

---

## **Reworld Media industrialise la vente de sa Data : désormais disponible partout et enrichie en temps réel par l'IA**

**Reworld Media (ALREW), premier éditeur thématique grand public, signe de nouveaux accords de commercialisation de sa Data en France. Avec des informations sur la consommation de plus de 40M de Français, le groupe affirme son leadership sur la Data en France. Cette Data est collectée et qualifiée sur plus de 80 sites permettant de connaître leurs habitudes de consommation sur plus de 1 200 catégories de produits et services. Par ailleurs, le groupe dresse un premier bilan positif de sa stratégie de déploiement d'agents IA conversationnels sur ses principaux sites.**

Grâce à cette segmentation fine et à des partenariats stratégiques majeurs, la Data propriétaire de Reworld Media est désormais accessible aux acteurs de la télévision, des réseaux sociaux, du DOOH et bien entendu aux clients souhaitant segmenter leur publicité en ligne. Cette stratégie se matérialise par des accords structurants avec TF1 ou encore Canal+ au cours des dernières semaines.

### **Un capital Data propriétaire sans équivalent sur le marché français**

En quatorze ans, **Reworld Media** a construit un **écosystème Data propriétaire robuste et pérenne**, adossé à la puissance éditoriale de plus de **80 marques média, réparties dans 10 univers thématiques** et couvrant l'ensemble des usages du quotidien des Français.

Ce capital repose sur **40 millions d'identifiants propriétaires** et **1 200 segments donnant des indications sur la consommation et les moments de vie des Français**. Cet avantage concurrentiel s'appuie sur l'ancrage des marques du groupe au cœur de leurs usages et de leur quotidien.

À travers ses marques média référentes, Reworld Media est en mesure de connaître les usages alimentaires des Français avec **Marmiton**, les projets d'achat automobile avec **Auto Plus**, comment ils se soignent en consultant **Doctissimo**, ou encore quel téléphone ou ordinateur les intéresse grâce à **Les Numériques**, et aussi s'intéresser aux produits de beauté stars de la saison grâce aux nombreuses marques féminines du groupe (**Grazia, aufeminin, Biba, Beauté Test** ...)

Le groupe sait aussi identifier une intention de déménagement, une grossesse ou une intention de changement de voiture. Ces quelques exemples montrent à quel point la Data peut avoir un impact sur les enjeux de communication de ses clients.

Cette combinaison **volume, profondeur et diversité thématique** positionne aujourd'hui Reworld Media comme **l'acteur Data le plus complet du marché français des médias**.

### **Des partenariats stratégiques majeurs validant la valeur de la Data Reworld Media**

Dans une logique de convergence entre médias, Data et technologies, Reworld Media a structuré des partenariats stratégiques avec des acteurs de référence du marché, reflétant la solidité et la valorisation de son capital Data propriétaire.

**CANAL+ Brand Solutions** : lancement d'une collaboration stratégique permettant l'activation de la Data first-party de Reworld Media au sein de dispositifs TV et digitaux premium.

**TF1 PUB** : reconduction du partenariat Data, permettant aux annonceurs de croiser leurs données CRM avec celles de TF1 et de Reworld Media sur l'ensemble des écrans, en particulier via la TV segmentée, et **adressant plus de 20 millions d'individus en France dans un cadre sécurisé et conforme au RGPD**. Un partenariat qui a vu sa valorisation triplée en trois ans.

**Implicit** : alliance avec l'adtech française spécialisée en intelligence artificielle, renforçant la qualification et la compréhension des comportements et des intentions d'audience, en s'appuyant notamment sur les **référentiels du panel Médiamétrie//NetRatings**.

Ces collaborations illustrent une dynamique claire : **la Data Reworld Media est aujourd'hui recherchée, activée et valorisée par les plus grands acteurs médias et technologiques**.

### **L'IA, nouvelle source de collecte de Data**

Depuis novembre dernier, le groupe a déployé des agents conversationnels IA sur ses différentes marques afin de permettre aux internautes d'interagir avec les articles, fiches produits etc.

Grâce à **plus de 600 000 conversations IA mensuelles**, Reworld Media dispose d'un capital significatif d'insights et d'audiences intentionnistes qui viennent compléter les autres sources de collecte déjà existantes. Ces audiences sont directement activables dans les dispositifs marketing et publicitaires, avec un impact mesurable sur la performance des campagnes.

### **Une infrastructure technologique au service de la création de valeur**

Afin d'industrialiser ses activations Data, **Reworld Media s'appuie sur une Data Clean Room opérée par mediarithmics**, garantissant un cadre sécurisé, gouverné et conforme au RGPD.

Cette infrastructure permet une **personnalisation à grande échelle**, une **unification des données sur l'ensemble des points de contact**, une **activation sans exposition de données brutes** et l'**intégration de l'IA dans la segmentation et l'orchestration des audiences**.

Grâce à cette maîtrise technologique, la **Data de Reworld Media figure aujourd'hui parmi les solutions les plus complètes du marché, activable sur l'ensemble des environnements média** : TV, DOOH, CRM, sur les réseaux sociaux (avec la possibilité d'injecter la Data dans les campagnes Meta), Digital, et Radio. Cette capacité omnicanale fait de la Data Reworld Media un actif hautement valorisable, au cœur des stratégies marketing.

**L'étendue de ses thématiques, combinée à la puissance de son capital Data propriétaire, confère à Reworld Media une position majeure sur le marché français pour adresser l'ensemble des enjeux média et de communication des marques, quels que soient les secteurs et les canaux.**

› Suivez l'actualité du groupe sur [Linkedin](#)

› Pour rejoindre notre [Club actionnaires](#)

**Agenda** : publication du chiffre d'affaires et résultats annuels 2025 le 25 mars 2026

**À propos de Reworld Media** - <https://www.reworldmedia.com>

Reworld Media est un groupe en développement sur deux marchés, BtoC et BtoB. Le marché BtoC par le déploiement d'offres de contenus, de services et de produits en affinité avec les centres d'intérêts des lecteurs, disponibles à l'abonnement et en vente à l'acte, auprès d'un bassin d'audiences captives de plus de 37 millions de français qu'il accompagne dans la digitalisation de leurs usages et modes de consommation. Le marché BtoB par la monétisation de ses propres audiences et l'accompagnement de ses clients dans la création et l'exécution de leur stratégie de communication et commerciale, grâce à la couverture de tous les leviers de la communication. Le Groupe a à son actif plus de 80 marques média multi-supports / multiformats (print, digital, vidéo, audio, TV, événements) génératrices d'audiences dans 12 univers thématiques (Maison & Travaux, Marie France, Grazia, Auto

Plus, Science&Vie, Marmiton, Gourmand, Top Santé, Doctissimo, Télé Magazine, etc.). Il intègre aussi ses propres plateformes technologiques à la performance, notamment de partner marketing avec 180 000 sites affiliés dans le monde. Fondé en 2012, Reworld Media est présent dans 11 pays et compte 1 275 collaborateurs.

**Euronext Growth Paris – ALREW - Code ISIN : FR0010820274**



**Contacts -** [investisseurs@reworldmedia.com](mailto:investisseurs@reworldmedia.com)

Sékolène de Saint Martin, Founder | PCE

sdestmartin@p-c-e.fr | 33 (0)6 16 40 90 73

Séverine Templet, Directrice communication | Reworld Media

stemplet@reworldmedia.com | 33 (0)6 50 46 37 31