

PAGES INTÉRIEURES UNIQUEMENT

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

CONTACTS

PRODUCTION	production@bayardmedia.fr	
Cécile MARTIN	cecile.martin@bayardmedia.fr	Tél. : 01 74 31 74 95
Nathalie PICHON	nathalie.pichon@bayardmedia.fr	Tél. : 01 74 31 48 89

LIVRAISON DES FICHIERS

Vos visuels peuvent être livrés soit :

- par mail aux adresses indiquées ci-dessus dans la rubrique "CONTACTS",
- via un service de transfert de fichier fondé sur un cloud, type wetransfer,
- via un lien de téléchargement à nous communiquer par mail.

FORMATS

FORMATS	PLEIN PAPIER Largeur × Hauteur
Page	205 × 260 mm
Double page	2 fichiers séparés 205 × 260 mm
1/2 page Largeur	205 × 131 mm
1/2 page Hauteur	102,5 × 260 mm
1/3 page Hauteur	68 × 260 mm
1/3 page bandeau	205 × 87 mm

GÉOMÉTRIE DU FICHIER

Annonce au format plein papier + 10 mm de bord tournant (5 mm de fond perdu + 5 mm de décalage des traits de coupe). Attention, textes et parties sensibles d'images doivent être minimum en retrait de 7 mm des points de coupe à l'intérieur du format. Les rectos successifs et les doubles pages doivent être livrés sous la forme de 2 fichiers simples et distincts. Si vous avez un texte à cheval sur une double page, écartez vos lettres de 3 mm de chaque côté du pli. Aucun envoi en fichiers ZIP.

Mention obligatoire : PUBLICITÉ en haut à droite (corps 10 minimum) bien visible, détachée du visuel de la publicité

TYPE DE FICHIER (IMPÉRATIF)

Les fichiers doivent être fournis en PDF 1.3 suivant les normes propres à Notre Temps INTÉRIEUR
Pour télécharger le joboptions (InDesign) et le profil couleur associé : **PSO LWC Improved (norme Fogra 45L)**



https://static.bayard.io/regiepub/profils/Notre-Temps_interieur.zip

Le profil de simulation à utiliser est : **PSO LWC Improved (norme Fogra 45L)**
vous retrouverez les éléments dans le lien de téléchargement ainsi que le process d'installation.

Spécificités techniques	
Fond perdu	5 mm
Traits de coupe	décalés à 5 mm (hors du fond perdu)
Profil	PSO LWC Improved ECI (norme Fogra 45L)
Compatibilité	Acrobat 3 (PDF 1.3)
Norme	PDF/X-1α:2001
Quadri	CMJN

https://static.bayard.io/regiepub/FT/FT_ADULTE_en/FT_en_NT_INSIDE.pdf



NOM DES FICHIERS

Il est **obligatoire** que le nom des fichiers respecte 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 : **NTEJ0618_ANNONCEUR.pdf** sera interprété comme étant la pub annonceur devant paraître dans *Notre Temps* pour la parution dans le numéro 618.

ÉPREUVE DE CONTRÔLE

Si vous le souhaitez, il vous est possible de nous fournir une épreuve couleur Epson :

**Elle doit être identifiée, issue du fichier PDF, munie d'une barre de contrôle reconnu sur le marché
Ainsi qu'une étiquette de contrôle attestant la conformité de l'épreuve**

PHOTOGRAVURE

Images 300 PPP/DPI

Fichier en 4 couleurs **PAS DE TONS DIRECTS** et superposition d'encre de 280% maximum. Attention aux textes en réserve (corps 9 minimum, 1/2 gras et sans empattements).

Nous préconisons d'utiliser le profil dans vos maquettes (via le joboptions que nous vous fournissons dans « TYPE DE FICHIER ») ainsi que de conserver vos images source en RVB avant la génération du PDF afin que les réglages de ce profil d'impression s'appliquent correctement.

QUALITÉ

Dans le cas du non-respect des règles énoncées ci-dessus, nous ne pourrons accepter votre fichier.

Si vous n'êtes pas en mesure d'effectuer vous-même ces corrections et de nous fournir un fichier conforme, nous serons dans l'obligation de prendre en charge nous-même cette opération qui vous sera facturée. Nous vous rappelons qu'il est IMPÉRATIF de bien utiliser nos joboptions pour assurer la bonne conformité de votre visuel et de la qualité d'impression.

DÉLAI

Le matériel, fichier et épreuve, doit être remis à la régie dans les délais indiqués (voir calendrier de parution).

ADRESSE DE LIVRAISON ÉPREUVE

Bayard Media Développement – Back Office

< nom du contact >

18 rue Barbès
92128 Montrouge Cedex

LES PUBLI-REPORTAGES/COMMUNIQUÉS

Mention obligatoire : "PUBLICITÉ" ou "PUBLI-COMMUNIQUÉ" en haut à droite (corps 10 minimum) bien visible, détaché du visuel de la publicité (c'est-à-dire ne pas le mettre, par exemple, à l'intérieur d'une photo).

Ne pas utiliser les mêmes titres de rubrique que celles du magazine. Le choix typographique des titres, inters, chapos et encadrés doit être rigoureusement différent de ceux utilisés dans la maquette du magazine *Notre Temps*.

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

Soumettre votre création à la régie 4 semaines avant parution.

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 original. Dans le cas contraire, nous serons dans l'impossibilité de publier votre annonce. »

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.

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 ».

LISIBILITÉ DES MENTIONS ET RENVOIS

Les mentions rectificatives et informatives doivent être lisibles dans des conditions normales de lecture.

Ces règles s'appliquent également aux mentions dites légales, hormis les cas où la réglementation en vigueur impose des conditions spécifiques de présentation.

