

NORME BAYARD : ECHANGE DE FICHIERS PUBLICITAIRES

Nom abrégé : VPLM

FORMATS	FORMATS UTILES Largeur x Hauteur	PLEIN PAPIER Largeur x Hauteur
PAGE	178 X 239	210 X 272
DOUBLE PAGE		420 X 272
1/2 HAUTEUR	81,5 X 239	99 X 272
1/2 LARGEUR	178 X 116,5	210 X 130
1/3 HAUTEUR	51 X 239	69 X 272
1/3 LARGEUR	178 X 75,5	210 X 89
1/4 HAUTEUR	81,5 X 114,5	
1/4 LARGEUR	178 X 51,5	

SPECIFICITES TECHNIQUES

Si rectos successifs, les livrer en 2 fichiers PDF distincts.

TYPE DE FICHERLes fichiers doivent être fournis en **PDF** suivant les normes de la presse magazine.Cliquer sur le lien : www.certifiedPDF.net (vous pouvez obtenir de l'aide sur ce site pour créer des PDF fiables).

Télécharger MagazineAds_1v3

GEOMETRIE DU FICHERAnnonce au format +10mm de bord tournant contenant : 5mm de fonds perdus + 5mm pour les traits de coupe.
Attention, vos textes et partie sensible d'image doivent être en retrait de 10mm des points de coupe.**NOM DES FICHIERS**

Le nom des fichiers doivent respecter la règle suivante :

- 4 caractères pour le nom abrégé du magazine
- 4 caractères pour le numéro de parution
- 20 caractères maximum pour la description de la publicité

Exemple : **VPLM0029Annonceur.pdf** sera interprété comme étant la pub annonceur devant paraître dans Vivre Plus pour la parution dans le numéro 0029.

LIVRAISON DES FICHIERS

Les fichiers doivent être livrés par FTP.

ftp.bayard-presse.com**login : agences-pub****password : bayard7780**



EPREUVES DE CONTROLE

Les fichiers doivent être suivis d'une épreuve contractuelle (certifiée par le Sicogif - www.sicogif.com) et respectant le profil de simulation FOGRA27L.

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

PHOTOGRAVURE

Image Tiff ou EPS, 300dpi en CMJN (pas de profil incorporé)

Fichier en 4 couleurs (pas de tons directs) et superposition d'encre de 280% maximum.

Pas de compression, pas de DCS.

Pas de fontes Multiple Master, ni d'options clavier.

Attention aux textes en réserve (corps 8 minimum, 1/2 gras et sans empattements)

Attention aux bugs d'imports Illustrator (transparence et masque).

QUALITE

Dans le cas du non respect des règles énoncées ci dessus, nous ne pouvons nous engager sur la qualité de reproduction.

Merci de faire suivre ce document à votre agence technique ou photogreveur.

DELAI

Le matériel doit être remis à la régie dès que possible et **au plus tard 4 semaines avant la parution** (fichier et épreuves).

ADRESSE DE LIVRAISON EPREUVE

Bayard Publicité
Senior Expert Publicité
18 rue Barbès - 92120 Montrouge

CONTACT

production@bayard-pub.com

Tél : 01 74 31 69 72

Fax : 01 74 31 60 15

Merci de faire suivre les normes BAYARD PUBLICITE à votre agence technique ou photogreveur.

LES PUBLI-REPORTAGES

Les mentions obligatoires sont PUBLICITE en haut à droite (corps 12 minimum) bien visible, détaché du visuel de la pub (c'est-à-dire ne pas le mettre, par ex., à l'intérieur d'une photo).

Ne pas utiliser les mêmes titres de rubriques que le magazine Vivre Plus.

Un filet cadre tournant autour de l'ensemble du visuel de la pub est obligatoire.

Le choix typographique des titres, inters, chapos et encadrés doit être rigoureusement différent de ceux utilisés dans la maquette du magazine.

Soumettre votre création à la régie 4 semaines avant parution

VivrePlus

TEXTE RÉDIGÉ EN LANGUE ÉTRANGÈRE

« En application des lois du 31 décembre 1975 et 4 août 1994 relatives à l'emploi de la langue française et dans l'éventualité d'un texte rédigé en langue étrangère, nous vous demandons de bien vouloir traduire en français toutes les mentions écrites en langue étrangère. La traduction doit être aussi lisible que le texte originel. Dans le cas contraire, nous serions dans l'impossibilité de publier votre annonce ».

PUBLICITE 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** »

PUBLICITE 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.

PUBLICITE UTILISANT UN ARGUMENT ECOLOGIQUE

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** ».

NORMES **PRESSE MAGAZINE** FILE EXCHANGE STANDARDS FOR **MAGAZINES**

