



BTS: L'...ête impossible • Portfolio: Daft Punk démasqué

138
次

**Ed
Banger**

18 ans et
toujours perché

Voyage sur la planète
AMBIENT

MÉDIAKIT 2025

Spécial histoires de disquaires

so tsugi

J'ACHÈTE
DES DISQUES!
ET...

J'ACHÈTE
DISQUES

FINALE

PHILOSOPHIE

Depuis 2003 et le lancement de SO FOOT, SO PRESS dépoussière la Presse Magazine

Dès son lancement, SO PRESS a anticipé, avec l'essor d'Internet et ses quantités infinies d'informations disponibles, le nécessaire changement de forme du récit journalistique.

Avec une narration novatrice, des choix de sujets, d'angles et de maquettes audacieux et modernes,

SO PRESS a d'abord imposé son style dans la **Presse Sportive** (SO FOOT, PEDALE, TAMPON...), **Parentale** (DOOLITTLE), puis **Culturelle** (SO FILM, TSUGI), **Lifestyle** (L'ETIQUETTE) et même **Généraliste/Société** avec SOCIETY ou encore SO GOOD.

Une philosophie plébiscitée par une large audience, et résumée par notre mantra :

HISTOIRE – HUMAIN – HUMOUR

ENVIRONNEMENTS

Society

SO FOOT tsugí *SO FOOT*
CLUB

So good l' **étiquette**

TAMPON!

PÉDALE!

#TRASHTALK

D

DÉGAINE

A//SOUND

tsugi

TSUGI, le média des nouvelles tendances musicales

Tsugi est un magazine culturel qui, chaque mois, permet de découvrir toutes les nouvelles tendances musicales (électro, rock, hip-hop, etc.).

Né en octobre 2007 au cœur d'une révolution musicale et plus largement culturelle, Tsugi permet chaque mois à son lectorat de découvrir et décoder les nouvelles tendances musicales.

Parce que la musique a sans cesse évolué ces dernières années, Tsugi s'est donné pour mission d'expliquer ces nouvelles tendances musicales et, mieux, d'en anticiper l'avènement.

De la musique et au delà

Si Tsugi est un magazine de musique, il est également ouvert à d'autres modes d'expression culturelle (Internet, cinéma, graphisme, mode, télévision, etc.), tous intimement liés à la musique.

En résumé, Tsugi propose, à travers des reportages, des portraits et des interviews, un panorama large et varié de l'actualité culturelle.

Un titre de référence, une forte notoriété, un lectorat de consommateur/acteur, défricheurs de nouvelles tendances et porteurs de valeurs de modernité.

tsugi

Le rap en France État des lieux



À l'initiative de Red Bull et de la Sacem, Tsugi et l'agence de production de concerts Super! ont réalisé une enquête pour mieux cerner l'impact actuel des musiques urbaines. Les résultats sont dévoilés à l'occasion du MaMa le 14 octobre. En voilà l'avant-première.

Ç a triplé en 2017, le rap est devenu le genre musical le plus écouté en France. 10,5 millions de fans, soit 17,5 % de la population française. Une croissance qui s'explique par un regain d'intérêt pour ce genre musical, porté par des artistes comme MHD, Ninho, Ninho et Ninho.

La domination française Le rap français est devenu le genre musical le plus écouté en France. 10,5 millions de fans, soit 17,5 % de la population française. Une croissance qui s'explique par un regain d'intérêt pour ce genre musical, porté par des artistes comme MHD, Ninho, Ninho et Ninho.

La scène du digital Le rap français est devenu le genre musical le plus écouté en France. 10,5 millions de fans, soit 17,5 % de la population française. Une croissance qui s'explique par un regain d'intérêt pour ce genre musical, porté par des artistes comme MHD, Ninho, Ninho et Ninho.

Les artistes Le rap français est devenu le genre musical le plus écouté en France. 10,5 millions de fans, soit 17,5 % de la population française. Une croissance qui s'explique par un regain d'intérêt pour ce genre musical, porté par des artistes comme MHD, Ninho, Ninho et Ninho.

Le public Le rap français est devenu le genre musical le plus écouté en France. 10,5 millions de fans, soit 17,5 % de la population française. Une croissance qui s'explique par un regain d'intérêt pour ce genre musical, porté par des artistes comme MHD, Ninho, Ninho et Ninho.

