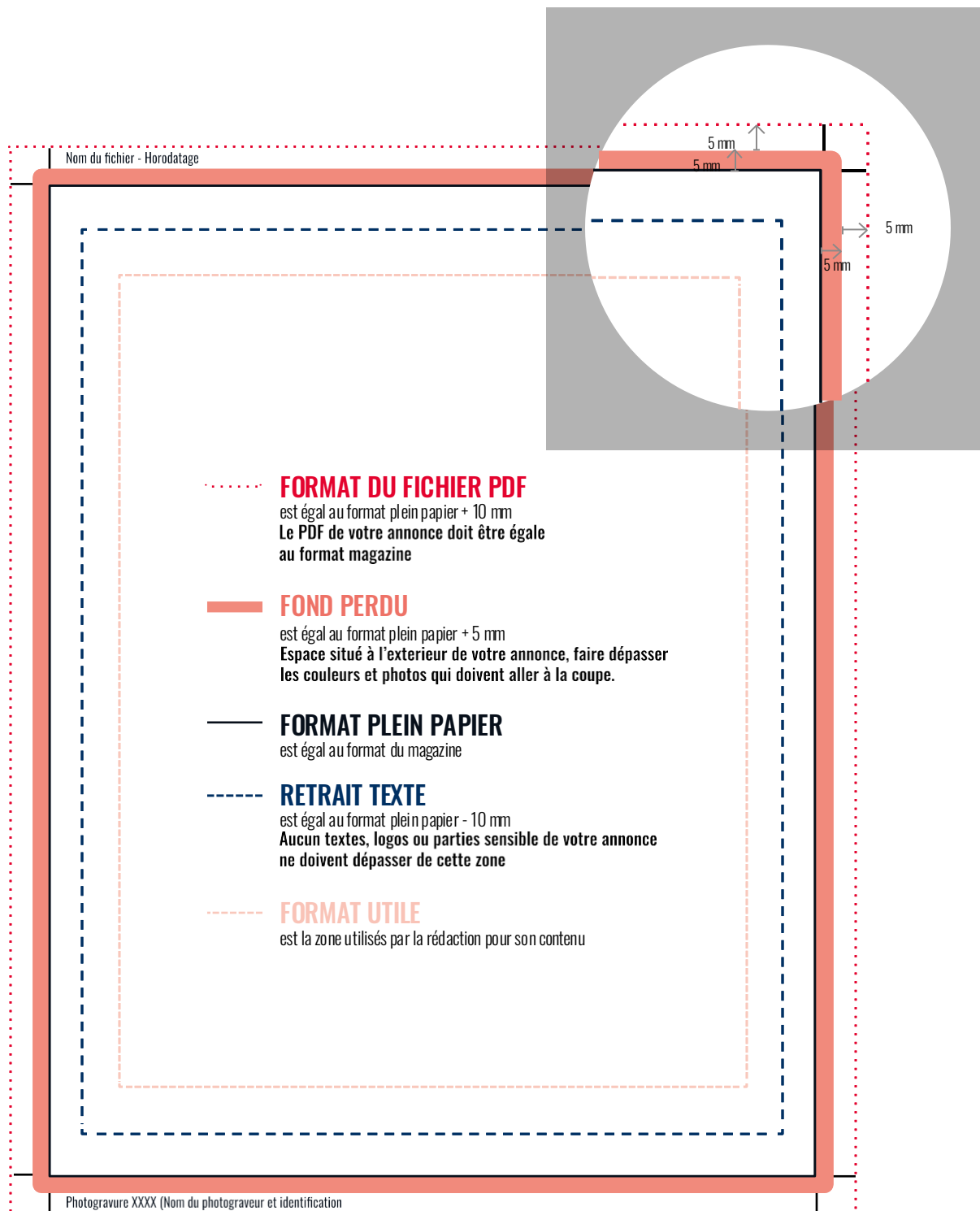
ADRESSE LIVRAISON ÉPREUVES :

LAGARDÈRE NEWS
Service Fabrication
2 rue des Cévennes
75015 PARIS

CONTACT

Elisabeth FERRY
Tél : +33 1 87 15 45 35
Mail : eferry@lesechosleparisien.fr

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...)**



ATTENTION : dans InDesign, dans la boîte de dialogue repères et fonds perdus, merci de décocher tous les repères d'impression sauf traits de coupe et informations sur la page.



