GUIDES

Qu'est-ce que le GEO, et pourquoi est-ce important ?

Par Erik Mäkitalo, fondateur de Mandalytics · Mis à jour le 3 novembre 2026 · 5 min de lecture

LA RÉPONSE COURTE

Le GEO, pour generative engine optimization, consiste à rendre votre site facile à trouver, à comprendre et à citer dans leurs réponses par les outils d'IA comme ChatGPT, Gemini et Perplexity. C'est important, car de plus en plus de gens posent une question à une IA et lisent la réponse au lieu de cliquer sur dix résultats. La bonne nouvelle : l'essentiel du GEO, c'est du bon SEO, donc le travail que vous faites pour Google compte aussi ici.

Que signifie GEO ?

GEO signifie *generative engine optimization*, l'optimisation pour les moteurs génératifs. Un moteur génératif est tout outil qui rédige une réponse au lieu d'afficher une liste de liens : ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claude, Microsoft Copilot, et les réponses IA en haut de Google (AI Overviews et AI Mode).

Vous croiserez aussi les termes AEO (answer engine optimization) et « optimisation pour la recherche IA ». Ils désignent le même objectif : quand quelqu'un pose une question à laquelle votre entreprise peut répondre, l'IA vous nomme, vous cite ou renvoie vers vous.

En quoi le GEO diffère-t-il du SEO ?

Le SEO fait remonter vos pages dans une liste de résultats. Le GEO fait entrer votre nom et vos informations dans une réponse rédigée. Les deux se recoupent largement, comme le montre le tableau.

	SEO	GEO
L'objectif	Une bonne place dans la liste des résultats	Être nommé, cité ou lié dans une réponse d'IA
Ce que voit le lecteur	Dix liens bleus	Une réponse rédigée, souvent avec quelques sources
Ce qui aide le plus	Des pages utiles, des titres clairs, un site en bonne santé, des liens d'autres sites	Pareil, plus des faits clairs, un texte facile à citer et d'autres sites qui parlent de vous
Comment le mesurer	Positions, clics, visiteurs	La fréquence à laquelle les outils d'IA vous nomment pour de vraies questions de clients

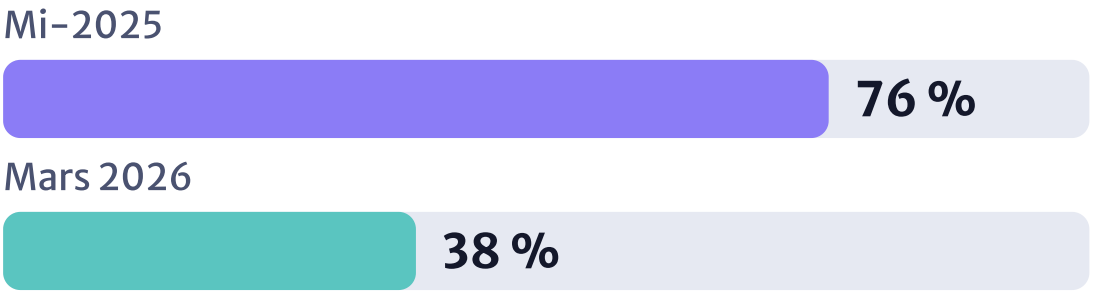
Google a indiqué que ses réponses IA utilisent la même exploration et le même index que la recherche classique, sans exigence technique supplémentaire. C'est pourquoi nous disons que le bon SEO, c'est du bon GEO.

Pourquoi le GEO compte-t-il pour mon site ?

Parce que la façon dont les gens cherchent des entreprises est en train de changer sous vos pieds. Quelqu'un qui tapait « meilleur kiné à Lyon » et cliquait sur trois résultats interroge peut-être maintenant ChatGPT et agit selon la réponse. Si votre entreprise n'est pas dans cette réponse, vous ne recevez jamais la visite.

Cela change aussi les pages qui gagnent. Dans une grande étude portant sur 863 000 recherches, seules 38 % des pages citées dans les AI Overviews de Google venaient des dix premiers résultats en mars 2026, contre 76 % mi-2025 (Ahrefs). Bien se positionner aide toujours, mais ce n'est plus toute l'histoire.

L'opportunité est réelle : la plupart des petits et moyens sites n'ont encore rien fait pour la recherche IA, donc quelques étapes simples vous placent en tête.



Être dans le top 10 compte moins qu'avant pour les réponses de l'IA : en mars 2026, 38 % des sources des AI Overviews venaient du top 10, contre 76 % mi-2025. Source : Ahrefs, 863 000 recherches.

Quelles sont les trois premières étapes ?

1. **Posez les questions que vos clients posent.** Tapez cinq vraies questions dans ChatGPT, Gemini et Perplexity (« où acheter… », « qui est le meilleur… à… »). Notez qui est nommé. C'est votre ligne de départ.
2. **Laissez entrer les outils d'IA.** Beaucoup de sites bloquent les robots d'IA par accident. Voyez Votre site est-il ouvert à ChatGPT et à Perplexity ?
3. **Mettez la réponse en premier.** Sur votre page la plus importante, donnez la réponse dans les deux premières phrases, utilisez des titres sous forme de questions et affichez une date de mise à jour visible. Voyez comment les outils d'IA décident quels sites citer.

Faites ces trois choses et vous en aurez fait plus que la plupart de vos concurrents. Réjouissez-vous-en, puis continuez, une étape par semaine.

Questions fréquentes

Le GEO remplace-t-il le SEO ?

Non. Google affirme que ses réponses IA utilisent le même index que la recherche classique, et l'essentiel du travail de GEO (pages utiles, faits clairs, site en bonne santé, mentions sur d'autres sites) est aussi du bon SEO. Voyez le GEO comme du SEO avec un objectif de plus : être cité dans la réponse.

Puis-je payer pour apparaître dans les réponses de l'IA ?

Pas comme on achète de la publicité. Les outils d'IA choisissent eux-mêmes leurs sources. Ce que vous pouvez faire, c'est rendre votre site facile à trouver, à lire et à croire.

Combien de temps faut-il pour voir des résultats ?

Comptez en semaines, pas en jours. Google indique qu'une page mise à jour est réexplorée en 30 jours environ, et qu'un rétablissement plus important peut prendre de trois à six mois. Les petites étapes régulières s'additionnent.

Envie de recevoir ces étapes sous forme de liste de tâches hebdomadaire pour votre propre site ?

Si vous lisez ceci, vous avez déjà fait un pas en avant. Mandalytics analyse chaque semaine votre site dans Google et dans les outils d'IA, puis vous envoie les cinq tâches qui vous apporteront le plus de visiteurs, chacune avec la raison et les étapes pour la réaliser. Vous apprenez en avançant, et chaque petite victoire vous apporte plus de visiteurs, plus de clients et, au bout du compte, plus de chiffre d'affaires.

Découvrir Mandalytics

D'où vient cette information

- Ahrefs : les citations des AI Overviews et le top 10
- Google : rapports de performance de l'IA générative dans la Search Console
- Arvow : ce qu'il faut retenir de la Search Central Live Barcelone 2026