

## GEO Histoire se réinvente pour rendre l'Histoire plus vivante

Le magazine thématique de la marque GEO, lancé en 2006 pour raconter l'Histoire et la mettre à portée de tous, se réinvente avec une nouvelle formule immersive et incarnée. Sa ligne éditoriale enrichie et ses nouveaux formats seront dévoilés à l'occasion de la sortie le 19 mars d'un numéro consacré aux coulisses du Vatican.

### Captiver avec un traitement éditorial incarné et revisité

Pour captiver les lecteurs et transmettre le goût de l'Histoire, le magazine enrichit sa ligne éditoriale avec **une approche pluri thématique**, variant les angles et les sujets.

Avec sa nouvelle formule, **GEO Histoire entend encourager la curiosité et faciliter la compréhension du présent à la lumière des leçons du passé**. S'appuyant sur des archives rares, des enquêtes approfondies et des découvertes récentes, chaque numéro offrira un regard neuf sur le passé en déconstruisant les idées reçues.

GEO Histoire s'attache aussi à **raconter l'Histoire à hauteur de femmes et d'hommes** en mettant en lumière les parcours méconnus qui ont façonné l'Histoire. **Parce que derrière chaque grand événement se cachent des destins individuels, des héros oubliés et des témoins privilégiés.**

### De nouveaux formats pour raconter la grande et la petite Histoire

Afin d'instaurer des rendez-vous réguliers avec ses lecteurs, GEO Histoire a entièrement repensé son chemin de fer avec des rubriques inédites : **En images**, une plongée dans l'Histoire à travers des séries photographiques et des expositions, véritables vitrines visuelles sur le passé, **Ce jour-là**, le récit d'un événement marquant ou insolite qui a façonné son époque, **Historama**, une datavisualisation pour un décryptage rapide et percutant, **Dans la peau de**, une immersion documentée dans une époque à travers un personnage fictif d'autrefois, et bien plus encore...

#### Dans la peau d'une recrue du KGB en pleine guerre froide



Sputnik / Abaca

#### Quand Georges Pompidou a sauvé Chambord



Collection Privée / SDP

#### 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.

[Site prismamedia.com](http://Site.prismamedia.com) / [Linkedin](#) / [Instagram](#) / [X](#) / [Daily Motion](#)