PARIS MATCH

TECHNICAL
SPECIFICITIES 2025



TECHNICAL **DESCRITPION**

TECHNICAL DESCRIPTION

FINAL SIZE OF THE MAGAZINE (WxL) : 220 x 284 SADDLE STITCHED

THIS PUBLICATION IS ONLY DIGITALLY PROCESSED



SIZES PARIS MATCH	TYPE AREA WIDTH X LENGHT	TRIM WIDTH X LENGHT
FULL PAGE	193 x 242*	220 x 284
DOUBLE PAGE	414 x 242*	440 x 284
HALF PAGE VERTICAL	92 x 242	105 x 284
HALF PAGE HORIZONTAL	193 x 116	220 x 137
1/3 BANNER	193 x 77	-
1/3 SQUARE	122 x 116	-
1/3 VERTICAL	61 x 242	-
1/4 BANNER	193 x 56,5	-
1/4 SQUARE	92 x 116	-
1/8 BANNER	193 x 26	-
2/3 VERTICAL	127 x 242	-
2/3 HORIZONTAL	193 x 160	-

* 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 NEWS's page 12.

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.

BLINDING SPECIFICATIONS

It is a saddle stitched magazine.

Spreads : minimum clearance for crossover texts is 3 mm either side of the middle of the spine and must be in addition to any word or letter space already present.

ADVERTORIALS

Call us for the advertorial directions.

All your creations have to be approved 4 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.

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.»

DELIVERY & CONTACTS

ADS DELIVERY ADDRESS :

<https://portailpresse.lagardere-pub.com>

Login : portailpresse
Password : Controle13

DELIVERY ADDRESS :

LAGARDÈRE NEWS
Service Fabrication
2 rue des Cévennes
75015 PARIS

CONTACT

Elisabeth FERRY
Tél : +33 1 87 15 45 35
Mail : eferry@lesechosleparisien.fr

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 : www.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»

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 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

MATERIAL DEADLINE : 2 WEEKS PRIOR TO ON SALE DATE
CONSERVATION PERIOD : 6 MOIS

DOCUMENTS NOT CLAIMED FOR DURING THIS PERIOD WILL BE DESTROYED.



TECHNICAL **STANDARDS**

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** : **MagazineAds_1v3** (using the creative profile «joboptions» for Adobe Distiller and the certification profile «.ppp» for PitStop Professional).
- We keep and accept the XMP settings of the PDF for dematerialized sending, to **Ghent PDF workgroup** 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 300 DPI, saved in CMYK (without ICC profiles incorporated). No DCS files.
- Combined ink Density (UCR) must not exceed 300 % according to ISO 12647.
- Divide Bends 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 with the MediaWedgeV2 control bar and subsequent versions, semi-matte paper with paper simulation.
- Simulation colorimetric profile for magazines on paper **type 1 and 2**: **ISOcoated_v2_300_eci.icc**, based on **FOGRA 39L** in accordance with international standards **ISO 12647**.
- Time stamped, printer, Rip, paper and simulation profile must appear on the proof.
- In case we receive files without contract proof, **FOGRA 39L** colorimetric simulation will be the reference in case of dispute for papers **type 1 and 2**.

SOFTPROOFING

In accordance to ISO12646 standard, we recommend the following adjustments during the calibration and display : **luminance at 16 cd/m2 in D50 and Gamma 2,2.**
Colour temperature at 5000° Kelvin.

