

# L'OFFICIEL



AMTD IDEA

MEDIA KIT 2024

# If L'OFFICIEL was a women She would be...

25 to 55 years old  
modern  
urban  
fashion & art conscious  
influential  
digital native  
confident  
international & connected  
curious  
cleverly playful  
trendy yet timeless  
ready to explore  
& conquer (more of) the world



# A GLOBAL BRAND

The only fashion & luxury media brand with a unified global Editorial & Artistic vision.

## AMERICA

ARGENTINA | BRAZIL | MEXICO  
| ST BARTH | U.S.A.

## EUROPE

AUSTRIA | NETHERLANDS | BELGIUM | FRANCE | ITALY  
| LATVIA | LITHUANIA | SWITZERLAND | TURKEY |  
UNITED KINGDOM

## ASIA & OCEANIA

CHINA | INDIA | INDONESIA | KOREA | MALAYSIA  
| SINGAPORE | THAILAND | VIETNAM

## MIDDLE EAST & AFRICA

ARABIA | MAROCCO

# INTERNATIONALLY PRESENT



# WHO WE ARE

Born in the iconic 20s in Paris, L'OFFICIEL has become a **global and cross-over media brand** which recently celebrated its first centenary.

A **true referent** within culture and media industries ever since 1921, L'OFFICIEL is a source of inspiration for those interested in fashion, art, luxury & trendy lifestyles.

## EXPERIENCE - EXPERTISE - EXPRESSION

By 2023, L'OFFICIEL is internationally present in more than 30 countries, impacting a **global community**, targeting a demanding and cultivated audience, and featuring a network of acclaimed talents (stylists, influencers, journalists, storytellers, ...)

With its innovative approach, L'OFFICIEL challenges the raising media opportunities by producing one-of-a-kind content as well as developing **made-to-measure 360° editorial programs for brands**.

## SOCIAL - DIGITAL - PRINT - EXPERIENCES



# WHAT WE DO

## PRODUCTS

- Print magazines
- Multi-country digital platform
- Branded content
- Video production
- Experiential marketing programs
- Display and print advertising
- Social media activation
- Creative events
- Live events coverage

## SERVICES

- 400 worldwide journalists, photographers and content creators to tell the stories of our partners
- Powerful level of brand engagement and awareness
- Access to the best talents
- Knowledge of the brand targets
- Knowledge of the consumer needs, capability to drive the consumer
- Capability to target the message

# L'OFFICIEL

BELGIUM

N° 22 ZOMER 2023  
WWW.LOFFICIEL.BE

AMTD 100A

*Summer*  
ART & TRAVEL



Anne-Sophie in Chanel

# L'OFFICIEL

L'OFFICIEL, the French spirit of elegance and couture since 1921.

The ultimate style selection of top talents in the media and direct supporters of international fashion and luxury brands.

