

SO FOOT

médiakit 2026

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.

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

HISTOIRE - HUMAIN - HUMOUR



LA SOSPHÈRE

audio

vidéo

Society

SO FOOT

TAMPON! PÉDALE!

l'étiquette **SOFOOT**

CLUB

tsugi

print

A/ISO
SOVAGE
so in Love

A/SOUND

#TRASHTALK
SO FOOT.COM

billboard FRANCE



tsugi

web

brand content





SO FOOT, 1er mensuel de foot de France

Le premier magazine de sport ouvert à la culture, la politique et la société.

Le seul magazine de foot impertinent et critique.

La seule alternative crédible aux traitements télé et web du foot

Investigations poussées, enquêtes inédites ou reportages sans concession, So Foot bouleverse le traitement classique du foot dans les médias en prenant de la distance et en privilégiant l'analyse et la prospective aux commentaires d'après-match.

Plus qu'un magazine sportif, So Foot raconte le monde par le prisme du football.



SOFOOT



HUMAIN

76

SPORT - ENTRETIEN

Super Hérault

ENTRETIEN

D'un côté, **Paul Mirabel**, l'un des humoristes les plus en vogue du moment. De l'autre, **Laurent Nicolini**, le président d'un des clubs les plus atypiques de ligue 1. Et au milieu: une passion commune pour le Montpellier Hérault Sport Club. Rencontre entre deux chevelus, fans du pied droit de Téli Savanier.

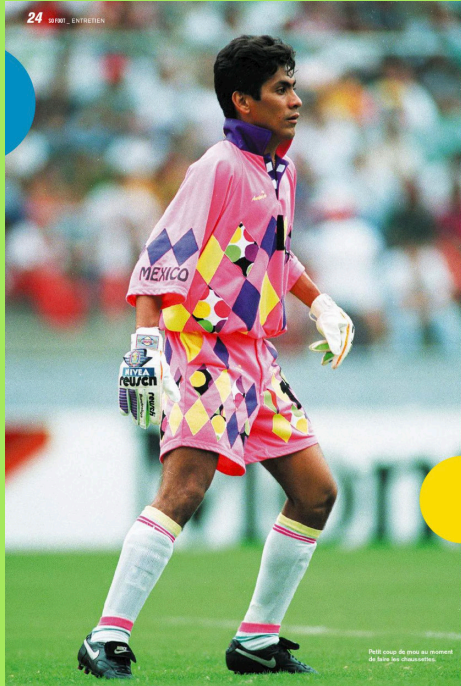
Par David BARRASSAT, à Montpellier
Photos: David Richard pour le Figaro et le HuffPost



"Combien de fois j'ai été invité à l'OM?"

24

SPORT - ENTRETIEN



"Parfois, je me dis que sans mes tenues, personne ne me reconnaîtrait"

"JE SUIS UN HORS-SÉRIE"

ENTRETIEN

Avec son mètre soixante-dix et ses maillots multicolores taille XXL, **Jorge Campos** détonnait dans les bois du Mexique, avec qui il a disputé trois coupes du monde. Expert en sorties kamikazes et crochets sur les attaquants adverses, le goal volant aztèque est devenu un portier culte des *nineties*. Rencontre avec un homme qui vit en tongs, de passage à Paris pour admirer la tenue qu'il a offerte au musée des Arts décoratifs.

Par Frédéric STAMATI, à Paris
Photos: Jean Sprot

Quand on pense à Jorge Campos, on pense d'abord à ses maillots colorés. Ce sont d'ailleurs ces tenues qui ont fait de lui un héros mondial. Mais comment a-t-il réussi à devenir un des plus grands gardiens de but de l'histoire du football ?

En fait, c'est une histoire de hasard. À l'époque, les gardiens de but n'étaient pas considérés comme des joueurs professionnels. Ils étaient plutôt des amateurs, des passionnés du jeu. Mais Jorge Campos était différent. Il avait une vision du jeu qui était à l'époque très rare. Il était capable de sortir de sa cage et de jouer avec le ballon. C'est ce qui a attiré l'attention des entraîneurs et des fans.

Il a commencé à jouer pour le club de son pays, le Club América. Mais il n'était pas satisfait de son niveau. Il voulait devenir un professionnel. Il a donc décidé de rejoindre un club plus important. C'est ainsi qu'il est allé à l'étranger, où il a joué pour plusieurs clubs. Mais c'est au Mexique qu'il a vraiment brillé. Il a été élu meilleur gardien de but de la ligue à plusieurs reprises. Il a aussi été élu meilleur joueur du tournoi de la Coupe du monde en 1994.

