DOSSIER DE PRESSE | JUILLET 2026

AUXIMEDIA

La Media Intelligence pensée pour remettre les communicants au cœur de la décision et leur permettre de mieux naviguer dans un monde en permanence remis en question.

La veille média. Augmentée.

Une information plus claire, plus humaine et plus directement exploitable : veille cross-media, analyse, LinkedIn, Market Intelligence et pilotage 360° réunis dans une approche conçue comme une extension des équipes communication.

Près de 100 clients

Une dizaine de partenaires

Un héritage groupe presque centenaire

www.auximedia.fr

Sommaire

Auximedia en bref....3
Une histoire française adossée à un héritage centenaire....4
Des clients multiples, un même besoin de clarté....6
Un écosystème de partenaires....6
Nos convictions et nos valeurs....8
Une offre complète de Media Intelligence....9
1. Universal Insights : le cockpit de pilotage à 360°....10
2. Market Intelligence : passer de l'information à l'anticipation....11
3. Panorama LinkedIn : transformer un angle mort en intelligence stratégique....13
Les autres solutions Auximedia....14
Messages clés, chiffres et ressources....17

Vos contacts (et photos) :

Eric Bazoin | Chief Growth Officer

M : +33(0)6 51 07 53 07 | **D :** +33(0)1 70 95 51 88



Oona Bienvenu| Responsable du développement commercial

M : +33 (0)6 75 96 88 60 | **D:** +33(0)1 70 92 87 84



À propos de ce dossier

Ce document rassemble les principaux repères institutionnels, convictions, offres et angles éditoriaux d'Auximedia. Il est conçu pour être utilisé avec les communiqués de presse, plaquettes produits, études et visuels transmis dans le dossier de ressources presse.

Auximedia en bref

Auximedia est un acteur français de la Media Intelligence qui aide les organisations à surveiller, comprendre et exploiter leur environnement médiatique. Presse écrite et en ligne, radio, télévision, réseaux sociaux, LinkedIn, signaux sectoriels et données de réputation : l'entreprise réunit la technologie, l'analyse et la sélection humaine pour transformer des flux dispersés en informations utiles à l'action.

Sa différence tient moins à l'empilement d'outils qu'à une conception du service : une veille doit s'adapter à l'organisation, à son calendrier et à ses décisions - jamais l'inverse. Auximedia travaille donc comme une extension des équipes communication, avec des dispositifs personnalisés, des formats modernes et un accompagnement de proximité.

Repère	Ce qu'il faut retenir
Création en France	Lancement officiel en juin 2024, après plusieurs mois de préparation opérationnelle.
Traction	Près de 100 clients en juillet 2026, des groupes du CAC 40 aux structures de taille intermédiaire.
Écosystème	Une dizaine de partenaires technologiques, éditoriaux et internationaux.
Couverture	Presse print et web, contenus payants, radio-TV, web éditorial, réseaux sociaux et LinkedIn.
Modèle	Forfaits lisibles, dispositifs ajustables et fort niveau d'accompagnement inclus.
Signature	Une sélection humaine sanctuarisée, renforcée par un usage raisonné de l'IA.

Notre promesse

Moins de bruit, plus de sens : pousser la bonne information, au bon moment, à la bonne personne, dans un format qui permet de comprendre, partager et décider.

Nos cas d'usage



Une histoire française adossée à un héritage centenaire

2024 : ouvrir une nouvelle voie sur le marché français

Auximedia annonce officiellement son arrivée en France en juin 2024. Le lancement public est précédé d'un travail moins visible mais déterminant : structuration de l'offre, choix des fournisseurs de contenus, conformité avec le Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC), construction de partenariats et écoute des attentes spécifiques des communicants français.

L'ambition est claire : proposer une alternative agile, qualitative et proche sur un marché historiquement concentré. Auximedia part d'une conviction simple : la valeur d'une veille ne se mesure pas au volume de résultats délivrés, mais à la capacité de réduire le bruit, contextualiser les signaux et faire gagner du temps aux équipes.

Un socle de savoir-faire : le groupe Auxipress

Auximedia s'appuie sur l'expertise du groupe Auxipress, acteur historique de la Brand et Media Intelligence fondé en Belgique en 1919. Cet héritage apporte une culture forte de la veille, de l'analyse cross-media, de la sélection éditoriale et de l'accompagnement client, ainsi qu'un réseau international mobilisable selon les projets.

