

Communiqué de presse

Levallois-Perret, le 9 juin 2026

## **Dentsu, 20 Minutes, et Smalk AI lancent AI Visibility 360°, la première offre combinant GEO, GEA et vidéo pour renforcer la visibilité des marques dans les réponses générées par l'IA**

À l'occasion de GEO Morning 2026, organisé ce 9 juin, dentsu France, 20 Minutes et Smalk AI annoncent le lancement d'AI Visibility 360°, une innovation de marché conçue pour accompagner les marques dans les nouveaux usages de recherche et de découverte portés par l'intelligence artificielle générative. Première offre à associer Generative Engine Optimization (GEO), Generative Engine Advertising (GEA) et optimisation des contenus vidéo pour les grands modèles de langage (LLM), AI Visibility 360° permet aux marques de renforcer leur présence au sein même des réponses générées par les IA. L'offre sera proposée en exclusivité aux clients de dentsu pendant les trois premiers mois de son lancement.

### **Une innovation de marché pour répondre aux nouveaux enjeux de visibilité**

L'émergence des moteurs conversationnels transforme en profondeur les parcours de recherche et de décision. En France, près de 32 % des internautes utilisent désormais chaque mois une IA générative (66% chez les 15-24 ans), tandis que 72 % des membres de la génération Z déclarent avoir déjà modifié leurs habitudes de recherche d'information au cours de ces 2 dernières années, selon l'étude propriétaire iProspect « Future Of Search 2026 #2 ».

Face à cette transformation des usages, AI Visibility 360° propose une approche inédite permettant aux marques d'agir simultanément sur les différents signaux pris en compte par les moteurs d'IA générative.

### **Une offre qui repose sur trois leviers complémentaires :**

- **Le GEO (Generative Engine Optimization)**, qui vise à renforcer la présence organique des marques dans les réponses générées par les IA grâce à la production de contenus optimisés pour les LLM ;
- **Le GEA (Generative Engine Advertising)**, technologie développée par Smalk AI permettant d'intégrer des signaux publicitaires contextuels et sémantiques directement lisibles par les agents IA ;
- **L'optimisation des transcrits vidéo**, afin de rendre les contenus audiovisuels pleinement exploitables par les modèles génératifs et d'en maximiser la visibilité.

*« L'essor des moteurs conversationnels redéfinit les règles du search. Les marques doivent désormais être visibles non seulement dans les résultats de recherche, mais aussi au sein même des réponses générées par les IA. Avec AI Visibility 360°, nous avons souhaité réunir l'autorité éditoriale de 20 Minutes, référence sur les contenus serviciels qui accompagnent le quotidien des Français, l'expertise stratégique de Dentsu et la technologie de Smalk AI afin de proposer aux annonceurs une réponse concrète à cette transformation du marché. Cette alliance entre média, conseil et technologie ouvre une nouvelle étape dans la manière dont les marques construisent leur visibilité à l'ère de l'intelligence artificielle. »* **Sabina Gros, Directrice Générale de 20 Minutes**

*« Les moteurs d'IA construisent leurs réponses à partir de sources de confiance — et les médias comme 20 Minutes en sont l'autorité native. Ce partenariat consacre ce rôle dans l'AI Search : les contenus éditoriaux de 20 Minutes nourrissent les réponses génératives, et nous ouvrons en retour*

*aux éditeurs une nouvelle source de monétisation fondée sur la citation de leurs contenus. C'est ainsi que les médias resteront les piliers de confiance du web agentique.* » **Victor Charpin, Co-fondateur & Global SVP Publishers & Partnerships, Smalk AI**

*« Nous sommes ravis de nous associer à SmalkAI et 20 Minutes pour le lancement de cette offre exclusive. Avec AI Visibility 360°, nous réunissons pour la première fois sur le marché trois leviers complémentaires : le GEO, le GEA et l'optimisation des contenus vidéo pour les LLM's. 20 Minutes devient ainsi l'un des premiers éditeurs à déployer la technologie SmalkAI sur ses transcriptions vidéo, grâce à un dispositif dynamique capable de proposer une version brute et exhaustive destinée aux agents IA, tout en conservant une version simplifiée pensée pour les lecteurs humains. Cette approche vise à renforcer l'autorité des pages auprès des différents LLM's et, par effet de cumul, celle des publicités GEA qui y sont diffusées. Une marque ne peut être citée avec autorité que dans un environnement qui bénéficie lui-même d'une forte autorité. »* **Arick Abbou, Head of Innovation & Growth Solutions, dentsu France**

## [Découvrir l'offre](#)

### **À propos de 20 Minutes :**

Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France et par le Groupe Rossel. Encourager l'éveil citoyen, la culture et la participation sociale, telle est l'ambition de 20 Minutes depuis 2002 grâce à un écosystème média puissant : 15 millions de Visiteurs Uniques par mois, 80 millions de vidéos vues, 7 millions d'abonnés à ses réseaux sociaux. Actualité générale, politique, sports, économie, santé, conso, vie pro, culture,... 20 Minutes accompagne ses lecteurs au quotidien. La chaîne locale 20 Minutes TV, regardée par 449 000 Franciliens vient compléter l'offre.

### **A propos de dentsu France :**

Fondé en 1901 à Tokyo et présent dans plus de 110 pays, dentsu figure parmi les 5 premiers groupes de communication au monde. Sous la direction de Pierre Calmard, la branche française du groupe compte plus de 900 collaborateurs à Paris et en régions et accompagne plus de 350 clients.

Créateur d'écosystèmes communicationnels intégrés, nourris par les technologies et la data, dentsu repousse les limites de l'innovation au service de la croissance harmonieuse, transformative et durable des marques.

Agile et sans silo, le groupe fonde sa valeur sur un portefeuille d'expertises end-to-end, du media à la création, en passant par le CXM. Dentsu se compose de 3 agences médias (iProspect, Carat, dentsu X), d'une agence de création (Dentsu Creative), et d'expertises transverses (dentsu insights, dentsu trading, dentsu public etc.).

Dentsu France, en tant que premier groupe de communication français à mission, s'engage à "choisir de concevoir la communication comme un vecteur d'harmonie sociale et environnementale" afin de pérenniser un modèle publicitaire à impact, réconciliant transformation business (BX) et responsabilité. dentsu, Innovating to Impact.

### **A propos de Smalk AI :**

Smalk AI est la plateforme publicitaire de l'AI Search, qui connecte les marques souhaitant apparaître au sein des réponses générées par l'IA avec les éditeurs dont les contenus alimentent ces réponses. La société opère des formats publicitaires natifs pour les agents IA (Generative Engine Advertising) et ouvre aux éditeurs une nouvelle source de revenus fondée sur la citation, à l'ère du web agentique.

**Contact presse 20 Minutes :**

Sarah Garcia Del Rio | [sgarcia@20minutes.fr](mailto:sgarcia@20minutes.fr) | 06 98 06 08 43

**Contact dentsu communication groupe & agences :**

Sarah Mouassil | communication dentsu France | [sarah.mouassil@dentsu.com](mailto:sarah.mouassil@dentsu.com)

**Contact Smalk communication**

Kristofer Moisan | communication Smalk | [press@smalk.ai](mailto:press@smalk.ai)