



KIT MEDIA

1er MÉDIA DE MODE MASCULINE EN FRANCE

SOMMAIRE

MÉDIA	03
AUDIENCES	05
FORMATS	09
ÉTUDES DE CAS	20
PLANNING EDITORIAL	27
CONTACT	40





PIONNIER

Fondé en 2004, Comme un camion, média digital de premier plan dans la mode masculine et l'horlogerie, attire mensuellement 500 000 visiteurs uniques en ligne, avec une forte présence sur les réseaux sociaux. Nos lecteurs témoignent le plus souvent de l'intérêt qu'ils ont développé pour la mode et du plaisir qu'ils ont aujourd'hui à choisir des vêtements, les associer, et à mieux s'habiller. Ils apprécient également de découvrir des alternatives pour acheter des vêtements de meilleure qualité et produits de manière plus responsable.

POPULAIRE

Son nom est l'expression d'une certaine popularité. Il exprime notre volonté de nous intéresser à une mode qui reste dans l'ensemble abordable et qui s'adresse à une majorité d'hommes. Grâce à notre site interactif, notre contenu de qualité et notre ton amical, nous avons construit une forte communauté. Un principe que l'on résume souvent : "Super le défilé Gaultier, Dior j'adore, mais nous, on met quoi demain ?"

PRATIQUE

Chaque jour, nous atteignons les hommes à la recherche de conseils utiles répondant à leurs questions de mode, telles que : Quelles chaussures acheter avec un budget inférieur à 150 € ? Quel manteau devrais-je acheter cet hiver ? Comment choisir une paire de lunettes ? Nous parlons de la mode et des tendances pour aider les hommes à améliorer leur style et à prendre soin d'eux-mêmes.

PÉTRON

AUDIENCES

AUDIENCE - LECTORAT - REVUE DE PRESSE

AUDIENCE

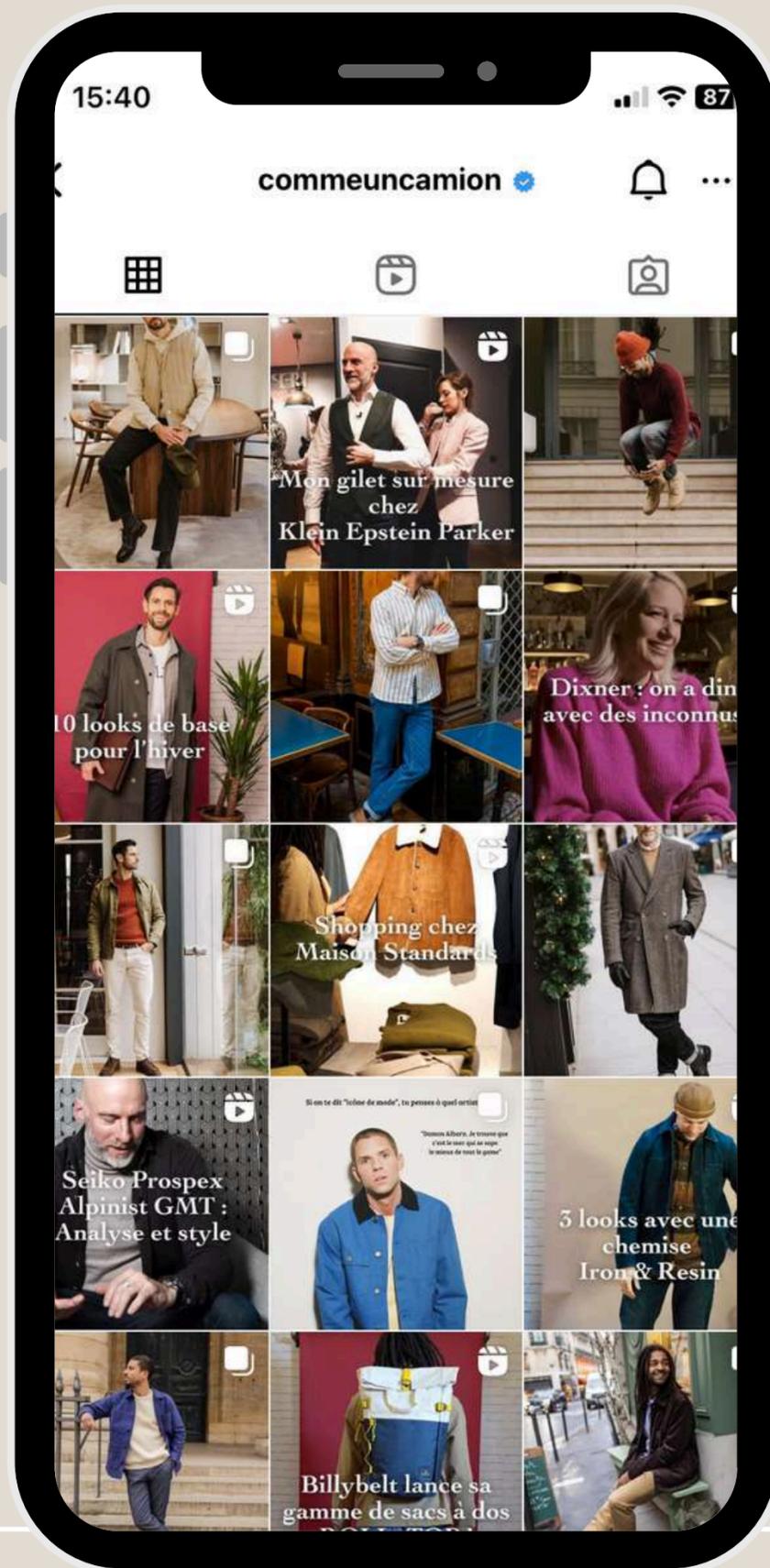
Comme un camion, c'est chaque mois :