Pour être lisibles dans des conditions normales de lecture, les mentions doivent figurer à l'horizontale et utiliser des caractères :

- d'une taille suffisante,
- normalement espacés,
- d'une police permettant une lecture aisée (sans pour autant que cette police soit forcément uniforme dans toute la publicité),
- d'une couleur qui contraste par rapport à celle utilisée pour le fond de la publicité. Par exemple, il conviendra d'éviter une couleur claire pour un texte écrit sur un fond qui serait également clair.

Lorsqu'un signe — un astérisque, un chiffre, une lettre, etc. —, est utilisé pour réaliser un renvoi, la taille du signe, présent tant au côté de l'accroche et/ou de l'allégation, qu'en début de mention, doit être suffisamment importante pour être toujours lisible dans des conditions normales de lecture.

PAGES DE COUVERTURE UNIQUEMENT

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

CONTACTS

PRODUCTION	production@bayardmedia.fr	
Cécile MARTIN	cecile.martin@bayardmedia.fr	Tél. : 01 74 31 74 95
Nathalie PICHON	nathalie.pichon@bayardmedia.fr	Tél. : 01 74 31 48 89

LIVRAISON DES FICHIERS

Vos visuels peuvent être livrés soit :

- par mail aux adresses indiquées ci-dessus dans la rubrique "CONTACTS",
- via un service de transfert de fichier fondé sur un cloud, type wetransfer,
- via un lien de téléchargement à nous communiquer par mail.

FORMATS

FORMATS	PLEIN PAPIER Largeur × Hauteur
Page	205 × 260 mm

GÉOMÉTRIE DU FICHIER

Annonce au format plein papier + 10 mm de bord tournant (5 mm de fond perdu + 5 mm de décalage des traits de coupe). Attention, textes et parties sensibles d'images doivent être minimum en retrait de 7 mm des points de coupe à l'intérieur du format. Les rectos successifs et les doubles pages doivent être livrés sous la forme de 2 fichiers simples et distincts. Si vous avez un texte à cheval sur une double page, écartez vos lettres de 3 mm de chaque côté du pli. Aucun envoi en fichiers ZIP.

Mention obligatoire : PUBLICITÉ en haut à droite (corps 10 minimum) bien visible, détachée du visuel de la publicité

TYPE DE FICHIER (IMPÉRATIF)

Les fichiers doivent être fournis en PDF 1.3 suivant les normes propres à NOTRE TEMPS COUVERTURE
Pour télécharger le joboptions (InDesign) et le profil couleur associé : **ISO Coated v2 300% ECI (norme Fogra 39L)**



https://static.bayard.io/regiepub/profils/Notre-Temps_couverture.zip

Le profil de simulation à utiliser est : **ISO Coated v2 300% ECI (norme Fogra 39L)**
vous retrouverez les éléments dans le lien de téléchargement ainsi que le process d'installation.

Spécificités techniques	
Fond perdu	5 mm
Traits de coupe	décalés à 5 mm (hors du fond perdu)
Profil	ISO Coated v2 300% ECI (norme Fogra 39L)
Compatibilité	Acrobat 3 (PDF 1.3)
Norme	PDF/X-1a:2001
Quadri	CMJN

https://static.bayard.io/regiepub/FT/FT_ADULTE_en/FT_en_NT_COVER.pdf



NOM DES FICHIERS

Il est **obligatoire** que le nom des fichiers respecte 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 : **NTEJ0618_ANNONCEUR.pdf** sera interprété comme étant la pub annonceur devant paraître dans *Notre Temps* pour la parution dans le numéro 618.

ÉPREUVE DE CONTRÔLE

Si vous le souhaitez, il vous est possible de nous fournir une épreuve couleur Epson :

**Elle doit être identifiée, issue du fichier PDF, munie d'une barre de contrôle reconnu sur le marché
Ainsi qu'une étiquette de contrôle attestant la conformité de l'épreuve**

PHOTOGRAVURE

Images 300 PPP/DPI

Fichier en 4 couleurs **PAS DE TONS DIRECTS** et superposition d'encre de 280% maximum. Attention aux textes en réserve (corps 9 minimum, 1/2 gras et sans empattements).

Nous préconisons d'utiliser le profil dans vos maquettes (via le joboptions que nous vous fournissons dans « TYPE DE FICHIER ») ainsi que de conserver vos images source en RVB avant la génération du PDF afin que les réglages de ce profil d'impression s'appliquent correctement.

QUALITÉ

Dans le cas du non-respect des règles énoncées ci-dessus, nous ne pourrons accepter votre fichier.

Si vous n'êtes pas en mesure d'effectuer vous-même ces corrections et de nous fournir un fichier conforme, nous serons dans l'obligation de prendre en charge nous-même cette opération qui vous sera facturée. Nous vous rappelons qu'il est IMPÉRATIF de bien utiliser nos joboptions pour assurer la bonne conformité de votre visuel et de la qualité d'impression.

DÉLAI

Le matériel, fichier et épreuve, doit être remis à la régie dans les délais indiqués (voir calendrier de parution).

ADRESSE DE LIVRAISON ÉPREUVE

Bayard Media Développement – Back Office

< nom du contact >

18 rue Barbès
92128 Montrouge Cedex

LES PUBLI-REPORTAGES/COMMUNIQUÉS

Mention obligatoire : "PUBLICITÉ" ou "PUBLI-COMMUNIQUÉ" en haut à droite (corps 10 minimum) bien visible, détaché du visuel de la publicité (c'est-à-dire ne pas le mettre, par exemple, à l'intérieur d'une photo).

Ne pas utiliser les mêmes titres de rubrique que celles du magazine. Le choix typographique des titres, inters, chapos et encadrés doit être rigoureusement différent de ceux utilisés dans la maquette du magazine *Notre Temps*.

