

l'étiquette

Le vêtement sous toutes ses formes

UNE MARQUE, TROIS MÉTIERS

Créé en octobre 2018 comme un simple magazine de mode masculine à destination du marché français, *L'Étiquette* n'a depuis cessé de se développer.

Aujourd'hui, *L'Étiquette* est:

- un **média multiforme** international
- un **e-shop** commercialisant des collaborations exclusives
- une **agence créative** au service de nombreux clients



De gauche à droite, et de haut en bas:
page portrait du numéro 13, couverture
du numéro 13, image du numéro hors-série
«Les 100 vêtements dont vous avez besoin»,
page mode du numéro 13.



UN MÉDIA MULTI-FORME

LE PRINT

Un magazine masculin

En octobre 2018 paraît le premier numéro de *L'Étiquette*. Destiné aux hommes français, le magazine revendique de ne pas être un magazine de mode comme les autres. Plus qu'aux défilés et aux collections inaccessibles, il s'intéresse au vêtement et sa culture. *L'Étiquette* alterne séries mode, rubriques courtes et articles long format, toujours réalisés en indépendance avec une exigence journalistique forte. Au fil des ans et des numéros, cette ligne n'a jamais déviée.

Nombre d'exemplaires diffusés en France: 55 000 par numéro.

Un magazine international

En 2020, fort du succès de l'édition française, une édition internationale paraît pour la première fois en la langue anglaise. Distribuée à travers le monde, Elle reprend le contenu de l'édition française.

Nombre d'exemplaires diffusés à l'international: 40 000 par numéro

NOUVEAUTÉ

À partir du numéro 14, chaque numéro de *L'ÉTIQUETTE HOMME* sera enrichi d'un cahier horlogerie de 8 pages entièrement consacré à l'actualité et la culture des montres. Avec précision et esprit, celui-ci mêlera histoires longues et infos brèves.

Un magazine féminin

En mai 2023, *L'Étiquette* lance son édition féminine. Avec les mêmes valeurs et le même savoir-faire que l'édition masculine, mais avec une équipe entièrement féminine, cette édition féminine s'évertue elle aussi à défendre le vêtement et sa culture.

Nombre d'exemplaires diffusés en France: 45 000 par numéro.

NOUVEAUTÉ

A partir du numéro 5, chaque numéro de *L'ÉTIQUETTE FEMME* sera enrichi d'un cahier beauté de 8 pages entièrement consacré à l'actualité et la culture de la cosmétique et du parfum. Celui-ci mêlera histoires longues et infos brèves.

LE DIGITAL

Un compte Instagram

Depuis le lancement de *l'Étiquette*, notre compte Instagram est nourri en contenu exclusif et singulier venant prolonger notre vision éditoriale. Grâce à des formats devenus iconiques (vide-poches, extraits de film, listes d'achats.) Il est aujourd'hui soutenu par une communauté très engagée.

Nombre d'abonnés: 81 000

Une newsletter

Chaque mois, la newsletter THE PANEL pose les questions style fondamentales, et y répond.

Nombre d'abonnés: 30 000 pour un taux d'ouverture moyen de 55%

Un site internet

Sur *létiquette.com*, news et articles viennent compléter l'offre éditoriale du magazine.

Nombre de pages lues par mois: 50 000



De gauche à droite, et de haut en bas: Snoop Dog aux Jeux olympiques de Paris de la page IG, rubrique «vide poche» de la page IG, logo du podcast HABITUDES, image du portrait de Spike Lee publié dans le magazine n°13 et sur le site.

HABI TU DES



LE PODCAST

Lancé en 2019, le podcast de *l'Étiquette*, baptisé *HABITUDES*, invite des célébrités françaises de premier plan, hommes ou femmes, à raconter leur rapport aux vêtements, et ainsi à dévoiler une part de leur intimité. Au fil des mois, Jane Birkin, Édouard Baer, Valérie Lemercier, Jean-Paul Goude, Christine Angot, Mike Horn, Géraldine Nakache, Vincent Lacoste et bien d'autres se sont ainsi déshabillés pour *Habitudes*...

Nombre d'écoutes moyen 30 000 par épisode, plus de 3 millions depuis le lancement du podcast.



De gauche à droite, et de haut en bas: image du jeans APC pour L'Étiquette, image de la collaboration le Minor pour L'Étiquette, image de la collaboration Agnes B pour L'Étiquette, image des souliers John Lobb pour L'Étiquette...



UN E-SHOP

Le site internet de *l'Étiquette* est également un e-shop.

Nous y proposons à la vente nos collaborations exclusives développés en partenariat avec des marques de premier plan.

