

FORMÆ

L'INSPIRATION PAR LA MATIÈRE



Le premier magazine qui illustre les possibilités créatives de la matière en dressant un panorama de celles et ceux qui la créent, la mettent en espace et innove.

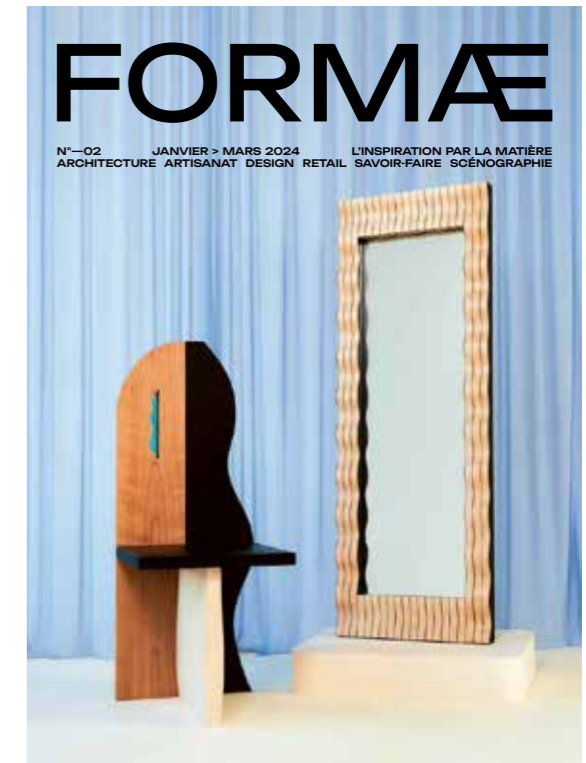
MANIFESTO

La revue Formæ est le premier titre de presse consacré aux matériaux, aux savoir-faire et à la création dans les domaines du design et de l'architecture d'intérieur.

Quatre fois par an, les 200 pages richement illustrées proposent une sélection de portraits, reportages, portfolios et débats d'idées, offrant une vision inédite et prospective de la matière comme source de création.

Les contributeurs de chaque numéro : designers, architectes d'intérieur, spécialistes de la matière, journalistes et directeurs artistiques, permettent d'explorer les propriétés créatives des savoir-faire, des formes, des tendances et des ressources au service d'un lectorat composé de professionnels et de passionnés.

Projets d'exception, réflexions historiques, logiques de préservation patrimoniale et des ressources, collaborations et produits innovants répondent aux réflexions et besoins contemporains.





• Chaise en biociment, Friedrich Gerlach et Julia Huhnholz
• © Friedrich Gerlach et Julia Huhnholz

© Edern Haushofer • Collection « Undula », Atelier Symbiosis • © Edern Haushofer



• Tabouret Intuitive Archaisme, Cédric Breisacher, 2024
• © Cédric Breisacher

NOS CONTRIBUTEURS

En adéquation avec la ligne éditoriale de la revue, les contributeurs s'illustrent par leurs connaissances du secteur, leur vision créative et prospective. À travers des tribunes libres et des sujets de fond, ils permettent d'ouvrir le champ des réflexions.

LECTORAT

Professionnels prescripteurs : architectes d'intérieur, designers, scénographes, dirigeants, directeurs artistiques, créatifs, directeurs marketing et communication

Grand public : créateurs de tendances, entrepreneurs, esthètes, CSP ++, CSP +, consommateurs de design et sensibles aux pièces d'exception en quête de recommandations pointues

Lectorat mixte : urbain, cultivé, aisé, hédoniste, consommateur d'art de vivre et de luxe, 25-55 ans, prescripteurs, CSP ++ et actifs, décideurs et influenceurs, les lecteurs ont le goût de l'investissement. Exigeants, ils sont détecteurs de tendances

