AIRNITE

ZERO DAY

NUMÉRO 10/2026 · MARKETING & SEO

La réponse plutôt que le clic : ce que les aperçus IA de Google changent pour votre site

Quand Google place un résumé IA au-dessus des résultats, les internautes cliquent moins sur les sites. Les études de Pew et d'Ahrefs montrent des baisses nettes ; Google conteste. Ce que disent les chiffres et à quoi ressemble le SEO aujourd'hui.

Publié le: 21 novembre 2026 Temps de lecture: 6 min Auteur: Rédaction Airnite

SOFTWARE. SECURITY. CODE.

// LA SITUATION EN CHIFFRES

8 % / 15 %
clics sur les résultats classiques
avec ou sans résumé IA (Pew, données de navigation de mars 2025)

1 %
clics sur les liens du résumé
part des visites avec résumé IA (Pew)

-58 %
taux de clic estimé en 1re position
pour les requêtes avec aperçu IA, modèle d'Ahrefs (déc. 2025)

« stable »
avis de Google sur les clics organiques
volume total d'une année sur l'autre selon Google (août 2025)

Depuis que Google affiche un résumé IA au-dessus de nombreux résultats, les internautes obtiennent souvent la réponse directement – sans visiter de site. Pour les entreprises qui vivent du trafic de recherche organique, c'est l'un des plus grands changements de ces dernières années. Qu'est-ce qui est prouvé, qu'est-ce qui est contesté ?

// Que s'est-il passé ?

L'institut indépendant **Pew Research Center** a analysé les données de navigation de 900 adultes américains en mars 2025. Résultat : face à un résumé IA, les internautes cliquaient sur un résultat classique dans **8 %** des visites ; sans résumé, dans **15 %**. Ils ne cliquaient sur un lien du résumé que dans **1 %** des visites. Et après une page avec résumé, **26 %** mettaient fin à leur navigation, contre 16 % sans.

L'outil SEO **Ahrefs** a publié en février 2026 une analyse actualisée portant sur 300 000 mots-clés. Selon elle, un aperçu IA va de pair avec un taux de clic **58 %** plus faible pour le premier résultat ; en avril 2025, le chiffre était de 34,5 %. Important : Ahrefs parle de corrélation et s'appuie sur un modèle qui neutralise l'évolution générale des taux de clic.

// Comment cela fonctionne-t-il ?

Les aperçus IA synthétisent des contenus de plusieurs sources et répondent à la question en haut de la page. Pour une question d'information simple, cela suffit à beaucoup d'internautes. Les sites dont provient la réponse sont bien liés, mais selon Pew rarement cliqués. Ceux qui gagnaient des visiteurs avec des contenus pratiques perdent ainsi de la visibilité en clics, alors même que leurs contenus continuent d'être utilisés.

Google voit les choses autrement. La responsable de la recherche, Liz Reid, a écrit en août 2025 que le volume total de clics organiques de Google vers les sites était resté relativement stable d'une année sur l'autre et que Google envoyait un peu plus de « clics de qualité » – des clics après lesquels l'internaute ne revient pas aussitôt. Les rapports de baisses spectaculaires reposeraient souvent sur des méthodes erronées. Google ne fournit dans ce billet ni données brutes ni méthodologie.

// Qui est concerné ?

Les sites qui répondent à des questions d'information simples sont les plus touchés : guides, glossaires, articles explicatifs. Les pages où l'internaute veut agir – acheter, réserver, demander un devis – ou qui proposent leurs propres données, outils et expériences sont moins touchées.

Pour les entreprises, la portée se déplace. La visibilité vient de plus en plus du fait d'être cité et lié dans la réponse de l'IA – et plus seulement de la première place dans les résultats.

// Que faire maintenant ?

Les chiffres varient selon la méthode, mais les études indépendantes vont dans le même sens. Il est donc utile de lire attentivement sa propre Search Console, d'orienter les contenus vers des réponses claires et vérifiables, et d'entretenir la technique et les données structurées pour que les machines classent correctement les contenus. Et de mesurer le succès aux demandes, pas seulement aux clics. La check-list ci-dessous résume les étapes.

// Comment Airnite vous aide-t-il ?

Airnite pratique le **SEO et la visibilité dans les réponses IA** : articles de fond aux réponses claires, données structurées, llms.txt et technique propre – comme nous l'avons fait pour la base de connaissances de ZAT. Avec le **parcours SEO**, nous vous guidons pas à pas de l'analyse jusqu'à des demandes mesurables. En **conseil**, nous évaluons quels contenus perdent des clics chez vous et ce qui peut y remédier.

> Remarque : les données de Pew portent sur des internautes américains, le chiffre d'Ahrefs est une estimation modélisée et les déclarations de Google émanent de l'éditeur. État de la recherche : 21 novembre 2026.

Check-list : ce qu'il faut faire maintenant

[+] Repérer dans la Search Console les pages qui perdent des clics à impressions constantes – c'est là que les aperçus IA pèsent le plus.

[+] Rédiger des contenus qui répondent directement et de manière vérifiable aux questions, avec une structure et des titres clairs.

[+] Entretenir des données structurées (organisation, article, FAQ) et un fichier llms.txt pour que les machines classent correctement vos contenus.

[+] Apporter vos propres données, expériences et études de cas – ce qu'un résumé IA ne peut pas remplacer.

[+] Mesurer le succès non seulement aux clics, mais aux demandes, aux leads et à la notoriété.

[+] Développer plusieurs canaux (newsletter, réseaux sociaux, contact direct) pour moins dépendre d'un moteur de recherche.

Comment Airnite vous aide

- SEO et visibilité – Visible sur Google et dans les réponses des IA.
- Le parcours SEO – D'invisible à trouvé.
- Conseil – Un regard extérieur sur vos projets.

Êtes-vous cité dans les réponses des IA ?

Airnite vérifie comment votre entreprise apparaît dans les aperçus Google et les assistants IA, et construit des contenus qui sont cités : articles de fond aux réponses claires, données structurées, llms.txt et technique propre. L'objectif n'est pas seulement le clic, mais la demande de contact.

Demander un premier échange · Écrire un e-mail · Par WhatsApp

Contact

Des questions sur cet article ? Écrivez-nous sur WhatsApp : +49 174 6834842

Lire en ligne: https://airnite.de/fr/magazine/apercus-ia-google-moins-de-clics-seo/

Sources

Chaque fait de cet article repose sur les sources ci-dessous. Les sources primaires sont signalées.

1. **Pew Research Center · Google users are less likely to click on links when an AI summary appears in the results** · 22/07/2025 · SOURCE PRIMAIRE
   Source primaire (étude) : 900 adultes américains, données de navigation de mars 2025, taux de clic, fins de session
   https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/07/22/google-users-are-less-likely-to-click-on-links-when-an-ai-summary-appears-in-the-results/

2. **Ahrefs · Update: AI Overviews Reduce Clicks by 58%** · 04/02/2026 · SOURCE PRIMAIRE
   Étude : 300 000 mots-clés, décembre 2023 contre décembre 2025, taux de clic modélisé
   https://ahrefs.com/blog/ai-overviews-reduce-clicks-update/

3. **Google · AI in Search is driving more queries and higher quality clicks (Liz Reid)** · 06/08/2025 · SOURCE PRIMAIRE
   Déclaration de l'éditeur : clics organiques relativement stables, critique des études tierces
   https://blog.google/products/search/ai-search-driving-more-queries-higher-quality-clicks/

Information éditoriale générale, sans conseil juridique ni examen individuel de vos systèmes. État : date de publication.

Airnite GmbH · Am Waldbach 7 · 77654 Offenburg · airnite.de