

GEO

SE TRANSFORME ET S'ENGAGE
POUR DEVENIR UNE MARQUE
MÉDIA À IMPACT POSITIF
SUR LA SOCIÉTÉ
ET L'ENVIRONNEMENT

N°538 - Décembre 2023



Dès ce mercredi 29 novembre, **GEO déploie son nouvel écosystème média sur l'ensemble de ses supports print, digital, réseaux sociaux et podcasts.** La marque éditée par Prisma Media depuis 1979 se réinvente pour proposer **un contrat de lecture encore plus engagé. Sa mission ? Connecter les lecteurs à la nature et au monde en profonde mutation pour lequel des femmes et des hommes se mobilisent.**

Historiquement sensible aux enjeux climatiques et environnementaux, **GEO souhaite s'imposer comme LE média référent qui sensibilise les Français aux changements environnementaux et sociétaux.** GEO s'inscrit en cela dans les recommandations du dernier rapport du GIEC pour les médias. En se positionnant contre le sentiment d'éco-anxiété, GEO met en lumière à travers sa ligne éditoriale la beauté du monde et les solutions appropriables, concrètes et à hauteur d'homme pour préserver la biodiversité.

La marque entame également une démarche pour réduire son propre impact carbone. Accompagné par la société de conseil « Imagine 2050 », GEO lancera les premiers chantiers dès la fin de l'année 2023.



« Passeur d'histoires et d'espoir, le nouveau GEO n'est pas culpabilisateur ou alarmiste. C'est vrai, la planète change sous l'impulsion de l'homme. Cela pose des défis pour notre avenir en commun. Aux premières loges, sur le terrain, nos reporters racontent ces changements, mais aussi les valeureux, les héroïques, les téméraires optimistes qui œuvrent à réduire nos impacts. Ils montrent aussi que la nature fait preuve de résilience, et que des initiatives de préservation émergent un peu partout, aux antipodes comme au coin de la rue. Montrer la beauté du monde et les actions efficaces pour le protéger est à nos yeux un puissant déclencheur d'envie d'agir, chacun à son échelle. »

Myrtille Delamarche
Rédactrice en chef de GEO

UN MAGAZINE REPENSÉ SUR UNE LIGNE ÉDITORIALE ENGAGÉE ET PORTEUSE D'ESPOIR

Le magazine, marqueur historique de GEO, se transforme en profondeur. Les reportages de terrain qui font la renommée du titre multiplient les témoignages et les portraits de femmes et d'hommes engagés dans la transition écologique et la préservation environnementale.

Nouveau principe de couverture, nouveaux rendez-vous, nouvelles rubriques, plus de reportages de proximité pour aussi découvrir autrement la France. Un nouveau GEO qui gagne en rythme de lecture et en incarnation.

NOUVELLES RUBRIQUES



TERRE DE POSSIBLES

À travers le reportage de terrain, GEO met en valeur une solution, une initiative positive, quelque part dans le monde, répondant à l'un des grands enjeux de notre avenir commun. Puis décline d'autres solutions, ailleurs, qui répondent au même enjeu.

Dans ce numéro :

Destination l'Afrique du Sud

pour découvrir la première école contre le braconnage. Unique en son genre, elle vient d'ouvrir ses portes pour former les rangers aux techniques les plus pointues de la police scientifique afin d'élucider les crimes sur la faune et d'enrayer le trafic d'espèces protégées.

EN TÊTE À TÊTE

Un grand témoin des changements du monde, un travail photo, deux regards pour mieux comprendre et s'extasier.

Dans ce numéro :

Le masque souriant du dauphin cache mille émotions.

La cétologue Fabienne Delfour dresse le portrait d'un animal qui nous attire autant qu'il nous intrigue, en bousculant au passage quelques idées reçues.



LA FRANCE BUISSONNIÈRE

GEO vous emmène à la (re)découverte d'un site méconnu, étonnant, remarquable en France, comme il vous emmènerait au bout du monde.

