

Neoruro se lance pour faire découvrir la campagne

mer 14/04/2021 - 09:09



Reworld Media entame encore un tournant dans son développement. Et lance, ce 15 avril, un nouveau magazine positionné sur la thématique d'une "nouvelle vie au vert", tendance amplifiée par la crise sanitaire, Neoruro (codif. 03133, 5,90 €). Tiré à 60 000 exemplaires, le trimestriel est distribué par France Messagerie.

Son objectif ? Inspirer les citoyens des villes à vivre avec la nature, voire dans la nature, en inspirant les réflexions sur les grands enjeux sociétaux. Mais aussi en donnant envie de s'établir à la campagne. Le tout, en accompagnant les lecteurs dans leurs projets et proposant des témoignages et portraits faisant la part belle à celles et ceux qui vivent l'aventure. Sans oublier de donner la parole aux experts du terrain (élus, associations, institutionnels, etc.).

Dans le détail, la parution qui cible les hommes et femmes de plus de 35 ans, s'articulera autour de plusieurs grands axes : un "dossier" intitulé "Ces familles qui l'ont fait " pour évoquer dans une vingtaine de pages les histoires de familles qui ont quitté la ville et ce qui a motivé leur décision, un "zoom territoires" pour donner des témoignages sur la vie rurale, le télétravail et rencontrer des personnalités locales. Et à chaque numéro, une analyse de l'immobilier dans les villes de taille moyenne. Enfin, sans une section "Entreprendre", Neoruro montrera que bon nombre de personnes s'épanouissent au travers de l'artisanat, en traitant de la formation, jusqu'au financement. Prêts pour un grand bol d'air ?

A noter aussi que ce nouveau support bénéficie d'une importante mise en avant : de l'affichage en point de vente, du soutien dans les titres du groupe (*Ami des Jardins, Télé Star, Gueuleton, Closer, Télé Poche, Auto Plus, Le Chasseur Français*) et sur les réseaux sociaux.

-