

Communiqué de presse
Paris, le 20 février 2023

PRISMA MEDIA LANCE L'ÉDITION FRANÇAISE DU MYTHIQUE MAGAZINE DE MODE HARPER'S BAZAAR

En kiosque le 23 février.

Depuis 155 ans, Harper's Bazaar est le magazine iconique qui fait rimer mode et luxe avec créativité et audace. Décliné dans 28 pays depuis sa création à New York en 1867, le célèbre mensuel arrive en France le 23 février. Cette licence confiée par Hearst Magazines International au groupe Prisma Media est déployée de manière globale en France : magazine, site internet et réseaux sociaux. Porté par l'ambition de « raconter le monde avec un accent français », Harper's Bazaar France veut devenir la référence éditoriale sur le marché de la mode et du luxe.



Harper's Bazaar France s'inscrit dans l'héritage du magazine américain, qui a participé aux grandes heures de l'histoire de la mode avec des artistes, des écrivains et des photographes légendaires (Richard Avedon, Man Ray, Peter Lindbergh, Cecil Beaton, Truman Capote, Andy Warhol), et fait souffler un vent de liberté sur les mœurs en étant, par exemple, le premier magazine de mode à avoir mis en couverture une femme en bikini. Il apportera un supplément de fraîcheur en célébrant la création, la culture et l'esprit français autour de grands photographes, mannequins, écrivains, artistes mais aussi jeunes talents.

Matthias Gurtler, le directeur de la rédaction, grâce à son expertise, développera l'attractivité de la licence sur le marché français.

La rédaction en chef est confiée à Olivier Lalanne, journaliste (ex rédacteur en chef adjoint de Vogue et rédacteur en chef de Vogue Homme et de GQ) entouré d'une équipe de journalistes experts sur la mode, la beauté et la culture. Atelier Franck Durand à la direction artistique, Elodie David-Touboul à la rédaction en chef mode, Julie Levoyer à la rédaction en chef beauté, Florine Delcourt à la rédaction en chef culture et Emmanuelle Paul la responsable du site ...

Chaque parution est intégralement conçue, produite et réalisée par la rédaction française.

Pour son premier numéro, la rédaction a voulu représenter la « femme Bazaar » dans toute sa diversité à travers quatre couvertures collector de mannequins incarnant la nouvelle génération de la mode. Elles ont toutes été photographiées par Mario Sorrenti, connu notamment pour avoir lancé la carrière de Kate Moss et qui collabore régulièrement avec Harper's Bazaar. Au-delà de la mode, on découvre dans ce premier numéro une rencontre passionnante entre Bernard-Henri Lévy et l'actrice iranienne Golshifteh Farahani. La littérature est également à l'honneur avec les contributions de Florian Zeller, Emma Becker et Catherine Millet.

« Nous sommes fiers et heureux de la naissance d'Harper's Bazaar en France, berceau de la mode et de la création. Nous l'avons conçu comme une célébration de la beauté et de l'esprit français. Le lancement de cette marque mythique est le début d'une grande aventure dans le luxe pour Prisma Media et Vivendi. Félicitations à Matthias et Olivier ainsi qu'à toute la rédaction pour ce premier numéro flamboyant et déjà collector ! » **Claire Leost, Présidente de Prisma Media**

« Bazaar est une incroyable marque de luxe pour laquelle nous avons conçu un écrin français à la hauteur de sa légende. Nous souhaitons proposer au plus grand nombre de lectrices et de lecteurs un magazine ambitieux à travers ses photos mais aussi ses articles. Nous avons à cœur avec Olivier et toute notre rédaction parisienne d'installer une marque média, parfait reflet de la créativité de la mode et de la beauté. » ajoute **Matthias Gurtler, Directeur de la rédaction de Harper's Bazaar France**

« Harper's Bazaar made in France est la variation originale d'un mythe de la presse magazine, adulé pour sa liberté de ton, son esprit subjectif, son pouvoir de prescription et la beauté de son geste artistique » **Olivier Lalanne, Rédacteur en chef de Harper's Bazaar France**

"C'est un moment vraiment excitant pour la marque Harper's Bazaar et nous sommes ravis de travailler avec la talentueuse équipe de Prisma Media pour étendre notre réseau mondial à l'influent marché français. Olivier Lalanne est une personnalité identifiée dans l'industrie de la mode et je ne doute pas que son expertise et sa vision engageront un public passionné par la mode, la beauté, la culture ... - à commencer par ce premier numéro très attendu. » **Kim St. Clair Bodden, Vice-présidente senior de la rédaction et directeur de marque de Hearst Magazines International.** "

Harper's BAZAAR France

En kiosque le 23 février 2023

Mensuel - 10 numéros par an - 300 pages 150 000 exemplaires en Kiosque

Prix de vente : 4,90€



PRISMA MEDIA

A propos de Prisma Media

À propos de Prisma Media

Leader des groupes bimédia de France, Prisma Media est le N°1 de la presse magazine, de la vidéo en ligne et de l'audience digitale quotidienne. Un leadership qui assure à Prisma Media un potentiel optimal d'audience de près de 40 millions* de personnes chaque mois sur ses différents médias, soit 3 Français sur 4. Avec un portefeuille de 20 marques de référence, le groupe est présent sur les principaux segments tous publics. Porté par sa mission de rendre la vie des Français plus belle, Prisma Media adopte une stratégie offensive de développement de ses marques, de ses ressources et de nouveaux business dans les secteurs en forte croissance avec une ambition d'avoir toujours UN MÉDIA D'AVANCE.

*Source : ACPM - One Next global 2022 S2.

Contacts Presse

Patricia Goldman Communication- 8 avenue Kléber 75016 Paris
Christelle Tchatat 06 59 64 87 68 ctchatat@patricia-goldman.com
Stéphane Bondoux 07 78 38 95 09 sbondoux@patricia-goldman.com