

Extrait du CDURABLE.info l'essentiel du développement durable

<http://cdurable.info/Le-magazine-GEO-fete-ses-30-ans,1618.html>

Le magazine GEO fête ses 30 ans

- Média du Développement durable - Presse -



Date de mise en ligne : jeudi 19 mars 2009

Copyright © CDURABLE.info l'essentiel du développement durable - Tous

droits réservés

« Parce que le monde reste à découvrir » ! Ce slogan, c'est celui du magazine GEO. Plus de cinq millions de Français le feuilletent chaque mois en rêvant de voyages dans les steppes sibériennes ou les lagons polynésiens. GEO, mensuel le plus lu du pays, fête en ce mois de mars le 30e anniversaire de son apparition en France, un lancement qui a aussi marqué le début de l'aventure Prisma Presse.

Fin des années 70, le groupe Bertelsmann confie au jeune éditeur Axel Ganz la tâche d'adapter l'un de ses titres au marché français. Un magazine de reportage à la couverture vert pomme, lancé en 1976 en Allemagne : Geo. C'est le début de Prisma Presse, qui deviendra en trente ans le deuxième éditeur de presse magazine français, avec un chiffre d'affaires de plus de 580 millions d'euros et des titres comme Voici, Femme Actuelle, Capital.

Quand il fait son apparition dans les kiosques français en mars 1979, Geo détonne. Contrairement aux habitudes de l'époque, il est entièrement imprimé en couleurs et les six grands reportages qui composent chaque numéro sont développés sur des doubles pages, mettant en vedette le photojournalisme. Le contenu aussi est inédit. A l'époque, *"on vit encore dans un monde bipolaire, les voyages c'est tout nouveau. Thalassa existe déjà, mais il n'y a pas d'autres émissions télé de grands reportages, peu de guide de voyages"*, explique à l'AFP le rédacteur en chef de Geo, Jean-Luc Marty. Le succès est immédiat, avec 200.000 abonnés au bout d'un an.

A partir de 1982, une nouvelle formule voit le jour, articulée autour d'un grand dossier central et d'une couverture thématique. Avec l'effondrement du mur de Berlin, le monde change. Geo se met à proposer des reportages en contrechamp de l'actualité, des enquêtes sur les enjeux géopolitiques. *"On a un pied dans le monde tel qu'on le rêve et un autre dans le monde tel qu'il est"*, résume Jean-Luc Marty à l'AFP. De Paul-Emile Victor à Jean-Marie Le Clézio, de Yann-Arthus Bertrand à Reza, une foule d'écrivains, explorateurs et photographes de renom ont contribué au titre. Mensuel le plus lu par les Français (5 millions de lecteurs pour 275.000 exemplaires vendus chaque mois), Geo a vu sa diffusion reculer ces dernières années, mais reste loin devant ses concurrents directs National Geographic et Grands reportages.

Post-scriptum :

Sources : AFP - GEO