Target: Women | 22-55 years old

Circulation: 30 000 / 15 000 NL + 15 000 FR

Periodicity: 5 issues/year

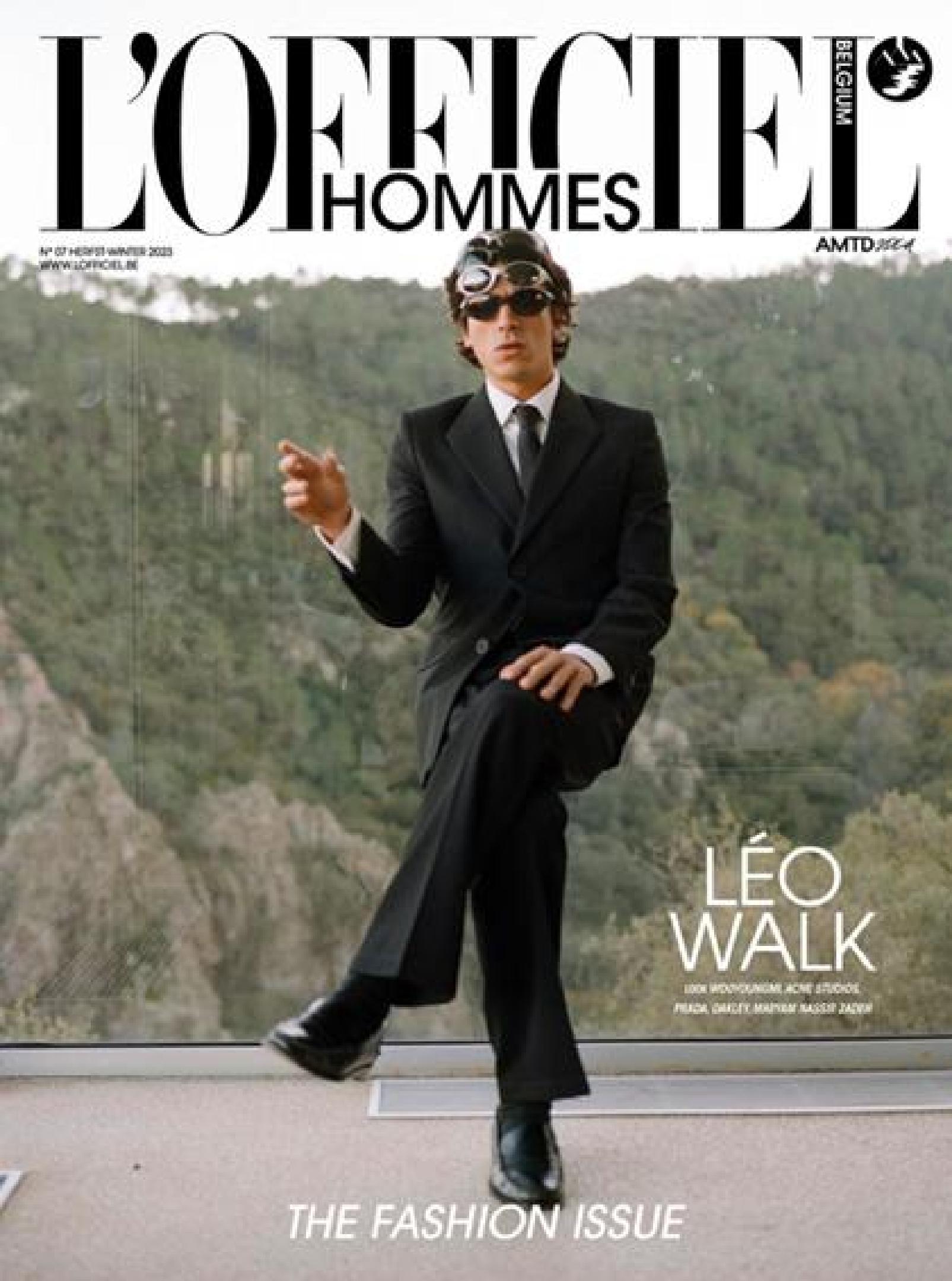


# L'OFFICIEL LUXEMBOURG

The ambition of L'OFFICIEL Luxembourg is to offer the magazine with a Luxembourg footprint.  
Food, fashion, culture, art...

All with the inspiration of the Grand Duché.

Target: Women | 22-55 years old  
Circulation: 2.500 FR  
Periodicity: 5 issues/year



# L'OFFICIEL HOMMES

L'OFFICIEL Hommes, the French spirit of elegance and couture since 1921.

The ultimate style selection for men of top talents in the media and direct supporters of international fashion and luxury brands.

Target: Men | 22-55 years old

Circulation: 30 000 / 15 000 NL + 15 000 FR

Periodicity: 2 issues/year

générale, dont la mission est de faire évoluer la mode, d'ouvrir un quartier et offrir un nouveau territoire de rencontres et de jeux aux Parisiens.

C'est après deux ans de travaux que La Caserne voit le jour. Sa philosophie ? Apprendre, partager, militer, inclure, collaborer, innover, agir. Car le futur n'est pas un endroit où l'on va, mais un endroit que l'on crée", explique sa directrice générale Marva Bessis. Ce lieu, qui se veut le plus grand accélérateur de la mode durable, a donc invité quarante marques en résidence pendant trois ans en leur donnant accès une fois par semaine à une masterclass avec des experts pour apprendre sur les sujets liés à l'écologie, comme l'impact de l'utilisation de matières premières, la traçabilité ou le volume de production. La Caserne met également à leur disposition un showroom de matières premières, un studio photo, un workshop partagé 24h/24 et 7j/7, un concept-store pour designers engagés intitulé L'Exception, et s'engage à les mettre en relation avec les meilleurs professionnels de la mode. En plus d'offrir les meilleures conditions pour que la durabilité devienne une réalité pour tous, le lieu s'ouvre aussi aux gens de l'extérieur avec une cantine végétarienne qui devient le soir le restaurant le plus festif de la capitale, une salle de concert, un

bar en rooftop, une salle de bal de 600 m<sup>2</sup> et un lieu d'exposition et de remise de prix (Woodmark Prize). Rares sont les lieux avec une telle ouverture...

L'OFFICIEL : Comment est née l'aventure de la Caserne ?  
MARVA BESSIS : La Caserne est née de la volonté de la ville de Paris de réhabiliter cette ancienne caserne de pompiers pour y accueillir une plateforme d'innovation dédiée à la mode. C'était le brief lors de l'appel à candidature lancé en novembre 2019.