NUMÉRO 6

Janvier - mars 2025

L'intelligence artificielle dans la création design et l'architecture

Focus : les métaux

NUMÉRO 7

Avril - juin 2025

Les terres (matériaux), la terre (territoire), et la Terre (entité nourricière) par le design, proposant de se questionner sur l'entremêlement de pratiques et histoires matérielles, là où le design se fait porteur de récits telluriques

Focus : la céramique

HORS-SÉRIE : RDAI

Juillet 2025

NUMÉRO 8

Juillet - septembre 2025

Reterritorialiser le design : autoproduction et ressources locales

Savoir-faire et EPV

Focus : les nouveaux matériaux dans le design

NUMÉRO 9

Octobre - décembre 2025

La couleur médium interdisciplinaire, traversant tous les domaines de la création, de l'artisanat à l'industrie

Focus : la lumière

NUMÉRO SPECIAL

Rendez-vous de la Matière + fair(e) 2025

Évènement au service de l'inspiration des architectes et designer, vecteur de rencontres et d'apprentissage, les Rendez-vous de la Matière + fair(e) sont devenus un acteur incontournable de la prescription.

Diffusion à 8,000 exemplaires, diffusion gratuite sur le salon



Irene Cattaneo, 2024 • © Enrico Fiorese, courtesy of Lo Studio - Nadja Romain



Venice Simplon-Orient-Express • © Belmond Images



#16, Heechan Kim, Loewe Craft Prize 2024 • © Heechan Kim

MATIÈRE VOIR

SÉLECTION

Sélection d'événements en lien avec la matière, à ne pas manquer (expositions, sorties d'ouvrages, nouveaux produits...)
Design : pièce iconique

TENDANCE

Dossier thématique qui explore une matière forte à travers plusieurs domaines (design, architecture, mode...)

TRIBUNE

Point de vue sur la matière : tribune avec un expert qui explique l'intérêt d'une matière en particulier, les innovations à venir sur celle-ci, son histoire (ex : la paille)

POUR ALLER PLUS LOIN

La matière qui s'expérimente

TRIBUNE

Point de vue sur l'avenir de telle matière : tribune avec experts

MATÉRIAUTHÈQUE

Notules avec sélection de matières à ne pas manquer curatés par des experts de la matière
Innovation : Focus sur une matière innovante (atouts techniques, pour les usagers B2B...)

COMMENT ?

La matière mise en espace / la matière mise en forme

ESPACE

Retail & contract : focus sur un lieu qui sublime la matière (boutiques / restaurants / hôtels)
Portrait : Qui fait la matière / où la trouver : portrait d'une marque qui propose des produits matières
Scénographie : portfolio + texte

COLLECTION

Design : décryptage d'une collection d'un designer qui crée avec une forte matérialité
Dossier thématique autour d'une matière et une sélection de designers, architectes qui se l'approprient

TRIBUNE

Point de vue sur la mise en espace : tribune avec un expert qui explique l'évolution de la mise en espace



PARTENAIRES ET ANNONCEURS

Formæ prend à cœur le choix des partenaires et annonceurs de qualité, en phase avec son audience et qui partagent les mêmes valeurs que celles de la revue.

Chaque partenariat, qu'il soit éditorial ou publicitaire, s'inscrit dans le cadre d'une réflexion en fil rouge au sein des quatre numéros annuels proposant une visibilité basée sur la qualité et la répétition.

L'ensemble des partenariats éditoriaux s'inscrivent en relation avec la ligne éditoriale de chaque numéro.

