

natural.net

Agence web & webmarketing

AMO web, création de sites web, webmarketing,
référencement

Du SEO au GEO

Etat des lieux - 02/02/2026



Sommaire

- LLM et agents IA Page 2
- Recherche Zéro Clic Page 5
- Google IA Overview Page 7
- Du SEO au GEO Page 12
- Les grands principes du GEO Page 15
- Sources et ressources Page 17
- Nous contacter Page 19

LLM et agents IA

Votre trafic web pourrait chuter de 30 à 60% avec le développement des outils IA.



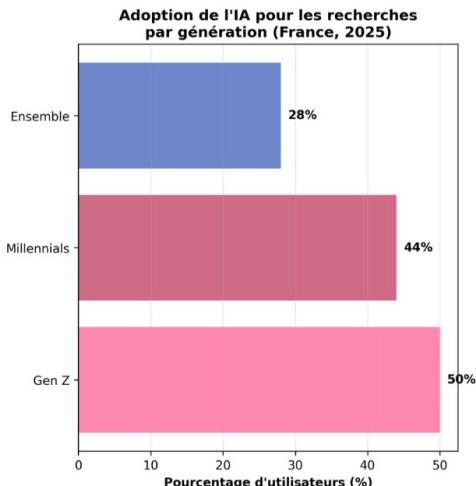
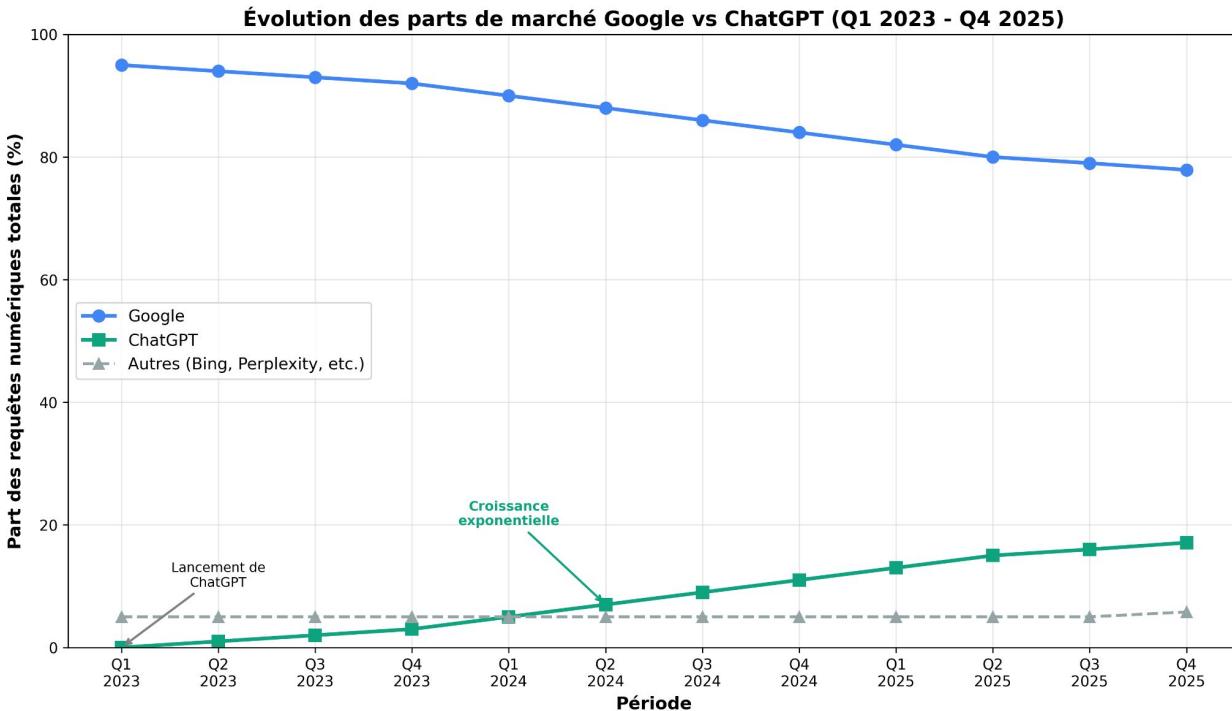
Définitions