L'OFFICIEL : Qui se cache derrière cette idée géniale ?  
MB : Beaucoup de monde ! La Caserne est un projet en constante évolution depuis ses débuts et nous restons à l'écoute des idées et envies des différentes parties prenantes. Lorsque Jacques Veyrat m'a confié le projet, la première phase a été de partir à la rencontre des créateurs pour les questionner sur les outils et les services qui pourraient les aider à développer leur marque de façon responsable. Une fois le concept validé, c'est auprès

Texte LAURE AMBROISE



140



L'EXPO

## Almine Rech x JOHN McALLISTER

Le peintre américain John McAllister, plébiscité - presque un habitué ! - des galeries Almine Rech de Londres et de Paris, expose à Bruxelles sa série onirique-métaphorique "be delirious reveries ringing". Pointilleux, parfois pointilliste.

Dans la délicatesse pastel et pop de ses paysages aux couleurs chaudes de soleil couchant, on retrouve la patte de maîtres français tels que Matisse, Bonnard, ou Bracque durant sa période fauve. Né en Louisiane, ce qui apporte un éclairage sur ses lumières, John McAllister cultive les ambiances orangées spectaculaires, méditatrices. Il peint, selon une palette vibrante concentrée sur une gamme étroite de teintes (caméolas de roses et violettes délavées), une paradoxe explosion luxuriante de nature figée.

Jongleur des perspectives de profondeurs, l'artiste se fait illusionniste, mêle motifs géométriques et feuillages exotiques suivant un agencement qui mixe art et déco, entre œuvre picturale et papier peint. De la poésie à l'architecture graphique, John McAllister forge différents niveaux de lecture entre passé et présent, impressionnisme et modernité de vues irradiées. En grands formats comme une baie ouverte, pour ouvrir le regard à de nouveaux paradoxes visuels sur l'infiniment détaillé.

Du 8 décembre 2022 au 14 janvier 2023  
à la galerie Almine Rech, Rue de l'Abbaye 20 à Bruxelles.  
—Par Elisabeth Claes



© John McAllister - Courtesy of the Artist and Almine Rech

L'EXPO

# L'OFFICIEL ART FILE

Twice a year, we create an art file in L'Officiel Summer & L'Officiel Luxe.

Latest trends, designers to know, inspirations, must visit galliers ... and way more.

Target: Women | 22-55 years old  
Circulation: 30 000  
Periodicity: 2 issues/year  
L'OFFICIEL Summer &  
L'OFFICIEL Luxe | NL & FR

Le choix des couleurs, évocateur de bouquets de fleurs - rose, lilas ou bouton d'or - raconte le moment suspendu entre le jour et la nuit, dévoilant la rêverie du crépuscule imminent. Réputé pour ses peintures monumentales et ses panoramas qui puient dans les palettes du modernisme, du fauvisme et du postmodernisme, John McAllister compose des textures captivantes, en rondeurs organiques. Sous son pinceau, les réalités compressées se heurtent à des images familières de plantes agencées en décors insolites, masses colorées organiques et spontanées. Les volumes se lisent dans le tissu de ses récits naturels, mis en abyme de la confrontation du réel et de la mémoire, lorsqu'en coule un regard dans le flamboiement d'un paysage que l'on pensait connaître. Un tableau de John McAllister n'est jamais deux fois le même.

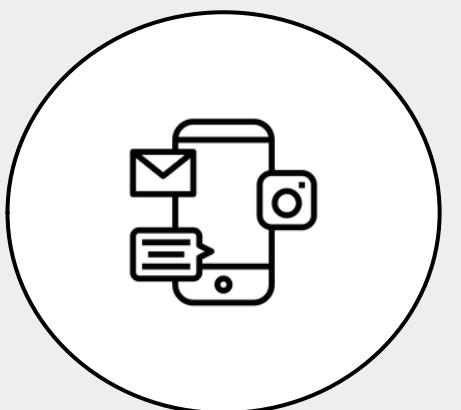
—Du 8 décembre 2022 au 14 janvier 2023  
à la galerie Almine Rech, Rue de l'Abbaye 20 à Bruxelles.  
—Par Elisabeth Claes

106

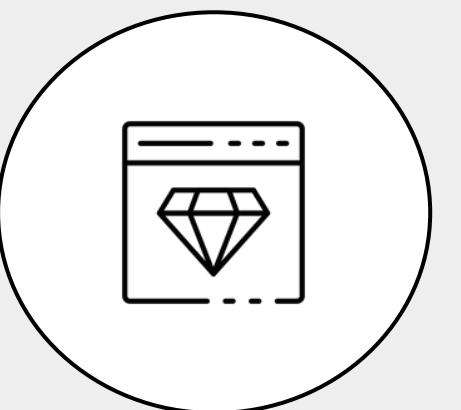
# A MULTI-PLATFORM CONTENT EXPERIENCE

L'OFFICIEL offers immersive, performance-driven content across social, digital and print platforms, complemented by our event organization, marketing data services & talent agency.