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

Soumettre votre création à la régie 4 semaines avant parution.

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 original. Dans le cas contraire, nous serons dans l'impossibilité de publier votre annonce. »

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.

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 ».

LISIBILITÉ DES MENTIONS ET RENVOIS

Les mentions rectificatives et informatives doivent être lisibles dans des conditions normales de lecture.

Ces règles s'appliquent également aux mentions dites légales, hormis les cas où la réglementation en vigueur impose des conditions spécifiques de présentation.

Pour être lisibles dans des conditions normales de lecture, les mentions doivent figurer à l'horizontale et utiliser des caractères :

- d'une taille suffisante,
- normalement espacés,
- d'une police permettant une lecture aisée (sans pour autant que cette police soit forcément uniforme dans toute la publicité),
- d'une couleur qui contraste par rapport à celle utilisée pour le fond de la publicité. Par exemple, il conviendra d'éviter une couleur claire pour un texte écrit sur un fond qui serait également clair.

Lorsqu'un signe — un astérisque, un chiffre, une lettre, etc. —, est utilisé pour réaliser un renvoi, la taille du signe, présent tant au côté de l'accroche et/ou de l'allégation, qu'en début de mention, doit être suffisamment importante pour être toujours lisible dans des conditions normales de lecture.

ANNONCES CLASSÉES

Nouvelle formule : formats à partir d'octobre 2024.

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

CONTACTS

PRODUCTION	production@bayardmedia.fr	
Spiros MARMARAS	spiros.marmaras@bayardmedia.fr	Tél. : 01 74 31 58 31
Cécile MARTIN	cecile.martin@bayardmedia.fr	Tél. : 01 74 31 74 95

LIVRAISON DES FICHIERS

Vos visuels peuvent être livrés soit :

- par mail aux adresses indiquées ci-dessus dans la rubrique "CONTACTS",
- via un service de transfert de fichier fondé sur un cloud, type wetransfer,
- via un lien de téléchargement à nous communiquer par mail.

FORMATS

FORMATS	PLEIN PAPIER Largeur × Hauteur
Page	180 × 221 mm
1/2 page Largeur	180 × 107 mm
3/5 page Hauteur	107 × 221 mm
2/5 page Hauteur	70 × 221 mm
1/3 page carré	107 × 104 mm
1/4 bandeau	180 × 52 mm
1/5 page	70 × 107 mm
1/6 page Hauteur	70 × 92 mm
1/6 page Largeur	107 × 62 mm
Module 3	70 × 52 mm
Module 2 Largeur	70 × 26 mm
Module 2 Hauteur	33,6 × 52 mm
Module "Premier"	33,6 × 26 mm

Taille des logo et images
pour les annonces classées

Images (largeur × hauteur)	
<p>Logo</p>	<p>Ratio 396:118 (33,6 × 10 mm) minimum: 396 × 118 pixels</p>
<p>Image</p>	<p>Ratio 396:295 (33,6 × 25 mm) minimum: 396 × 295 pixels</p>

GÉOMÉTRIE DU FICHIER

Annnonce au format sans traits de coupe, sans hirodelles ni gamme couleur. **DÉJÀ AU FORMAT ROGNÉ**

TYPE DE FICHIER (IMPÉRATIF)

Les fichiers doivent être fournis en PDF 1.3 suivant les normes de la presse magazine.

Pour télécharger le profil couleur associé : **PSO LWC Improved ECI (norme Fogra 45L)**

https://static.bayard.io/regiepub/profils/Notre-Temps_interieur_PA.zip

Le profil de simulation à utiliser est : **PSO LWC Improved ECI (norme Fogra 45L)**

Spécificités techniques			
Fond perdu	-	Compatibilité	Acrobat 3 (PDF 1.3)
Traits de coupe	-	Norme	PDF/X-1a:2001
Profil	PSO LWC Improved ECI (norme Fogra 45L)	Quadri	CMJN



https://static.bayard.io/regiepub/FT/FT_ADULTE_en/FT_en_NT_CLASSIFIED_ADS.pdf

NOM DES FICHIERS

Il est **obligatoire** que le nom des fichiers respecte 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 : **NTEN0607_ANNONCEUR.pdf** sera interprété comme étant la pub annonceur devant paraître dans *Notre Temps* pour la parution dans le numéro 607.

ÉPREUVE DE CONTRÔLE

Si vous le souhaitez, il vous est possible de nous fournir une épreuve couleur Epson :

**Elle doit être identifiée, issue du fichier PDF, munie d'une barre de contrôle reconnu sur le marché
Ainsi qu'une étiquette de contrôle attestant la conformité de l'épreuve**

PHOTOGRAVURE

Images 300 PPP/DPI. Fichier en 4 couleurs **PAS DE TONS DIRECTS** et superposition d'encre de 280% maximum.

Attention aux textes en réserve (corps 9 minimum, 1/2 gras et sans empattements).

Pas de compression, pas de DCS.

Pas de fontes Multiple Master, ni d'options clavier. Les polices doivent être incorporées en jeux complets.

Attention : les fonds blancs doivent être de couleur blanche et non pas transparents.

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

Attention aux bugs d'imports Illustrator (aplatir les transparences et masques).

QUALITÉ

Dans le cas du non-respect des règles énoncées ci-dessus, nous ne pourrons accepter votre fichier.

Si vous n'êtes pas en mesure d'effectuer vous-même ces corrections et de nous fournir un fichier conforme, nous serons dans l'obligation de prendre en charge nous-même cette opération qui vous sera facturée.

DÉLAI

Le matériel, fichier et épreuve, doit être remis à la régie dans les délais indiqués (voir calendrier de parution).