Annonces publicitaires

Standards

- ① page simple 7 500 € HT
- ② double page d'ouverture 22 000 € HT

Premiums

- 1° recto 8 000 € HT
- 2° recto 7 500 € HT
- 3° recto 7 500 € HT
- 4° de couverture 25 000 € HT
- 3° de couverture 15 000 € HT
- 2° de couverture 12 000 € HT
- double centrale 20 000 € HT

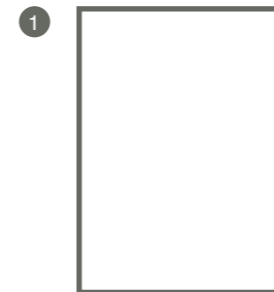
Publi-rédactionnels

Standards

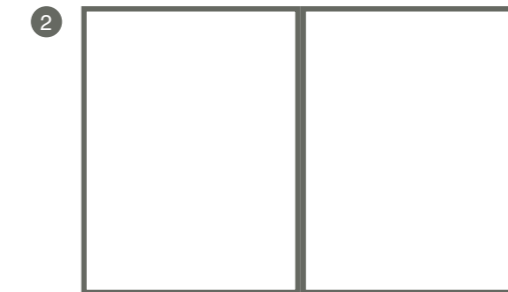
- double page rédigée par un journaliste + visuel d'illustration + diffusion web et réseaux sociaux sur demande

Premiums

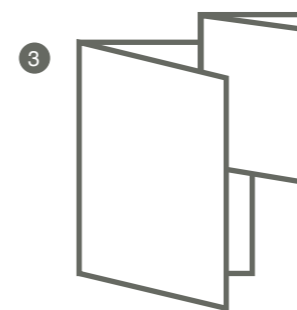
- ③ Tirés-à-part, format 16 ou 24 pages sur demande



Page simple
190 x 260 + 5mm de fonds perdus
PDF (Acrobat compatibilité) / CMJN,
300 DPI
Toutes polices vectorisées
Traits de coupes



Page double
380 x 260 + 5mm de fonds perdus
PDF (Acrobat compatibilité) / CMJN,
300 DPI
Toutes polices vectorisées
Traits de coupes



Tiré-à-part
encarté dans Formæ
16 ou 24 pages

Périodicité : 4 numéros par an
Tirage : 25 000 exemplaires
dont 5 000 abonnés
Format : 190 mm x 260 mm à
la française

Prix de vente :
14,90 euros
Diffusion :
En kiosques et maisons de la
presse via MLP ; en librairies
spécialisées via Pollen - Difpop ;
sur abonnements.

DIGITAL

Dans le prolongement des numéros print de Formæ, le webzine s'attache à produire du contenu et des produits digitaux pour l'architecture d'intérieur, le design et la scénographie, toujours à travers le prisme de la matière.

Le webzine permet de retrouver une partie des articles de la revue mais aussi un contenu exclusif.

Formæ se distingue également par une identité visuelle et éditoriale forte sur les réseaux, notamment Instagram, qui réunit une communauté active.

Annonces digital et réseaux sociaux

Articles

Article sponsorisé
en home page pendant 1 mois`
+ rédigé par la rédaction, env. 3,000 signes avec visuels
+ lien de redirection 1 500 € HT

Article sponsorisé
+ rédigé par la rédaction, env. 3,000 signes avec visuels
+ lien de redirection 1 000 € HT

Bannière

Bannière cliquable (1 mois) 1 500 € HT

Réseaux sociaux

Partage en story sur Instagram 500 € HT
Partage en post fixe sur Instagram 750 € HT
Campagne sur mesure sur Instagram sur demande

Newsletter

Présence dans la newsletter mensuelle 1 000 € HT
Newsletter dédiée 1 500 € HT

Formaemagazine.com

Visiteurs uniques par mois : 15 000

Pages vues par mois : 35 000

Temps moyen passé sur le site : 3 minutes

Nombre d'articles moyen lus par visites : 2 articles

Taux moyen de clics sur les liens et bannières : 1,2%

Newsletter FORMÆ

Abonnés : 100 000 dont 30 000 prescripteurs en architecture
d'intérieur, design et architecture

Taux d'ouverture : 34%

Taux de clics moyen : 16%

Instagram

Abonnés : environ 6 000

Comptes touchés par semaine : environ 4,000

Nombre de vue moyen par stories : environ 650



Beurre frais & bleu ciel

Couleurs pastel et contraste des matières parent l'espace de la boutique parisienne Naked Copenhagen.

