Twin Pines GmbH

12.10.2026 – 05:00 Uhr

Étude : à Genève, près d'un commerce local sur deux n'est jamais cité par ChatGPT & Co.

Rhäzüns (ots) -

Quand on demande à un assistant IA une boulangerie, un dentiste ou un plombier, il cite trois à sept noms. L'éditeur suisse de logiciels marketing Quaryan mesure chaque mois si des commerces indépendants en font partie. Le 1er octobre 2026, Quaryan a posé 1728 questions du quotidien à ChatGPT, Gemini, Claude et Perplexity. Chaque réponse a été comparée à un panel fixe de 276 boulangeries, dentistes, coiffeurs, plombiers, vétérinaires et garages à Zurich, Bâle, Berne, Genève, Lausanne et Lugano.

Genève et Lausanne : de grands écarts selon le métier

À Genève, 46 % des commerces du panel n'ont jamais été cités. Seule Zurich fait moins bien. Cinq garages, cinq dentistes et cinq plombiers genevois sur huit sont absents de toutes les réponses. À Lausanne, la part tombe à 35 %. Les vétérinaires lausannois ont tous été cités au moins une fois, alors que six des huit dentistes ne l'ont jamais été. Les institutions s'en sortent mieux : la clinique dentaire universitaire de Genève compte parmi les noms les plus visibles du panel.

Sur l'ensemble des six villes, 114 des 276 commerces (41 %) n'apparaissent dans aucune réponse. Seuls 33 (12 %) sont cités par les quatre assistants. Plus de la moitié des réponses ne citent aucun commerce du panel de la ville et du métier concernés. À leur place reviennent des institutions, des chaînes et de grandes marques : le TCS pour les garages, Migros et Coop pour les boulangeries. Les assistants diffèrent nettement. Une réponse de Gemini cite en moyenne 12,9 % des commerces du panel de sa ville et de son métier, Claude 10,7 %, ChatGPT 7,9 % et Perplexity 5,1 %.

Les écarts entre villes reflètent en bonne partie la taille du marché. Plus une ville compte de commerces d'un même métier, moins chacun a de chances de figurer parmi les quelques noms d'une réponse.

Avis, classements et SEO local

Pour voir ce que les commerces cités ont en commun, Quaryan a comparé chaque commerce uniquement à d'autres du même métier dans la même ville. Le signal le plus fort est la présence sur d'autres sites :

- La moitié qui a le plus d'avis Google a été citée 1,7 fois plus souvent que l'autre moitié, chez les quatre assistants.
- Les commerces présents sur les pages que citent les assistants (local.ch, search.ch, guides locaux, plateformes de réservation) ont été cités 2,1 fois plus souvent.
- Les bases du SEO local vont aussi de pair avec le fait d'être cité (1,4 fois plus souvent) : la ville et le métier dans le titre de la page, des données structurées, une FAQ.
- Les horaires et les prix écrits en texte sur le site n'ont fait aucune différence mesurable, pas plus qu'un fichier llms.txt.

L'étude mesure une corrélation, pas une cause : les commerces qui ont beaucoup d'avis sont souvent plus connus à tous égards.

Pour " qui est le meilleur ? ", ce sont les pages des autres qui comptent

La plupart des pages citées par les assistants sont les sites des commerces eux-mêmes (54 à 60 %). Mais local.ch est de loin le site le plus cité : il apparaît dans 30 % des réponses qui indiquent des sources. Quand la question portait sur le meilleur commerce, un commerce cité ne figurait, dans 52 % des cas, que sur la page de quelqu'un d'autre : un guide, un classement ou un annuaire.

" Une réponse prise isolément varie d'un jour à l'autre. Mais le cercle des commerces cités reste étonnamment stable, et ce sont surtout ceux dont on parle aussi ailleurs sur le web ", explique [Prénom Nom], [fonction] chez Quaryan. " Pour être cité, il faut d'abord récolter des avis et figurer dans les classements locaux. Les détails techniques comme un fichier llms.txt viennent après. "

Méthode

Le panel compte 276 commerces indépendants ayant leur propre site web, jusqu'à huit par métier et par ville ; les chaînes sont exclues. 175 ont été tirés au hasard dans OpenStreetMap. Les autres proviennent de fiches OpenStreetMap sans site web, dont le site a été recherché, ainsi que de search.ch, de local.ch et des listes des associations professionnelles. Il y a quatre questions par métier, posées dans la langue de la ville et sans nommer de commerce. Chaque question a été posée trois fois à chaque assistant, via son API, avec la recherche web activée. L'analyse des facteurs s'appuie sur 428 commerces supplémentaires. La mesure est répétée chaque mois ; la prochaine vague a lieu le 1er novembre 2026.

Étude : https://quaryan.com/fr/blog/ai-visibility-study-october-2026/

Rapport (PDF, en anglais) : https://ots.ch/GcfT1T

Données (CSV, en anglais) : https://ots.ch/5rMXcZ

À propos de Quaryan

Quaryan est une plateforme de marketing IA pour sites web, applications et projets. Elle planifie et rédige au même endroit les contenus pour Google, pour les réponses IA comme ChatGPT, pour les réseaux sociaux et pour la publicité. Avec le test gratuit de visibilité sur ChatGPT, les entreprises vérifient en une minute environ si ChatGPT les cite. Quaryan est exploité par Twin Pines GmbH à Rhäzüns (GR).

Contact:

Moritz Vieli
Founder, Quaryan
078 904 51 02, moritz@quaryan.com

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/fr/pm/100104131/100942866 abgerufen werden.