ADRESSE DE LIVRAISON ÉPREUVE

Bayard Media Développement – Back Office

< nom du contact >

18 rue Barbès
92128 Montrouge Cedex

LES PUBLI-REPORTAGES/COMMUNIQUÉS

Mention obligatoire : "PUBLICITÉ" ou "PUBLI-COMMUNIQUÉ" en haut à droite (corps 10 minimum) bien visible, détaché du visuel de la publicité (c'est-à-dire ne pas le mettre, par exemple, à l'intérieur d'une photo).

Ne pas utiliser les mêmes titres de rubrique que celles du magazine. Le choix typographique des titres, inters, chapos et encadrés doit être rigoureusement différent de ceux utilisés dans la maquette du magazine *Notre Temps*.

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

Soumettre votre création à la régie 4 semaines avant parution.

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 original. Dans le cas contraire, nous serons dans l'impossibilité de publier votre annonce. »

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.

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 ».

LISIBILITÉ DES MENTIONS ET RENVOIS

Les mentions rectificatives et informatives doivent être lisibles dans des conditions normales de lecture.

Ces règles s'appliquent également aux mentions dites légales, hormis les cas où la réglementation en vigueur impose des conditions spécifiques de présentation.

Pour être lisibles dans des conditions normales de lecture, les mentions doivent figurer à l'horizontale et utiliser des caractères :

- d'une taille suffisante,
- normalement espacés,
- d'une police permettant une lecture aisée (sans pour autant que cette police soit forcément uniforme dans toute la publicité),
- d'une couleur qui contraste par rapport à celle utilisée pour le fond de la publicité. Par exemple, il conviendra d'éviter une couleur claire pour un texte écrit sur un fond qui serait également clair.

Lorsqu'un signe — un astérisque, un chiffre, une lettre, etc. —, est utilisé pour réaliser un renvoi, la taille du signe, présent tant au côté de l'accroche et/ou de l'allégation, qu'en début de mention, doit être suffisamment importante pour être toujours lisible dans des conditions normales de lecture.

ANNONCES CLASSÉES : PAGES THÉMATIQUES

Nouvelle formule : formats à partir d'octobre 2024.

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

CONTACTS

PRODUCTION	production@bayardmedia.fr	
Spiros MARMARAS	spiros.marmaras@bayardmedia.fr	Tél. : 01 74 31 58 31
Cécile MARTIN	cecile.martin@bayardmedia.fr	Tél. : 01 74 31 74 95

LIVRAISON DES FICHIERS

Vos visuels peuvent être livrés soit :

- par mail aux adresses indiquées ci-dessus dans la rubrique "CONTACTS",
- via un service de transfert de fichier fondé sur un cloud, type wetransfer,
- via un lien de téléchargement à nous communiquer par mail.

FORMATS

FORMATS	PLEIN PAPIER Largeur × Hauteur
3/4 page	180 × 164 mm
1/2 page Largeur	180 × 108 mm
1/4 page Hauteur	88 × 108 mm
1/4 page bandeau	180 × 51 mm
1/8 ^e page	88 × 51 mm



GÉOMÉTRIE DU FICHIER

Annnonce au format sans traits de coupe, sans hirondelles ni gamme couleur. **DÉJÀ AU FORMAT ROGNÉ**

TYPE DE FICHIER (IMPÉRATIF)

Les fichiers doivent être fournis en PDF 1.3 suivant les normes propres à Notre Temps INTÉRIEUR PA
 Pour télécharger le profil couleur associé : **PSO LWC Improved (norme Fogra 45L)**



https://static.bayard.io/regiepub/profils/Notre-Temps_interieur_PA.zip

Le profil de simulation à utiliser est : **PSO LWC Improved ECI (norme Fogra 45L)**

Spécificités techniques	
Fond perdu	-
Traits de coupe	-
Profil	PSO LWC Improved ECI (norme Fogra 45L)
Compatibilité	Acrobat 3 (PDF 1.3)
Norme	PDF/X-1a:2001
Quadri	CMJN



https://static.bayard.io/regiepub/FT/FT_ADULTE_en/FT_en_NT_THEMATIC_PAGES.pdf

NOM DES FICHIERS

Il est **obligatoire** que le nom des fichiers respecte 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 : **NTEN0607_ANNONCEUR.pdf** sera interprété comme étant la pub annonceur devant paraître dans *Notre Temps* pour la parution dans le numéro 607.

ÉPREUVE DE CONTRÔLE

Si vous le souhaitez, il vous est possible de nous fournir une épreuve couleur Epson :

**Elle doit être identifiée, issue du fichier PDF, munie d'une barre de contrôle reconnu sur le marché
Ainsi qu'une étiquette de contrôle attestant la conformité de l'épreuve**

PHOTOGRAVURE

Images 300 PPP/DPI. Fichier en 4 couleurs **PAS DE TONS DIRECTS** et superposition d'encre de 280% maximum.

Attention aux textes en réserve (corps 9 minimum, 1/2 gras et sans empattements).

Pas de compression, pas de DCS.

Pas de fontes Multiple Master, ni d'options clavier. Les polices doivent être incorporées en jeux complets.

Attention : les fonds blancs doivent être de couleur blanche et non pas transparents.

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

Attention aux bugs d'imports Illustrator (aplatir les transparences et masques).

QUALITÉ

Dans le cas du non-respect des règles énoncées ci-dessus, nous ne pourrons accepter votre fichier.

Si vous n'êtes pas en mesure d'effectuer vous-même ces corrections et de nous fournir un fichier conforme, nous serons dans l'obligation de prendre en charge nous-même cette opération qui vous sera facturée.