 **500 000**
visiteurs uniques

 **650 000**
visites

 **1 000 000**
pages vues

 **2 pages**
vues par visite



AUDIENCE

Sur les réseaux sociaux :



70K
abonnés



160K
abonnés



10K
abonnés



66K
abonnés



2 400
abonnés

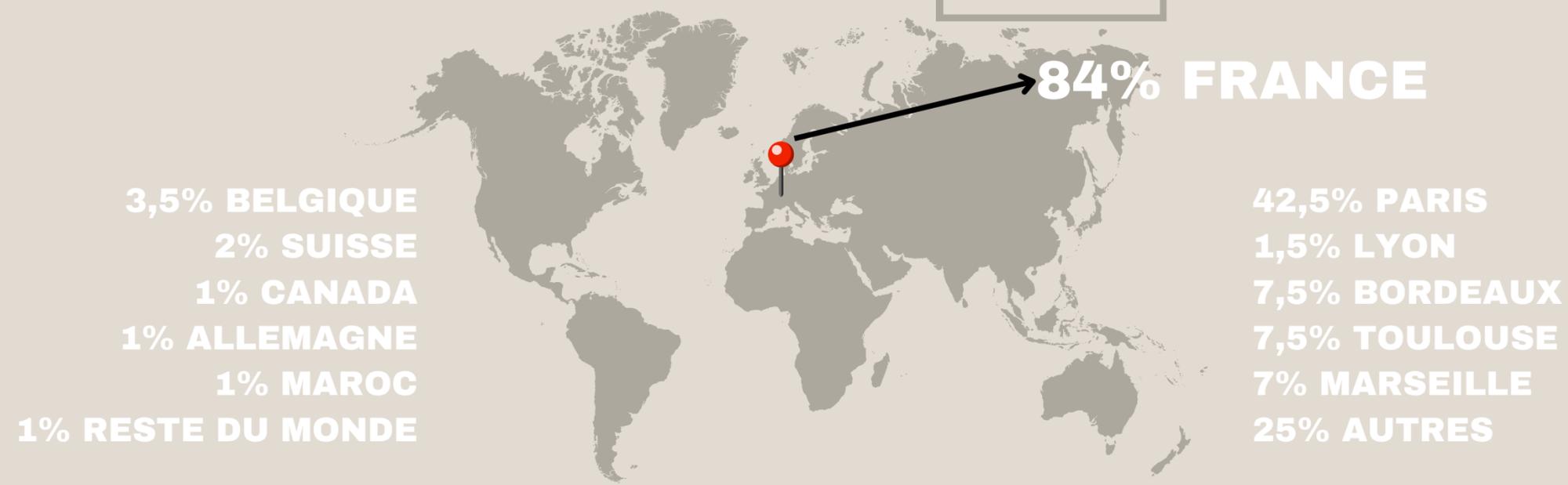


17K
abonnés

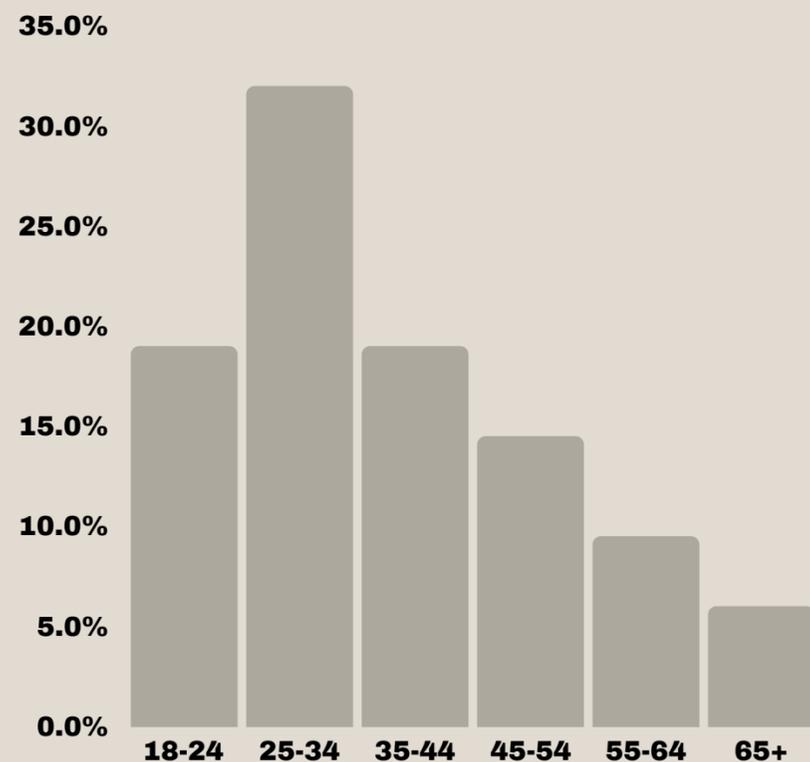


AUDIENCE

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE



RÉPARTITION PAR ÂGES



RÉPARTITION PAR SEXES



RÉPARTITION PAR TECHNO





COMME UN CAMION

FORMATS

LOOK - MODE - COSMÉTIQUES - CONSEILS - NEWS - TENDANCES - DOSSIERS - TESTS ET CONSEILS EN VIDÉO - OPÉRATIONS SPÉCIALES

ART RECORD COVERS
TASCHEN

THE FACTS OF TODAY
CLAY

THE HISTORY OF GRAPHIC DESIGN
1900 - 1950
TASCHEN

SURFING
TASCHEN

Certains testent des jeux vidéos, du matériel high-tech. Nous, nous testons des chaussures, des chemises, des costumes, des montres, etc. Et avec l'expérience, on a beaucoup à dire sur le sujet ! Nous mettons fréquemment sur le banc d'essai de nouveaux produits. L'occasion de présenter les marques qui en sont à l'origine, les principales caractéristiques du produit, la manière dont il est présenté, conçu, etc. Tous les produits sont présentés et portés afin de suggérer une façon de l'accorder avec d'autres pièces et de répondre à la question la plus récurrente : « Comment ça taille ? ».

