

COMMUNIQUÉ DE PRESSE • NICE, LE 5 OCTOBRE 2026

GOOGLE, OPENAI, META : LA COURSE AUX IA QUI CHOISISSENT À LA PLACE DU CLIENT

La vente invisible : près de 7 marques françaises sur 10 absentes des réponses de ChatGPT.

Quand on demande à ChatGPT quoi acheter, 50 marques françaises sur 74 testées n'apparaissent pas dans la réponse. En mode, c'est 23 sur 26. Cited, start-up niçoise qui mesure la visibilité des marques dans les IA, publie le premier Indice Cited au moment où la recherche bascule : la réponse de l'IA remplace la liste de liens, et l'agent remplace le client.

68 %

des marques françaises testées absentes de la réponse de ChatGPT (50 sur 74)

13 / 74

seulement citées en premier, la place qui compte quand l'IA choisit

23 / 26

marques de mode absentes. En beauté, 12 sur 18.

Ce qui vient de changer

EN FRANCE • GOOGLE

Depuis le 22 juillet, Aperçus IA et Mode IA sont dans la recherche Google. Selon Google, une recherche en Mode IA est en moyenne trois fois plus longue qu'une recherche classique : on pose une question.

PARTOUT • CHATGPT

900 millions d'utilisateurs chaque semaine. À une question d'achat, il répond par une courte liste de marques. Les autres n'existent pas dans la conversation.

SEPTEMBRE • META ET OPENAI

Meta lance Muse, un agent qui achète à la place de l'utilisateur, passé en tête de l'App Store américain. OpenAI lance les dots, des agents qui travaillent en continu. Pas encore en Europe, mais la direction est fixée.

« La question n'est plus : est-ce que mon client me connaît ? C'est : est-ce que son IA me cite ? »

LAURA MERLE, FONDATRICE DE CITED

Le client pose la question chez lui, mais aussi en boutique, téléphone en main, devant le rayon. La marque absente de la réponse perd la vente, sans aucune trace dans ses outils d'analyse. C'est tout le travail de Cited : mettre la marque dans la réponse, où que la question soit posée, et le vérifier chaque mois sur cinq assistants. À moins de huit semaines du Black Friday, les réponses que les IA donneront pendant les fêtes se construisent maintenant.

32 %

ChatGPT
74 marques

L'INDICE CITED

La part des questions d'achat où la marque est citée, mesurée sur cinq assistants, chaque mois. Un chiffre concret, pas une note.

Quantitatif : pour chaque marque suivie, Cited pose chaque mois 50 questions d'achat à ChatGPT, Perplexity, Claude, Gemini et Mistral Vibe (ex-Le Chat), soit 250 réponses relevées et conservées. Pour chacune, la marque est citée ou non, et à quel rang ; l'Indice en fait un pourcentage suivi d'un mois sur l'autre. **Qualitatif** : qui est cité à sa place et à partir de quelles sources. Chaque chiffre renvoie à une réponse que l'on peut montrer.

L'étude publiée ici en est un premier aperçu, sur ChatGPT, avec une question par marque : **32 %** pour 74 marques françaises (24 citées sur 74).

Cited, un suivi clé en main sur cinq moteurs

1. **L'audit** : les questions d'achat de la marque posées aux cinq assistants, et son Indice Cited.
2. **Le plan de travail** : chaque mois, les corrections à faire, dans l'ordre, avec les textes prêts à coller.
3. **La remesure** : le mois suivant, pour vérifier ce qui a bougé.

La différence : un suivi fait pour la marque, chaque mois, avec des prix publics : mesure seule dès 99 € HT par mois, audit avec plan de travail dès 249 € HT.

Pour les rédactions

1. **Démonstration en direct** : on pose les questions d'achat devant vous et on regarde qui est cité.
2. **Données par secteur**, anonymisées, avec les réponses brutes.
3. **Interview ou tribune** de Laura Merle, à Nice, à Paris ou en visio.
4. **Visuels HD** sur cited.fr/presse, crédit « Source : Cited ».

Méthode. 74 marques françaises vendues en ligne, en majorité DTC : mode, beauté, maison, alimentation, compléments, puériculture. Une question d'achat par marque, formulée comme un consommateur la poserait, sans citer la marque, posée à ChatGPT (GPT-5.5, recherche web activée) le 21 septembre 2026. Une marque est comptée absente quand son nom n'apparaît pas dans la réponse. Réponses brutes conservées et disponibles pour les rédactions, anonymisées. Sources : Google France (22/07/2026), Siècle Digital (mars 2026), Axios, eMarketer, Decrypt, TechCrunch, Phonandroid (septembre 2026), Blog du Modérateur (DevDay OpenAI, 29/09/2026).

À propos de Cited. Cited (cited.fr) mesure et améliore la visibilité des marques dans les réponses des assistants IA. Fondée à Nice par Laura Merle, 12 ans de marketing et de communication, cofondatrice de GET THE TREND (15 000 marques partenaires).

Contact presse : Laura Merle, laura@cited.fr, 06 20 60 22 94. Espace presse et visuels HD : cited.fr/presse