

PUCCI X HARPER'S BAZAAR FRANCE

CRÉENT LA TROUSSE COLLECTOR

En exclusivité, Harper's Bazaar France présente une trousse unique, fruit de sa collaboration avec la célèbre maison PUCCI au colorama mythique. Pour cette édition limitée, Camille Miceli, directrice artistique, réinterprète l'emblématique motif Vivara, créé en 1965 par Emilio PUCCI en hommage à l'île napolitaine. Les symboles de la lune, du soleil, des vagues et de l'île s'entremêlent dans un mélange de couleurs estivales pour rendre chaque produit unique. En kiosque dès le 25 juillet sur une partie du tirage.



EN 6 VERSIONS

“VIVA VIVARA ! Je suis ravi de notre collaboration avec la maison PUCCI, de cette alliance de style et de créativité afin d’offrir aux lecteurs de Harper's Bazaar France, une trousse à l’imprimé vibrant et estival incarnant l’essence de la maison italienne et de la vision artistique de Camille Miceli, leur directrice artistique.”

OLIVIER LALANNE - RÉDACTEUR EN CHEF DE HARPER'S BAZAAR FRANCE

“Heureuse de célébrer l’été avec cette collaboration aux couleurs de l’imprimé iconique de la maison PUCCI. Fidèle lectrice du Harper's Bazaar France depuis son lancement, j’ai eu un immense plaisir à concevoir cette trousse exclusive avec mon ami Olivier Lalanne pour le magazine. BUONA ESTATE A TUTTI !”

CAMILLE MICELI - DIRECTRICE ARTISTIQUE PUCCI

Zaho de Sagazan enchante la couverture de ce numéro d’été sous l’œil d’Oliver Hadlee Pearch. En l’espace d’un an, elle est devenue l’enfant chérie de l’électro-pop et pour Bazaar, elle dévoile avec une lucidité étonnante son ascension fulgurante, sa passion pour la musique et sa vision de l’amour. Sous la plume de Sophie Fontanel, cette interview intime se transforme en une rencontre universelle.

À PROPOS DE HARPER'S BAZAAR FRANCE, le magazine s’est créé une place dans l’univers des médias de mode / luxe avec des produits print et numériques singuliers, créatifs et audacieux.

À PROPOS DE PRISMA MEDIA, le groupe 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, 3 Français sur 4 consultent une marque de Prisma Media. Avec un portefeuille de 40 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.