DÉCOUVRIR >

MÉCANIQUE

- Publication en homepage
- Présence de l'article dans nos archives sans limite de temps
-    1 post
-   1 post
- Article relayé dans notre Newsletter hebdomadaire envoyée chaque dimanche (35 000 abonnés)

VISIBILITÉ



5 000
vues uniques



500
clics sortants par
marque cité

FORMATS NOS CONSEILS

MÉCANIQUE

- Publication en homepage
- Présence de l'article dans nos archives sans limite de temps
-    1 post
-   1 post
- Article relayé dans notre Newsletter hebdomadaire envoyée chaque dimanche (35 000 abonnés)



Le média propose de nombreux conseils pour aider les hommes à mieux choisir leurs vêtements, apprendre à les accorder, à les entretenir, etc. Il est également question de conseils pour choisir une tenue pour une occasion particulière. Le livre “Comme un camion” sorti en 2013 aux Éditions du Chêne du groupe Hachette répertorie tous ces conseils.



DÉCOUVRIR >



VISIBILITÉ
5 000
vues uniques



La rubrique “News” regroupe des articles au format plus court traitant de l’actualité mode sous toutes ses formes. Ce type de rubrique est efficace pour présenter une collection capsule, une collaboration, une campagne de crowdfunding, ou encore un évènement à venir.

MÉCANIQUE

- Publication en homepage
- Présence de l’article dans nos archives sans limite de temps
-    1 post
- Article relayé dans notre Newsletter hebdomadaire envoyée chaque dimanche (35 000 abonnés)



DÉCOUVRIR >

VISIBILITÉ



3 500
vues uniques



300
clics sortants par
marque cité

FORMATS TENDANCES

MÉCANIQUE

- Publication en homepage
- Présence de l'article dans nos archives sans limite de temps
-    1 post
- Article relayé dans notre Newsletter hebdomadaire envoyée chaque dimanche (35 000 abonnés)



Nous fonctionnons en temps réel, et abordons chaque saison, par une revue, les tendances présentes dans des nouvelles collections. Il s'agit d'un contenu très dense qui représente plus d'une semaine de travail et qui fait ensuite partie des sujets les plus consultés pendant la saison.

DÉCOUVRIR >

VISIBILITÉ



30 000
vues uniques



"L'esprit "bien dans mes baskets" du média s'exprime également à travers des articles sportifs, mettant particulièrement en avant le running, la musculation et le crossfit. Ces articles abordent souvent la question de la tenue et de l'équipement sportif."

MÉCANIQUE

- Publication en homepage
- Présence de l'article dans nos archives sans limite de temps
-     1 post
- Article relayé dans notre Newsletter hebdomadaire envoyée chaque dimanche (35 000 abonnés)

[DÉCOUVRIR >](#)

VISIBILITÉ



5 000
vues uniques



500
clics sortants par
marque cité



Tout au long de l'année, nous proposons des sélections shopping. Il peut s'agir d'une sélection de chaussures pour la rentrée, de manteaux pour l'automne, d'idées cadeaux pour Noël ou la Saint-Valentin, d'une vente privée ou de chemises en soldes.

MÉCANIQUE

- Publication en homepage
- Présence de l'article dans nos archives sans limite de temps
-     1 post
- Article relayé dans notre Newsletter hebdomadaire envoyée chaque dimanche (35 000 abonnés)

[DÉCOUVRIR >](#)

VISIBILITÉ



15 000
vues uniques



500
clics sortants par
marque cité

FORMATS YOUTUBE



Chaque mois, Comme un camion alimente son compte YouTube d'une vidéo de moyenne durée (3 à 7 minutes). Ce contenu plus immersif et ludique met en avant des produits ou marques d'une nouvelle manière tout en gardant l'ADN du site.

