

Harper's BAZAAR FRANCE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
PARIS, LE 27 OCTOBRE 2025

HARPER'S BAZAAR FRANCE LANCE HARPER'S BAZAAR HOMME ÊTRE ET PARAÎTRE AU MASCULIN PLURIEL



Photographe : WILLY VANDERPERRE
Stylisme : PANOS YIAPANIS



Photographe : GIOVANNI CORABI
Stylisme : IMRUH ASHA



Photographes : HILL & AUBREY
Stylisme : JÉRÔME ANDRÉ

En deux ans et demi, Harper's Bazaar France s'est imposé comme le magazine référence de la mode et du luxe. Fort de ce succès, Olivier Lalanne imagine aujourd'hui Harper's Bazaar Homme, variation originale au masculin destinée à parution deux fois par an.

HARPER'S BAZAAR HOMME, LA MODE COMME TERRAIN DE "JE"

Sous l'œil des plus grands stylistes et photographes, la mode, ADN du titre, est mise en scène avec audace et subjectivité au diapason d'une époque qui encourage les hommes à corser l'allure et à se jouer des frontières de styles et de genres.

HARPER'S BAZAAR HOMME, UNE INVITATION À OSER...

... affirmer sa personnalité, sa dissonance, l'exubérance; partager sa vision, ses émotions, ses convictions; assumer son goût pour le futile et l'agréable, l'expérience exceptionnelle et la pensée originale; étancher sa soif de décrypter et de comprendre ...

Harper's Bazaar Homme, c'est de l'opinion, des obsessions, des interviews, du sur-mesure, du sport, un manifeste feeling and looking good.

Au générique de ce premier numéro : Jonathan Anderson, Théodore Pellerin, Betty Catroux, Parker Van Noord, Willy Chavarria, Éric Chacour, Nathan Devers... Et la plus exclusive des to-do list de la saison.

EN KIOSQUE LE 30 OCTOBRE 2025 - 244 PAGES - 7€90 -
50 000 EXEMPLAIRES (TIRAGE)

“Lancer un magazine pour les hommes aujourd’hui est un challenge dans la mesure où jamais la notion de masculinité n’a été à ce point challengée. Harper’s Bazaar Homme a pour ambition de scanner cette évolution, de la documenter et de la sublimer au prisme de la mode, de la beauté, et d’un état d’esprit libre et avide de sens et d’enchantement.”

OLIVIER LALANNE, RÉDACTEUR EN CHEF DE
HARPER’S BAZAAR HOMME

“Avec Harper’s Bazaar Homme, notre pôle luxe poursuit son expansion. Ce lancement incarne notre goût de l’innovation et notre confiance dans la créativité de nos équipes. Bravo à Olivier Lalanne et à l’ensemble de la rédaction pour ce projet inspirant.”

PHILIPP SCHMIDT, DIRECTEUR GÉNÉRAL
PRISMA MEDIA

A PROPOS DE HARPER'S BAZAAR FRANCE

Déclinaison française de l'iconique marque américaine, le Bazaar français est devenu en moins de 3 ans un des magazines de presse de référence dans l'univers de la mode luxe. Le magazine rassemble en moyenne mensuelle 57 382 exemplaires (ODJ 2024 - source ACPM).

A PROPOS DE PRISMA MEDIA

Entité de Louis Hachette Group, Prisma Media accompagne le quotidien des Français depuis plus de 40 ans pour les divertir et les informer. Il est aujourd'hui le leader en France 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 50 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.