



COMMUNIQUE DE PRESSE – 05/10/2026

RMB et MentionLab : les marques à l'heure de l'IA

RMB s'associe à MentionLab pour aider les annonceurs à renforcer leur visibilité dans les réponses des intelligences artificielles génératives. Pour RMB, première régie publicitaire à s'équiper de la plateforme à travers son pôle Content & Slice, cette collaboration traduit une conviction forte : les marques doivent être « human lovable & machine readable », aimées des audiences et comprises par les machines.

La connexion humaine comme point de départ

Lors de « OH – Connection is ON », son événement organisé le 17 septembre 2026, RMB a exploré cinq leviers de connexion durable entre les médias, les marques et leurs publics : crédibilité, émotion, pertinence, audiences premium et expériences collectives. Dans un monde de plus en plus technologique et automatisé, la régie défend une conviction forte : la connexion humaine n'a jamais eu autant de valeur.

La technologie est un facilitateur, mais c'est l'humain qui lui donne du sens.

« Human lovable & machine readable » : à l'heure où les IA génératives deviennent de nouveaux points d'accès à l'information et aux recommandations, la visibilité des marques se joue désormais sur un terrain élargi. Une marque doit construire une relation authentique et mémorable avec ses audiences, puis structurer et diffuser ses contenus pour être comprise, reconnue et citée par les IA.

Cette vision guide l'approche de RMB en matière de référencement et se concrétise aujourd'hui dans le partenariat avec MentionLab, porté par son pôle Content & Slice.

MentionLab, la visibilité IA à la loupe

Née en Belgique de l'expertise de l'agence de référencement MentionBox, MentionLab a été présentée au marché au printemps 2025. Issue de la vision de Germain Deflandre et de Pierre Georges, l'entreprise réunit également Gilles Bindels et Pierre Quievreux parmi ses associés fondateurs. Sa plateforme mesure et analyse la manière dont les marques apparaissent dans les réponses des IA génératives telles que ChatGPT,

Gemini ou Perplexity. Elle permet d'identifier leur présence, leur perception et les sources qui influencent leur visibilité, afin de dégager des pistes d'amélioration concrètes.

De la mesure à l'action

Le partenariat entre RMB et MentionLab s'articule autour de trois dimensions :

- **Une double ambition.** En devenant, à travers son pôle Content & Slice, la première régie publicitaire à s'équiper de MentionLab, RMB entend rapprocher deux enjeux désormais indissociables pour les annonceurs : créer une connexion forte avec les publics et renforcer la visibilité des marques dans les réponses de l'IA où le contenu vidéo occupe une place grandissante. Le but est de mettre la technologie au service de ce qui rend les marques crédibles, mémorables et préférées.
- **Des recommandations mieux ciblées.** Les données de MentionLab permettent dorénavant aux équipes de RMB de formuler des recommandations étayées et d'affiner la stratégie de création de contenus, à la fois en comprenant mieux la visibilité actuelle des annonceurs et en les orientant vers de nouveaux contenus pertinents.
- **Trois leviers concrets au service des marques.** Le partenariat offre aux annonceurs la possibilité d'évaluer, grâce à MentionLab, la présence et la fréquence de citation de leur marque dans les réponses des IA génératives, avant même la mise en place d'une campagne. Il permet également de construire, avec RMB Content & Slice, des contenus vidéo et éditoriaux pensés pour créer une véritable connexion avec les audiences et favoriser leur citation par les IA. Enfin, les annonceurs peuvent bénéficier d'une diffusion au sein des médias reconnus du portefeuille RMB, dont la légitimité constitue un signal de confiance pour les IA génératives et peut contribuer à améliorer durablement le référencement génératif de leur marque, ou GEO (Generative Engine Optimization).

La démarche de RMB s'appuie sur une expertise interne renforcée : Eugène Durviaux, Digital Solutions Expert, a obtenu la certification MentionLab Academy

et collabore en continu avec les équipes de la régie et celles de MentionLab pour traduire les données en recommandations concrètes pour les annonceurs.

Valérie Janssens, Media, Data & Tech Director chez RMB : « *Aujourd'hui, une marque doit être visible là où les consommateurs la cherchent, mais aussi là où les IA la recommandent. Pour RMB, ces deux dimensions ne s'opposent pas : elles se renforcent. Notre ambition d'accompagner les marques dans leur stratégie de contenus trouve ici tout son sens puisque*



les contenus deviennent des leviers concrets dans les parcours de découverte. Le partenariat avec MentionLab nous permet d'enrichir cette expertise. »

Germain Deflandre, Cofondateur MentionLab : « *Les médias jouent un rôle majeur dans la manière dont les IA perçoivent et recommandent les marques. Voir RMB ouvrir ce levier aux annonceurs est une étape importante pour le marché. Nous sommes ravis de ce partenariat et de contribuer à cette nouvelle offre avec la donnée et la technologie de MentionLab. »*

Pour toute question supplémentaire, vous pouvez contacter :

- Valérie Janssens, Media Data & Tech Director chez RMB : v.janssens@rmb.be
- Dimitri Lemmens, Content Director chez RMB : d.lemmens@rmb.be
- Eugène Durviaux, Digital Solutions Expert chez RMB : e.durviaux@rmb.be