Dans ce numéro :

L'énigme des Grottes de Jonas

Au cœur du Puy-de-Dôme, un site troglodytique revit grâce à une équipe passionnée, qui réussit un exploit : embarquer les visiteurs dans une balade érudite, alors qu'on ne connaît presque rien de ce lieu.

Et aussi :

LA NATURE NOUS SURPREND, L'ODYSSÉE DE, DERRIÈRE L'IMAGE,

Trois nouvelles rubriques de décryptages et de photos intrigantes pour lecteurs pressés.

UN RELAIS PUISSANT DE L'OFFRE NUMÉRIQUE



SITE

Avec une croissance d'audience de plus de **80% en un an**, le site compte désormais **6,1 millions de visiteurs uniques** et se positionne comme un site d'actualités internationales, de sensibilisation et de compréhension des enjeux du monde.

En 2024, la rédaction continuera à renforcer son traitement des sujets géopolitiques, climatiques et touristiques plus éco-responsables. Les technologies vertes, les nouvelles mobilités, la protection de la biodiversité seront aussi des thèmes dont le traitement sera amplifié.



RÉSEAUX SOCIAUX

4 nouveaux formats vidéos en cours de lancement, à l'instar de « GEO-Enviro »

GEO souhaite aussi sensibiliser un public plus jeune et lance en ce mois de novembre un nouveau programme vidéo intitulé : « GEO-Enviro », incarné par **Virginie Hillsonne-Levy**, journaliste et présentatrice spécialisée en météorologie, climat et environnement qui officie notamment sur BFMTV et France Télévision.

D'autres programmes sont également à retrouver sur l'ensemble des plateformes sociales* :
« **GEOoptimiste** », « **GEO week-end** », « **GEO Mag** ».

*GEO est disponible sur Instagram, Facebook, Tiktok, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, Dailymotion



PODCAST

Lancement le 29 novembre d'un nouveau podcast « L'horizon et au-delà »

À travers le format audio, GEO propose une autre manière de vivre le grand reportage et de prendre le pouls du monde. « **L'horizon et au-delà est un nouveau programme composé de 6 épisodes pour s'intéresser à la façon dont les paysages sont modifiés par la transition écologique en France.**



UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION POUR PLONGER DANS LA GEO-THÉRAPIE

Pour accompagner le déploiement de sa nouvelle plateforme de marque, **GEO a choisi HAVAS Paris pour la réalisation d'une campagne de communication autour du concept de GEO-THERAPIE.** Dans un contexte d'éco-anxiété grandissante justifiée par le dérèglement climatique, GEO donne l'énergie de se reconnecter à la nature. Cette reconnexion a un impact positif sur la santé physique et mentale et permet de s'engager à son échelle et de manière réaliste dans la préservation de la nature.

Un plan média puissant sera déployé en cette fin d'année.

- Affichage
- Radio
- Presse
- Réseaux sociaux
- Digital

Des animations en points de vente sont également prévues.

CHIFFRES AUDIENCES GEO

BRAND

• **7M de Français touchés chaque mois**

• **+18% vs la vague précédente**

One Next Global 2023 S2

PRINT / mensuel

• **108 067 ex. DFP par mois**

ACPM OJD DSH 2022-2023

DIGITAL

• **6,1 M de visiteurs uniques mensuels**

Médiamétrie Netratings Internet Global
Septembre 2023

VIDEO

• **4,3 M de vidéonautes uniques mensuels**

Médiamétrie, Internet Video,
Septembre 2023

SOCIAL

• **1,1 M d'abonnés en octobre 2023**

À PROPOS DE PRISMA MEDIA

Le groupe Prisma Media accompagne le quotidien des Français depuis plus de 40 ans pour les divertir et les informer. Il est aujourd'hui le leader de la presse magazine et des médias en ligne. Chaque mois, 2 Français sur 3 consultent une marque de Prisma Media. Avec un portefeuille de 30 marques de référence, le groupe est présent sur les principaux segments grand public et luxe. Prisma Media a pour ambition de devenir le leader européen des marques médias désirables.»

Contact presse

Eloi Fouquoire - Bureau Eilo - efouquoire@bureau-eilo.fr - +33 6 76 77 11 56