

LUMINA · GEO

Baromètre de Visibilité IA

Édition pilote — Juillet 2026

Generative Engine Optimization · Méthodologie, critères et premiers constats

SCORE MOYEN DE VISIBILITÉ IA

34 / 100

7 clients accompagnés par Lumina-GEO en 2026 · 3 audits détaillés dans cette édition

Sommaire

01	Édito — pourquoi ce baromètre	
02	Notre méthodologie	
03	Les critères d'évaluation GEO	
04	L'échelle de probabilité de recommandation IA	
05	Limite méthodologique — édition pilote	
06	Résultats — scores globaux	
07	Résultats — détail par critère	
08	Constat clé de l'échantillon	
09	Ce que ça signifie pour votre entreprise	
10	Les 4 piliers du GEO	
11	Recommandations générales	
12	À propos de Lumina-GEO	
13	Nous contacter	

Pourquoi ce baromètre

La recherche assistée par intelligence artificielle change la manière dont les dirigeants, salariés et particuliers trouvent une entreprise ou un professionnel de confiance. Ce basculement est déjà mesurable : une part croissante des Français consulte une IA générative avant de choisir un prestataire.

32%

des PME et ETI françaises utilisent déjà ChatGPT dans leurs processus quotidiens (Médiamétrie / Sortlist, 2026).

44%

des cadres consultent une IA générative avant de choisir un prestataire (FEVAD / Odoxa, février 2026).

Lumina-GEO a créé ce baromètre pour documenter, de façon factuelle et reproductible, comment des entreprises réelles apparaissent aujourd'hui dans les réponses des principales IA génératives. Notre ambition : que ce document devienne une référence méthodologique sur le sujet en France, mise à jour à mesure que notre échantillon grandit.

Notre méthodologie

Chaque entité de cet échantillon a fait l'objet du même protocole, en quatre étapes :

1. Sélection des requêtes

Identification des questions réellement posées par la clientèle potentielle de l'entité (ex. « avocat licenciement abusif Lyon »), pas de mots-clés génériques.

2. Test sur trois moteurs IA

Chaque requête est soumise à ChatGPT, Perplexity et Gemini, à la même période, pour observer si et comment l'entité apparaît dans la réponse.

3. Analyse de la structure et du contenu

Vérification du site (contenu Q&A, données structurées, cohérence des informations) et de la présence tierce (annuaires, avis, presse).

4. Comparaison avec les acteurs visibles

Les résultats sont mis en regard des acteurs qui apparaissent effectivement sur les mêmes requêtes, pour situer l'écart réel.

Les critères d'évaluation GEO

Autorité métier / juridique

Ancienneté, reconnaissance professionnelle, expertise réelle démontrable.

Contenu expert publié

Articles, guides, analyses signés — de préférence avec des données propres à l'entité.

SEO classique

Positionnement sur les moteurs de recherche traditionnels — condition nécessaire mais non suffisante.

Visibilité dans les IA génératives

Apparition effective dans les réponses testées sur ChatGPT, Perplexity, Gemini.

Données structurées

Présence de balisage schema.org (Organization, Person, FAQPage, LegalService, etc.).

Présence tierce / e-réputation

Annuaire à jour, avis clients réels, mentions presse ou sectorielles.

L'échelle de probabilité de recommandation IA

En plus du score chiffré, chaque audit Lumina-GEO attribue un niveau de probabilité — une lecture rapide de la situation, toujours accompagnée d'une explication écrite pour éviter toute ambiguïté.

FAIBLE

0 à 35/100

L'entité n'apparaît dans aucune ou presque aucune réponse testée. L'écart avec les acteurs visibles est important.

MOYENNE

36 à 65/100

L'entité apparaît de façon partielle ou inconstante. Des bases existent mais restent à consolider.

ÉLEVÉE

66 à 100/100

L'entité apparaît régulièrement dans les réponses testées, avec une présentation fidèle à son positionnement.

