

Une Eclaircie en points de vente

ven 14/01/2022 - 18:15



Le groupe Novethic, filiale du groupe Caisse des Dépôts, a lancé en décembre le magazine L'Eclaircie, en collaboration avec l'agence Mots-Clés. Vendu 15 euros sous la codification 02767, ce premier numéro est consacré au « Big bang de la révolution durable ». Le titre, qui prend la forme d'un mook, trouve sa place au linéaire économie/finance, ou avec les mooks comme We Demain.

L'ambition de ce nouveau magazine : aborder les enjeux du développement durable, avec un ton, comme son titre l'indique, résolument optimiste. Le tout à l'heure des fake news et de la désinformation. « L'Éclaircie est ainsi l'incarnation du projet de Novethic : aiguiller les consciences avec des faits objectifs, à l'heure où la post-vérité gagne toujours plus de terrain », assure Anne-Catherine Husson-Traore, directrice générale du groupe.

Au sommaire pour ce premier numéro réalisé par les chercheurs, formateurs, journalistes de Novethic avec l'agence Mots-Clés, un sujet sur le « pouvoir de l'épargne », un grand entretien avec l'actrice Aïssa Maïga, un dossier sur les nouvelles énergies ou encore des infographies et rétrospectives.