

# Thomas AÏDAN

## Interview de Thomas Aïdan

Directeur de la publication et de la rédaction de

# SILHOUETTE



### Comment ce magazine Silhouette se démarquera-t-il des autres magazines féminins mode ?

La naissance de **Silhouette** est un cri d'amour, au luxe et à la presse papier.

Il y a deux raisons à la création de ce nouveau titre : la nostalgie d'une certaine presse féminine mode du siècle dernier, surtout celle de la fin des années 1800-début 1900 (je pense au Harper's Bazaar particulièrement), profondément gracieuse et sociologiquement pertinente ; puis, le besoin viscéral de remettre au coeur de cette presse de l'inventivité, de l'humanité et de la sensorialité.

**Silhouette** célébrera l'orfèvrerie du luxe, par les Métiers d'Arts, fera l'éloge des gestes créateurs, et tout ce qui nous émeut et nous transporte.

L'émotion est notre boussole. Notre ambition n'est pas de faire un magazine de plus, mais bien de proposer une réelle expérience de lecture différente, audacieuse et galvanisante.

Le magazine se différenciera par son graphisme novateur et élégant, sa ligne éditoriale sortant des sentiers battus (dans **Silhouette**, pas de rubriques mode, beauté, horlogerie, joaillerie... tout se mélange habilement et joyeusement), son ancrage contemporain avec des sujets autour de l'écologie et du féminisme, son équipe jeune et passionnée, sa périodicité trimestrielle puissante mais peu encombrante.

“ **Silhouette célébrera l'orfèvrerie du luxe, par les Métiers d'Arts, fera l'éloge des gestes créateurs, et tout ce qui nous émeut et nous transporte.** ”

### Quel est le concept de ce magazine et quels contenus / informations pourront y retrouver les lecteurs ?

Notre objectif avec ce nouveau magazine est de parler de luxe, en célébrant l'art plutôt que le consumérisme, en mettant davantage en avant la création que la consommation. **Silhouette** sera un trimestriel haut de gamme, qui se conservera sur le temps long. Un bel objet de 300 pages qui parlera de

toutes les familles du luxe, tout en explorant des sujets souvent oubliés de la presse féminine classique.

Il y aura par exemple, de nombreux reportages dans les ateliers de fabrication de grandes maisons (dans le n°1, nous sommes allé(e)s chez Guerlain et Chanel), parce que cela nous semble primordial de faire l'éloge de tout un savoir-faire vieux de plusieurs siècles, qui continue d'être généreusement préservé.

Il n'y aura pas d'actualité brûlante au coeur de **Silhouette**, mais nos 12 rubriques seront des espaces fertiles pour la rêverie et le fantasme, afin de mieux comprendre notre rapport au luxe, surtout à l'heure de la fast fashion.

“ **Silhouette sera un trimestriel haut de gamme, qui se conservera sur le temps long** ”

### D'où vous vient cette passion pour la mode, l'art et le luxe ?

Durant mon enfance, ma mère me racontait combien elle fut marquée par ses visites dans les ateliers de couture chez Chanel et Givenchy, lorsqu'elle était infirmière libérale à

Paris, et qu'elle devait faire des prises de sangs pour des couturières. Ses yeux remplis de joie, d'avoir vu ne serait-ce quelques instants, ces mains de fées travailler face à elle, m'ont marqué à jamais. On ne peut pas oublier une telle émotion ; les yeux d'une mère bouleversée, c'est quelque chose. Ma mère a toujours été (et est toujours !) quelqu'un de très raffiné, aimant autant la mode que le cinéma, la littérature que la presse.

Depuis jeune, je suis inspiré par toutes ces choses qui aident à vivre et à traverser l'existence avec plus de gaieté.

En 2015, j'ai lancé **La Septième Obsession**, à l'âge de 20 ans, parce que cela me semblait être une nécessité, et le lancement de **Silhouette** me paraît être une urgence, à la fois pour rendre hommage à ma mère, mais aussi pour montrer le luxe sous un visage nouveau. Moins snob, et plus chaleureux.

### Qu'attendez-vous de ce lancement ?

Nous imprimons 120.000 exemplaires, ce qui est un véritable pari ! Je ne voulais toutefois pas d'un lancement à petit bruit, mais quelque chose de beau et d'ambitieux, pour que ce soit impactant et saisissant. Nous espérons 70.000 ventes environ sur ce premier numéro. Que le luxe brille dans les kiosques !

### Un petit mot de la fin pour les diffuseurs de presse ? Qu'attendez-vous d'eux ?

Depuis ma plus tendre enfance, j'ai une passion qui ne s'est jamais éteinte : me rendre chez un marchand de presse. J'y vais au moins une fois par semaine, parfois tous les jours, cela dépend des moments. J'achète un peu de tout, au gré de mes envies ; le plaisir de l'odeur, de passer dans les rayons, de discuter avec le

marchand, c'est un sentiment qu'on ne peut pas oublier. Je suis amoureux de la presse et des « presses ». C'est un métier magnifique. Un passage dans une Maison de la Presse me redonne tout de suite le sourire. La presse papier, c'est le plus beau média du monde, je suis si heureux d'être devenu un acteur de cette formidable industrie.

Ce que j'attend des diffuseurs ?

Je crois qu'il ne faut rien attendre, ils connaissent par cœur leur travail, je leur fais une entière confiance pour accueillir **Silhouette** avec autant de tendresse que celle que je leur porte. Je leur souhaite et je nous souhaite un beau succès, car il s'agit d'une aventure collective. C'est grâce à eux que nous existons.

“  
*La presse papier, c'est le plus beau média du monde [...]*  
”

**En linéaire dès le 22 février**

# SILHOUETTE

À positionner aux côtés de

**VOGUE, MARIE CLAIRE, ELLE**

Promotion MLP • Star Boost Relay • Affichage 120 x 174  
Mediakiosk IDF • Promotion Instagram • Agence RP spécialisée



Direct Éditeurs