DÉCOUVRIR >

MÉCANIQUE

- Publication en homepage
- Présence de l'article dans nos archives sans limite de temps
-      1 post
- Article relayé dans notre Newsletter hebdomadaire envoyée chaque dimanche (35 000 abonnés)

VISIBILITÉ



500
clics sortants



Depuis la création du site en 2004, chez Comme un camion, on teste aussi les cosmétiques. Chaque produit fait l'objet d'une utilisation sur plusieurs jours afin de proposer un véritable test complet (présentation, texture, effet).

MÉCANIQUE

- Publication en homepage
- Présence de l'article dans nos archives sans limite de temps
-    1 post
- Article relayé dans notre Newsletter hebdomadaire envoyée chaque dimanche (35 000 abonnés)

[DÉCOUVRIR >](#)

VISIBILITÉ



3 000
vues uniques



250
clics sortants par
marque cité

FORMATS

REEL - SHOPPING CHEZ

MÉCANIQUE

  1 post



Le format “shopping chez” est un format de Reel que nous publions sur Instagram. On s’invite dans une boutique et faisons notre shopping. L’occasion de partager la visite sous forme d’expérience en mettant en avant des produits coups de coeur

DÉCOUVRIR >



VISIBILITÉ



15K
vues

ETUDE DE CAS

DANTON - ALPINA / ERIC PERON - MARATHON DE PARIS - THE GLENFIDDICH DISTILLERY - GALERIES LAFAYETTE CHAMPS ÉLYSÉES

L'OPÉRATION

Présentation de la collection Danton dans la boutique A L'ouvrier, rue de de Turenne à travers la réalisation de 3 silhouettes au style workwear. Réalisation de photos et d'une vidéo tournée sur place.

Un article a été posté 2 semaines après pour présenter ces 3 looks et les produits coups de cœur repérés dans la boutique.

DÉCOUVRIR >

En parallèle, le Reel réalisé également en boutique, et mettant en scène ces 3 silhouettes, a été publié sur notre compte Instagram

DÉCOUVRIR >



ÉTUDE DE CAS

PRÉSENTATION BOUTIQUE DANTON

Danton est une marque presque centenaire qui a vu le jour en 1931 et fournissait les ouvriers du centre de la France et les employés de mairie et du rail à Paris depuis son atelier de Châtres-sur-Cher et son entrepôt parisien. Depuis 2016, on peut retrouver ce fameux savoir-faire à l'international grâce à des distributeurs nippons qui ont permis de développer un peu plus cette marque qui n'a jamais quitté nos terres. Danton fabrique toujours en France dans son usine du Lude (72).



ÉTUDE DE CAS

ALPINA / ERIC PERON



L'OPÉRATION

L'interview vidéo a été postée en format Reel sur notre compte Instagram et le compte Instagram d'Eric Péron (crosspost)