Limite méthodologique — à lire avant tout usage

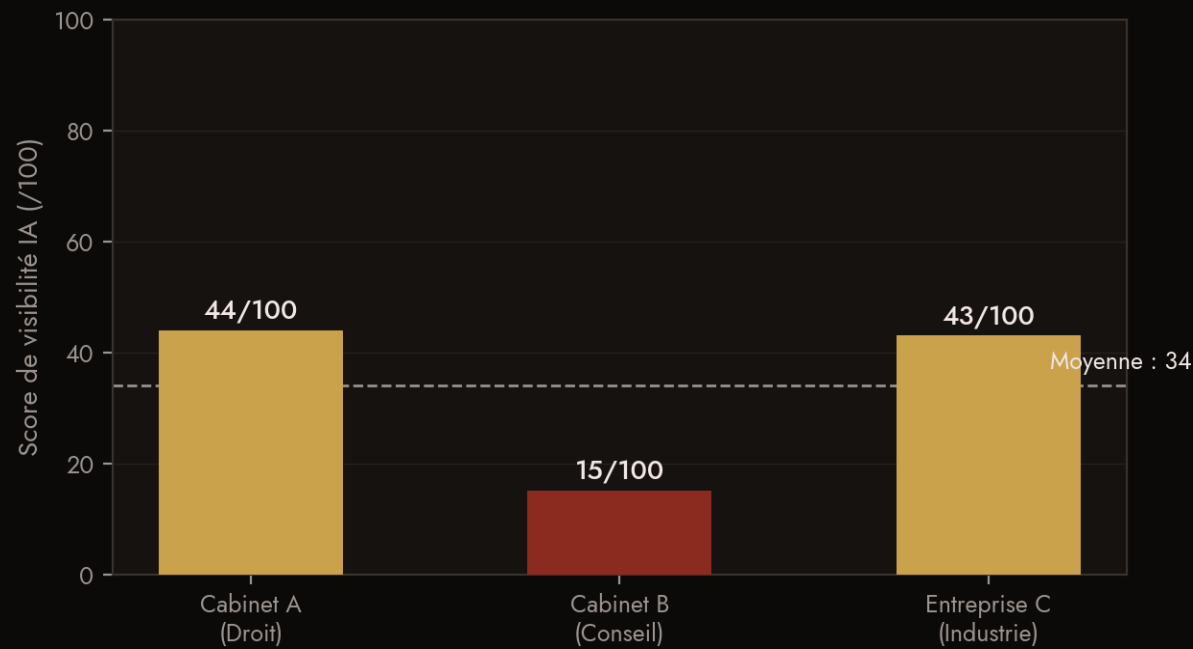
En 2026, Lumina-GEO a accompagné 7 clients. Ce baromètre présente un échantillon pilote détaillé de 3 d'entre eux, pour lesquels nous disposons de mesures complètes avant/après sur des requêtes réelles testées sur trois moteurs d'intelligence artificielle générative.

Ce que ce document n'est pas

Il ne s'agit pas d'une étude nationale représentative, ni d'une moyenne sectorielle. Trois entités, dans des secteurs différents (droit, conseil, industrie), ne permettent pas de généraliser à l'ensemble d'un marché. Ce chiffre illustre une méthode de mesure reproductible, pas une statistique de marché établie.

Les prochaines éditions, à mesure que l'échantillon grandit (7 clients accompagnés à ce jour, d'autres audits en cours), permettront des comparaisons par secteur et par ville avec une robustesse statistique croissante.