Par Aurore De Granier



• Ci-dessus et ci-contre: Collection Vinyl, Adriana Cano Limarino
 • Adriana Cano Limarino
 • Pages précédentes, à gauche: Collection Vinyl, Adriana Cano Limarino • Adriana Cano Limarino
 • Pages précédentes, à droite: Portraits Adriana Cano Limarino • Edward Scheller

À la tête du studio de design Cano Limarino se tient l'architecte et designer Adriana Cano Limarino. Inconditionnelle de la matière, et plus précisément du tissu, la jeune femme habille ses pièces de mobilier et espaces comme un vêtement de créateur. Connue pour repousser les limites du design conventionnel, Adriana Cano Limarino s'est fermement imposée comme l'une des pionnières dans son domaine. Portrait.

Née en 1993 à Moscou, en Russie, Adriana Cano Limarino grandit avec une mère russe et un père bolhène. Cette richesse multiculturelle lui donne envie de découvrir de nouveaux horizons et de se nourrir spirituellement. Ainsi, dès l'obtention de son diplôme à l'Institut d'architecture de Moscou, la jeune femme s'envole pour Barcelone avec la ferme intention de découvrir les hautes et monuments avant-gardistes qui habitent les rues de la ville méditerranéenne.

Son expérience au sein de l'agence de Ricardo Botill - Taller de Arquitectura - marque un réel tournant dans sa carrière. L'univers unique de l'architecture espagnole et son approche radicale lui insufflent un nouvel élan. « Lors de cette expérience, j'ai étudié les nouvelles technologies, créé des projets en réalité virtuelle et travaillé avec des robots. Cela m'a probablement incité à le désir de me consacrer sur l'avenir et de pousser au-delà des normes. » La jeune femme s'envole alors pour Milan et fonde Cano Limarino, un studio de design spécialisé dans le domaine de la mode.

À travers le studio Cano Limarino, la designer et architecte imagine des espaces de caractère où la rêverie est autorisée. « Je souhaite que le spectateur s'immerge dans mes scénographies comme dans un film où l'atmosphère est remplie de félicité et de sensualité. Selon moi, l'architecture est assez neuve à cet égard et l'émotion qu'elle suscite concernant ces deux points est assez rare » affirme Adriana Cano Limarino. Les espaces que la designer conçoit pour ses clients s'inscrivent à la frontière de la fantaisie. Baignés dans des couleurs vibrantes et remplis d'objets, chacun des projets témoigne de l'héritage culturel transmis par ses parents.

Contrairement à ce que l'on pourrait croire, la jeune femme laisse parler le hasard et le désordre dans ses multiples projets. Une manière de voir le monde différemment selon elle. « Je suis reconnaissante d'avoir l'opportunité de m'essayer à des échelles aussi variées. Cela me permet d'aborder mes projets différemment. » Que ce soit pour ses pièces de mobilier avant-gardistes ou ses projets de retail design pour des boutiques de prêt-à-porter, Adriana porte une attention particulière aux détails, aux textures mais aussi, et surtout, aux matières qui les composent. Un hommage à l'industrie de la mode qui l'anime depuis toujours.



IMPRESSION DE VOLUME(S)
 L'imprimante 3D relevait de la science-fiction il n'y a encore pas si longtemps ! L'écrivain britannique Arthur C. Clarke évoquait une « machine à répliquer » dans les années 1960, machine qui allait répliquer les objets comme on imprimait des livres. En 1972, dans le dessin animé *Tintin et le Lac aux requins*, le professeur Tournesol invente une photocopieuse tridimensionnelle qui pourrait fabriquer des répliques d'œuvres d'art. C'est finalement dans les années 1980 que la fiction devient réalité avec notamment le premier brevet de « fabrication additive » en 1984, déposé par trois Français ! Aux États-Unis, l'Américain Charles Hull développe la technique de stéréolithographie et invente le format de fichier STL, encore utilisé aujourd'hui pour échanger les fichiers 3D pour l'impression. Le principe est simple : l'impression 3D repose sur la modélisation de l'objet virtuel 3D en couches 2D de très fines épaisseurs, déposées une à une en les fixant sur les précédentes, ce qui reconstitue l'objet réel. Elle permet la fabrication de formes très complexes, sans préparation de moule, gabarit ni outillage. Les objets peuvent être imprimés en plastique, cire, métal, plâtre, céramique et même en verre. D'abord utilisée pour le prototypage,