- **LLM**
 - Un **LLM**, ou Grand Modèle de Langage, est un type d'intelligence artificielle entraîné sur d'énormes quantités de texte.
 - Son objectif principal est de comprendre et de générer du langage humain de manière cohérente et pertinente.
 - Exemple : <https://chatgpt.com/>
- **Agent IA**
 - Un **agent IA** est un système plus complet qui utilise un LLM (comme son "cerveau") pour agir de manière autonome afin d'atteindre un objectif.
 - Contrairement à un LLM qui se contente de traiter et générer un texte, un agent IA peut interagir avec son environnement et utiliser des outils pour accomplir des tâches concrètes.
 - Exemple : <https://manus.im/>



Une croissance d'usage très rapide

La **croissance d'usage** des LLM et agents IA est **particulièrement rapide** comme le montre ce graphique :



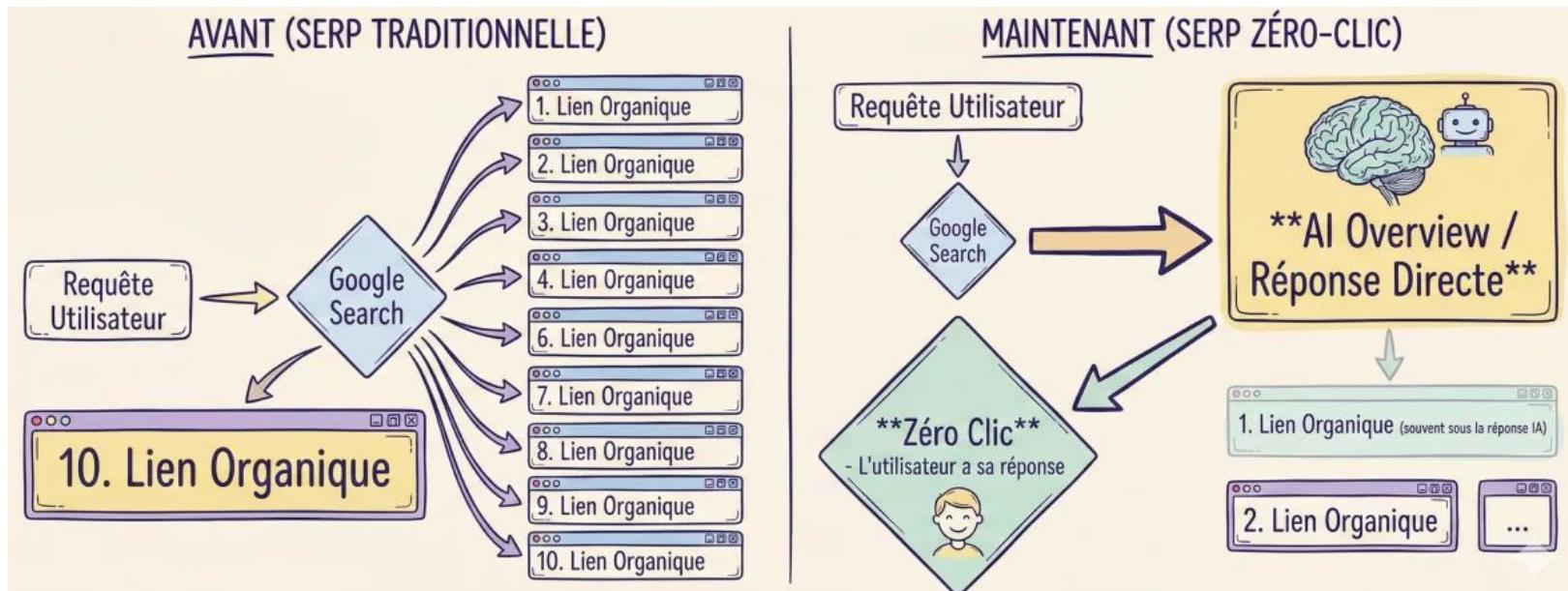
Recherche Zéro Clic

Impact des LLM et agents IA sur l'audience des sites web



Vers une recherche Zéro Clic

- L'écosystème de la **recherche en ligne** vit une **transformation d'une ampleur inédite**.
 - Nous sommes dans une transition d'un **web de "liens"** à un **web de "réponses"**,
 - En utilisant les outils d'IA **les internautes n'ont plus besoin d'accéder à un site web** pour avoir une réponse à sa recherche. **Tous les sites reçoivent moins de visites.**



