

# Le Journal du Dimanche

LE JOURNAL DU DIMANCHE

SPÉCIFICITÉS  
TECHNIQUES 2021

---

## SOMMAIRE

**FRANÇAIS**

P.3

**ENGLISH**

P.8

---

# Le Journal du Dimanche

FICHE  
**TECHNIQUE**

---

FORMAT DU JOURNAL (LxH) : 280 x 390

**CETTE PUBLICATION EST TRAITÉE ENTIÈREMENT EN NUMÉRIQUE**

Concerne le JDD national,  
pour le JDD Paris  
contacter Véronique Fiez.

FORMATS JOURNAL DU DIMANCHE	FORMATS UTILES** LARGEUR X HAUTEUR
PAGE	250 x 360 * Centré dans le format PP - 280 x 390*
DOUBLE PAGE	530 x 360 * Centré dans le format PP - 560 x 390*
Pour les formats suivants, ajouter un filet autour de l'annonce	
1/2 PAGE	250 x 180
DOUBLE 1/2 PAGE	530 x 180
NEWS	148 x 240 ***
NEWS +	165 x 255
DOUBLE NEWS	326 x 240
1/3 DE PAGE	250 x 120
1/4 DE PAGE	148 x 150 ***
1/8 DE PAGE 3 COLONNES	148 x 75 ***
COLONNE MORRIS	97 x 360
PAVÉ DE UNE	86 x 70
OREILLE DE UNE	51 x 75
BANDEAU DE UNE	250 x 40

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

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

\*\*\* D'autres formats sont possibles

## SPÉCIFICITÉS TECHNIQUES

Les double pages, les doubles news et les doubles ½ pages largeur sont à livrer en 1 seul fichier.

Vous référer aux normes LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS pour la presse quotidienne  
[http://www.lagardere.com/home/lagardere\\_publicite\\_news](http://www.lagardere.com/home/lagardere_publicite_news)

## 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](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».

## LIVRAISON & CONTACTS

### ADRESSE LIVRAISON FICHIERS :

[www.portailpresse.lagardere-pub.com](http://www.portailpresse.lagardere-pub.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](mailto:vfiez@lagarderenews.com)

Elisabeth FERRY  
Tél : +33 1 87 15 45 35  
Mail : [eferry@lagarderenews.com](mailto: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](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 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](http://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.lagardere-pub.com](http://www.portailpresse.lagardere-pub.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@lagarderepub.com](mailto:vfiez@lagarderepub.com)

Elisabeth FERRY  
Tél : +33 1 87 15 45 35  
Mail : [eferry@lagarderepub.com](mailto:eferry@lagarderepub.com)

# Le Journal du Dimanche

NORMES  
**TECHNIQUES**

---

Pour connaître les fiches techniques par titre (formats, spécificités d'un titre...) : rendez-vous sur [www.lagardere.com/home/lagardere\\_publicite\\_news](http://www.lagardere.com/home/lagardere_publicite_news)

## 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 **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 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.lagardere-pub.com](http://www.portailpresse.lagardere-pub.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](mailto:vfiez@lagarderenews.com)

Elisabeth FERRY  
Tél : +33 1 87 15 45 35  
Mail : [eferry@lagarderenews.com](mailto: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 2021

---



# Le Journal du Dimanche

TECHNICAL  
**DESCRIPTION**

---

# TECHNICAL DESCRIPTION

# Le Journal du Dimanche

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

**THIS PUBLICATION IS ONLY DIGITALLY PROCESSED**

It concerns the national JDD,  
JDD for Paris  
contact Véronique Fiez

SIZES JOURNAL DU DIMANCHE	TYPE AREA ** WIDTH X LENGTH (MM)
PAGE	<b>250 X 360*</b> centred in the trim size 280 x 390
DOUBLE PAGE	<b>530 x 360*</b> centred in the trim size 560 x 390
For formats less than a page, add an hairline rule around the ad	
1/2 PAGE	<b>250 x 180</b>
DOUBLE 1/2 PAGE	<b>530 x 180</b>
NEWS	<b>148 x 240 ***</b>
NEWS +	<b>165 x 255</b>
DOUBLE NEWS	<b>326 x 240</b>
1/3 DE PAGE	<b>250 x 120</b>
1/4 DE PAGE	<b>148 x 150 ***</b>
1/8 DE PAGE 3 COLONNES	<b>148 x 75 ***</b>
COLONNE MORRIS	<b>97 x 360</b>
PAVÉ DE UNE	<b>86 x 70</b>
OREILLE DE UNE	<b>51 x 75</b>
BANDEAU DE UNE	<b>250 x 40</b>

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

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

\*\*\* D'autres formats sont possibles

## MECHANICAL DATA

**Double pages, double news and double half width pages must be sent in a single file.**

Refer to enclosed LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS's digital ad exchange standards :  
[http://www.lagardere.com/home/lagardere\\_publicite\\_news](http://www.lagardere.com/home/lagardere_publicite_news)

## 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](http://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.lagardere-pub.com](http://www.portailpresse.lagardere-pub.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@lagarderepub.com](mailto:vfiez@lagarderepub.com)

Elisabeth FERRY  
Tél : +33 1 87 15 45 35  
Mail : [eferry@lagarderepub.com](mailto:eferry@lagarderepub.com)

# 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	<b>280 x 390 PP + 10mm</b>
DOUBLE PAGE	<b>560 x 390 + 10mm</b>
For formats less than a page, add an hairline rule around the ad	
1/2 PAGE	<b>250 x 180 FU*</b>
NEWS	<b>148 x 240 FU*</b>
NEWS +	<b>165 x 255 FU*</b>
1/4 DE PAGE	<b>148 x 150 FU*</b>

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](http://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 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](http://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.lagardere-pub.com](http://www.portailpresse.lagardere-pub.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](mailto:vfiez@lagarderenews.com)

Elisabeth FERRY  
Tél : +33 1 87 15 45 35  
Mail : [eferry@lagarderenews.com](mailto:eferry@lagarderenews.com)

**Le Journal  
du Dimanche**

TECHNICAL  
**STANDARDS**

---

To find the technical specifications by title (sizes, specs for each title) :  
rendez-vous sur [www.lagardere.com/home/lagardere\\_publicite\\_news](http://www.lagardere.com/home/lagardere_publicite_news)

## 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**.
- **ISO Newspaper 26v4.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.lagardere-pub.com](http://www.portailpresse.lagardere-pub.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](mailto:vfiez@lagarderenews.com)

Elisabeth FERRY  
Tél : +33 1 87 15 45 35  
Mail : [eferry@lagarderenews.com](mailto: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.**