union PRESSE

Sports Illustrated passe la ligne de départ

mar 23/06/2026 - 11:27



Les nouvelles encourageantes se poursuivent. La presse n'en a pas fini avec le sport. 360 Business Media lance Sports Illustrated France, édition française du célèbre magazine américain.

À partir du samedi 27 juin, l'accord de licence avec Authentic Brands Group, détenteur de la marque américaine prend forme au prix de 9 euros sous la codification 12317 dans les points de vente.

Scruter les moindres recoins des terrains

Loin d'un magazine de résultats sportifs, la déclinaison française de 180 pages explore trimestriellement le sport à ses intersections avec le business, la mode et l'économie. L'édition développée sur les marchés francophones d'Europe est tirée à 100 000 exemplaires.

Pour son premier numéro, incarnant cette vision moderne et culturelle, le magazine met à l'honneur le "joueur qui rend fou", Michael Olise, en couverture. Un portrait dévoile toutes les facettes de l'homme fidèle aux Bleus, alors qu'il était sélectionnable avec l'Angleterre, le Nigéria et l'Algérie.

Sous la rédaction en chef d’Arnaud Ramsay, le magazine accueille un parterre de célébrités. Considéré par certains comme le plus grand basketteur de tous les temps, Michael Jordan fait le déplacement dans un hommage. Le nageur américain Michael Phelps, sportif le plus titré de l'histoire olympique, le rejoint pour raconter ses combats notamment en faveur de la santé mentale des athlètes. La génération dorée de sportifs participe également à travers Victor Wembanyama, porte-étendard de personnalités ambitieuses. Le tennisman Carlos Alcaraz, le cycliste Tadej Pogacar et la pilote Sarah Bovy donnent de la voix.

Portefeuille étoffé

Depuis sa création en 2016, 360 Business Média fondé par Dominique Busso ne cesse d’élargir sa cible dans les linéaires. Après OniriQ en 2022, puis Time France en 2025, le sport prend de l’ampleur au moment de la Coupe du monde de football.