Il a une personnalité très intéressante. Il est très calme, très professionnel. Mais il a aussi un côté très drôle. Il aime faire des blagues et se moquer de lui-même. C'est ce qui le rend si populaire auprès des fans.

56

SPORT - ENTRETIEN



D'un score qui fait écho à son passé.

"Même au fond du gouffre, je n'ai pas peur"

ENTRETIEN

En l'espace d'un an, **Georges Mikautadze** a vécu un transfert forcé à l'Ajax, un retour au FC Metz, qu'il est passé à deux doigts de maintenir en solo, un Euro 2024 dont il a terminé co-meilleur buteur avec la Géorgie et enfin une signature à l'OL, là où tout s'était brutalement arrêté pour lui quand il avait 15 ans. Le tout sans jamais douter. Rencontre avec un homme qui a quelques certitudes.

Par Frédéric STAMATI, à Lyon
Photos: Renaud Bouchet pour le Figaro

20

SPORT - AVANT-MARCHÉ

"MOI, JE SUIS HAN SOLO"

LES 30 GLOIREUSES

Vainqueur du Vendée Globe 2017 avec un tour du monde à la voile en solitaire réalisé en 74 jours, **Armel Le Cléach** compte exploser son record en janvier prochain, lors de l'Arkéa Ultim Challenge. Avant d'embarquer et de retrouver ses sachets de bouffe lyophilisée, il est venu tailler la bavette pour parler relance au **prof**, **Stade Breton** et **Floury Michon**.

Par Frédéric STAMATI, à Paris
Photos: Renaud Bouchet pour le Figaro

Comment on prononce ton nom ?

On prononce "Le Cléach", mais c'est un détail qui n'est pas vraiment important. Ce qui compte, c'est de gagner la course. C'est mon objectif principal. Je suis prêt à tout pour gagner.

Tu te rappelles de la première fois où tu es allé à la mer ?

Où tu es allé à la mer pour la première fois ? C'était à l'âge de 10 ans, à la plage de mon village. C'était une expérience très agréable. J'ai aimé sentir le vent sur mon visage et le bruit des vagues.

Quels sont tes premiers souvenirs de sport ?

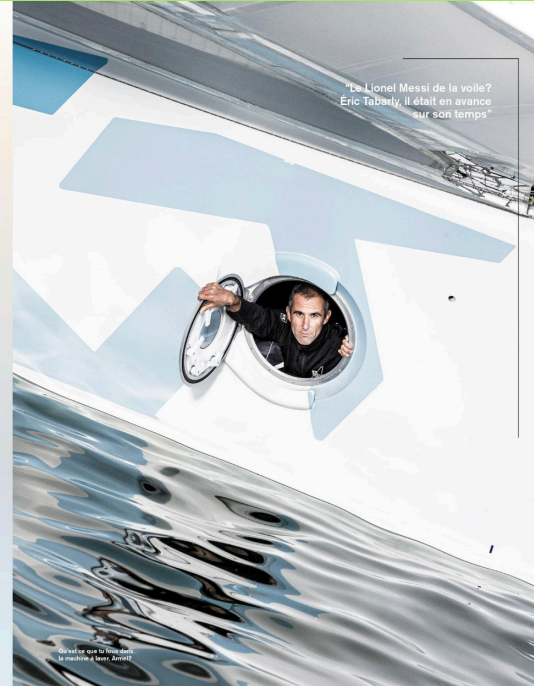
Les premiers souvenirs de sport sont liés à la voile. J'ai commencé à apprendre à naviguer à l'âge de 8 ans. C'était une passion qui m'a suivi toute ma vie.

Tu as déjà couru ou joué à d'autres sports ?

Oui, j'ai couru et joué à d'autres sports. Mais la voile est toujours mon sport préféré. C'est un sport qui me permet de me connecter avec la nature et de me tester physiquement.

