

ven 05/11/2021 - 16:32



Les linéaires jusqu'à présent occupés par les titres 60 millions de consommateurs et le magazine Que Choisir (édité par l'UFC-Que Choisir) accueillent depuis peu le bimestriel Kali. Les éditions Larivière ont en effet lancé le 26 octobre ce nouveau titre de décryptages et d'enquêtes. Une revue plus précisément dédiée à l'étude scrupuleuse des produits de consommation courante, sous l'angle environnemental, sanitaire et éthique.

Au sommaire de la parution (codification 14315, 4,90 euros) de 100 pages, créée par Christelle Pangrazzi, ancienne rédactrice en chef adjointe de 60 millions de consommateurs et Hélène Devynck, ancienne journaliste chez LCI, des tests produits pour déceler le bon du mauvais dans les caddies mais surtout, plus de 180 produits étudiés au sein de ce numéro de lancement. Avec, en première ligne, les articles d'hygiène alimentant "le business du coronavirus", entre masques, compléments alimentaires et nettoyeurs, pas toujours efficaces, voire dangereux.

Dans les pages de Kali, qui a bénéficié d'un tirage à 100000 exemplaires pour son numéro de lancement, de nombreux articles sur l'alimentation, rédigés vec le concours d'experts sur la thématique, mais aussi des contenus dédiés à l'éthique, à la santé et au bien-être animal. L'occasion par exemple d'aborder la présence de sucres cachés, du gluten, la présence (insoupçonnée) de plastique dans les assiettes, ou encore de comprendre quels sont les bienfaits des vitamines. La relève sera assurée à partir du 25 décembre, indiquent de leur côté les MLP.

Union Presse - 16 place de la République 75010 Paris - Tél : 01 42 40 27 15