union PRESSE

mer 24/06/2020 - 15:53



Les linaires vont avoir droit ce vendredi à une grande bouffée d'air. Reworld Media lance en effet un tout nouveau magazine : Bien à la campagne (4,95 € : codification : 13988). Un trimestriel axé sur la vie rurale et qui abordera divers thématiques comme le jardinage, la maison, la cuisine ou le voyage. Nicolas Aguirre, rédacteur en chef de cette nouvelle parution, revient pour nous sur ce lancement.

Quelle est le concept de ce nouveau magazine ?

Il s'agit d'un magazine trimestriel de 116 pages environ qui s'adresse principalement aux lecteurs néo-ruraux et à tous ceux qui ont des envie de campagne et qui n'ont pas encore franchi le pas. Concernant le contenu, nous avons divisé le magazine en quatre grandes parties : le jardin, la cuisine, la maison et le voyage. Nous sommes vraiment un journal transversal. Dans l'idée, la parution pourrait se placer à côté des magazines jardin, nouvelle tendances ou jardin-déco. Même si j'insiste bien sur le fait que nous ne sommes un concurrent à ce genre de titre. La constante du magazine sera vraiment d'alterner entre le très beau et le pratique, et des choses simples. Donc « inspiration » et « réalisation ». Avec beaucoup de photos. Parfois de grandes et belles photos en double page mais aussi des « close-up », autrement dit des zooms pour montrer comment il faut faire.

Pouvez-vous détailler le contenu des quatre grandes rubriques ?

Nous aurons donc une première partie avec tout ce qui a attrait au jardinage, à la verdure. Le contenu sera beaucoup axé sur la vie à la campagne et s'adressera donc plutôt à des personnes avec un jardin extérieur et pas forcément pour les citadins avec un petit balcon. La partie cuisine sera dans la même veine, entre inspirations et réalisations. Avec du contenu bien évidemment saisonnier. Par exemple, on attendra plus tard dans l'année pour pour parler des fruits d'hiver. Côté maison, il s'agira plutôt de dossiers sur la déco avec des bons plans. Il y aura de la déco « simple », plutot facile, avec par exemple un article pour apprendre un retaper une table ou faire un hamac avec un plaid. Et une partie plutôt axée sur les travaux plus importants dont des Do It Yourself. Et enfin, côté voyage, on parlera de tourisme, de découvertes. L'idée est réellement de découvrir des lieux surprenants en France. Dans les campagnes toujours.

Pourquoi lancer ce magazine maintenant ?

Pour tout vous dire, l'idée nous trottait dans la tête depuis un petit moment. Il avait ce petit mouvement de « retour à la nature », cet attrait pour la campagne. Même si nous sommes des urbains. Et puis, on s'est dit que nous avions dans le groupe toutes les compétences nécessaires pour lancer un titre comme ça. Avec le confinement, nous avons bien vu que les gens était attiré par la campagne. Pour nous, c'était le bon moment. C'est vraiment dans les attentes, dans l'espoir et dans les envies des gens. Et puis voilà, il faut innover, essayer et sentir l'air du temps.

Avez-vous un message pour les marchands ?

Nous travaillons main dans la main avec les marchands. Nous comptons beaucoup sur eux. J'ai envie de leur dire que c'est un magazine dans lequel on croit. Avec un grosse mise en place : près de 100 000 exemplaire. Pour nous, c'est d'abord la vente au numéro qui compte. Nous ne sommes pas dans une politique d'abonnement. Et c'est un beau magazine, avec un dos carré et du bon papier. Concernant la promotion, il y aura des affiches kiosques et comme d'habitude une très grosse promotion dans les autres magazines du groupe.