DÉCOUVRIR >

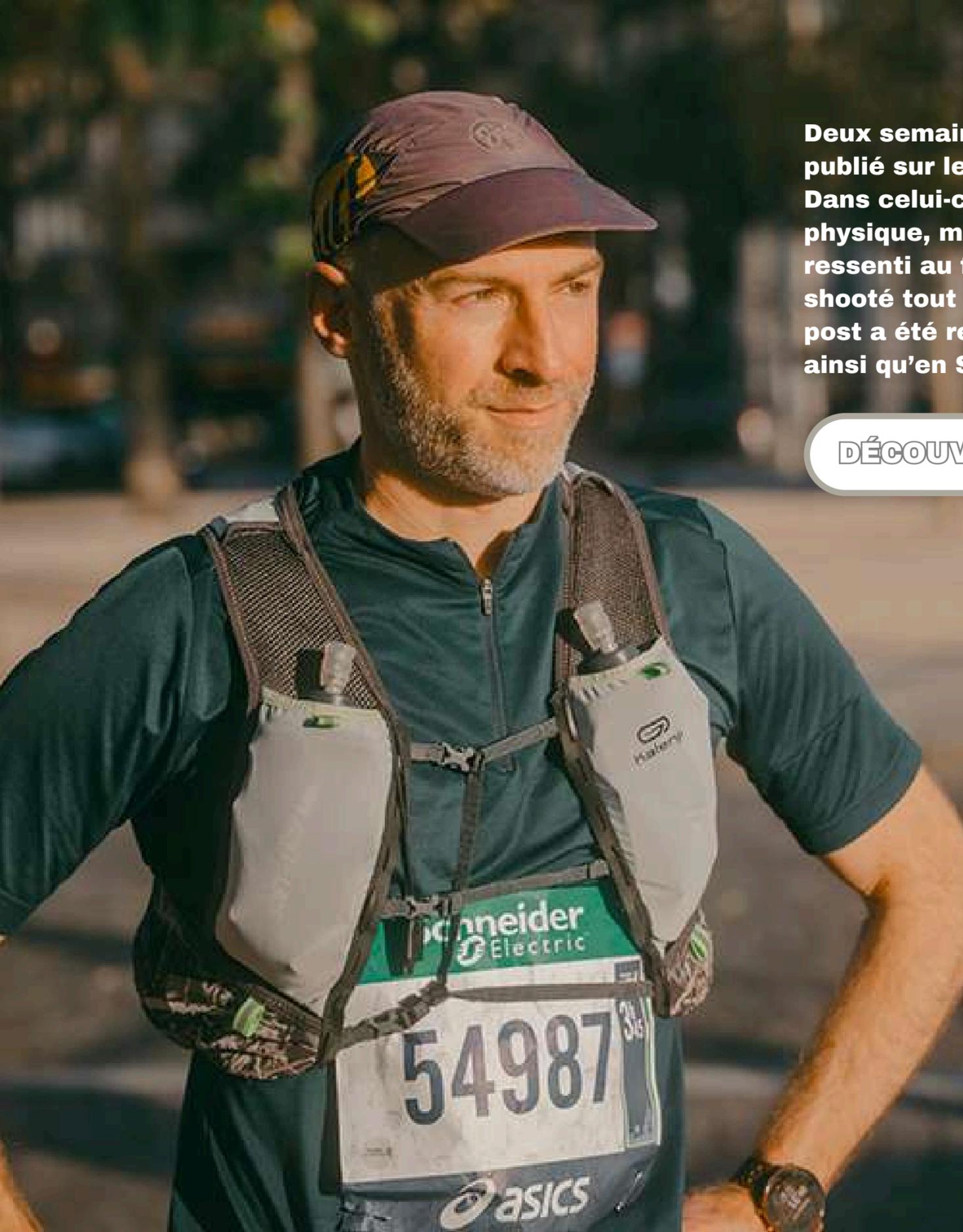
L'interview a été retranscrite et intégrée dans un article présentant les deux montres Alpina réalisées en édition limitée pour cette course autour du monde.

DÉCOUVRIR >

3 jours avant son départ pour l'Arkéa Ultim Challenge, nous avons rencontré Eric Peron, ambassadeur de la marque de montres Alpina. L'occasion de réaliser une interview vidéo que nous avons postée sur notre compte Instagram.

L'interview s'est déroulée à l'arrière du cockpit de l'Ultim Adagio, et il a pu répondre à quelques questions concernant son ambition de boucler son premier tour du monde en solitaire, la manière dont il gère son temps à bord, notamment la gestion complexe du sommeil, ainsi que les défis physiques et mentaux que représente la solitude en mer.





