

## Préserver et transmettre l'essentiel

### • Une grande marque de presse

Depuis 120 ans, le magazine National Geographic fait découvrir au grand public les expéditions et recherches financées par la National Geographic Society, organisation à but non lucratif.

### • Une prise de conscience du monde qui nous entoure

Chaque mois, le magazine emmène ses lecteurs sur le chemin d'aventures uniques, avec un éventail de sujets qui va de l'archéologie aux civilisations anciennes, en passant par les merveilles de la nature, la faune, la flore, mais aussi l'ethnographie. La passion et l'enthousiasme qui animent les reporters sont le moteur du magazine.

### • Un magazine qui allie excellence et éthique

National Geographic fait intervenir des experts de renommée internationale (photographes, reporters, scientifiques...). Sa quête de vérité passe par l'impartialité de l'information et donne aux lecteurs toute latitude pour se forger leur propre opinion.

### • Une cible sélective de lecteurs haut de gamme

Plus de 2 millions de lecteurs de National Geographic jeunes, CSP+, aisés, éduqués et urbains.

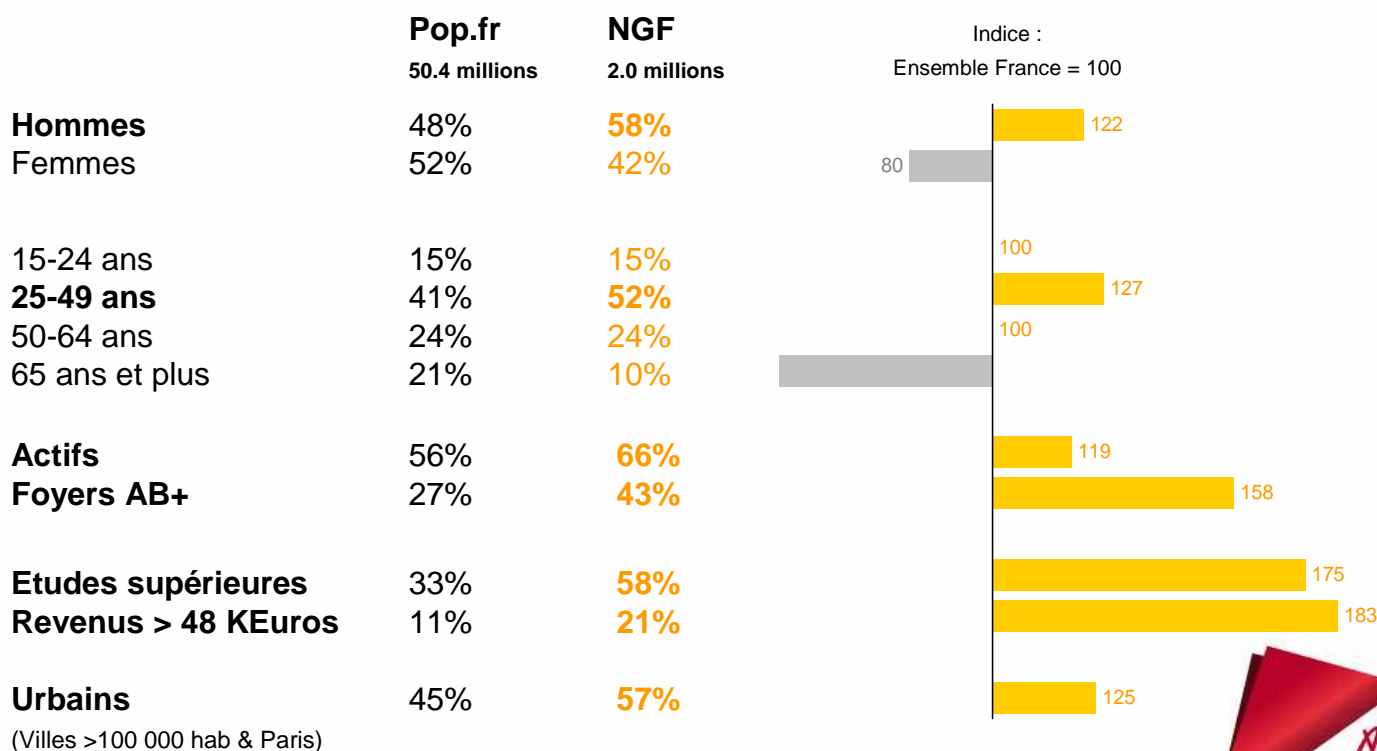
### • Un écrin pour la publicité

Des marques haut de gamme dans les secteurs transport, luxe, mode, audio-photo-vidéo, informatique, voyage, qui font confiance à National Geographic France depuis 1999.