DÉLAI

Le matériel, fichier et épreuve, doit être remis à la régie dans les délais indiqués (voir calendrier de parution).

ADRESSE DE LIVRAISON ÉPREUVE

Bayard Media Développement – Back Office

< nom du contact >

18 rue Barbès
92128 Montrouge Cedex

LES PUBLI-REPORTAGES/COMMUNIQUÉS

Mention obligatoire : "PUBLICITÉ" ou "PUBLI-COMMUNIQUÉ" en haut à droite (corps 10 minimum) bien visible, détaché du visuel de la publicité (c'est-à-dire ne pas le mettre, par exemple, à l'intérieur d'une photo).

Ne pas utiliser les mêmes titres de rubrique que celles du magazine. Le choix typographique des titres, inters, chapos et encadrés doit être rigoureusement différent de ceux utilisés dans la maquette du magazine *Notre Temps*.

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

Soumettre votre création à la régie 4 semaines avant parution.

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 original. Dans le cas contraire, nous serons dans l'impossibilité de publier votre annonce. »

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.

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 ».

LISIBILITÉ DES MENTIONS ET RENVOIS

Les mentions rectificatives et informatives doivent être lisibles dans des conditions normales de lecture.

Ces règles s'appliquent également aux mentions dites légales, hormis les cas où la réglementation en vigueur impose des conditions spécifiques de présentation.

Pour être lisibles dans des conditions normales de lecture, les mentions doivent figurer à l'horizontale et utiliser des caractères :

- d'une taille suffisante,
- normalement espacés,
- d'une police permettant une lecture aisée (sans pour autant que cette police soit forcément uniforme dans toute la publicité),
- d'une couleur qui contraste par rapport à celle utilisée pour le fond de la publicité. Par exemple, il conviendra d'éviter une couleur claire pour un texte écrit sur un fond qui serait également clair.

Lorsqu'un signe — un astérisque, un chiffre, une lettre, etc. —, est utilisé pour réaliser un renvoi, la taille du signe, présent tant au côté de l'accroche et/ou de l'allégation, qu'en début de mention, doit être suffisamment importante pour être toujours lisible dans des conditions normales de lecture.

CATALOGUE PETITES ANNONCES

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

CONTACTS

PRODUCTION	production@bayardmedia.fr	
Cécile MARTIN	cecile.martin@bayardmedia.fr	Tél. : 01 74 31 74 95
Nathalie PICHON	nathalie.pichon@bayardmedia.fr	Tél. : 01 74 31 48 89

LIVRAISON DES FICHIERS

Vos visuels peuvent être livrés soit :

- par mail aux adresses indiquées ci-dessus dans la rubrique "CONTACTS",
- via un service de transfert de fichier fondé sur un cloud, type wetransfer,
- via un lien de téléchargement à nous communiquer par mail.

FORMATS

FORMATS	PLEIN PAPIER Largeur × Hauteur
Page	205 × 260 mm

GÉOMÉTRIE DU FICHIER

Annonce au format plein papier + 10 mm de bord tournant (5 mm de fond perdu + 5 mm de décalage des traits de coupe).
Attention, textes et parties sensibles d'images doivent être minimum en retrait de 7 mm des points de coupe à l'intérieur du format.
 Les rectos successifs et les doubles pages doivent être livrés sous la forme de 2 fichiers simples et distincts. Si vous avez un texte à cheval sur une double page, écartez vos lettres de 3 mm de chaque côté du pli. Aucun envoi en fichiers ZIP.

Mention obligatoire : PUBLICITÉ en haut à droite (corps 10 minimum) bien visible, détachée du visuel de la publicité

TYPE DE FICHIER (IMPÉRATIF)

Les fichiers doivent être fournis en PDF 1.3 suivant les normes propres à Notre Temps INTÉRIEUR
 Pour télécharger le joboptions (InDesign) et le profil couleur associé : **PSO LWC Improved (norme Fogra 45L)**



https://static.bayard.io/regiepub/profils/Notre-Temps_interieur.zip

Le profil de simulation à utiliser est : **PSO LWC Improved (norme Fogra 45L)**
 vous retrouverez les éléments dans le lien de téléchargement ainsi que le process d'installation.

Spécificités techniques	
Fond perdu	5 mm
Traits de coupe	décalés à 5 mm (hors du fond perdu)
Profil	PSO LWC Improved ECI (norme Fogra 45L)
Compatibilité	Acrobat 3 (PDF 1.3)
Norme	PDF/X-1a:2001
Quadri	CMJN



https://static.bayard.io/regiepub/FT/FT_ADULTE_en/FT_en_NT_CA_CATALOGUE.pdf

NOM DES FICHIERS

Il est **obligatoire** que le nom des fichiers respecte 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 : **NTEJ0618_ANNONCEUR.pdf** sera interprété comme étant la pub annonceur devant paraître dans *Notre Temps* pour la parution dans le numéro 618.

ÉPREUVE DE CONTRÔLE

Si vous le souhaitez, il vous est possible de nous fournir une épreuve couleur Epson :

**Elle doit être identifiée, issue du fichier PDF, munie d'une barre de contrôle reconnu sur le marché
Ainsi qu'une étiquette de contrôle attestant la conformité de l'épreuve**

PHOTOGRAVURE

Images 300 PPP/DPI

Fichier en 4 couleurs **PAS DE TONS DIRECTS** et superposition d'encre de 280% maximum. Attention aux textes en réserve (corps 9 minimum, 1/2 gras et sans empattements).

Nous préconisons d'utiliser le profil dans vos maquettes (via le joboptions que nous vous fournissons dans « TYPE DE FICHIER ») ainsi que de conserver vos images source en RVB avant la génération du PDF afin que les réglages de ce profil d'impression s'appliquent correctement.