Deux semaines après la course, un article a été publié sur le média pour en faire un compte rendu. Dans celui-ci, Joe revient sur sa préparation physique, mentale et nutritionnelle et raconte son ressenti au fil de l'épreuve. Nous avons suivi et shooté tout le parcours de Joe pour l'illustrer. Le post a été relayé sur le compte Facebook du média ainsi qu'en Story sur Instagram.



DÉCOUVRIR >

RÉSULTATS

OBJECTIF MARATHON DE PARIS AVEC L'APPART FITNESS



1 600
pages vues

MARATHON DE PARIS 2021 : COMPTE-RENDU



6 000
pages vues



5min30
temps moyen passé
sur la page

L'OPÉRATION

L'un de nos rédacteurs est parti trois jours en Écosse pour visiter et découvrir la distillerie de la célèbre Maison de spiritueux Glenfiddich. Nos lecteurs ont suivi de près son séjour, notamment grâce aux stories réalisées sur Instagram. Les photos présentes dans l'article ont été prises sur place. À son retour, le rédacteur a écrit son récit de voyage, partagé son expérience et ses nouvelles connaissances sur le sujet.

DÉCOUVRIR >

RÉSULTATS



30 000
vues uniques



10 000
personnes touchées



10 000
personnes touchées en
naturel

ÉTUDE DE CAS

GLENFIDDICH DISTILERY

Portant un intérêt aux spiritueux, nous avons l'habitude de traiter ce genre de sujets dans notre rubrique "Plaisirs modérés". En Juin 2018, un de nos rédacteurs a eu la possibilité de se rendre en Écosse afin de découvrir les coulisses de la conception des plus prestigieux whiskies de la célèbre Maison Glenfiddich. En collaboration avec la distillerie écossaise, notre rédacteur nous a fait le récit de son voyage. Entre découvertes, dégustations et rencontres, le whisky Glenfiddich n'a désormais plus de secret pour nous !



ÉTUDE DE CAS

GALERIES LAFAYETTE CHAMPS-ÉLYSÉES

Le groupe Galeries Lafayette se définit comme « Spécialiste de la mode implanté au cœur des villes ». Créé par Théophile Bader et Alphonse Kahn, deux cousins alsaciens, le groupe voit le jour en 1893 lorsque ces derniers décident d'ouvrir à Paris le magasin « Aux Galeries Lafayette », dont le nom provient de l'emplacement auquel il se trouve : 1, rue La Fayette. Le succès est immédiat, et dès 1908, s'ouvre un deuxième magasin qui fait aujourd'hui le prestige de l'enseigne : Les Galeries Lafayette Boulevard Haussmann. En 2021, les Galeries continuent de s'agrandir en ouvrant un nouveau magasin (son 57e en France !) aux Champs-Élysées. L'équipe de Comme un camion s'est rendu sur place pour le faire découvrir à ses lecteurs.



L'OPÉRATION

L'opération consistait à annoncer l'ouverture de ce magasin à taille humaine, et de présenter toutes les modes qui convergent aux différents étages, sans oublier le food court.

[DÉCOUVRIR >](#)

2 jours après la publication, une série de photos a été postée sur Instagram. Ces photos, prises par nos soins, présentent sous un autre angle le grand magasin et ont permis de mettre en avant l'article et les silhouettes réalisées sur place.

[DÉCOUVRIR >](#)

Enfin, 2 semaines après, un jeu concours durant une semaine a été proposé à nos abonnés Instagram pour agrandir leur garde-robe Automne-Hiver.



DÉCOUVRIR >

RÉSULTATS

LES GALERIES LAFAYETTE DES CHAMPS-ÉLYSÉES NOUS OUVRENT LEURS PORTES !



3 226
pages vues



313
clics sortants par
marque cité

JEU CONCOURS INSTAGRAM



1 300
participants

CONTACTS

Un café pour discuter collaboration ?



Mail : serge@commeuncamion.com | Tél. : 06 62 33 09 02