2024 - 2026 : construire, convaincre, élargir

En deux ans, Auximedia se développe auprès de près de 100 organisations et bâtit un réseau d'une dizaine de partenaires. Cette progression valide l'intuition initiale : face à la fragmentation des audiences et à la multiplication des canaux, les directions de la communication recherchent une information consolidée, plus pertinente et davantage reliée à leurs enjeux réels.

Dans le même temps, l'offre s'enrichit : revue de presse repensée, plateforme Universal Insights, application mobile AuxiApp, monitoring de crise 24/7, Dashboard as a Service, Panorama LinkedIn, analyses média et rapports de Market Intelligence. Auximedia élargit ainsi la veille traditionnelle vers une véritable intelligence de l'écosystème.

Le fil rouge

« Revenir à une vraie expérience de la veille » : une veille plus éditoriale, plus contextualisée et plus opérationnelle, capable d'éclairer les décisions plutôt que d'ajouter un flux d'information supplémentaire.

Des clients multiples, un même besoin de clarté

Le portefeuille d'Auximedia reflète la diversité des usages de la veille. Il réunit de grandes entreprises, dont des organisations du CAC 40, mais aussi des ETI, des institutions, des acteurs publics, des établissements d'enseignement supérieur, des agences et des entreprises régionales.

Typologie	Besoins typiques
Grands groupes et CAC 40	Pilotage global de la réputation, couverture internationale, analyses, alertes et Reporting multi-entités
ETI et entreprises régionales	Accès à une veille dimensionnée, claire et exploitable sans infrastructure lourde
Industrie et infrastructures	Suivi Corporate, sites, projets, acceptabilité locale, transition, affaires publiques et signaux sensibles
Institutions et secteur public	Veille thématique, territoriale et réglementaire, continuité de service et traçabilité
Conseil, RH et services B2B	Suivi des tendances, thought leadership, concurrence, dirigeants et influence sectorielle
Enseignement et recherche	Réputation, attractivité, experts, sujets académiques, innovation et rayonnement
Agences de communication et RP	Dispositifs en marque blanche ou complémentaires, livrables clients et extension des capacités d'analyse

Un écosystème de partenaires

Auximedia a construit un réseau d'une dizaine de partenaires pour compléter ses expertises, étendre sa couverture et intégrer ses services dans les environnements déjà utilisés par les clients. Il associe technologies de social listening, acteurs de la communication, fournisseurs de données et partenaires internationaux.

- Talkwalker / Hootsuite : intégration du social listening et des médias traditionnels dans des dispositifs 360°.
- Wiztrust : collaboration sur des dispositifs de veille et d'analyse pour des organisations exigeantes.
- Data Observer : collaboration sur les analyses de contenus et analyses Web.
- Facelift : collaboration sur des dispositifs de veille et d'analyse pour des organisations exigeantes.
- Netino : collaboration sur réponses aux consultations.
- ePresspack : collaboration sur des dispositifs de veille et d'analyse pour des organisations exigeantes.
- Eco della Stampa et Argus Data Insights : coopération internationale et échanges de couverture média.
- MT Connect et autres partenaires spécialisés : enrichissement des dispositifs selon les marchés et les besoins.

- Réseau FIBEP et partenaires du groupe Auxipress : accès à une capacité de couverture internationale étendue.
- CFC et fournisseurs de contenus, Alliance de la Presse : respect des droits, traçabilité et accès sécurisé aux publications.

Une logique d'intégration

Le client conserve un interlocuteur et une lecture unifiée, même lorsque le dispositif mobilise plusieurs technologies, territoires ou expertises.

Nos convictions et nos valeurs

L'IA doit augmenter le discernement, pas le remplacer

Auximedia utilise l'intelligence artificielle pour traiter des volumes d'information plus importants, accélérer la détection, faciliter la classification et conduire certaines préanalyses. Mais l'entreprise refuse de confondre vitesse de traitement et qualité de compréhension.

Dans la veille, la valeur se joue dans le contexte : comprendre ce qui est réellement stratégique pour une organisation, reconnaître un sujet sensible, hiérarchiser une information ambiguë, écarter un faux positif ou anticiper la portée d'un signal faible. Ces décisions restent humaines. L'IA apporte la puissance ; les analystes apportent le jugement.