La musique fait son #metoo

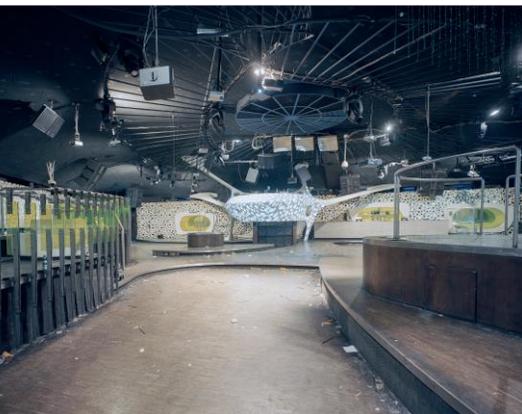
La scène du digital Le rap français est devenu le genre musical le plus écouté en France. 10,5 millions de fans, soit 17,5 % de la population française. Une croissance qui s'explique par un regain d'intérêt pour ce genre musical, porté par des artistes comme MHD, Ninho, Ninho et Ninho.

Les artistes Le rap français est devenu le genre musical le plus écouté en France. 10,5 millions de fans, soit 17,5 % de la population française. Une croissance qui s'explique par un regain d'intérêt pour ce genre musical, porté par des artistes comme MHD, Ninho, Ninho et Ninho.

Le public Le rap français est devenu le genre musical le plus écouté en France. 10,5 millions de fans, soit 17,5 % de la population française. Une croissance qui s'explique par un regain d'intérêt pour ce genre musical, porté par des artistes comme MHD, Ninho, Ninho et Ninho.

La scène du digital Le rap français est devenu le genre musical le plus écouté en France. 10,5 millions de fans, soit 17,5 % de la population française. Une croissance qui s'explique par un regain d'intérêt pour ce genre musical, porté par des artistes comme MHD, Ninho, Ninho et Ninho.

Les artistes Le rap français est devenu le genre musical le plus écouté en France. 10,5 millions de fans, soit 17,5 % de la population française. Une croissance qui s'explique par un regain d'intérêt pour ce genre musical, porté par des artistes comme MHD, Ninho, Ninho et Ninho.

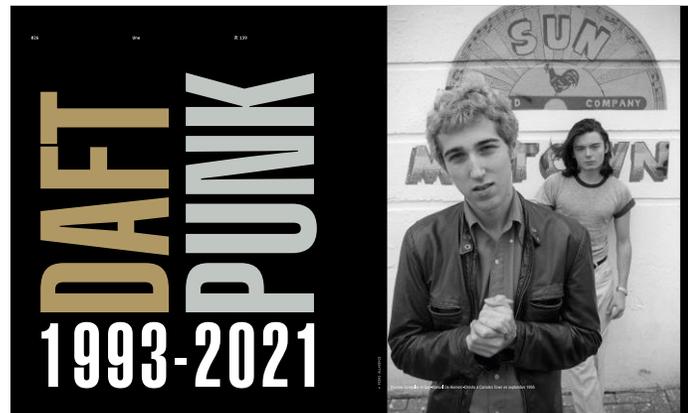


La fête est finie?

Source: [B] Praxid, avec données de Red Bull

tsugi

Des Portraits



tsugi

Fiche d'Identité

Date de création : 2007

Périodicité : mensuel (10 numéros) + 1 Hors-Série

Positionnement : presse culturelle, presse musicale
sur les musiques actuelles

Prix de vente : 6,95 €

DFP: 26 500 ex. (moyenne 2022)

Audience

homme (70%), jeune (-40 ans : 70%), urbain (55% Paris RP),
sur-consommateur de produits culturels et high-tech

tsugi

Chiffres Clés

TSUGI.FR

VU : 325 000 / mois
Visites : 480 000 / mois
Pages vues : 750 000 / mois
Newsletter : 27 500
Facebook : 233 000
Twitter : 71 500
Instagram : 30 000

TSUGI RADIO

Auditeurs : 150 000 / mois
Appli : 10 000 téléchargements
Playlist : 3 000 titres actualisés
chaque jour
Délocalisations : 30 festivals en 2022



Audience

Homme (63%), jeune (-35 ans : 75%), urbain (50% Paris RP), sur-consommateur de produits culturels et high-tech