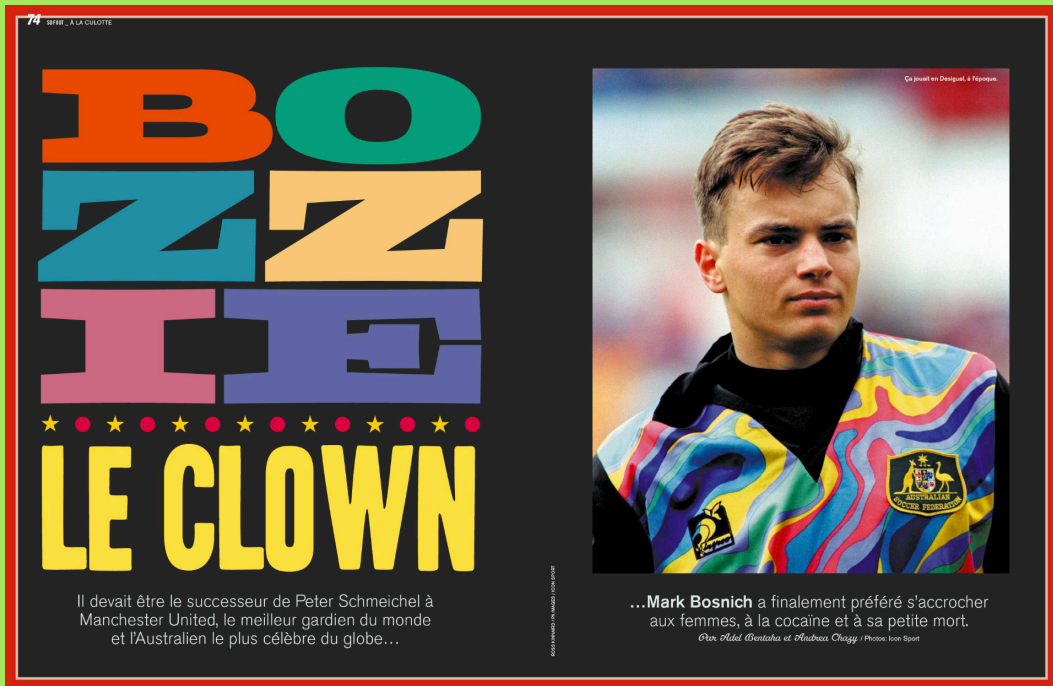
Tu es en mal de mer souvent ?

Non, je ne suis pas du tout malade de mer. C'est grâce à mon expérience et à mon équipement. Je suis prêt à tout pour gagner.



"Lionel Messi de la voile ? Eric Tabarly, il était en avance sur son temps"