La proximité n'est pas un supplément de service

Un dispositif performant suppose de connaître les priorités, les interlocuteurs, les campagnes, les prises de parole, les communiqués, les événements et les zones de vigilance du client. Auximedia privilégie donc un accompagnement continu et proactif, avec un niveau élevé de Customer Success Management intégré à l'offre.

Être l'extension des équipes communication

Auximedia se synchronise avec le rythme réel des équipes : lancement d'une campagne, publication d'une tribune, voyage de presse, annonce Corporate, salon professionnel, crise ou évolution réglementaire. Cette proximité transforme la veille d'un flux subi en un dispositif vivant, ajusté aux priorités du moment.

Replacer les communicants au cœur des décisions stratégiques

La communication ne peut plus être réduite à une fonction de diffusion ou de support. Elle capte des signaux sur la réputation, les attentes des parties prenantes, les mouvements concurrentiels, les territoires, les dirigeants et les tendances culturelles. Bien structurée, cette information devient une donnée de gouvernance.

En réunissant les sources, en objectivant l'impact et en faisant émerger risques et opportunités, Auximedia donne aux communicants les moyens de porter une lecture stratégique auprès des directions générales, métiers, marketing, affaires publiques, RH et RSE.

La qualité avant le volume

Une veille utile ne cherche pas à impressionner par le nombre de mentions. Elle délivre une sélection pertinente, hiérarchisée, lisible et partageable. Cette exigence éditoriale réduit la fatigue informationnelle et libère du temps pour l'analyse et l'action.

Notre modèle d'intelligence hybride

Technologie pour capter plus largement. IA pour accélérer. Expertise humaine pour sélectionner, contextualiser et conseiller. Proximité client pour rester aligné avec l'action.

Une offre complète de Media Intelligence

Les solutions Auximedia peuvent être activées séparément ou combinées dans un dispositif intégré. Le périmètre, les sources, la fréquence, les indicateurs et les formats sont définis avec le client.

Solution	KSP / différence clé
Veille média cross-media	Sélection humaine, sources ajustables, hiérarchisation, ponctualité et diversité des médias.
Revue de presse repensée	Résumés dans l'e-mail, métadonnées clés, design moderne, catégorisation et personnalisation.
Panorama LinkedIn	Surveillance manuelle de comptes stratégiques, analyse concurrentielle et signaux faibles.
Market Intelligence	Lecture structurée du marché, des concurrents, tendances, innovations et affaires publiques.
Universal Insights	Hub 360° consolidant médias traditionnels, web, social, dashboards et rapports automatisés.
Dashboard as a Service	Tableaux de bord prêts à l'emploi, sans gestion de licence ou formation approfondie.
Analyses média	Bilans de campagnes, réputation, influence, messages, porte-parole, RSE et couverture géographique.
AuxiApp	Veille mobile, alertes et accès immédiat aux contenus pour porte-parole et décideurs.
Monitoring de crise 24/7	Détection et transmission continue des contenus pertinents, de jour comme de nuit.

DECOUVREZ CI-APRES NOS 3 SOLUTIONS UNIQUES SUR LE MARCHE DE LA VEILLE MEDIA EN FRANCE

1. Universal Insight, la solution vraiment 360°

2. La Market Intelligence

3. Les Panorama LinkedIn

1. Universal Insights : le cockpit de pilotage à 360°

Universal Insights réunit dans un même environnement les données issues des médias traditionnels, du web éditorial et des réseaux sociaux. La plateforme est conçue pour casser les silos et offrir une lecture consolidée de la présence médiatique, des conversations et des indicateurs de réputation.

Une seule vue, plusieurs usages métiers

Les équipes relations presse, communication Corporate, social media, marketing, affaires publiques et management peuvent partager une base commune tout en disposant de vues adaptées à leurs besoins. Cette approche améliore la cohérence des analyses et évite la multiplication de rapports incompatibles.