SOCIAL



DIGITAL



PRINT



EVENT



# L'OFFICIEL PRINT

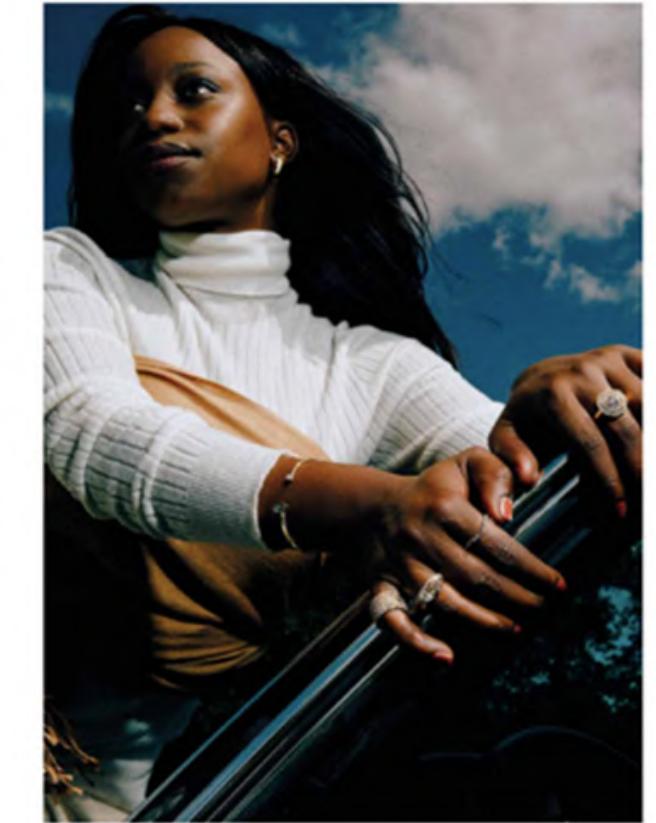
## examples



## Uit je dak met een Defender

Je één kunnen voelen met de natuur is een bijzonder verrijkende ervaring in tijden waarin burnouts om de hoek loeren en stress meer regel is dan uitzoedering. De Britse luxewagenaanbieder Land Rover heeft dat goed begrepen en biedt daarom zelfs avonturiers die geen ruige Defender op de oprit hebben staan de mogelijkheid om te herbronnen in de natuur.

Landbouw doel-dit-via diverse programma's, asook 'n offisieel ervarings- en hel-ressourcensysteem. Die Mankwane se wat my egen Denender dié een van die plekke gehad het is Land ROSE BENE. Of 'n komlike woordejy je self op uitdag in begin of oor die groen met een gehuurde Denender met jouself. Want welaar die heesterigdom dan slegspruit in die natuur om je geweet te hou dat jy hier? Kompas aan op die dik van een Denender natuurlik! 'n Ochtendstruis kan heel soekse geflugt van die wind die asaal rond het, die geskepper van 'n wateroegoe en die blyk hypsoskopiese gefla van regnophoppe as soos en droog is vir die Denender-dik, en goed is die wortels invloedsonder van uit.



- Double page native article “In collaboration with” QR code possibility
  - Single page natives also available, same conditions
  - Single page advertisement
  - Multibrandshooting over 8-10 pages
  - Solo brand shooting also available over 4-6-8-10 pages
  - Team = L'OFFICIEL Belgium

# MEDIA VALUE PRINT

| <b>STANDARD ADVERTISING SPACE: SURFACE</b>   | <b>€</b> |
|--|----------|
| SINGLE PAGE                                  | 8.350    |
| DOUBLE PAGE                                  | 16.695   |
| <b>STANDARD ADVERTISING SPACE: PLACEMENT</b> | <b>€</b> |
| 1OPENING SPREAD, COVER 2 & P 3               | 22.220   |
| SECOND SPREAD                                | 18.700   |
| THIRD SPREAD                                 | 17.260   |
| FOURTH SPREAD                                | 16.700   |
| FIFTH SPREAD                                 | 16.100   |
| SIXTH SPREAD                                 | 16.100   |
| PAGE FACING CONTENT 1 (RHP) PP2              | 9.880    |
| PAGE FACING CONTENT 2 (RHP) PP3              | 9.485    |
| SEPERATED/CONSECUTIVE SPREADS                | 17.260   |
| PAGE FACING COLOFON                          | 9.100    |
| PAGE FACING GENERAL COLOFON                  | 8.800    |
| PAGE FACING EDITORS LETTER                   | 8.850    |
| PAGE FACING NEWS                             | 8.800    |
| PAGE FACING CONTRIBUTORS                     | 8.800    |
| C3   | 9.550    |
| C4   | 15.900   |

# MEDIA VALUE PRINT

## CIRCULATION

L'Officiel BE:

30.000 | 15.000 NL & 15.000 FR

L'Officiel Luxembourg: 3000 FR

> single page in L'Officiel  
Luxembourg: 3.120€

Reservation deadline is 2 weeks  
prior to material deadline.