HUMMOUR



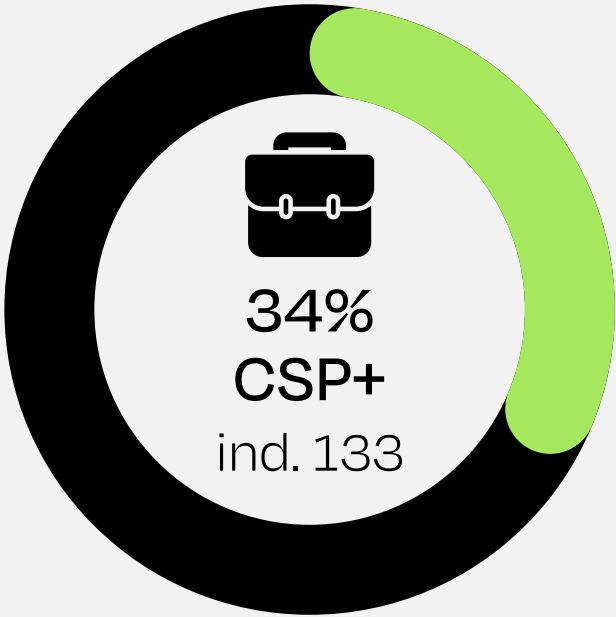
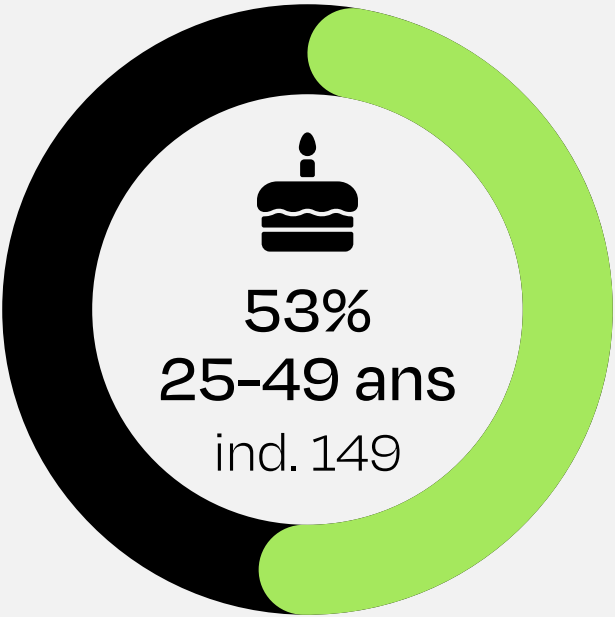
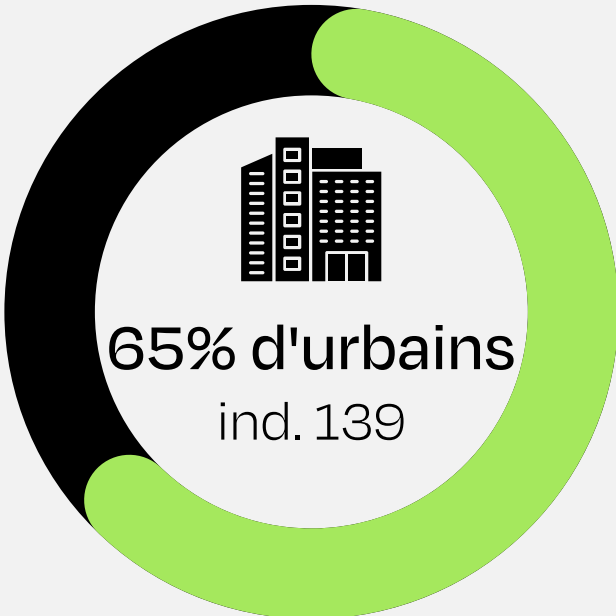
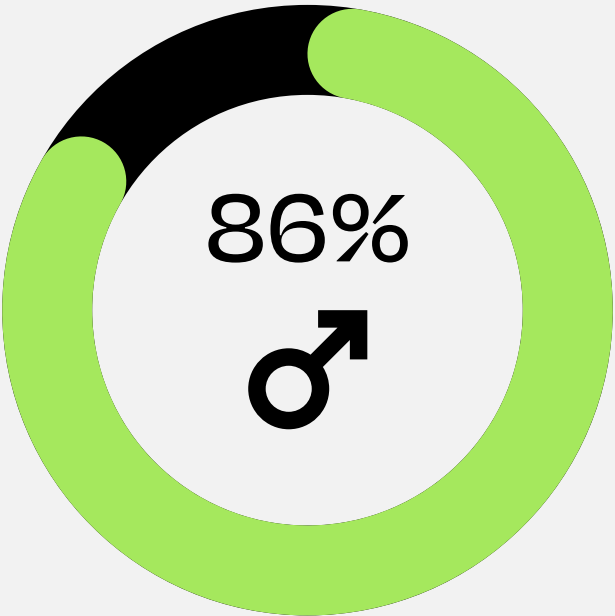
SO FOOT

Diffusion



42 394 ex. / n°
DSH 2024-2025 (ACPM)

Une audience masculine et urbaine



Source : ONE NEXT ACCESS 2025 S1 - LDP

PLANNING 2026

NUMERO	DATE DE SORTIE	BOUCLAGE TECH
233	5-Février	22-Janvier
234	5-Mars	19-Fevrier
235	2-Avril	19-Mars
236	29-Avril	16-Avril
237 - CDM	28-Mai	14-Mai
238 - CDM	23-Juillet	9-Juillet
239	3-Septembre	20-Août
240	8-October	24-Septembre
241	5-Novembre	22-October
242	3-Décembre	19-Novembre
HS	17-Décembre	3-Décembre

TARIF PRINT

€ HT

EMPLACEMENTS PREMIUM

DOUBLES PAGES

	N° classiques	N° CDM
Double d'ouverture	40 000€	47 500€
Double d'ouv. bis	37 500€	45 000€
1ère double	35 500€	42 500€
2ème double	35 000€	41 500€

SIMPLES PAGES

	N° classiques	N° CDM
4ème de couverture	27 000€	32 000€
2ème de couverture	22 000€	26 500€
3ème de couverture	20 000€	24 000€
Face édito	20 000€	24 000€
Face sommaire	20 000€	24 000€
Face rubrique d'entrée	20 000€	24 000€
Recto premium	16 000€	19 000€

EMPLACEMENTS STANDARDS

	N° classiques	N° CDM
Page quadri	13 500€	16 000€
Double page quadri	27 000€	32 000€
½ page quadri	9 250€	11 000€

