union PRESSE

Cinq questions à Myrtille Delamarche, rédactrice en chef du magazine GEO

ven 01/12/2023 - 16:06



Prisma Media a lancé cette semaine une nouvelle formule de son magazine GEO. Les explications de sa rédactrice en chef Myrtille Delamarche, sur ce nouveau souffle pour le titre.

Quelles nouveautés dans GEO ?

Sur le fond, GEO, qui a toujours été très sensible à l'évolution de l'environnement, du climat, de l'état de la faune, revendique beaucoup plus fortement cet engagement autour de ces sujets. Il relève la mission d'expliquer ces changements en cours aux lecteurs d'une façon qui soit la plus appropriable possible, la plus concrète. GEO part d'un constat sur le terrain et s'engage à conserver la même exigence photographique. L'exercice ne change pas, on envoie partout nos reporters sur le terrain, et nos exigences côté image sont extrêmement élevées. Mais on a multiplié les contenus qui permettent d'aller voir comment notre environnement, notre planète évolue et ce qui change pour les gens qui vivent sur place. Nous mettons aussi en avant ceux qui s'engagent pour limiter les impacts de ces changements et qui sont porteurs d'initiatives positives pour conserver l'espoir d'un monde qui ne s'abîme pas trop vite.

Et côté maquette ?

GEO a toujours eu l'exigence d'une mise en page très qualitative, élégante, repensée pour chacun des sujets. Mais c’est vrai qu’on avait systématisé certaines choses, comme les ouvertures de sujets en doubles page photos. avec la nouvelle formule, nous avons souhaité nous adapter à l'évolution des habitudes de lectures avec une plus grande diversité des formats. La maquette se modernise, avec des couleurs plus pop, une grande différence de traitement d’une rubrique à l’autre pour que, dès le feuilletage, le lecteur sache où il en est dans sa lecture du sujet et du magazine.

La précédente refonte de GEO datait de 2021. Pourquoi évoluer encore ?

D’une part, cette refonte va plus loin que la nouvelle formule qui avait été faite en 2021. Il s'agit vraiment d'une refonte de marque, en cohérence entre le numérique t le magazine. D'autre part, nous avons souhaité aller plus loin sur la forme, y compris avec la couverture qui a évolué. Tout en conservant les marqueurs très forts de reconnaissance de GEO, ce contour vert que tout le monde a bien identifié. Nous avions aussi la volonté de hiérarchiser davantage la Une pour montrer toute la richesse de notre contenu.

Quels sont vos objectifs avec cette nouvelle formule ?

Pour les lecteurs existants, l’idée était de pas trop les bousculer et de conserver tout ce qu’ils connaissent et aiment de GEO. Mais nous voulons aussi séduire de nouveaux lecteurs, ceux qui peut-être trouvaient que GEO manquait de modernité. Ils vont désormais y retrouver des codes présents dans les maquettes de journaux plus récents.

D'autres nouveautés à attendre de GEO ?

Nous évoluons beaucoup côté numérique avec un renforcement de la production sur notre site, et une plus grande cohérence de ce qui est traité sur le site et sur le magazine. Côté print, nous faisons aussi évoluer la partie actualité de nos hors-séries, avec une nouvelle séquence baptisée "L’actu de la planète". Et sur le mensuel, cette incarnation, ces solutions à hauteur d’homme, cette préoccupation pour l’état de la planète vont aussi avec une facilitation de la lecture. Aujourd’hui grâce à du découpage, l’idée est de faciliter la lecture, relancer l’attention, faire que les lecteurs aient envie de reprendre en main le magazine quand ils sont interrompus.