



Étude exclusive Minddex & Prisma Media Solutions : les IA génératives privilégient la fraîcheur et l'autorité des contenus

Alors que l'utilisation des grands modèles de langage (LLM) redéfinit l'accès à l'information, [Minddex](#) et Prisma Media Solutions publient aujourd'hui les résultats d'**une étude exclusive sur la manière dont ces IA sélectionnent, citent et conservent les sources du web.**

Menée cet automne, cette recherche a analysé plus de 15 000 citations issues de ChatGPT, Gemini et Perplexity et met en lumière trois dynamiques clés :

1. **Une prime à la fraîcheur** : Les IA s'appuient massivement sur du contenu récent. Près des deux tiers des sources citées ont moins d'un an, et une sur cinq a été mise à jour dans le dernier mois. Et environ 10 % des citations proviennent de pages datant de plus de 5 ans, souvent des contenus "evergreen" à forte autorité.
2. **L'autorité accélère l'intégration par les IA** : Un nouveau contenu met en moyenne seulement 9 jours pour apparaître dans les réponses des LLM. Ce délai passe à 8 jours pour les sites à forte autorité, mais grimpe à 15 jours pour les sites à faible autorité. Les IA intègrent donc les grands domaines reconnus près de deux fois plus vite.
3. **L'obsolescence dépend de la crédibilité** : L'autorité d'un site garantit la longévité de ses contenus. Les IA continuent de remonter dans leurs réponses des contenus publiés jusqu'à 9 ans pour les domaines faisant autorité, tandis que les sites moins référents disparaissent souvent des citations au bout de 3 à 4 ans.

L'étude note également des différences de comportement notables : **Perplexity** privilégie le contenu très récent, proche du temps réel ; **Gemini** conserve une mémoire longue (citant des contenus jusqu'à 25 ans) ; et **ChatGPT** adopte une approche intermédiaire.

L'ENGAGEMENT FAIT LA DIFFÉRENCE

Prisma Media Solutions, régie publicitaire du groupe Prisma Media, accompagne ses clients à chaque étape de leur réflexion médias. Avec une audience mensuelle de 40 millions* de lecteurs et un portefeuille diversifié de 40 marques, couvrant à la fois le secteur du luxe ([Harper's Bazaar](#), [Milk](#), [Côté Maison](#), [The Good Life](#)...) et des domaines plus grand public ([Femme Actuelle](#), [Capital](#), [GEO](#), [Voici](#), [Télé-Loisirs](#)...), Prisma Media est leader de la presse magazine et des médias en ligne. En cultivant des marques médias désirables et en favorisant l'innovation, Prisma Media Solutions s'affirme comme un partenaire stratégique pour la croissance et le rayonnement des marques.

Contact Presse : Carole BOUNSANA, Responsable de la Communication - cbounsana@prismamedia.com

[PRISMAMEDIASOLUTIONS.COM](https://www.prismamediasolutions.com)





Une nouvelle offre pour optimiser la visibilité des marques dans l'IA

Porté par ces constats et par l'autorité de ses marques médias, Prisma Media Solutions a lancé l'offre **"Content For LLM"**. Cette solution est conçue pour permettre aux marques d'optimiser leur visibilité et de faire émerger leur discours au sein des environnements IA. L'offre inclut des audits avant et après campagne, ainsi que la rédaction d'articles sponsorisés optimisés pour l'IA, disponible à partir de 10 000 €.

Retrouvez l'analyse complète sur [le site de Minddex](#) et le détail de l'offre sur [le site de Prisma Media Solutions](#).

« Cette étude met en lumière les mécanismes précis par lesquels les IA construisent leur confiance et leur base de connaissances. Chez Minddex, notre expertise ne se limite pas à observer ces changements, mais à les quantifier rigoureusement. En analysant la vitesse d'intégration et l'obsolescence des sources, nous avons pu décrypter les nouveaux facteurs clés de la visibilité. Nous fournissons la première cartographie de ce nouvel écosystème, démontrant que l'autorité d'un domaine est désormais le principal accélérateur de confiance pour les LLM. »

Thibaut Fitoussi, Fondateur [Minddex](#)

« Ces enseignements nous donnent des clés pour mieux comprendre le fonctionnement des LLM et leurs implications pour nos métiers. Ils constituent une base solide pour apporter les réponses les plus pertinentes à nos partenaires business et clients, et les aider concrètement à émerger avec crédibilité au cœur des conversations IA. Nous sommes ravis, conjointement avec Minddex, de contribuer à la montée en maturité collective, et co-construire avec les experts de l'industrie les bonnes pratiques de demain. »

Bastien Deleau, Directeur Exécutif Adjoint Digital Adtech, Prisma Media Solutions

L'ENGAGEMENT FAIT LA DIFFÉRENCE

Prisma Media Solutions, régie publicitaire du groupe Prisma Media, accompagne ses clients à chaque étape de leur réflexion médias. Avec une audience mensuelle de 40 millions* de lecteurs et un portefeuille diversifié de 40 marques, couvrant à la fois le secteur du luxe ([Harper's Bazaar](#), [Milk](#), [Côté Maison](#), [The Good Life](#)...) et des domaines plus grand public ([Femme Actuelle](#), [Capital](#), [GEO](#), [Voici](#), [Télé-Loisirs](#)...), Prisma Media est leader de la presse magazine et des médias en ligne. En cultivant des marques médias désirables et en favorisant l'innovation, Prisma Media Solutions s'affirme comme un partenaire stratégique pour la croissance et le rayonnement des marques.

Contact Presse : Carole BOUNSANA, Responsable de la Communication - cbounsana@prismamedia.com

[PRISMAMEDIASOLUTIONS.COM](https://prismamediasolutions.com)

