

BAZAAR

Harper's

FRANCE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
PARIS, FÉVRIER 2024

HARPER'S BAZAAR FRANCE
S'EST TAILLÉ UNE PLACE
SUR-MESURE DANS L'UNIVERS
DE LA MODE ET DU LUXE.



UN AN APRÈS SON LANCEMENT réussi par Prisma Media, la déclinaison française et originale de ce magazine de légende américain crée l'événement avec un «Spécial Mode» exceptionnel, 300 pages de contenus exclusifs avec deux couvertures collector à l'image du titre : passionnément mode et résolument audacieux. D'un côté, l'icône Kate Moss saisie dans toute sa splendeur de rock star et de l'autre Edie Campbell qui fait ici son grand retour.

“CE NUMÉRO ANNIVERSAIRE MET EN LUMIÈRE L’ADN DE HARPER’S BAZAAR FRANCE. UN BEL OBJET DE PAPIER GLACÉ, UN GESTE ARTISTIQUE DONT LA VOCATION EST DE PRENDRE LE POULS DE L’ÉPOQUE AU PRISME DE LA MODE, DE LA BEAUTÉ, DE LA CULTURE, D’UN ART D’ÊTRE ET D’APPARAÎTRE POUR LA TRANSCENDER.”

Olivier Lalanne, Rédacteur en chef

Au sommaire de ce numéro, une interprétation ultra subjective et radicale des temps forts de la saison sublimés par un casting de rêve: Kate Moss et Edie Campbell et la jeune garde des models comme Amélia Gray, Karolina...

Mais aussi, des secrets de beauté et astuces backstage de trois top-models, des entretiens sans filtre avec Beth Ditto, Margaret Qualley, Christine Angot ou Pieter Mulier, le génie créateur de la maison Alaïa, une nouvelle inédite de Ann Scott sans oublier le meilleur de la culture, livres, musique, cinéma, expos... à ne pas rater. Comme ce numéro.

À l’occasion de la présentation des collections automne hiver 2024, le site et les réseaux vivent au rythme des fashion weeks de New York, Londres, Milan et Paris. Une centaine de contenus seront produits pour couvrir plus de 70 shows avec des reviews des plus grands défilés, des interviews de créateurs, designers ou models et des vidéos pour immortaliser les plus grands moments de la saison.

CHEZ VOTRE MARCHAND DE JOURNAUX DÈS LE 29 FÉVRIER

PLAN DE COMMUNICATION :

Affichage événementiel dans les kiosques parisiens en panoramique et en grand format (dos de kiosque). Présence renforcée dans les Relay. Campagne social média.

PRIX : 4€90

À PROPOS DE HARPER’S BAZAAR FRANCE. Harper’s Bazaar fête ses 1 an. En une année, la marque s’est créée une place dans l’univers des médias de mode / luxe avec des produits print et numériques singuliers, créatifs et audacieux.

DFP 2023 (SOURCE ACPM) : 57000 — EX AUDIENCE : 1M DE VISITEURS UNIQUES (SOURCE MÉDIAMÉTRIE- DÉCEMBRE 2023)

À PROPOS DE PRISMA MEDIA Le groupe Prisma Media accompagne le quotidien des Français depuis plus de 40 ans pour les divertir et les informer. Il est aujourd’hui le leader de la presse magazine et des médias en ligne. Chaque mois, 2 Français sur 3 consultent une marque de Prisma Media. Avec un portefeuille de 30 marques de référence, le groupe est présent sur les principaux segments grand public et luxe. Prisma Media a pour ambition de devenir le leader Européen des marques médias désirables.

CONTACTS PRESSE : FRÉDÉRIC VALLOIS - DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION EXTERNE - FVALLOIS@PRISMAMEDIA.COM
ADELINE DESDOIT - DIRECTRICE DU HUB COMMUNICATION - ADESDOIT@PRISMAMEDIA.COM

COMME 1,6 MILLIONS D’INTERNAUTES SUIVEZ-NOUS SUR

www.harpersbazaar.fr — INSTAGRAM : @bazaarfrance — TIKTOK : @bazaarfrance — LKDN @Harper’s Bazaar France