Résultats — scores globaux



Cabinet A — Droit

MOYENNE

Cabinet B — Conseil

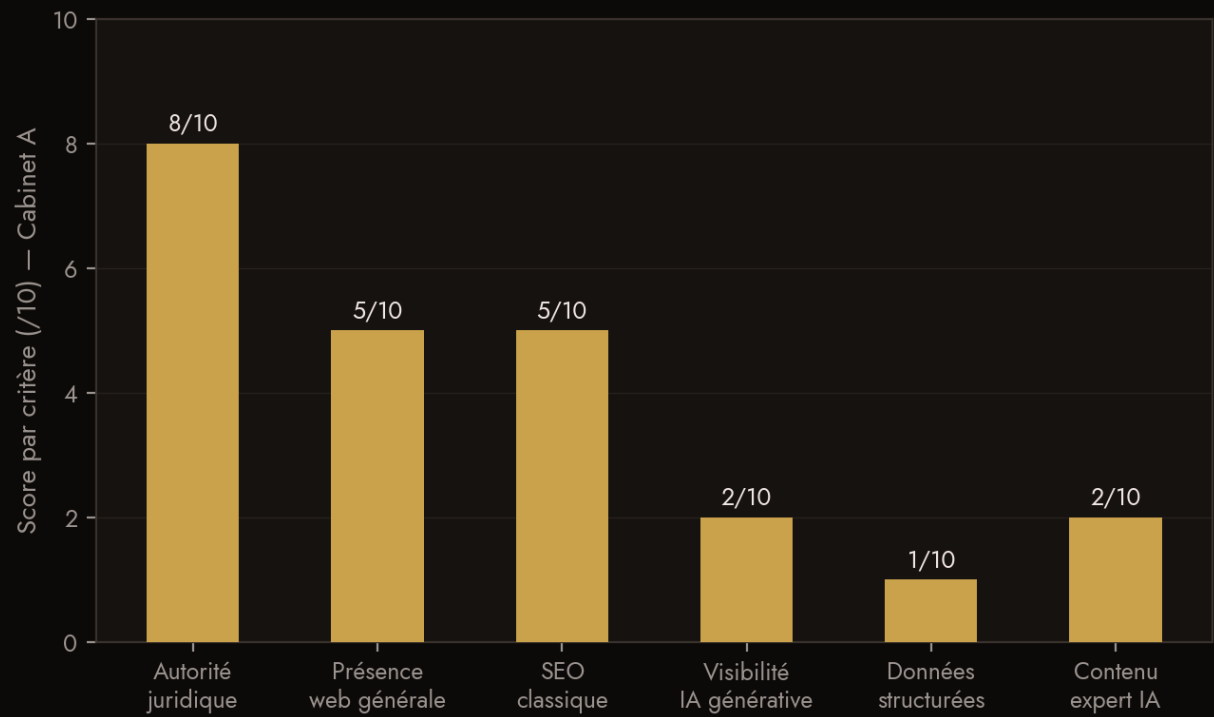
FAIBLE

Entreprise C — Industrie

MOYENNE

Résultats — détail par critère

Seul l’audit du Cabinet A dispose à ce jour d’un détail complet vérifié par critère. Ce niveau de granularité sera étendu aux autres entités de l’échantillon dans une prochaine édition.



Constat clé de l'échantillon

Malgré des secteurs différents, un point commun ressort des trois audits : le critère le plus faible, systématiquement, est la présence de données structurées et la visibilité dans les réponses des IA génératives — pas le manque d'expertise réelle des entités concernées.

À retenir

Être invisible pour une IA générative n'est pas une fatalité liée au secteur d'activité. C'est un écart corrigeable entre la réalité de l'expertise d'une entreprise et sa lisibilité pour les moteurs d'intelligence artificielle.

Ce que ça signifie pour votre entreprise

Si votre entreprise ou cabinet dépend d'une clientèle qui cherche activement de l'information avant de choisir un prestataire — ce qui est le cas de la plupart des professions de confiance (droit, conseil, santé, finance) — la visibilité dans les réponses IA devient un critère de sélection au même titre que le bouche-à-oreille ou les avis en ligne.

- Les gens recherchent-ils des informations sur votre métier avant de vous contacter ?
- L'IA serait-elle un moyen naturel pour votre clientèle de trouver une réponse ?
- Vos concurrents sont-ils déjà cités par les IA sur ces sujets ?
- Votre activité repose-t-elle sur une perception de confiance et d'autorité ?

Si la réponse est oui à au moins deux de ces questions, le sujet mérite votre attention dès maintenant.

Les 4 piliers du GEO

1. Structure du site

Contenu en questions-réponses claires, cohérence du nom et de l'adresse partout, pages dédiées par service et par ville.

2. Présence tierce

Annuaire professionnels à jour, avis clients réels, mentions presse ou sectorielles.

3. Crédibilité (E-E-A-T)

Expertise démontrée, faits précis et vérifiables, citations de sources qui font autorité.

4. Vérification continue

Tester régulièrement sa visibilité sur les principales IA — pas une seule fois.

À propos de Lumina-GEO

Lumina-GEO accompagne les cabinets et professions de confiance — experts-comptables, avocats, conseils — dans leur visibilité auprès des intelligences artificielles génératives. Notre approche repose sur la mesure : chaque recommandation s'appuie sur des requêtes réellement testées, jamais sur une estimation qualitative présentée comme un fait.

« Nous apportons la lumière » — rendre visible, pour les intelligences artificielles, une expertise qui existe déjà, mais qui reste aujourd'hui illisible pour elles.

Vous voulez connaître votre propre score ?

Nous proposons un audit de visibilité IA basé sur des requêtes réelles testées sur ChatGPT, Perplexity et Gemini, avec un diagnostic précis des causes et un plan d'action priorisé en 30, 60 et 90 jours.

contact@lumina-geo.com