DROITS D'ASILE

ENCARTS* Tarifs Brut HT pour 1000 ex

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

*opérations spéciales et frais techniques:
nous consulter

DÉGRESSIFS

Nouvel annonceur	5%
de 17 501 à 35 000€	5%
de 35 001 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

magazine: 215 mm L x 280 mm H

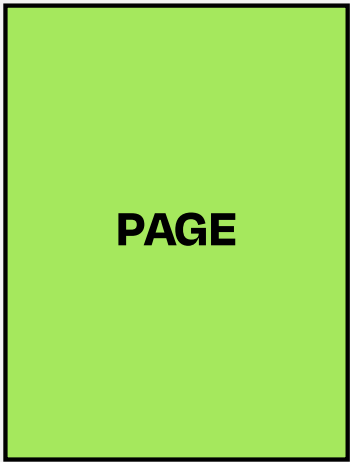
Dos carré

- Bords perdus : 5mm
- Pas de texte en noir quadri CMJN
- Images en Quadri CMJN, résolution 300 DPI
- Traits de coupe positionnés à 2mm minimum de la zone de cadrage (Trimbox)
- Ne pas mettre de texte ou d'éléments entre la Artbox et la Trimbox (3mm)
- Papier intérieur: Impression Offset type MFC / profil ICC: PSO_MFC_paper_eci.icc / cible Fogra: FOGRA41 / taux encrage 280%
- Papier couverture (C2, C3, C4): papier couché / profil ICC: ISOcoated_V2_eci.icc / cible Fogra: FOGRA39 / taux encrage 300%
- Les textes et logos doivent être placés à 6 mm mini du bord plein papier
- Fonds bendays en noirs quadris: cyan 60%, magenta jaune 40% noir 100%
- Pour les publicités en 2 et 3 de couverture, prévoir une marge de 6 mm au niveau du plis pour le mors de colle. Ne pas mettre de texte et logos dans cet espace.

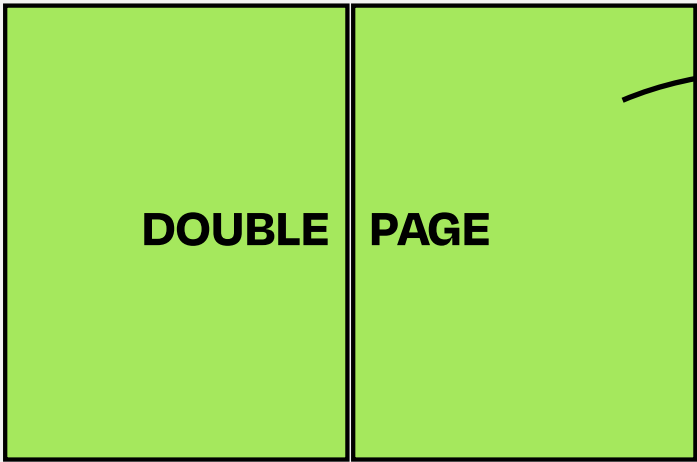
Pour les doubles pages:

- Pas de page en planche. Nous fournir impérativement deux pages simples
- Si vous avez des textes, titres ou images en doubles pages, mettre un espace entre les 2 mots au niveau du plis.
- Pour les doubles d'ouverture (2de cv et p3), nous appliquons un mors de colle de 6 mm, le visuel imprimé utile est donc réduit de 6 mm dans le dos. Prévoir un décalage de 6 mm vers l'extérieur et placer la réserve blanche

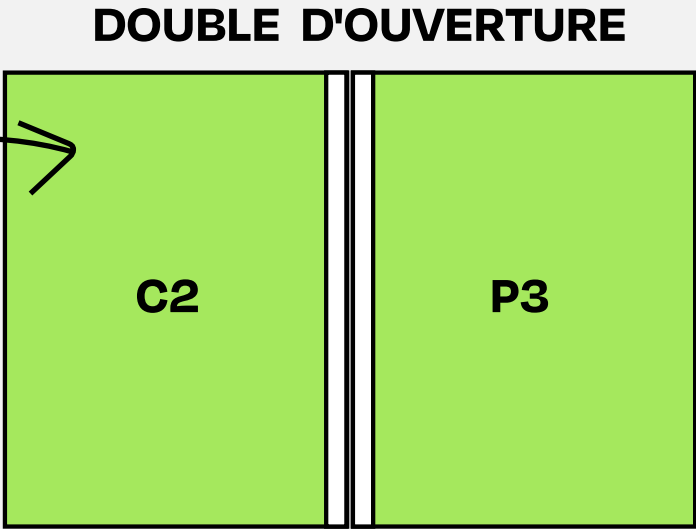
LIVRAISON DES FICHIERS : angie@sopress.com



