

Avec LYRIC, l'opéra donne de la voix dans les linéaires

mar 03/05/2022 - 17:16



Lever de rideau pour l'opéra dans les linéaires. I/O media (groupe de presse à l'origine du renouveau de Têtu en 2018) lance LYRIC (codification 16681, à 8,90 euros), un nouveau trimestriel dédié à l'opéra, qui est disponible depuis aujourd'hui sur papier et sur internet. "L'opéra est parfois perçu comme un art inaccessible, très codé, réservé à un public expert. Lyrik a pour ambition de toucher le plus grand nombre", a expliqué Albin Serviant, directeur général d'I/O Media, cité par l'AFP.

Vendu 8,90 euros, le premier numéro de LYRIK est composé de 146 pages avec un parti pris fort sur l'iconographie. Le titre compte se démarquer par "son ouverture d'esprit et un désir d'accessibilité à toutes et à tous", avec des reportages, entretiens et sujets de fond destinés à casser les préjugés qui biaisent l'image de l'opéra. La parution, à positionner à côté de titres comme Beaux-Arts ou Polka selon l'éditeur, donne la parole à la jeune génération de chanteurs d'opéra, qui font la couverture. Comme les soprano Amélie Tatti et Cyrielle Ndjikinya, la mezzo-soprano Alix Le Saux, le baryton Louis de Lavignère et le ténor Marco Angioloni. Le trimestriel ambitionne aussi d'explorer les liens qui unissent aujourd'hui opéra et politique, ou encore dévoile ses affinités avec le rock et l'univers Marvel.

Côté positionnement, LYRIC trouve sa place avec les titres culturels. "Il n'a pas vocation à se situer dans le rayon musique des points de vente. Il est destiné à la catégorie lifestyle & culture",

a ainsi précisé Albin Serviant. Le lancement est soutenu par un important dispositif de mise en avant et de promotion (TV, radio, presse, réseaux sociaux), et des stocks de réassort sont disponibles, indique l'éditeur. Le trimestriel est géré par Destination Média.

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