QUALITÉ

Dans le cas du non-respect des règles énoncées ci-dessus, nous ne pourrons accepter votre fichier.

Si vous n'êtes pas en mesure d'effectuer vous-même ces corrections et de nous fournir un fichier conforme, nous serons dans l'obligation de prendre en charge nous-même cette opération qui vous sera facturée. Nous vous rappelons qu'il est IMPÉRATIF de bien utiliser nos joboptions pour assurer la bonne conformité de votre visuel et de la qualité d'impression.

DÉLAI

Le matériel, fichier et épreuve, doit être remis à la régie dans les délais indiqués (voir calendrier de parution).

ADRESSE DE LIVRAISON ÉPREUVE

Bayard Media Développement – Back Office

< nom du contact >

18 rue Barbès
92128 Montrouge Cedex

LES PUBLI-REPORTAGES/COMMUNIQUÉS

Mention obligatoire : "PUBLICITÉ" ou "PUBLI-COMMUNIQUÉ" en haut à droite (corps 10 minimum) bien visible, détaché du visuel de la publicité (c'est-à-dire ne pas le mettre, par exemple, à l'intérieur d'une photo).

Ne pas utiliser les mêmes titres de rubrique que celles du magazine. Le choix typographique des titres, inters, chapos et encadrés doit être rigoureusement différent de ceux utilisés dans la maquette du magazine *Notre Temps*.

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

Soumettre votre création à la régie 4 semaines avant parution.

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 original. Dans le cas contraire, nous serons dans l'impossibilité de publier votre annonce. »

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.

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 ».

LISIBILITÉ DES MENTIONS ET RENVOIS

Les mentions rectificatives et informatives doivent être lisibles dans des conditions normales de lecture.

Ces règles s'appliquent également aux mentions dites légales, hormis les cas où la réglementation en vigueur impose des conditions spécifiques de présentation.

Pour être lisibles dans des conditions normales de lecture, les mentions doivent figurer à l'horizontale et utiliser des caractères :

- d'une taille suffisante,
- normalement espacés,
- d'une police permettant une lecture aisée (sans pour autant que cette police soit forcément uniforme dans toute la publicité),
- d'une couleur qui contraste par rapport à celle utilisée pour le fond de la publicité. Par exemple, il conviendra d'éviter une couleur claire pour un texte écrit sur un fond qui serait également clair.

Lorsqu'un signe — un astérisque, un chiffre, une lettre, etc. —, est utilisé pour réaliser un renvoi, la taille du signe, présent tant au côté de l'accroche et/ou de l'allégation, qu'en début de mention, doit être suffisamment importante pour être toujours lisible dans des conditions normales de lecture.

ACTU COMMERCIALES

Tarif 2024 – Édition nationale

VALORISATION

1/6° de page : 10400 € HT

DATE DE REMISE DES ÉLÉMENTS

Éléments à envoyer 45 jours avant la date de parution du numéro à :

cecile.martin@bayardmedia.fr
valerie.gourhant@bayardmedia.fr

CONTRAINTES TECHNIQUES

- Photo du produit en haute définition (300 PPP minimum),
- Texte de **450* signes environ** (espaces comprises),
- Notifier le réseau de distribution, le prix public conseillé, le téléphone et/ou le site de la marque.

* Si besoin, nous réduirons le texte pour respecter le calibrage demandé.

EXEMPLE NON CONTRACTUEL

ACTUS COMMERCIALES > La sélection du mois

LE PÉRIGORD S'INVITE À VOTRE TABLE DE NOËL.

Depuis 50 ans, à Siorac, Tradition du Périgord régale les fins gourmets et les gourmands avec ses spécialités du Sud-Ouest : foie gras, confit de canard, cassoulets, plats cuisinés ! Venez découvrir les meilleurs produits régionaux du Périgord noir pour fêter vos fêtes de fin d'année sur notre site.

Retrouvez-vous sur traditions-perigord.com

LES ÉCRANS NE FONT PAS DU BIEN À VOS YEUX !

Aqualarm, si l'exposition aux écrans peut provoquer une fatigue visuelle, de l'inconfort... Le laboratoire **Bausch & Lomb**, expert en ophtalmologie, a créé Aqualarm, une gamme spécifique contre la sécheresse oculaire. Aqualarm Intensive, à base d'acide hyaluronique, apporte une hydratation intense et un confort immédiat.

Disponible en pharmacie.

Dispositif médical de classe IIa, un produit de santé réglementé qui porte le statut de médicament et est placé par l'organisme national ANS (ANM) (Autorité Nationale Médicaments). Demandez conseil à votre pharmacien. Lire attentivement les instructions figurant sur le produit.

VOS JAMBES LOURDES VOUS FONT-ELLES SOUFFRIR ?

Les nouvelles semelles thérapeutiques **Jambes légères Epitact®** soulagent vos symptômes de mauvaise circulation sanguine dès les premiers jours d'utilisation. Leur réseau de billes de gel breveté stimule les veines de la pompe plantaire à chaque pas. Elles sont efficaces, confortables, pratiques, et réutilisables 3 ans en moyenne. Fabriquées en France.

Vendues en pharmacie, existent en 3 tailles - Prix public conseillé : 34,95 € (EAN : 3360396204245...) - Plus d'infos et mentions obligatoires sur www.epitact.fr

POUR VOS ONGLES : UN SOIN FORCE ET CROISSANCE À LA PROPOLIS NOIRE

Atvadiem innove avec un soin pour les ongles fragilisés, cassés ou rongés. Ce soin bouclier naturel renforce les ongles abîmés et accélère leur croissance, grâce à un applicateur d'huile-en-gel à la propolis noire super antioxydante. Il pénètre jusqu'au cœur de l'ongle pour protéger les ongles fragilisés et favoriser leur repousse. Les ongles sont réparés, et deviennent plus longs et plus forts.