Après une collaboration initiale en mars 2022 avec la marque **AGNÈS B**, plusieurs collaborations s'enchaîneront à partir de septembre:

- Deux paires de souliers avec la marque **JOHN LOBB** (septembre 2022.)
- Deux jeans avec **APC** (octobre 2022.)
- Deux paires de baskets avec la marque **SPRINGCOURT** (mai 2023.)
- Une paire de lunettes de soleil avec **JACQUES MARIE MAGE** (2025.)

Chacune de ces collaborations est pour nous l'occasion de créer du contenu exclusif, diffusé à la fois nos magazines, nos réseaux sociaux et sur notre site. Ainsi, en développant un produit et en produisant du contenu autour, nous exploitons nos différents savoir-faire.



De gauche à droite, et de haut en bas:
une affiche pour l'anniversaire de Gant,
un shooting pour Loewe, un reportage
pour Hermès, un shooting pour Boucheron.



5. A silk tie is made of
three components: large flap,
small flap, and «triplure».



UNE AGENCE

Dès sa création, *l'Étiquette* a été sollicité par de nombreuses marques pour l'accompagner dans la réalisation de contenus mais également dans la réflexion autour de ses collections.

Aujourd'hui, forts d'une équipe étoffée, nous pouvons répondre au mieux à toutes les demandes pouvant émaner des marques.

- Conception, réalisation et production de **formats print**.
- Conception, réalisation et production de **formats digitaux**.
- Conception, réalisation et production de **podcasts**.
- Conception, réalisation et production d'**événements**.
- Conception, développement et réalisation de **sites complets**.
- Consulting sur des **collections**.

Nos clients actuels: Gucci, John Lobb, Uniqlo, Agnes B, Berluti, Loewe, Boucheron, Hermès...

L'ÉQUIPE

MARC BEAUGÉ est journaliste. Ancien rédacteur en chef des *Inrockuptibles* et de *Society*, chroniqueur dans le magazine *M*, le magazine du Monde et dans l'émission *Quotidien* depuis plusieurs années, il dirige *L'Étiquette*, en s'appuyant notamment sur la large équipe de journalistes du groupe So press.

GAUTHIER BORSARELLO est directeur artistique de la marque de prêt-à-porter *Fursac*. Grand connaisseur de la mode masculine, expert en vêtement vintage, il apporte sa vision stylistique unique à *L'Étiquette*.

BASILE KHADIRY dirige la boutique parisienne de référence *Beige*. Ancien de LVMH, il intervient à tous les niveaux dans les activités de *L'Étiquette*, faisant valoir autant son goût que son expérience en matière de retail.

SO PRESS est l'éditeur du magazine et du site de *L'Étiquette*. So Press édite également les magazines *Society*, *So Foot*, *So Film*, *So Good*... En quinze ans, le groupe indépendant s'est imposé par sa créativité graphique et la qualité journalistique de ses magazines.

H3 MEDIA, régie intégrée de So Press, H3 Media commercialise l'ensemble des dispositifs (Print, Digitaux, OPS...) liés aux marques du groupe. H3 Media est donc naturellement la régie de *L'Étiquette* depuis le lancement du magazine en 2018. A ce titre, H3 permet aux maisons de prendre la parole dans les différents supports développés par les équipes éditoriales: magazines (édition française et internationale), podcasts, newsletter, instagram...

Un large réseaux de directeurs artistiques, photographes, réalisateurs, stylistes viennent compléter cette équipe.

CALENDRIER ET TARIFS

Printemps-Eté 2025 Automne-Hiver 2025
Avril 2025 Octobre 2025

80 000 exemplaires imprimés.

EMPLACEMENTS PREMIUM

SIMPLES PAGE

4e de Couverture	36 000€
2e de Couverture	30 000€
3e de Couverture	27 000€
Face Edito	27 000€
Face Sommaire	27 000€
Face «Ma Tenue Préférée»	27 000€
Face «Ours»	27 000€
1er Recto	27 000€
Recto Premium	21 500€

DOUBLES PAGES

Double d'ouverture	54 000€
Double d'ouverture Bis	51 000€
Double d'ouverture Ter	48 000€
1ère Double	46 000€
2e Double	44 000€

EMPLACEMENTS STANDARD

Page Quadri	18 000€
Double Page Quadri	36 000€

CONTACTS

GUILLAUME PONTOIRE

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

JEAN-MARIE BLANC

Directeur de Publicité
06 99 20 32 23
jeanmarie.blanc@sopress.com

ANGIE DUCHESNE

Chef de Projet
01 43 35 82 65
angie@sopress.com

OLIVIA BOULNOIS

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

MERCI !