Cancellation period, first options  
on prime positioning 8 weeks  
prior to reservation deadline (and  
2 weeks prior to material  
deadline).

### ADDITIONAL POSSIBILITIES (RATES ON REQUEST)

|                                       |
|---------------------------------------|
| ADVERTORIAL                           |
| THEME SPECIAL (SUPPLEMENT)            |
| SAMPLING (ON PAGE)                    |
| GATEFOLD (FRONT OR BACK)              |
| SPONSORING (POSTER,BOOKLET, CALENDAR) |
| TAILORMADE SPECIAL                    |

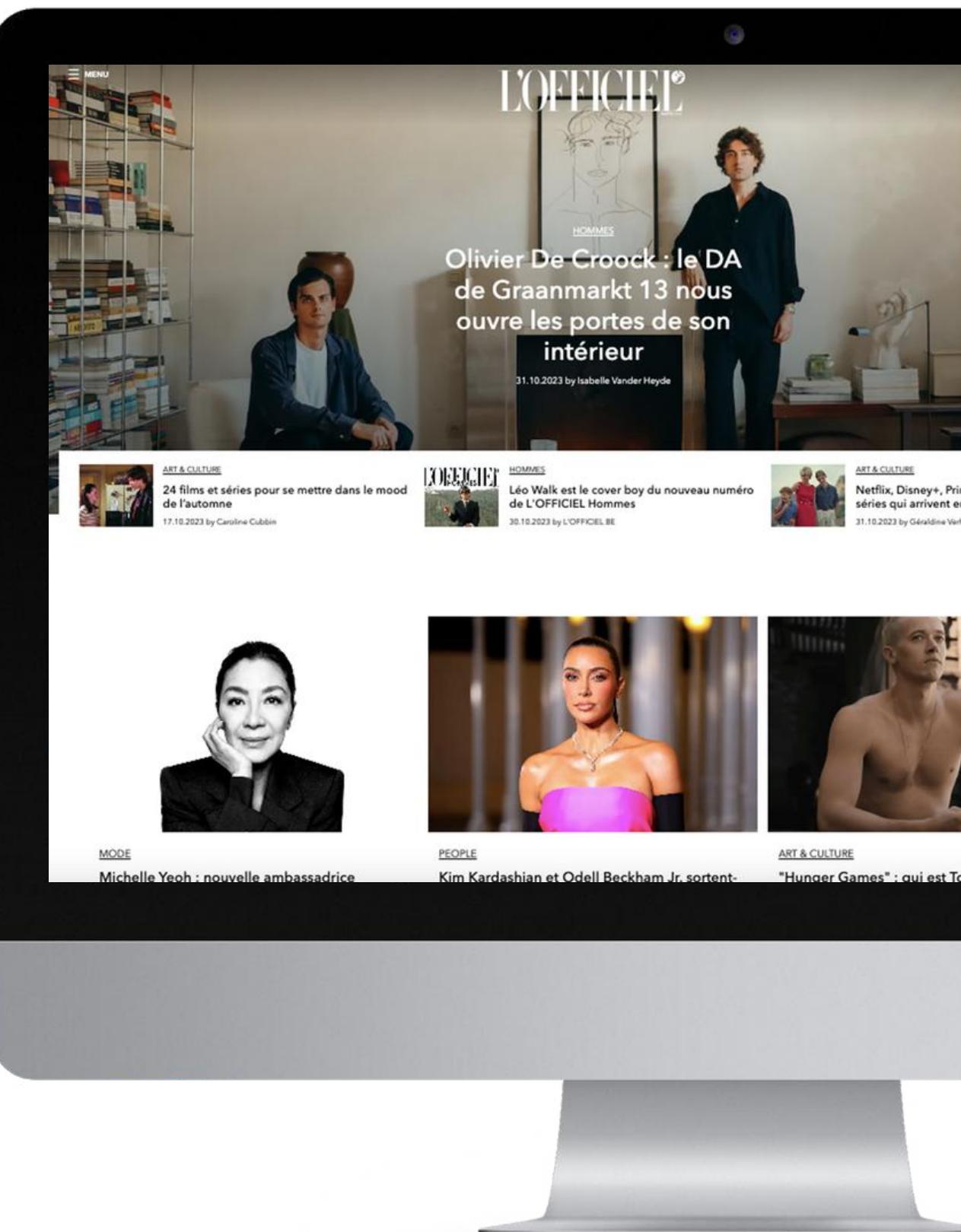
**TECHNICAL COSTS: CONTACT US**

| PLUSINSERT                | €                 |
|---------------------------|-------------------|
| INSERT                    | C/1000            |
| 2 PAGES                   | 140               |
| 4 PAGES                   | 160               |
| 6 PAGES                   | 205               |
| <b>+ TECHNICAL COSTS:</b> | <b>CONTACT US</b> |

