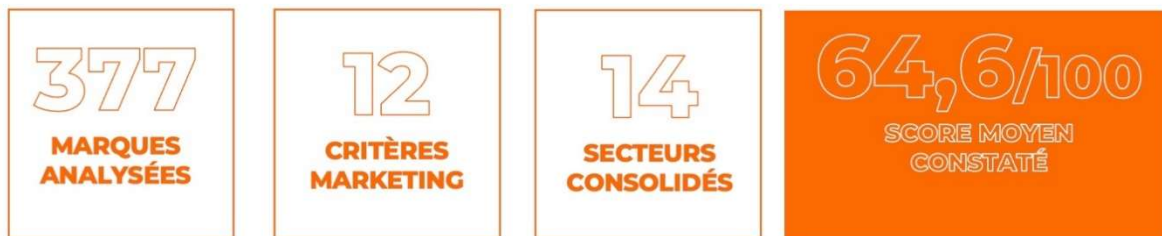


Reworld MediaConnect lance son baromètre GEO et confirme son rôle structurant sur le marché

En octobre dernier, Reworld MediaConnect lançait la première offre GEO (Generative Engine Optimization) du marché pour adresser un enjeu devenu central : la présence des marques dans les réponses des IA génératives. Déjà identifié comme le premier groupe média cité dans les réponses de ChatGPT en France⁽¹⁾, Reworld Media franchit aujourd'hui une nouvelle étape avec le lancement de son baromètre.

Ce baromètre sectoriel inédit propose une première mesure structurée de la considération des marques par les moteurs d'IA génératives, déjà utilisés par près d'un Français sur deux en 2025⁽²⁾.



Un outil propriétaire pour objectiver la recommandation des marques

Ce baromètre repose sur l'analyse de 377 marques, réparties sur 14 secteurs, mesurées depuis octobre 2025 à partir d'un outil propriétaire, le *Regenerative Score*.

Sa spécificité : évaluer la présence des marques dans les réponses des LLM à partir de 12 critères marketing clés, à la croisée du branding et de la performance, sur la base de prompts proches des usages réels.

Des performances proches en apparence... mais des écarts de maturité marqués



Premier enseignement de ce baromètre : les niveaux de présence dans les IA génératives sont relativement homogènes d'un secteur à l'autre, avec un score moyen de 64,6/100.

Cette homogénéité masque des écarts plus structurels. Derrière des scores approchant, certaines marques présentent des performances équilibrées sur l'ensemble des 12 critères, quand d'autres affichent des fragilités marquées sur plusieurs dimensions clés. Autrement dit, toutes ne sont pas armées de la même manière pour être recommandées par les IA.

Des critères marketing aux leviers de recommandation

Pour dépasser une simple logique de présence, ces critères permettent **d'analyser non seulement si une marque est citée, mais pourquoi elle l'est.**

Ainsi, les marques les mieux positionnées se distinguent par la clarté de leur proposition de valeur, l'adéquation de leur offre au marché et la valeur perçue.

À l'inverse, les acteurs les moins performants rencontrent davantage de difficultés sur la réputation, notamment les avis clients et la simplicité du parcours.

La réputation apparaît comme une fragilité très largement partagée par les secteurs et probablement comme un des critères structurant de l'autorité perçue d'une marque dans les environnements conversationnels.

Au-delà du classement, un outil de lecture et d'action

Plus qu'un classement, ce baromètre propose une lecture des profils de présence des marques dans les IA génératives. Il permet d'identifier les axes de progression et d'anticiper les contenus les plus susceptibles d'être sélectionnés et recommandés.

Publié trimestriellement, il a vocation à affiner la compréhension des critères qui structurent l'autorité des marques dans les LLM et à suivre l'évolution des performances dans le temps.

Une dynamique qui positionne le Groupe au cœur des nouveaux enjeux de visibilité liés aux IA conversationnelles, où la visibilité ne se décrète plus mais repose sur la capacité des marques à être reconnues/retenues comme pertinentes et recommandables.

**#1 publication avril → [Découvrir le baromètre GEO Reworld Media](#)
*Iconographie également disponible en pièce jointe.***

⁽¹⁾ Etude AhRef février 2026

⁽²⁾ Baromètre du Numérique, ARCEP/ARCOM/CREDOC, 2025

A propos de Reworld MediaConnect - <https://www.reworldmediaconnect.com/>

Reworld MediaConnect est la régie publicitaire du groupe Reworld Media, 1ère plateforme de marques média en France (1er éditeur thématique grand public, 3ème groupe média dans le digital*. Reworld MediaConnect commercialise les plus de 80 marques média du groupe, hébergées sous 10 univers thématiques : Santé & Parentalité, Lifestyle premium, Cuisine, Jeunes, Sports & Auto, Culture & Savoirs, Divertissement, Tech & Gaming, Nature et Maison. Les publications du groupe Reworld Media adressent 36 millions** de Français par mois, soit 2 Français sur 3. L'offre éditoriale digitale du groupe permet de toucher 32 millions* de visiteurs uniques. Au-delà des médias, Reworld MediaConnect s'appuie sur les expertises de marketing services du groupe telles que l'insight, la production de contenus, l'influence, l'évènementiel et la performance avec Tradedoubler. Le déploiement de marques média print sur le digital et le social, la complémentarité du contenu et de la technologie, le mix du média et du hors-média, la synergie du branding et de la performance sont autant d'atouts qui permettent à la régie de répondre à toutes les problématiques de marques, d'apporter de nouvelles solutions et de garantir le succès des actions de communication à l'efficacité mesurée et aux coûts maîtrisés. *Mediamétrie//NetRatings Internet Global février 2026 **ACPM - OneNext Global 2025 S1 Brand 30J

Contacts média :

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld Media
stemplet@reworldmedia.com | 33 (0)6 50 46 37 31

Ségolène de Saint Martin, Founder | PCE
sdestmartin@p-c-e.fr | 33 (0)6 16 40 90 73