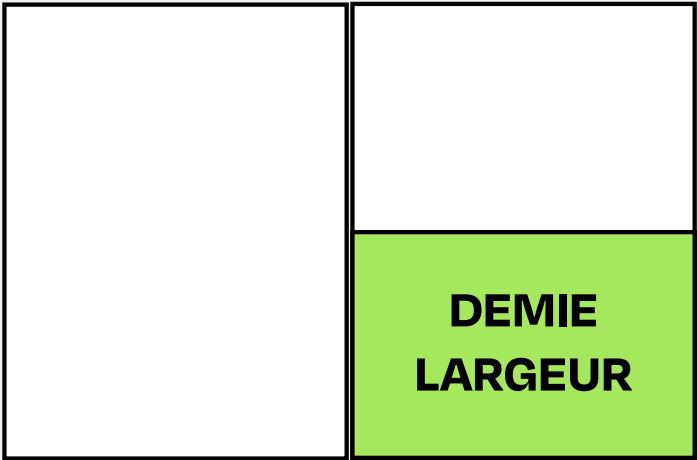
230 mm L
x 300 mm
+ 5 mm débord



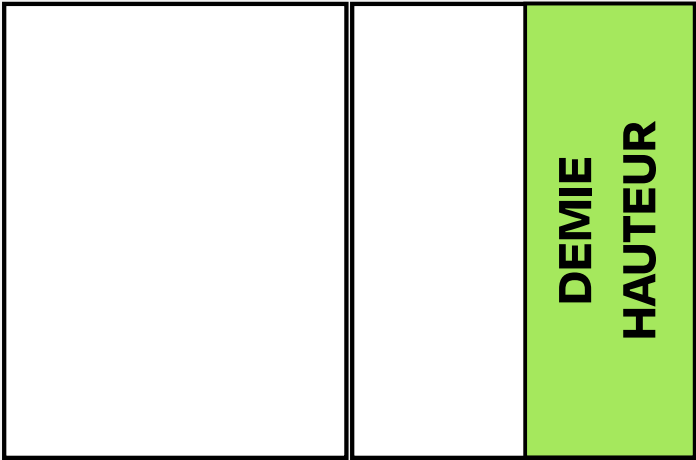
460 mm L x 300 mm H
+ 5 mm débord
(fournir 1 fichier pdf par page)



Mors de colle :
Réserve blanche de 7 mm par page



230 mm L x 140 mm H
+ 5 mm débord



110mm L x 300 mm H
+ 5 mm débord

SOFOOT.COM

Déclinaison digitale de So Foot, le site sofoot.com présente toutes les actualités du football: news, avant-matchs, comptes-rendus, analyses, reportages, interviews, portraits...

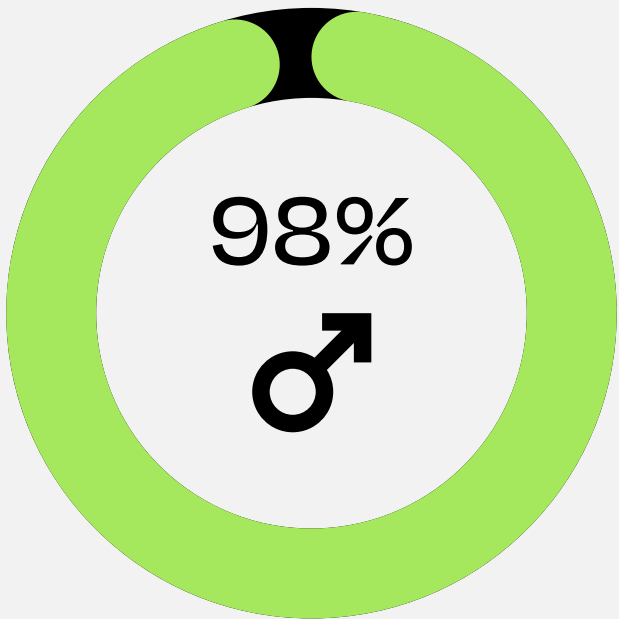
Un site qui comptabilise plus de **3M de visiteurs actifs** et plus de **17M de pages vues** par mois.



