
Reworld Media affirme son positionnement dans l'IA avec une montée en puissance du GEO

Reworld Media (ALREW), 1er éditeur thématique grand public, intensifie son positionnement BtoB sur le marché émergent du GEO (Generative Engine Optimization)⁽¹⁾, nouveau standard de visibilité des marques dans les moteurs d'intelligence artificielle.

Porté par la montée en puissance des usages liés à l'IA générative, le GEO s'impose comme un **nouveau territoire stratégique pour les annonceurs**.

Alors que les grands modèles de langage (LLMs) deviennent de nouveaux points d'entrée dans les parcours d'achat, seuls les médias de référence disposent de la capacité éditoriale et technologique pour structurer durablement la visibilité des annonceurs dans les moteurs d'IA.

Acteur média de premier plan et l'un des **plus grands producteurs de contenus en France**, Reworld Media est au cœur des **univers thématiques les plus consultés par les moteurs d'IA générative**. Le groupe entend faire du GEO un nouveau relais de croissance, à l'image du levier social, aujourd'hui en croissance à deux chiffres.

*Selon l'étude DMR (Dimension Market Research - sept25), le marché européen du GEO, estimé à 195 M\$ en 2025, devrait atteindre **près de 7,5 Md\$ d'ici 2034** - une progression du **taux de croissance annuel moyen de 49,5%**, soit plus que l'ensemble du marché du social et du search en France -*

Un premier bilan opérationnel solide sur le marché du GEO

Fort de sa capacité éditoriale, conjuguée à des solutions commerciales parmi les plus complètes du marché, Reworld Media dresse un premier bilan très positif de sa percée dans le GEO suite au lancement de ses offres en octobre dernier (cf [communiqué](#)). Les marques du groupe accompagnent **les annonceurs sur l'ensemble de la chaîne de valeur du GEO : de la visibilité à la considération, jusqu'à la performance**.

Grâce à la **qualité de ses contenus** et à l'e-réputation de ses 80 marques média, le groupe dispose de véritables **sources d'information privilégiées des moteurs d'IA** dans toutes les thématiques du quotidien via ses marques. Cela lui confère une **position centrale et stratégique dans le référencement sur ces outils**. Chaque semaine, près de 12M de robots interrogent les contenus du groupe pour apporter des réponses aux Français qui utilisent ces assistants IA.

Tous les annonceurs font face à cette évolution, comme le souligne un récent rapport de Capgemini : un quart des consommateurs a déjà utilisé des outils d'achat basés sur l'IA générative en 2025, et 31 % supplémentaires envisagent de les adopter à court terme. Les marques ont donc l'obligation d'être référencées et citées sur ces outils.

Leur enjeu étant d'être choisies par des algorithmes, et d'être le plus citées lorsqu'un consommateur interroge son assistant IA. C'est précisément ce à quoi répondent les offres GEO du groupe.

Les solutions proposées permettent ainsi d'améliorer leur visibilité dans les moteurs d'IA via un dispositif complet en quatre étapes, de l'audit stratégique au référencement produit : IAGen Strategic Analysis, IAGen Consideration Content, IAGen Mesure & Optimisation et IAGen Commerce.

Cette offre rencontre un accueil positif et s'accompagne de développements spécifiques, avec notamment le lancement de **Beauty AI Visibility** par Beauté Test, marque de référence du secteur beauté du groupe (cf [communiqué](#)).

Le GEO, un nouveau levier de croissance à long terme du pôle BtoB

Dans l'environnement GEO, le pôle BtoB, qui représente près de **60 % du chiffre d'affaires annuel du groupe**, s'inscrit donc dans une dynamique de croissance structurelle portée par l'évolution profonde des usages numériques et publicitaires.

La migration accélérée des audiences vers les environnements sociaux et conversationnels, qui concentrent désormais 39 % du temps de surf de la population et jusqu'à 60 % chez les 15-24 ans, inscrit le marché du GEO dans une trajectoire de croissance structurelle à l'échelle mondiale.

Expert du SEO depuis l'origine, **Reworld Media accompagne ces mutations avec le déploiement de solutions technologiques GEO innovantes**, répondant aux nouveaux enjeux de visibilité et de performance commerciale des annonceurs.

Le groupe entend faire du GEO un **levier de croissance structurant pour son pôle BtoB dès cette année**, en complément de sa dynamique soutenue sur les relais sociaux (social content, social publisher, Metapic, Propulse) et à la performance (affiliation, influence marketing, content-to-commerce, retail media).

› 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

⁽¹⁾ Le GEO (Generative Engine Optimization) constitue une **nouvelle verticale du marketing digital**, dédiée à l'optimisation de la présence des marques dans les moteurs d'intelligence artificielle générative. À mesure que ces assistants deviennent des points d'entrée majeurs dans les parcours d'information et d'achat, le GEO s'impose comme un nouveau levier stratégique de visibilité et de performance commerciale, permettant aux marques d'être sélectionnées et recommandées par les moteurs d'intelligence artificielle (ChatGPT, Google AI Overview, Perplexity, etc.). À l'image du SEO (Search Engine Optimization) pour les moteurs de recherche traditionnels, il constitue un **nouveau standard de visibilité dans l'économie de l'IA**.

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

Ségolène 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