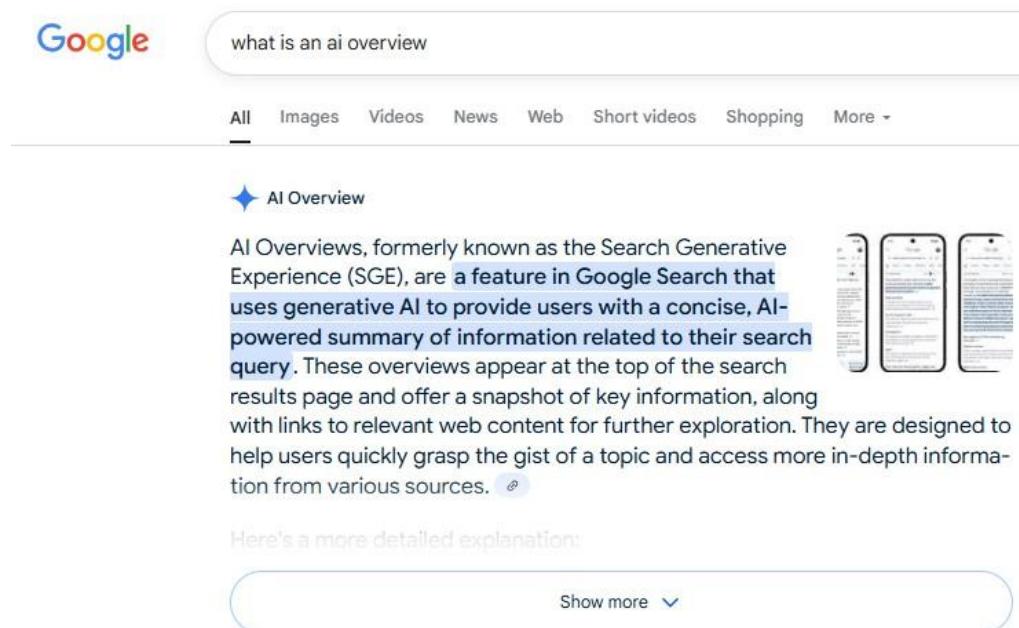
Google IA Overview

L'explosion de la recherche Zéro Clic liée à Google IA Overview



Google IA Overview, c'est quoi ?

- **"Google AI Overview"** est une fonctionnalité de recherche qui utilise l'intelligence artificielle pour fournir des **résumés d'informations directement en haut des résultats de recherche** du moteur de recherche :



what is an ai overview

All Images Videos News Web Short videos Shopping More ▾

AI Overview

AI Overviews, formerly known as the Search Generative Experience (SGE), are a feature in Google Search that uses generative AI to provide users with a concise, AI-powered summary of information related to their search query. These overviews appear at the top of the search results page and offer a snapshot of key information, along with links to relevant web content for further exploration. They are designed to help users quickly grasp the gist of a topic and access more in-depth information from various sources. [↗](#)

Here's a more detailed explanation:

Show more ▾

L'exception française Google IA Overview

- **En novembre 2025 : Google a déployé la fonctionnalité Google la Overview et le Mode IA dans plus de 200 pays, mais la France reste toujours exclue :**

Date	Étape de déploiement	Situation en France
Mai 2024	Lancement initial aux États-Unis	Absence totale, aucun accès
Août 2024	Extension à 7 pays (UK, Inde, Japon, etc.)	Absence maintenue, pas de calendrier annoncé
Octobre 2024	Déploiement dans plus de 100 pays	Blocage confirmé, premières inquiétudes des acteurs web
Mars 2025	Activation dans la majorité des pays européens	Absence remarquée, exception française confirmée
Mai 2025	Extension à plus de 200 pays et 40 langues	Isolement croissant du marché français
Novembre 2025	Lancement de Gemini 3 et expansion mondiale	Blocage persistant, absence de date annoncée