Soin force et croissance, en tube de 10 ml, prix conseillé : 14,90 € - En vente en pharmacie et sur atvadiem.fr

FAITES ENTREZ LA MAGIE DE NOËL À L'HÔPITAL

Dès le 12 novembre, offrez un cadeau à un jeune touché par un cancer ! Noël est souvent synonyme de fêtes, pourtant de nombreux jeunes le passent à l'hôpital. Afin de les soutenir et de briser leur isolement face à la maladie, l'association **Aïda organise l'opération « Noël à l'hôpital »** qui permet d'offrir aux jeunes patients ainsi qu'aux soignants des cadeaux qu'ils ont directement commandés. Les cadeaux choisis sont disponibles sur le site et sont distribués le 24 décembre dans 70 structures hospitalières partout en France.

Faites entrer la magie de Noël à l'hôpital, rendez-vous sur noelathospital.fr

SEMAINE EUROPÉENNE POUR L'EMPLOI DES PERSONNES HANDICAPÉES

Le regard des autres ne devrait jamais être un obstacle à l'évolution professionnelle des personnes en situation de handicap. À l'occasion de la **Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées du 19 au 24 novembre 2024**, l'association **Ladap** spécialisée de l'accès à l'emploi des personnes handicapées, sensibilise le grand public et les employeurs à l'égalité des chances face à l'emploi.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur semaine-emploi-handicap.com



CAHIERS RÉGIONAUX UNIQUEMENT

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

CONTACTS

COMMERCIAL	MAIL DE VOTRE CONTACT	
PRODUCTION	production@bayardmedia.fr	Tél. : 01 74 31 48 89

LIVRAISON DES FICHIERS

Vos visuels peuvent être livrés soit :

- par mail aux adresses indiquées ci-dessus dans la rubrique "CONTACTS",
- via un service de transfert de fichier fondé sur un cloud, type wetransfer,
- via un lien de téléchargement à nous communiquer par mail.

FORMATS

FORMATS	PLEIN PAPIER Largeur × Hauteur
Page	205 × 260 mm
Double page	2 fichiers séparés 205 × 260 mm
1/2 page Hauteur	102,5 × 260 mm
1/2 page Largeur	205 × 131 mm
1/3 page Hauteur	68 × 260 mm
1/3 bandeau	205 × 87 mm

GÉOMÉTRIE DU FICHIER

Annnonce au format plein papier + 10 mm de bord tournant (5 mm de fond perdu + 5 mm de décalage des traits de coupe).
Attention, textes et parties sensibles d'images doivent être minimum en retrait de 7 mm des points de coupe à l'intérieur du format.
Les rectos successifs et les doubles pages doivent être livrés sous la forme de 2 fichiers simples et distincts. Si vous avez un texte à cheval sur une double page, écartez vos lettres de 3 mm de chaque côté du pli. Aucun envoi en fichiers ZIP.

Mention obligatoire : PUBLICITÉ en haut à droite (corps 10 minimum) bien visible, détachée du visuel de la publicité

TYPE DE FICHIER (IMPÉRATIF)

Les fichiers doivent être fournis en PDF 1.3 suivant les normes propres à NOTRE TEMPS – RÉGIONAL (COUVERTURE ou INTÉRIEUR)
Pour télécharger le joboptions (InDesign) et le profil couleur associé : **PSO LWC Improved (norme Fogra 45L)**



https://static.bayard.io/regiepub/profils/Notre-Temps_cahiers-regionaux.zip

Le profil de simulation à utiliser est : **PSO LWC Improved (norme Fogra 45L)**
vous retrouverez les éléments dans le lien de téléchargement ainsi que le process d'installation.

Spécificités techniques	
Fond perdu	5 mm
Traits de coupe	décalés à 5 mm (hors du fond perdu)
Profil	PSO LWC Improved ECI (norme Fogra 45L)
Compatibilité	Acrobat 3 (PDF 1.3)
Norme	PDF/X-1a:2001
Quadri	CMJN



https://static.bayard.io/regiepub/FT/FT_ADULTE_en/FT_en_NT_REGIONAL_BOOKLETS.pdf

NOM DES FICHIERS

Il est **obligatoire** que le nom des fichiers respecte 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 : **NTEJ0618_ANNONCEUR.pdf** sera interprété comme étant la pub annonceur devant paraître dans le cahier régional de *Notre Temps* pour la parution dans le numéro 618.

ÉPREUVE DE CONTRÔLE

Si vous le souhaitez, il vous est possible de nous fournir une épreuve couleur Epson :

**Elle doit être identifiée, issue du fichier PDF, munie d'une barre de contrôle reconnu sur le marché
Ainsi qu'une étiquette de contrôle attestant la conformité de l'épreuve**

PHOTOGRAVURE

Images 300 PPP/DPI

Fichier en 4 couleurs **PAS DE TONS DIRECTS** et superposition d'encre de 280% maximum. Attention aux textes en réserve (corps 9 minimum, 1/2 gras et sans empattements).

Nous préconisons d'utiliser le profil dans vos maquettes (via le joboptions que nous vous fournissons dans « TYPE DE FICHIER ») ainsi que de conserver vos images source en RVB avant la génération du PDF afin que les réglages de ce profil d'impression s'appliquent correctement.

QUALITÉ

Dans le cas du non-respect des règles énoncées ci-dessus, nous ne pourrons accepter votre fichier.