# L'OFFICIEL.BE

NL + FR

**190K** VISITORS MONTHLY



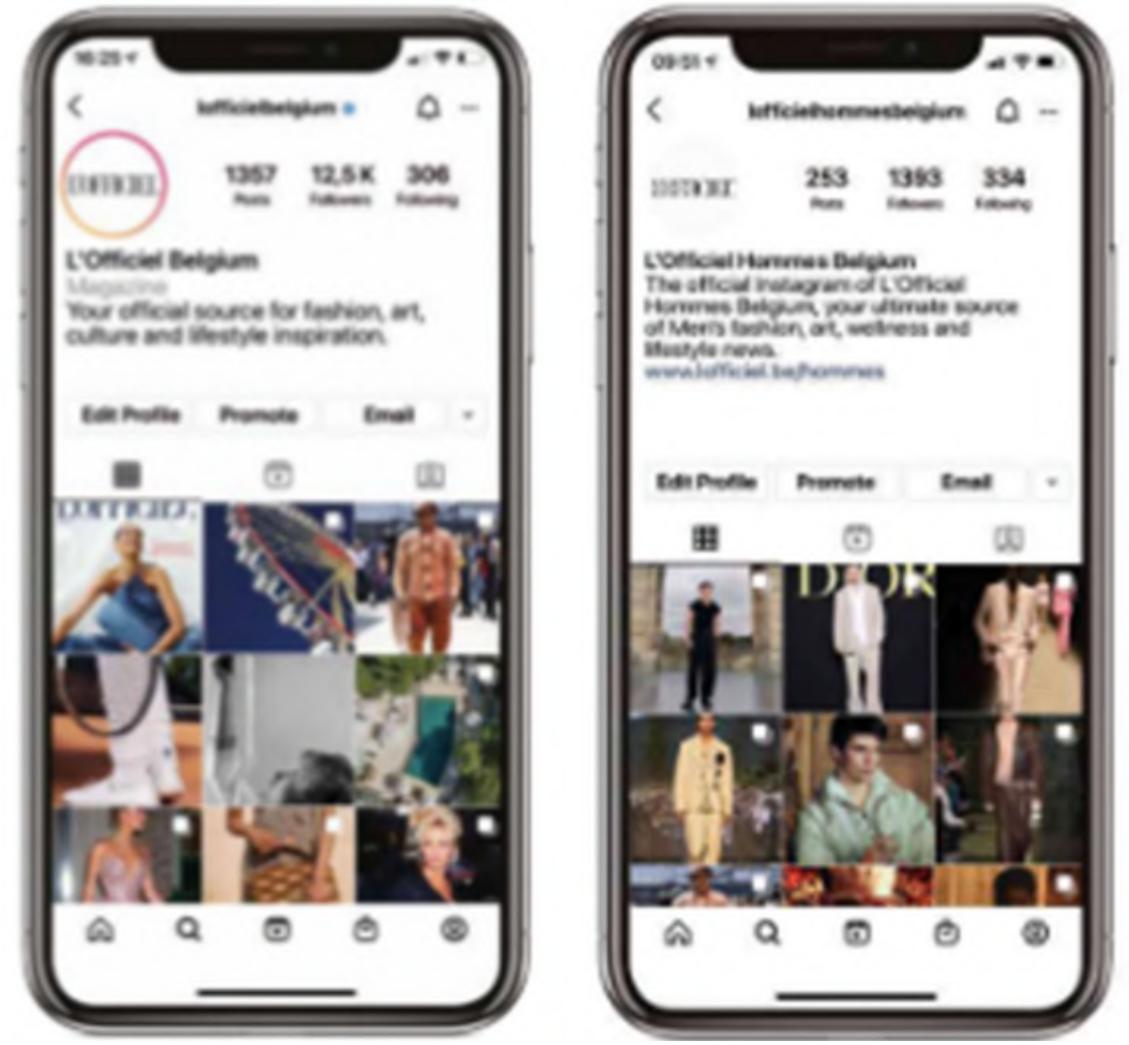
**160K** UNIQUE VISITORS

**1.35min** AVERAGE TIME SPEND ON PAGE

**+/- 65K** FRANCE - BELGIUM

**+/- 45K** THE NETHERLANDS

# L'OFFICIEL SOCIAL



## INSTAGRAM

L'OFFICIEL: 13K Followers  
L'OFFICIEL Hommes: 1.5K  
Followers

## TIKTOK

3K Followers

## NEWSLETTER

around 4K subscribers,  
both languages combined

## FACEBOOK

7.5K Followers  
both languages combined

# L'OFFICIEL.BE

## example

Native article NL + FR