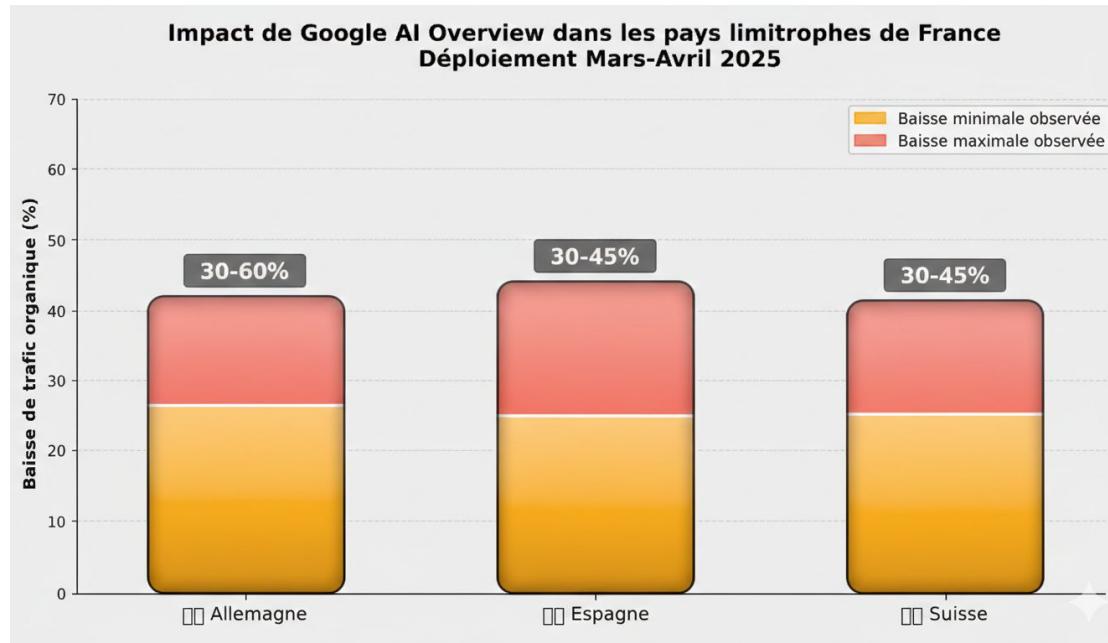
Pourquoi une exception française ?

- La principale raison pour laquelle Google n'a pas déployé ses nouvelles fonctionnalités d'intelligence artificielle comme "AI Overview" en France est due à des **incertitudes juridiques**.
- Cette situation découle principalement du **conflit persistant** avec les éditeurs de presse français concernant le **droit voisin**.
 - Cette loi impose aux plateformes numériques, comme Google, de **rémunérer les éditeurs et agences de presse pour la réutilisation de leurs contenus** (articles, photos, vidéos) dans les résultats de recherche.
 - Google s'est montré réticent à payer, ce qui a conduit à des **sanctions importantes** de la part de l'Autorité de la concurrence française, avec notamment une amende de 250 millions d'euros en mars 2024 pour non-respect de ses engagements.
- **Google négocie actuellement** avec l'Alliance de la presse d'information générale (Apig), le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM) et des agences de presse comme l'Agence France-Presse (AFP).

Cette exception vous donne du temps pour vous préparer !

Impacts de Google IA Overview

- Compte tenu du taux d'utilisation de Google, l'**impact de Google IA Overview accélère la tendance du Zéro Clic** de manière très importante.
- La **perte d'audience** varie en fonction des secteurs **entre 30 et 60%**.



Du SEO au GEO

Une démarche proactive à mener sans attendre !



Le nouveau challenge pour les marques

- Depuis le début du web **le challenge principal** était via le SEO :
 - **D'être visible dans les résultats de recherche** le mieux placé possible,
 - **De générer de l'audience** grâce à ce bon positionnement.
- Désormais, avec l'avènement des outils d'IA, **l'enjeu** est divisé en **3 axes** :
 - **L'objectif ultime est que l'IA mentionne spontanément la marque**, ses produits ou ses services comme la meilleure réponse à une question.
 - Par exemple, si un utilisateur demande "Quelle est la meilleure voiture électrique pour une famille ?", l'IA pourrait répondre en citant directement une marque spécifique.
 - Lorsqu'une IA génère une réponse, elle s'appuie sur plusieurs sources d'information qu'elle peut citer sous forme de liens. **Les marques doivent être présentes dans ses sources pour préserver l'audience de leur site.**
 - L'IA ne se contente pas de lire des faits ; elle analyse également le contexte et le sentiment général associé à une marque sur l'ensemble du web.
 - **Faire en sorte que l'IA apporte un avis positif sur la marque est essentiel.**