Ce que couvre la plateforme

- Presse écrite, presse web et contenus derrière paywall.
- Radio et télévision.
- Sites d'actualité, blogs et forums.
- Sources sociales publiques : Facebook, Instagram, X, YouTube, Bluesky, Reddit et TikTok.
- LinkedIn sur le owned et par une analyse manuelle complémentaire pouvant être retranscrite en dashboard.
- Données consolidées par campagne, sujet, période, entité ou marché.

Fonctionnalités clés

Capacité	Bénéfice
Dashboards interactifs	Visualisation en temps réel des résultats, tendances et écarts
Rapports automatisés	Production hebdomadaire, mensuelle ou personnalisée, pilotée par les KPI
Analyse de sentiment	Lecture de la tonalité et suivi de ses évolution
Part de voix	Comparaison de la visibilité avec les concurrents ou acteurs de référence
Alertes	Détection rapide d'un risque, d'une opportunité ou d'une variation inhabituelle
Datavisualisation	Indicateurs lisibles pour le management, les métiers et les équipes communication
Analyse d'audience	Lecture de la portée, de l'engagement et des communautés visibles
Personnalisation	Vues, filtres, nomenclatures, branding et rapports adaptés à l'organisation

Du reporting à la preuve de valeur

Universal Insights automatise une partie du reporting sans imposer un nouveau mode de travail. Les équipes peuvent démontrer l'impact des campagnes, comprendre ce qui fonctionne, orienter temps et budgets, partager les mêmes indicateurs et agir plus vite sur les risques ou opportunités.

Le 360° selon Auximedia

Centraliser n'a de valeur que si les données sont comparables, lisibles et reliées à l'action. Universal Insights combine la largeur de couverture technologique avec la qualité du cadrage, de la qualification et de l'accompagnement humain.

2. Market Intelligence : passer de l'information à l'anticipation

La Market Intelligence consiste à collecter, organiser, analyser et interpréter l'information disponible dans l'environnement d'une organisation afin de faciliter la décision. Elle élargit la veille média à une compréhension structurée du marché, des concurrents, des parties prenantes et des transformations en cours.

Des questions de direction générale

- Quels mouvements transforment notre secteur et à quelle vitesse ?
- Comment évoluent les offres, messages et performances visibles de nos concurrents ?
- Quelles innovations, réglementations ou opérations de fusion-acquisition peuvent modifier l'équilibre du marché ?
- Quels besoins, attentes et comportements émergent chez nos clients et parties prenantes ?
- Quels risques réputationnels, politiques ou territoriaux faut-il anticiper ?
- Quelles opportunités de positionnement, de contenu ou de développement pouvons-nous saisir ?

Un périmètre sans silo

Selon le projet, le rapport peut combiner presse écrite et en ligne, radio-TV, réseaux sociaux, LinkedIn, sources institutionnelles, affaires publiques, données internes mises à disposition et apports de partenaires internationaux. La couverture peut être locale, nationale ou internationale.

Une méthode construite avec le client

Processus	Principe
1. Cadrer	Définir les décisions à éclairer, les acteurs, thèmes, territoires, langues et sources
2. Collecter	Mobiliser outils technologiques, IA, recherche manuelle et partenaires spécialisés
3. Qualifier	Éliminer le bruit, vérifier, hiérarchiser et enrichir les données
4. Analyser	Identifier tendances, ruptures, relations, signaux faibles, risques et opportunités
5. Restituer	Choisir le bon format : newsletter, PDF, e-mail, dashboard, revue ou dispositif hybride
6. Améliorer	Ajuster en continu le profil, les KPI, la datavisualisation et le niveau de conseil

Des applications très concrètes

- Veille concurrentielle, sectorielle, technologique et réglementaire.
- Suivi des affaires publiques, territoires et parties prenantes.
- Détection d'innovations, nouveaux entrants, partenariats et mouvements M&A.
- Cartographie des leaders d'opinion, journalistes, experts et dirigeants.
- Analyse de réputation, RSE, messages, porte-parole et campagnes.
- Briefs de direction, newsletters métiers et rapports prospectifs.

La différence Auximedia

Le rapport n'est pas un empilement de liens. Il est conçu à partir des décisions à éclairer, puis continuellement affiné avec ses destinataires afin de pousser une information sélectionnée, contextualisée et actionnable.