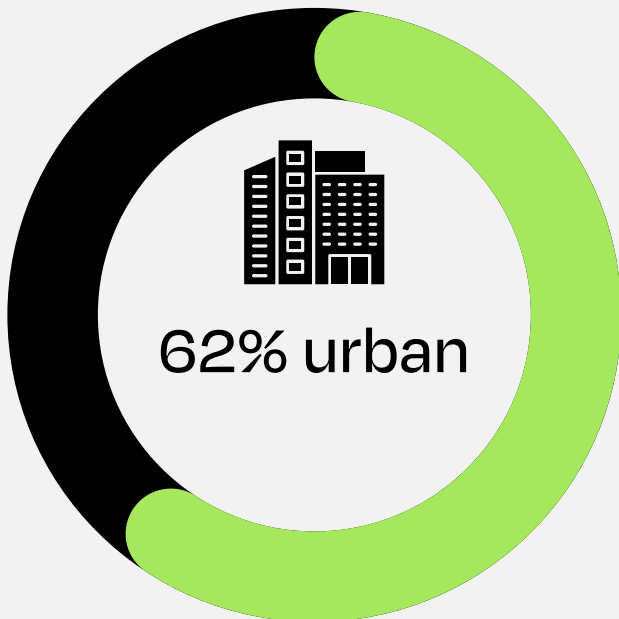
Visiteurs mensuels



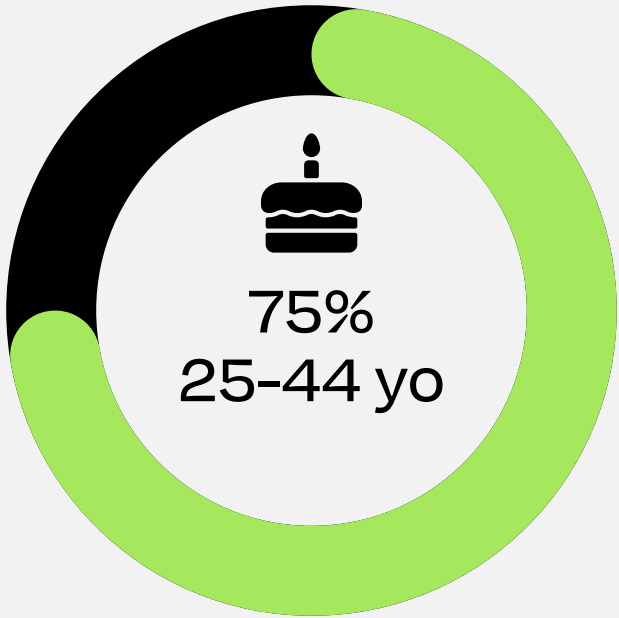
3 millions



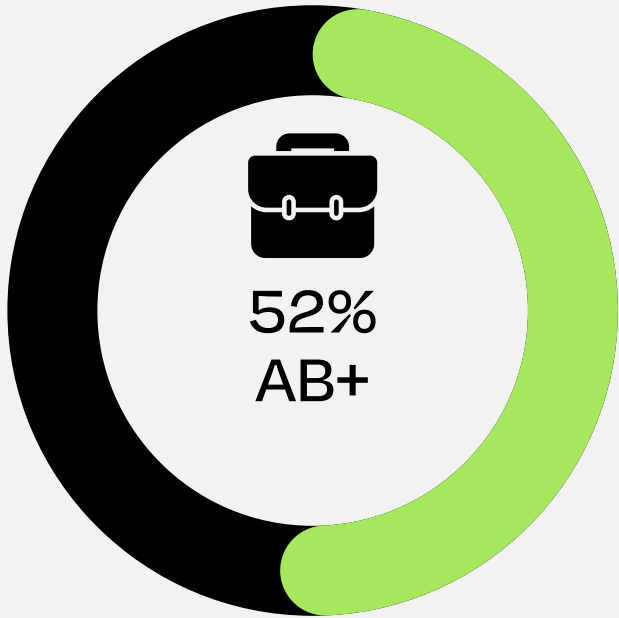
98%



62% urban



75%
25-44 yo



52%
AB+

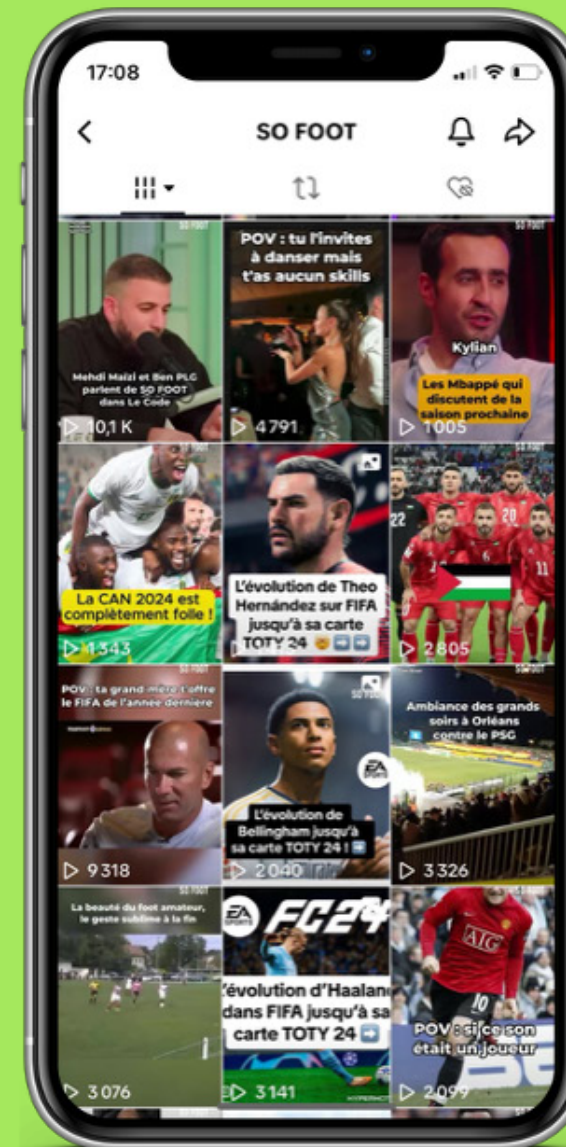
NOS RÉSEAUX SOCIAUX



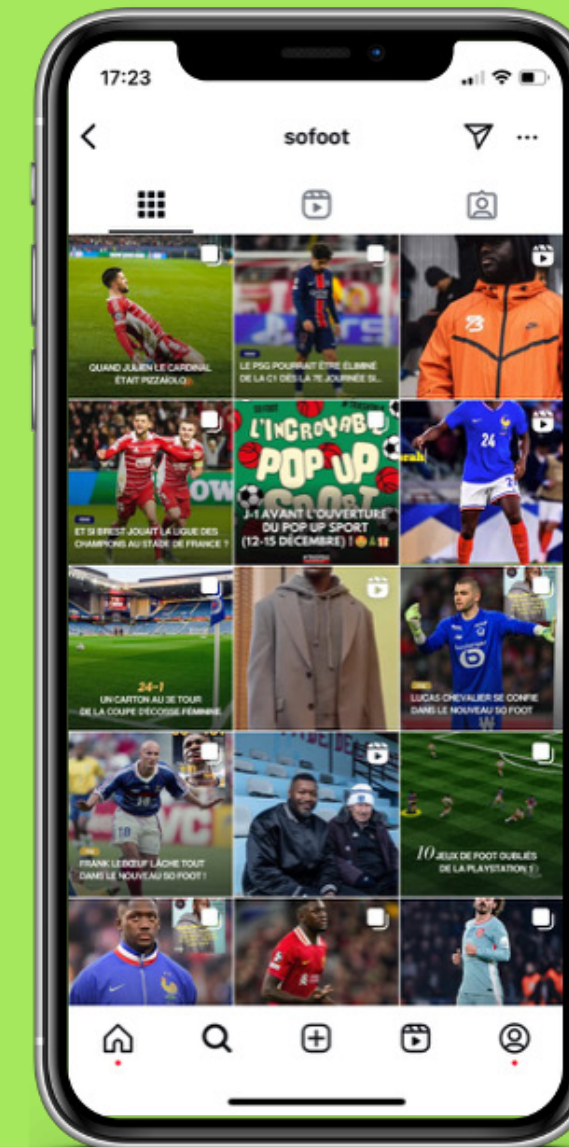
Facebook
1,7M followers



Twitter
410K followers



Tik Tok
24,5K followers



Instagram
26K followers

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

Alison POUZERGUES
Directrice de publicité
01 43 35 82 65
alison@sopress.com

Angie Jeanne
Responsable trafic/ facturation
01 43 35 82 65
angie@sopress.com

Olivia BOULNOIS
Responsable de projets brand content
01 43 35 82 65
olivia.boulnois@sopress.com

Baptiste BROCHARD
Chef de publicité junior
01 43 35 82 65
baptiste.brochard@sopress.com