DELIVERY & CONTACTS

ADS DELIVERY ADDRESS :

<https://portailpresse.lagardere-pub.com>

Login : portailpresse
Password : Controle13

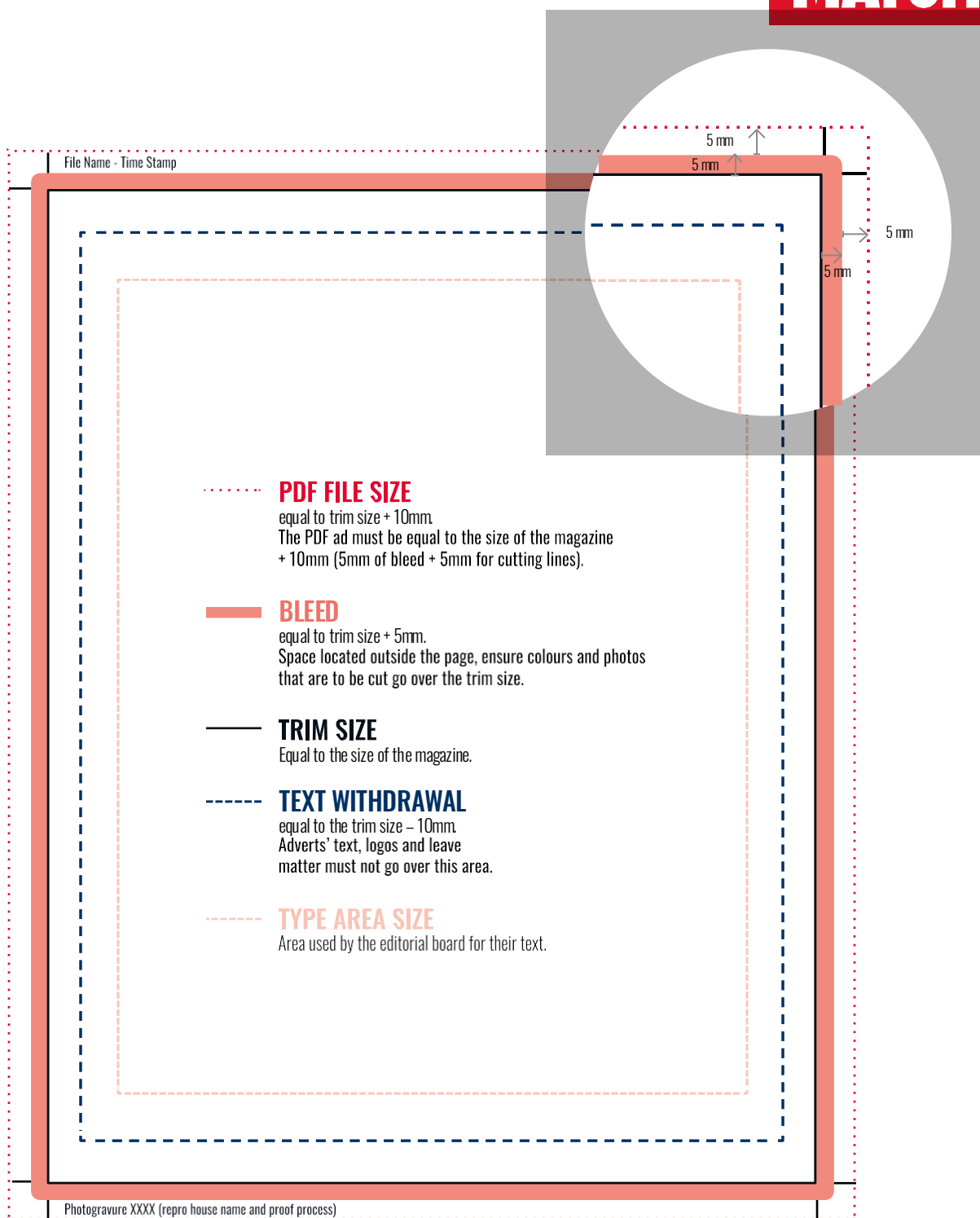
DELIVERY ADDRESS :

LAGARDÈRE NEWS
Service Fabrication
2 rue des Cévennes
75015 PARIS

CONTACT

Elisabeth FERRY
Phone : +33 1 87 15 45 35
Mail : eferry@lagardere-news.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).**



CAUTION : ON INDESIGN, WITHIN MARKS AND BLEEDS PRINT WINDOW, TICK OFF ALL PRINTING MARKS EXCEPT CROP MARKS AND PAGE INFORMATION.