

Harper's Bazaar France lance sa version homme

mar 28/10/2025 - 11:18



Après des mois de préparation, l'événement tant attendu de Prisma Media a enfin eu lieu. Harper's Bazaar France insuffle une nouvelle identité masculine à sa gamme avec le lancement de Harper's Bazaar Homme.

Nouveau terrain de "je"

Ce jeudi 30 octobre, un nouveau chapitre de l'histoire du groupe de presse s'est ouvert avec la première édition de ce nouveau magazine, vendu au prix de 7,90 euros sous la codification 18836.

Tirée à 50 000 exemplaires, la revue de la mode et du luxe a pour ambition de scanner cette évolution, de la documenter et de la sublimer au travers du prisme "de la mode, de la beauté, et d'un état d'esprit libre et avide de sens et d'enchantement", indique Olivier Lalanne, rédacteur en chef du Harper's Bazaar Homme.

Deux fois par an, la parution met en scène au fil de ses 244 pages des éclairages sur la mode, des rencontres avec ceux qui façonnent l'époque et des réflexions sur des sujets qui fâchent.

Deux ans et demi après le lancement de Harper's Bazaar France, la variation au masculin reflète son époque autour de figures de notre temps comme les créateurs Jonathan Anderson et Willy Chavarria, les mannequins Betty Catroux et Parker Van Noord mais aussi les écrivains Éric Chacour et Nathan Devers.

Trois couvertures mettent à l'honneur l'acteur Théodore Pellerin et les mannequins Fernando Albaladejo et Mack Karpes.