

# LA MARQUE DE LA CONNAISSANCE DU MONDE

**MENSUEL**  
4,3 millions de lecteurs  
160 951 exemplaires



## BIMESTRIELS & HORS-SERIES

Histoire 60 000 ex.  
Collection  
Sciences  
Aventure



**NEWSLETTERS**  
285 000 abonnés



# GEO

4,8 millions  
de multi-readers



## RÉSEAUX SOCIAUX

Facebook : 200 000 likers  
Twitter : 60 000 followers  
Pinterest : 370 000 abonnés  
Google + : 71 000 abonnés  
Instagram : 3 300 abonnés



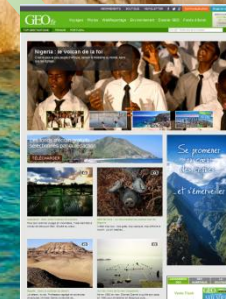
**MOBILE**

146 000 mobinautes



**TABLETTE**

291 000 tablonautes



## GEO.fr

+ Communauté Photo  
+ Blogs de Voyageurs  
816 000 VU 3 écrans

## CONCEPT

### La marque de la connaissance du monde

A travers ses reportages, ses analyses géopolitiques, ses enquêtes, ses témoignages et ses expertises multithématiques, GEO nous propose de découvrir le monde avec **son regard unique, inédit et résolument positif**. Ses **photos d'exception** et ses **contenus haut de gamme** confèrent à la marque GEO le statut de **showroom du monde qui suscite l'envie, donne du plaisir et des émotions à son audience**.

# GEO

4,8 millions  
de multi-readers

## VALEURS

Humanisme  
Découverte  
Excellence  
Plaisir  
Rêve  
Expertise  
Objectivité  
Photo  
Evasion  
Qualité  
Connaissance

## ACTUALITÉS

### Audiences en forte hausse

GEO voit son audience augmenter de +16% vs n-1  
GEO surperforme également sur les CSP+ avec une progression de +6% vs n-1



### Prix Argent au Grand Prix du Brand Content

pour ce dispositif 360° Issey Miyake

### Prix Argent et de Bronze Grands Prix Stratégie

pour l'opération "Catch The Road by Citroën C3"



### Application GEOAIR 360

GEO offre à ses lecteurs une immersion au cœur des plus beaux paysages du monde

## BÉNÉFICES

### 2ème titre de presse

le plus lu par les CSP+ avec près d'1,4 million de lecteurs CSP+

### Mensuel le plus lu

par les TOP CADRES avec 401 000 lecteurs Top cadres