

Les hommes & le style



DÈS DEMAIN, ICON REVIENT EN KIOSQUE & ANNONCE UNE ACCÉLÉRATION DE SON EXPANSION PRINT EN 2026

Dynamisé par son succès en France, ICON revient en kiosque le 4 décembre et se projette sur cinq parutions pour 2026, porté par un marché du print premium particulièrement réactif et la volonté d’installer une présence éditoriale régulière auprès de son public. ICON confirme ainsi sa place grandissante de marque média incontournable pour les acteurs du luxe, en print comme en social. La marque se déploie sur les réseaux sociaux auprès d’une communauté de près de 93 500 abonnés (Instagram, TikTok) et affiche près de 11 M de vues en novembre dernier.

Résolument tourné vers l’avenir, ce 5^{ème} numéro d’ICON met à l’honneur les talents émergents de demain. Fidèle à son ADN, la rédaction a choisi des "new faces" dont la jeunesse, la créativité et la fougue l’ont séduite : une nouvelle génération de musiciens, d’artistes mais aussi des figures déjà emblématiques comme l’acteur **Pierre Niney**, le rappeur **SCH** ou le chef **Mory Sacko**. Le magazine propose également de découvrir les dernières pépites technologiques, les pièces mode les plus iconiques, le phénomène du “reboot” dans l’univers automobile. Un numéro audacieux qui tente de dessiner les contours de nouveaux horizons et de nouveaux possibles.

Les talents qui vont tout changer : SCH, Pierre Niney, Mory Sacko...

Plutôt discret dans les médias, le rappeur **SCH** s’est livré dans un interview exclusif à ICON, offrant un regard inédit sur sa carrière, son univers créatif et les inspirations qui nourrissent sa musique, tandis que **Pierre Niney** revient sur son rôle de coach star dans *Gourou* et le défi d’incarner ce personnage atypique. Dans un tout autre registre, **Mory Sacko** ouvre les portes de sa cuisine et de son imaginaire culinaire, dévoilant sa vision pour réinventer la gastronomie moderne, entre tradition et audace.

Cette exploration des talents se prolonge avec la **Nouvelle Génération**, qu'ICON met en lumière à travers cinq jeunes figures prometteuses : le grimpeur extrême **Alexis Landot**, les acteurs **Mamadou Sidibé** et Sami **Outalbali**, le rappeur flamboyant **Guy2Bezbar** et le chanteur ébouriffé **Sam Sauvage**, incarnant à la fois créativité, énergie et audace.

À trouver également au sommaire de ce numéro 5

Avec son regard porté vers l'avenir, ICON nous fait découvrir **onze jeunes designers**, le nez Georges Maubert, l'auteur de BD Théo Grosjean, l'activiste Férès Barkat... et la marque de mode innovante Ecoalf. Et comme génération rime aussi avec passion : ICON explore les liens entre les "nouveaux pères" et leurs fils, les relations entre grands et petits frères, et les échanges entre anciens chefs et jeunes cuisiniers.

« **Beauty** » : entre parfums iconiques qui surprennent autant qu'ils séduisent, et spas parisiens où le temps semble suspendu, ICON a pensé cette rubrique pour les hommes attentifs au bien-être et aux détails qui font la différence.



« **Montres** » : pour les passionnés d'horlogerie et les amateurs de design raffiné, ICON revient sur le modèle culte : *la Land-Dweller* de Rolex, incarnation parfaite de robustesse et d'élégance, tout en dévoilant d'autres modèles d'exception où technique et esthétique se marient, célébrant l'art du détail et l'excellence mécanique.

« **Voyage** » : ICON guide ses lecteurs vers l'île Rodrigues, joyau discret de l'océan Indien, ou vers des hôtels d'exception à travers le monde, où luxe et originalité se rencontrent. Pour les amoureux de la neige, le magazine donne la liste de ses spots alpins uniques aux panoramas spectaculaires. Un subtil équilibre entre escapades exotiques et refuges enneigés.



Et pour la deuxième année consécutive, ICON anime une **chronique mode dans l'émission *Iconic Business* sur BFM Business**, présentée par Audrey Maubert. Un rendez-vous mensuel qui confirme le rôle central du magazine dans l'univers du luxe et de la mode homme.

Retrouvez ICON sur :  

A propos de Reworld Media

A propos de Reworld Media : Reworld Media est un groupe en développement sur deux marchés, BtoC et BtoB.

-Le marché BtoC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des lecteurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 37 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs usages et modes de consommation.

-Le marché BtoB par la monétisation de ses propres audiences et l'accompagnement de ses clients dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale, grâce à la couverture de tous les leviers de la communication.

Le Groupe a à son actif plus de 80 marques médias multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto Plus, Science & Vie, Marmiton, Gourmand, Top Santé, Doctissimo, Télé Magazine, etc.). Il intègre aussi ses propres plateformes technologiques à la performance, notamment de partner marketing avec 180 000 sites affiliés dans le monde. Fondé en 2012, Reworld Media réalise un chiffre d'affaires annuel de 534,7 M€ en 2024, est présent dans 11 pays et compte 1 275 collaborateurs.

Contacts

Ségolène de Saint Martin, Founder | PCE

sdestmartin@p-c-e.fr | 33 (0)6 16 40 90 73

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld MediaConnect

stemplet@reworldmedia.com | 33 (0)6 50 46 37 31