



## LE MASCULIN GÉNÉRALISTE HAUT DE GAMME

### CONCEPT

Network multimédia global, international et digital dédié aux passions et lifestyle masculins  
Style - Tendence - Modernité - Élégance

### POSITIONNEMENT

La marque référente du lifestyle masculin haut de gamme  
Un positionnement Premium Chic et Décalé

### CONTENU

La passion et les passions masculines

- Mode, Accessoires, Montres, Beauté, Art de Vivre (gastronomie, voyage, auto, Sports...), Culture (Cinéma – Musique, Architecture, design, beaux livres...)
- Portraits de personnalités de la culture «Front Row», à la fois chic et people.

41 200  
EXEMPLAIRES

245K  
LECTEURS

10  
NUMÉROS/AN

400K  
VU/MOIS

900K  
PAGES VUES/MOIS

55.5K  
SOCIONAUTES





Hoodie et pantalon,  
LOUIS VUITTON.

## CIBLE

Hommes élégants 25/50 ans curieux, intelligents et sensibles au monde qui les entoure.

## LE PLUS

Les Bibles du Style : L'OFFICIEL Hommes +

En octobre et mars, 2 numéros exceptionnels dédiés :

- à la *Fashion Week* masculine,
- aux Fashion designers,
- à la photographie de mode.

## L'HISTOIRE

A fusionné avec L'Optimum en 2017, dans un contexte où le digital et l'international jouent désormais un rôle majeur.



## FONCTION

Une exploration LifeStyle du monde contemporain

Décode et mixte les nouvelles tendances HDG et les centres d'intérêts masculins

S'inspirer pour mieux se démarquer.