# L'OFFICIEL®

MODE

## Modemerk Esprit moderniseert: speels, optimistisch en cool

Het iconische modemerk Esprit, dat 55 jaar geleden in San Francisco is opgericht, heeft een opvallende boodschap: "Dit is de start van een nieuw tijdperk met een nieuwe look en nieuwe identiteit".

11.10.2023 by L'OFFICIEL x Esprit



# L'OFFICIEL SOCIAL

## examples



Instagram post, original shot pictures L'OFFICIEL

L'OFFICIEL reporting, original shot video

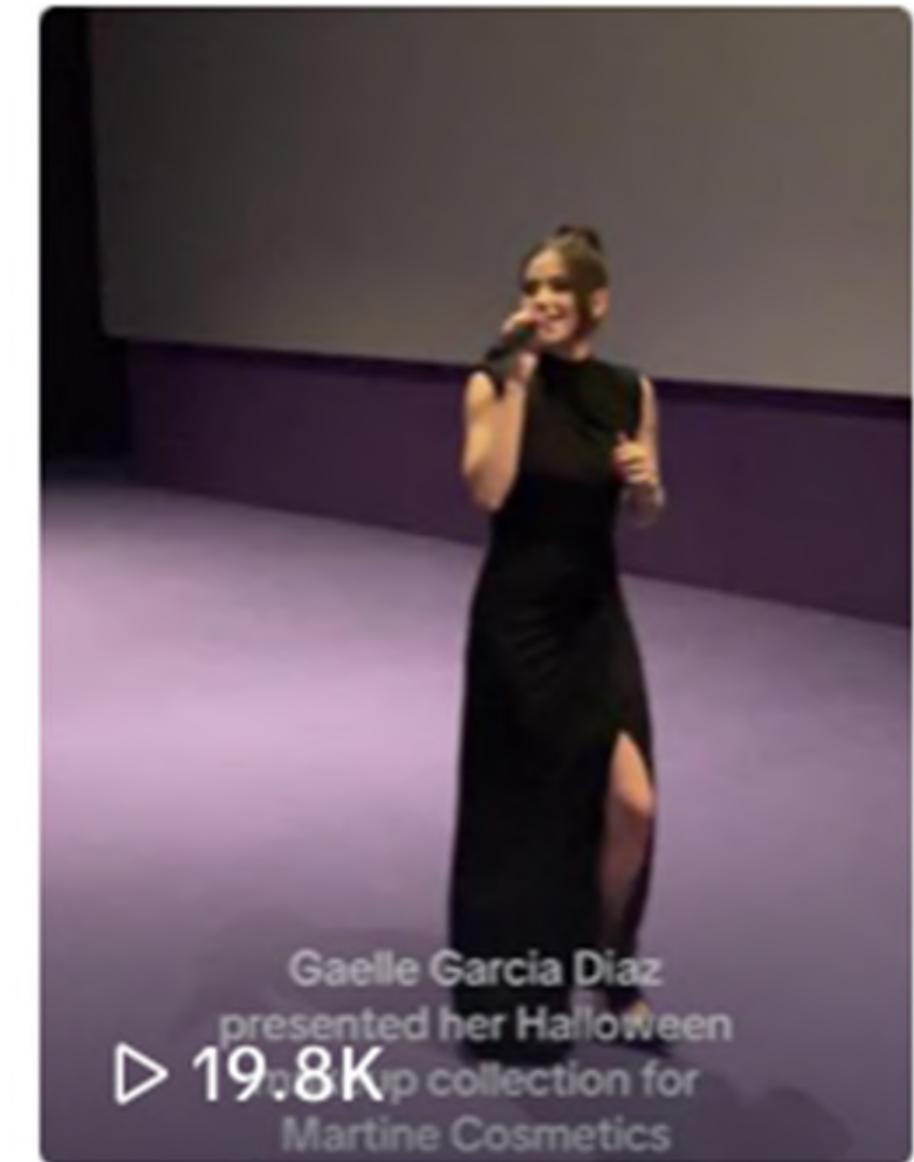
Instagram post belonging with article on website