3. Panorama LinkedIn : transformer un angle mort en intelligence stratégique

LinkedIn est devenu un espace central de prise de parole pour les dirigeants, concurrents, experts, institutions, partenaires et leaders d'opinion. Pourtant, l'activité des profils et comptes stratégiques reste imparfaitement couverte par les outils automatisés classiques.

Panorama LinkedIn répond à cet angle mort par une surveillance quotidienne et humaine d'un corpus défini avec le client. Les analystes repèrent les publications utiles, structurent les données, classent les contenus et transforment cette activité en enseignements directement exploitables.

Ce que le Panorama permet de voir

- Qui impose les sujets et les récits du marché.
- Quels messages, formats et thématiques gagnent du terrain.
- Comment les dirigeants se positionnent face à leurs pairs.
- Quelles publications suscitent le plus d'engagement public.
- Quels signaux faibles annoncent un mouvement concurrentiel, une innovation ou une évolution sectorielle.
- Quels espaces de prise de parole restent disponibles pour la marque et ses porte-parole.

La méthode Auximedia

Étape	Valeur apportée
Cadrage	Sélection des entreprises, profils, dirigeants, KOL, médias et organisations à suivre
Collecte	Relevé régulier des contenus et données publiques pertinentes
Qualification humaine	Tri, catégorisation, contextualisation et élimination du bruit
Analyse	Mise en perspective des thèmes, acteurs, rythmes de publication et signaux d'engagement
Restitution	Rapport quotidien, hebdomadaire ou mensuel, en PDF, HTML, PowerPoint ou format intégré
Ajustement	Évolution du corpus et des rubriques selon l'actualité et les priorités du client

Des bénéfices immédiatement mesurables

- Jusqu'à quatre journées de recherche économisées chaque mois selon le périmètre suivi.
- Une vision concurrentielle plus fine que la simple recherche de mentions de marque.

- Un support prêt à partager avec la direction, les métiers ou les porte-parole.
- Une détection plus précoce des tendances, initiatives et prises de position structurantes.
- Un usage possible comme composante de Market Intelligence ou de veille 360°.

Pourquoi c'est différent

Panorama LinkedIn ne cherche pas à remplacer un outil de social listening. Il couvre, par l'analyse humaine, des comptes et prises de parole stratégiques que l'automatisation restitue souvent de manière incomplète ou peu contextualisée.

Les autres solutions Auximedia

Veille média et revue de presse repensée

Auximedia sélectionne et hiérarchise les contenus selon les intérêts réels du client. Les revues de presse privilégient une lecture fluide : résumés directement dans l'e-mail, aperçu du format, métadonnées essentielles — média, journaliste, page, audience et, le cas échéant, AVE - catégorisation claire et personnalisation graphique.

- Sélection humaine et contextualisée.
- Panel de sources ajustable.
- Couverture nationale, régionale, sectorielle et internationale.
- Formats partageables et conformes aux droits d'auteur.
- Ponctualité et large amplitude de service.

AuxiApp : la veille en mobilité

AuxiApp donne accès aux contenus sur smartphone ou tablette, parfois avant la revue de presse quotidienne. Les alertes permettent de suivre les sujets sensibles en temps réel et de préparer rapidement une interview, une prise de parole ou une décision.

Dashboard as a Service

Auximedia conçoit et opère des tableaux de bord prêts à l'emploi. Le client bénéficie d'insights, rapports et alertes sans devoir gérer une licence supplémentaire, une formation lourde ou la construction technique de l'outil.

Analyses média sur mesure

Les équipes d'analyse interviennent sur les problématiques qui nécessitent d'exploiter les données de presse, web, audiovisuel et réseaux sociaux : bilans de campagne, réputation, couverture géographique, RSE, influence, messages, porte-parole, journalistes, communautés, concurrence et signaux sectoriels.