Le GEO (Generative Engine Optimization)

- Une nouvelle discipline, assez similaire au **SEO** est née ! **C'est le GEO (Generative Engine Optimization).**
- Le **Generative Engine Optimization (GEO)** est un ensemble de techniques visant à optimiser un contenu pour qu'il soit bien classé et utilisé par les moteurs de recherche basés sur l'intelligence artificielle générative.
- En d'autres termes, c'est l'**équivalent du SEO** (Search Engine Optimization) mais **pour les nouvelles expériences de recherche** où une IA génère directement une réponse à la question de l'utilisateur.
- L'objectif est de faire en sorte :
 - Que l'IA cite votre contenu,
 - Que l'IA le présente comme une source fiable,
 - Que l'IA le cite comme une source pour construire sa réponse.

Les grands principes du GEO

Une grande partie des actions favorables au SEO le sont aussi pour le GEO, cependant cette discipline possède des spécificités.



Les 3 grands axes d'actions du GEO

Le GEO est la pratique d'optimisation de la présence en ligne d'une marque pour qu'elle soit mieux référencée et citée par les outils d'IA. Cette infographie décompose cette discipline en trois domaines fondamentaux.

1. Stratégie de Contenu



Identifier les prompts stratégiques

Anticiper les questions que les utilisateurs poseront à l'IA concernant votre domaine d'activité.



Créer du contenu "prêt-à-citer"

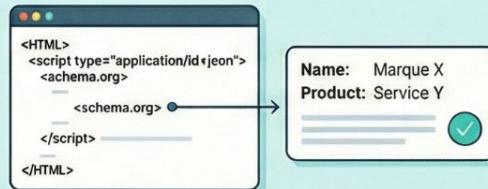
Rédiger des FAQ et articles clairs, enrichis de tableaux, vidéos ou infographies.

2. Optimisation Technique



Utiliser un balisage sémantique

Structurer clairement vos pages avec des balises de titre (headings) pour guider l'IA.



Implémenter les extraits enrichis

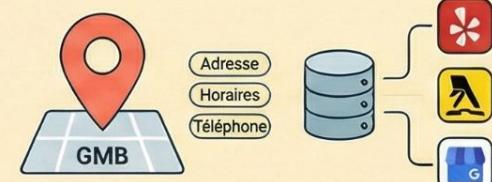
Intégrer des données structurées dans le code HTML pour faciliter la lecture par les robots.

3. Autorité de la Marque



Renforcer la présence sur les sites majeurs

Être activement présent et référencé sur des plateformes comme Wikipedia ou Youtube.



Assurer la cohérence des données locales

Mettre à jour et harmoniser les informations sur Google My Business et les annuaires.

Sources et ressources



Pour en savoir plus

Voici une **sélection de ressources** pour aller plus loin sur ce sujet :

- [L'essor de la recherche avec une IA, sur ChatGPT ou Google, fait craindre aux médias une perte de trafic](#) - **Le Monde** - 29/01/2026
- [Generative Engine Optimization Guide: 10 GEO Techniques and Examples](#) - **SurferSEO** - 09/10/2025
- [AI Overviews Reduce Clicks by 34.5%](#) - **Ahref** - 17/04/2025
- [Recherche Zéro-Clic : le nouveau défi du SEO à l'ère de l'IA](#) - **Natural-net** - 26/12/2025
- [Generative Engine Optimization \(GEO\): How to Win in AI Search](#) - **Backlinko** - 12/11/2025
- [Quelle date de lancement de Google IA Overview en France ?](#) - **Natural-net** - 12/12/2025
- [Comment apparaître et développer la visibilité de son site web dans les réponses IA de Google et des LLM ?](#) - **Natural-net** - 20/11/2025

Nous contacter

Notre équipe est à votre disposition



natural.net

Agence web
&
webmarketing

Natural-net
14, rue Marceau
33000 Bordeaux

05 56 17 75 19
contact@natural-net.fr

www.natural-net.fr

www.site-internet-qualite.fr