Si vous n'êtes pas en mesure d'effectuer vous-même ces corrections et de nous fournir un fichier conforme, nous serons dans l'obligation de prendre en charge nous-même cette opération qui vous sera facturée. Nous vous rappelons qu'il est IMPÉRATIF de bien utiliser nos joboptions pour assurer la bonne conformité de votre visuel et de la qualité d'impression.

DÉLAI

Le matériel, fichier et épreuve, doit être remis à la régie dans les délais indiqués (voir calendrier de parution).

ADRESSE DE LIVRAISON ÉPREUVE

Bayard Media Développement – Back Office

< nom du contact >

18 rue Barbès
92128 Montrouge Cedex

LES PUBLI-REPORTAGES/COMMUNIQUÉS

Mention obligatoire : "PUBLICITÉ" ou "PUBLI-COMMUNIQUÉ" en haut à droite (corps 10 minimum) bien visible, détaché du visuel de la publicité (c'est-à-dire ne pas le mettre, par exemple, à l'intérieur d'une photo).

Ne pas utiliser les mêmes titres de rubrique que celles du magazine. Le choix typographique des titres, inters, chapos et encadrés doit être rigoureusement différent de ceux utilisés dans la maquette du magazine *Notre Temps*.

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

Soumettre votre création à la régie 4 semaines avant parution.

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 original. Dans le cas contraire, nous serons dans l'impossibilité de publier votre annonce. »

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.

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 ».

LISIBILITÉ DES MENTIONS ET RENVOIS

Les mentions rectificatives et informatives doivent être lisibles dans des conditions normales de lecture.

Ces règles s'appliquent également aux mentions dites légales, hormis les cas où la réglementation en vigueur impose des conditions spécifiques de présentation.

Pour être lisibles dans des conditions normales de lecture, les mentions doivent figurer à l'horizontale et utiliser des caractères :

- d'une taille suffisante,
- normalement espacés,
- d'une police permettant une lecture aisée (sans pour autant que cette police soit forcément uniforme dans toute la publicité),
- d'une couleur qui contraste par rapport à celle utilisée pour le fond de la publicité. Par exemple, il conviendra d'éviter une couleur claire pour un texte écrit sur un fond qui serait également clair.

Lorsqu'un signe — un astérisque, un chiffre, une lettre, etc. —, est utilisé pour réaliser un renvoi, la taille du signe, présent tant au côté de l'accroche et/ou de l'allégation, qu'en début de mention, doit être suffisamment importante pour être toujours lisible dans des conditions normales de lecture.

FICHES CUISINE "CONSOMMER MIEUX"

Tarif 2024 – Édition nationale

VALORISATION

1/2 de page : 22 500 € HT
(recette sur 1/2 page ou 1/4 recto + 1/4 verso)

DATE DE REMISE DES ÉLÉMENTS

Éléments à envoyer 45 jours avant la date de parution du numéro à :

cecile.martin@bayardmedia.fr
marie.renard@bayardmedia.fr

CONSTRAINTES TECHNIQUES

- Photo du produit en haute définition (300 PPP minimum),
- Texte **selon calibrage* ci-dessous** (espaces comprises),
- Notifier le réseau de distribution, le prix public conseillé, le téléphone et/ou le site de la marque.

* Si besoin, nous réduirons le texte pour respecter le calibrage demandé.

EXEMPLE NON CONTRACTUEL

<p>"Consommer mieux" LES RECETTES QUI S'ÉVALUENT</p> <p>Tacos de la mer</p> <p>Gâteau au chocolat</p> <p>Publié par Madame M. Développement</p>	<p>"Consommer mieux" LES RECETTES QUI S'ÉVALUENT</p> <p>Gâteau au chocolat</p> <p>Tacos de la mer</p> <p>Publié par .nod</p>	<p>"Consommer mieux" LES RECETTES QUI S'ÉVALUENT</p> <p>Tacos de la mer</p> <p>Gâteau au chocolat</p> <p>Publié par Madame M. Développement</p>
<p>Bruschetta champêtre</p> <p>Gaspacho en conserve</p> <p>Publié par Madame M. Développement</p>	<p>Gaspacho en conserve</p> <p>Bruschetta champêtre</p> <p>Publié par .nod</p>	<p>Bruschetta champêtre</p> <p>Publié par Madame M. Développement</p>

CALIBRAGE

Gâteau au chocolat

POUR 6 PERSONNES
PRÉPARATION : 30 MIN
CUISSON : 20 MIN

Ingédients

- 300 g de chocolat noir
- 100 g de St Hubert Omega 3[®]
- 1 cuillerée à café de levure chimique
- 3 œufs
- 80 g de sucre

INFOS
400 signes max (espaces comprises)

TITRE
20 signes maximum (espaces comprises)

● Ajoutez la farine tamisée, le chocolat fondu, 1 cuillerée à soupe de café et 1 cuillerée à café de levure. Incorporez enfin les blancs battus en neige ferme avec un pincée de sel.

RECETTE
800 signes maximum (espaces comprises)

● Faites fondre le reste de chocolat avec le reste de St Hubert Omega 3[®]. Ajoutez 2 cuillerées à soupe de café. Nappez-en entièrement le gâteau. Laissez sécher et servez, avec éventuellement une boule de glace au café ou à la vanille.

VISUELS
1 photo recette
1 photo produit
1 logo

DÉTAILS
350 signes maximum (espaces comprises)

RÉALISÉE AVEC...
MADAME M. DÉVELOPPEMENT

Une sauce béarnaise qui va dans le bon sens c'est une sauce bio, délicieuse avec plus de 89% d'ingrédients français. Une sauce emblématique de la cuisine française.
Cette sauce béarnaise est .nod :
● Délicieuse ● Sans pesticide ni additif ● 89% d'ingrédients français ● Produite en France

Publié par Bayard Media Développement