Calendrier 2025

tsugi

N°	Parution	Bouclage Co	Bouclage Tech
177	mercredi 5 février 2025	22-janv.-25	24-janv.-25
178	mercredi 5 mars 2025	19-févr.-25	21-févr.-25
179	vendredi 4 avril 2025	19-mars-25	21-mars-25
180	mardi 6 mai 2025	21-avr.-25	22-avr.-25
181	vendredi 6 juin 2025	21-mai-25	23-mai-25
182	vendredi 4 juillet 2025	18-juin-25	20-juin-25
HS	mercredi 23 juillet 2025	7-juil.-25	9-juil.-25
183	vendredi 5 septembre 2025	20-août-25	22-août-25
184	mercredi 8 octobre 2025	24-sept.-25	26-sept.-25
185	mercredi 5 novembre 2025	22-oct.-25	24-oct.-25
186	vendredi 5 décembre 2025	21-nov.-25	24-nov.-25

Tarifs Print

en € HT

tsugi

EMPLACEMENTS STANDARDS

FORMATS

Page Quadri	10 000€
Double Page Quadri	20 000€
½ Page Quadri	6 750€

EMPLACEMENTS PREMIUM

DOUBLES PAGES

Double d'Ouverture	28 000€
Double d'Ouverture Bis	26 750€
1ère Double	25 500€
2ème Double	24 000€

DROITS D'ASILE

ENCARTS* Tarifs Brut HT pour 1000 ex

2 pages ou échantillon	150€
4 pages	200€
6 pages	250€
8 pages	300€

EMPLACEMENTS PREMIUM

SIMPLES PAGES

4ème de Couverture	20 000€
2ème de Couverture	16 750€
3ème de Couverture	15 000€
Face Edito	15 000€
Face Sommaire	15 000€
Face Rétronomie	15 000€
Face Rewind	15 000€
Face Déjà Demain	15 000€
Face Rubrique d'Entrée	15 000€
1er Recto	15 000€
Recto Premium	12 000€

DEGRESSIFS

Nouvel annonceur	5%
de 10 000 à 30 000€	5%
de 30 001 à 60 000€	8%
de 60 001 à 100 000€	10%
Plus de 100 000€	15%
Cumul de mandats	3%
Remise professionnelle	15%

MAJORATION

Successivité : +10%

Formats & Contacts

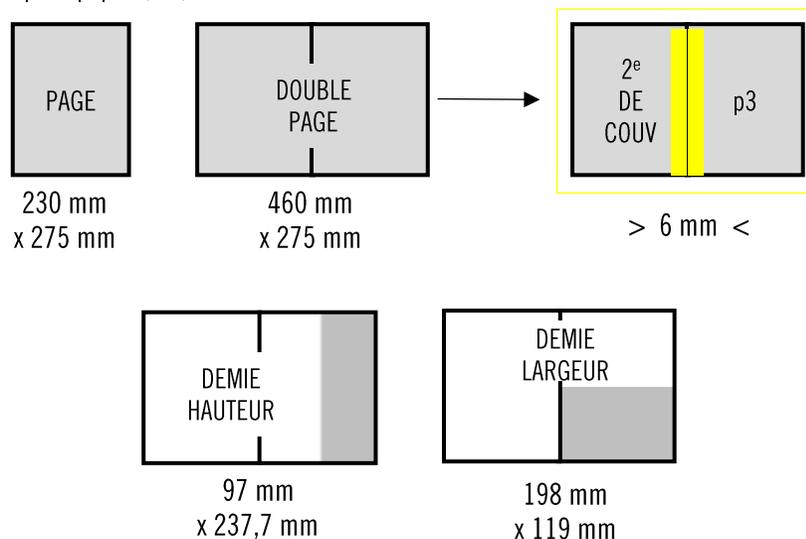
tsugi

FORMATS

(magazine: 230mm L x 275 mm H / dos carré)

Les éléments sont à rendre au format PDF haute définition 300 dpi

plein papier (LxH):



LIVRAISON DES FICHIERS : mathilde.reydet@sopress.com

CONTACTS

Guillaume PONTOIRE
Directeur de la Régie
06 99 20 32 92
guillaume.pontoire@sopress.com

Jean-Marie BLANC
Directeur Marketing
06 99 20 32 23
jeanmarie.blanc@sopress.com

Mathilde REYDET
Chef de Publicité Culture
06 99 00 33 82
mathilde.reydet@sopress.com

Kevin YOUNDJJE
Directeur de Clientèle
06 28 62 20 11
kevin.youndje@sopress.com

Olivia BOULNOIS
Chef de Projet OPS
01 43 35 82 65
olivia.boulnois@sopress.com

Angie DUCHESNE
Responsable Trafic / Facturation
01 43 35 82 65
angie@sopress.com