cette technique est aujourd'hui beaucoup plus répandue aussi bien dans l'industrie, l'aéronautique, la construction, l'armée, la pharmacie, l'alimentation ou encore la mode et le design. Le matériau le plus courant de l'impression 3D reste le plastique. Pour des raisons écologiques, les bioplastiques ont aujourd'hui le vent en poupe. Ils concernent les matières plastiques biosourcées - issues de la biomasse, et notamment des plantes - ou les matières plastiques biodégradables - donc compostables -, y compris celles issues de ressources fossiles (réactions pétrochimiques).

FAIRE FORTE IMPRESSION
 « Fabriqué à partir de ressources renouvelables telles que l'amidon de maïs, la canne à sucre ou encore la betterave, ce matériau thermoplastique se distingue par sa simplicité d'utilisation, sa faible toxicité et son faible retrait lors du refroidissement » indique le site de l'un des nombreux fabricants.

L'artiste française Audrey Large utilise des filaments PLA bidocentes. Lorsqu'elle crée, Audrey Large dessine directement en 3D dans l'espace digital à l'aide d'un crayon et d'une tablette graphique afin d'obtenir un processus de modélisation « plus intuitif » que



• Ci-dessus: Audrey Large, 2022 • © Pim Top
 • Ci-contre: *Celestial Proceedings*, Audrey Large, 2023 • © Federico Fioriani

• Page suivante, à gauche: *MB-Lace-03*, Audrey Large, 2022 • © Pim Top
 • Page suivante, à droite: *MB-Lace-09*, Audrey Large, 2022 • © Pim Top

Bioplastiques et impression 3D

Bookstorming est un groupe d'édition spécialisé dans la création de contenus dans les domaines de l'architecture contemporaine, du design, de l'urbanisme et de la construction.

À travers le magazine Archistorm, le pôle digital, les éditions Archibooks et des événements professionnels de référence, notamment les Rendez-vous de la Matière + fair(e), Bookstorming se démarque depuis plus de quinze ans par une transversalité associant une expertise dans la diffusion de contenus à des outils de communication.

La revue Formae est le premier titre de presse consacré aux matériaux, aux savoir-faire et à la création dans les domaines du design et de l'architecture d'intérieur.

Chaque trimestre, les 200 pages richement illustrées proposent une sélection de portraits, reportages, portfolios et débats d'idées, offrant une vision inédite et prospective de la matière comme source de création.

Rédaction

49, boulevard de la Villette
75010 Paris
00 33 (0)1 42 25 15 58

Pour en savoir plus

www.archistorm.com
www.bookstorming.com
www.galeriearchilib.com
www.e-storming.com
www.rendezvousdelamatiere.com

Régie publicitaire luxe

Kamaté Régie
Dominique Olivier
dolivier@kamateregie.com

Véronique Andréi

vandre@kamateregie.com
01 47 68 59 43

Rédacteur en chef, Associé

Sébastien Maschino
s.maschino@bookstorming.com
06 84 31 23 16

Rédactrice en chef adjointe, Associée

Eva Magnier
e.magnier@bookstorming.com

Coordination éditoriale

Camille Chalot
c.chalot@bookstorming.com

Conception graphique

Maxime Gasnier - The Steidz Studio

Direction artistique

Daphné Couteille
d.couteille@bookstorming.com

Partenariats

Maëlys Troivaux
m.troivaux@bookstorming.com
Louise Neveu
l.neveu@bookstorming.com