Format	Finalité
Rapport de couverture média	Comprendre qui parle, de quoi, avec quelle tonalité et quelle portée
Analyse de campagne	Évaluer la reprise des messages, la visibilité et les résultats par canal
Cartographie d'influence	Identifier médias, journalistes, experts, KOL et porte-parole structurants
Analyse de réputation	Suivre piliers d'image, risques, attentes et évolutions dans le temps
Analyse RSE	Mesurer maturité perçue, sujets, parties prenantes et opportunités de dialogue
Benchmark concurrentiel	Comparer présence, messages, engagement et territoires de communication

Des angles d'articles à explorer

Angle	Question éditoriale
La bataille de l'attention se déplace	Pourquoi la veille média doit désormais réunir presse, social, LinkedIn et réponses générées par l'IA
L'IA ne sait pas tout sélectionner	Ce que l'automatisation gagne en vitesse et peut perdre en contexte, pertinence et sensibilité
LinkedIn, nouvel angle mort stratégique	Comment les prises de parole des dirigeants et concurrents échappent encore aux outils classiques
Les communicants deviennent des capteurs de risques	Pourquoi la veille peut faire passer la communication de fonction support à fonction de gouvernance
Du media monitoring à la Market Intelligence	Comment les données médiatiques éclairent concurrence, innovation, réglementation, territoires et M&A
La revanche de la proximité	Dans un marché industrialisé, pourquoi la connaissance intime du calendrier client redevient un avantage
La fin du reporting en silos	Comment un cockpit 360° rapproche RP, social media, marketing et direction générale
Des PME aux groupes du CAC 40	Pourquoi la veille stratégique n'est plus réservée aux organisations disposant de grandes équipes
La réputation se joue aussi dans les LLM	Comment les modèles génératifs construisent une mémoire de marque différente de l'actualité médiatique

Angle	Question éditoriale
Une nouvelle génération d'acteurs français	Le parcours d'Auximedia : près de 100 clients en deux ans sur un marché mature

Trois sujets particulièrement différenciants

1. LinkedIn comme capteur de signaux faibles

Une approche humaine des comptes stratégiques pour comprendre les récits, les dirigeants visibles, les thématiques qui progressent et les espaces d'influence.

2. La communication comme fonction stratégique

La donnée média ne sert plus seulement à produire un bilan : elle éclaire les risques, les parties prenantes, les mouvements concurrentiels et les décisions de direction.

3. La visibilité à l'ère des IA génératives

Une marque peut dominer l'actualité et rester absente des réponses des LLM. Auximedia explore ce nouvel écart entre flux médiatique et mémoire algorithmique.

Messages clés, chiffres et ressources

Les chiffres à retenir

- Juin 2024 : lancement officiel d'Auximedia sur le marché français.
- Près de 100 clients en juillet 2026.
- Une dizaine de partenaires construits en deux ans.
- Un groupe d'origine, Auxipress, fondé en Belgique en 1919.
- Une couverture cross-media et internationale mobilisable selon les projets.
- Une sélection humaine maintenue au cœur des livrables de veille.

Messages clés

- Auximedia ne vend pas seulement un outil : l'entreprise construit un dispositif de veille synchronisé avec l'activité du client.
- La technologie élargit la couverture ; l'humain garantit la pertinence et la compréhension du contexte.
- Panorama LinkedIn couvre un angle mort majeur de l'intelligence concurrentielle et réputationnelle.
- Market Intelligence transforme des sources dispersées en enseignements pour la décision.
- Universal Insights consolide les médias traditionnels, le web et le social dans un cockpit 360°.
- La Media Intelligence peut redonner aux communicants une place centrale dans la gouvernance.

Citations disponibles

Sur la vision

« Une veille utile ne doit pas ajouter du bruit. Elle doit rendre l'environnement plus lisible, faire émerger ce qui compte et donner aux communicants les moyens d'agir. »

Sur l'intelligence artificielle

« Nous utilisons l'IA là où elle apporte vitesse, puissance et profondeur de traitement. Nous maintenons l'humain là où se joue la valeur : la pertinence, le contexte, la hiérarchisation et la décision. »

Sur le rôle des communicants

« Les équipes communication sont parmi les mieux placées pour capter les transformations d'un écosystème. Notre rôle est de transformer cette information en un langage stratégique audible par toute l'organisation. »

Ressources jointes au dossier

- Communiqués de presse publiés depuis le lancement en France.
- Plaquettes et fiches des principales solutions.

- Livre blanc : « Au-delà de la couverture médiatique : repenser l'image de marque à l'ère de l'IA ».
- Contenus éditoriaux récents, interviews et tribunes.
- Visuels, captures de plateformes et éléments de marque disponibles dans le fichier ZIP.

*****

Document préparé en août 2026. Les chiffres sont ceux disponibles à cette date.