## Profil du lectorat

**2 038 000 lecteurs (AEPM 2008-09)**

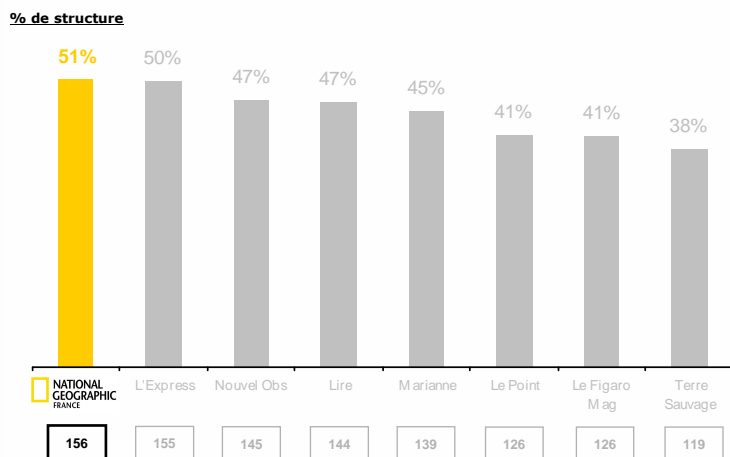
**384 000 lecteurs Premium (AudiPresse Premium 2009)**



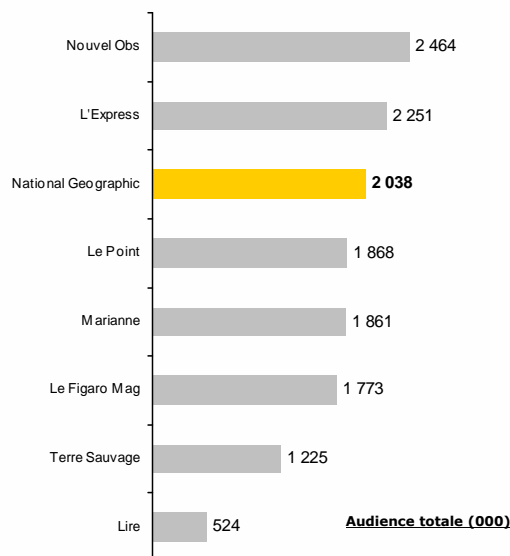
Source AEPM 2008-09

## National Geographic : Un lectorat plus sélectif que les news

### La plus forte affinité sur les CSP+



### Avec plus de 2 millions de lecteurs, NG compte plus de lecteurs que Le Point



Source : AEPM 2008-09 (CSP+ : chef de foyer AB)

## Les 5 bonnes raisons de choisir National Geographic

### 1- La passion de l'EXPLORATION depuis 120 ans

Fondée en 1888, la National Geographic Society fera de son « bulletin » l'un des plus grands titres du monde et la vitrine des milliers d'expéditions qu'elle finance.

### 2- Des VALEURS éditoriales...

Une mission : « *Inspirer le désir de protéger la planète* »

### 3- ...mises au service des annonceurs du LUXE

Passion, Excellence, Conscience planétaire, Authenticité, Transmission

### 4- Un ECRIN pour vos marques

Son format, ses codes graphiques, sa photographie : un statut d'objet précieux pour une caution publicitaire d'esthétisme et de premiumness.

### 5- Des LECTEURS SELECTIFS

Des jeunes actifs urbains, aisés, adeptes d'une consommation qualitative, exigeante, éthique.

**Prix de vente** € 4,90  
**Périodicité** Mensuel  
**Bouclage** 4 semaines avant parution  
**Année de lancement** 1999

**Diffusion**  
 France Payée dsh 2009 103 209 ex  
 77% abonnements / 23% ventes

**Tarif brut 2010**  
 Simple Page quadri 15 200 €

**Audience**  
 Ensemble 2 038 000 (AEPM 2008-09)  
 Premium 384 000 (AudiPresse Premium 2009)

**Coût pour mille lecteurs**  
 Ensemble - 1 PQ 7,5 €  
 Premium - 1 PQ 39,6 €

**CONTACT : 01 44 15 32 73**