# L'OFFICIEL SOCIAL

## examples



Instagram swipe-up with follow link



#EVENT @Gaelle Garcia [

Event TikTok  
Always posted in English

# L'OFFICIEL SOCIAL

## events



L'OFFICIEL x brand private  
dinner

L'OFFICIEL x brand in  
store event

Multibrand L'OFFICIEL  
event

# MEDIA VALUE DIGITAL

| <b>WWW.LOFFICIEL.BE<br/>SOCIAL MEDIA</b>                   | <b>DEVICES</b>   | <b>WXL</b>  | <b>PRICE<br/>€</b>       | <b>TECHNICAL COSTS €</b>                               |
|--|------------------|---|--------------------------|--|
| NATIVE ARTICLE   | Desktop / mobile | Min. 800 words  | 1.600                    | 850 (+320 with influencers)                            |
| NATIVE ARTICLE SHOPPING GALLERY                            | Desktop / mobile | Min. 800 words  | 2.120                    | 1.060 (+320 with influencers)                          |
| SEO ARTICLE OPTIMIZATION                                   | Desktop / mobile | 1000 - 2000 words   | 2.120                    | 1.060  |
| CONTEST  | Desktop / mobile | -   | 795                      | 530  |
| TEASING: NATIVE ARTICLE, "WE HAVE TESTED", SURVEY, CONTEST | Desktop / mobile | -   | 3.975                    | 1.590  |
| VIDEO PRODUCTION   | Desktop / mobile | 45 sec -1 min   | 1.600                    | 2.760  |
| TEASER INSTAGRAM   | Desktop / mobile | 15 sec  | 530                      | 640  |
| SOCIAL MEDIA   | Desktop / mobile | Dark post IG:<br>Dark post FB:<br>Not dark, 50% more<br>Instagram swipe-up:<br>TikTok | 795<br>795<br>500<br>750 | 375<br>375<br>Not dark, 50% more<br>Not dark, 50% more |
| NEWSLETTER   | Desktop / mobile | Editorial NL:<br>Dedicated NL:  | 530<br>795               | 265<br>530   |
| SHOOTING   | Desktop / mobile | -   | 4.250                    | -  |

# 2024 PUBLISHING CALENDAR

| L'OFFICIEL          | RELEASE DATE | DEADLINE MATERIAL | THEME   |
|---------------------|--------------|-------------------|---|
| MARCH / APRIL ISSUE | 14/03        | 29/02             | <b>Spring issue</b><br>Fashion Issue          |
| MAY / JUNE ISSUE    | 23/05        | 09/05             | <b>Beauty issue</b>                           |
| SUMMER ISSUE        | 20/06        | 06/06             | <b>Summer issue</b><br>Art, Design and Travel |
| SEPT/ OCT ISSUE     | 26/09        | 12/09             | <b>Fall issue</b>                             |
| NOV / DEC ISSUE     | 28/11        | 14/11             | <b>Luxe issue</b>                             |
| L'OFFICIEL HOMMES   |              |                   |   |
| HOMMES SPRING       | 18/04        | 04/04             | <b>Hommes Spring</b>                          |
| HOMMES FALL         | 24/10        | 10/10             | <b>Hommes Fall</b>                            |

# **TECHNICAL SHEET**

## **Size**

**1/1 PRINT SINGLE PAGE PDF HD  
W 224 x H 297 mm  
(+ 5mm on either side)**

The margin must include cutting marks and technical section

The texts must be set back by 5 mm from the edges

Attention: double-page spreads need to be set up as two single pages

**Materials to be sent to Amélie Eeckman: [aee@venturesmedia.be](mailto:aee@venturesmedia.be)**

# CONTACT

## PUBLISHER

Manoëlle Sepulchre  
manoelle.sepulchre@lofficiel.be  
+32 495 28 31 9

## EDITORIAL

Céline Pécheux  
celine.pecheux@lofficiel.be  
+32 473 46 06 38

## ADVERTISING

Noémie Marion  
nma@editionventures.be  
Isabelle Ferier  
ife@editionventures.be  
Aurelia Api-Mutela  
aap@venturesmedia.be

## CHIEF MARKETING

Jade Dierckx  
jdi@lofficiel.be

## EDITORIAL WEB FR

Géraldine Verheyen  
geraldine.verheyen@lofficiel.be

## EDITORIAL WEB NL

Daphne Dorgelo  
daphne.dorgelo@lofficiel.be

## END REDACTION

Isabelle Vander Heyde  
ivh@lofficiel.be



L'OFFICIEL®  
AMTD IDEA

THANK YOU