

# Checklist GEO pour les associations

*Être cité par les intelligences artificielles — et le mériter.*

Le **GEO** (*Generative Engine Optimization*) consiste à structurer vos contenus pour qu'une IA — ChatGPT, Perplexity, Gemini, ou les AI Overviews de Google — vous cite comme source dans ses réponses. Cochez, avancez.

**Le principe en une phrase : être citable par l'IA et être une source fiable, c'est le même travail — sourcer, chiffrer, signer.**

## 1. Être lisible par les machines le socle technique

- Débloquer les robots d'IA** dans le fichier robots.txt — beaucoup de sites les bloquent sans le savoir.
- Afficher le contenu sans JavaScript** (rendu côté serveur), hors paywall ou identifiant — sinon l'IA ne le « voit » pas.
- Activer les données structurées** schema.org / JSON-LD (Article, FAQ, Auteur) — via Yoast ou Rank Math sous WordPress.
- Soumettre votre plan de site** à Google Search Console *et* à Bing Webmaster Tools — Bing reste une source de découverte importante pour plusieurs IA, dont ChatGPT.

## 2. Structurer pour être repris l'éditorial

- Formuler les intertitres comme de vraies questions** — les modèles font correspondre les titres aux questions des internautes.
- Ouvrir chaque section par une réponse directe** en une à deux phrases, avant le développement.
- Un seul sujet par section** ; hiérarchie de titres claire (H1 > H2 > H3).
- Écrire en langage naturel** — le bourrage de mots-clés dessert plus qu'il ne sert.
- Créer des FAQ** qui répondent aux questions réelles de votre public — réponse courte d'abord, puis détaillée — un format particulièrement repris par les IA.
- Privilégier des contenus de référence** — guides complets, dossiers, glossaires — plutôt qu'une succession de brèves — les IA citent les contenus stables et explicatifs.

## 3. Donner de la matière citable le fond

- Publier vos données originales** : chiffres de terrain, file active, baromètre, observations — c'est l'atout du secteur, et l'IA cherche l'inédit.
- Montrer votre expérience directe de terrain** : témoignages, études de cas, interventions concrètes — les signaux dits « E-E-A-T » (expérience, expertise, autorité, confiance).
- Dater et sourcer chaque affirmation importante**, avec un lien vers la source primaire.
- Créer une page « Sources et méthodologie »** pour vos études, enquêtes et chiffres — la vérification en est facilitée, pour les humains comme pour les IA.
- Ajouter statistiques et citations d'autorité** quand c'est pertinent.

## 4. Signer et faire autorité la confiance

- Attribuer chaque article à un auteur nommé** : nom, fonction, courte biographie.
- Bannir les contenus signés « l'équipe »**.
- Viser des reprises externes** : presse, fédérations, partenaires sectoriels — le signal le plus puissant.

## 5. Mesurer sans se mentir

Tester vos requêtes-clés dans ChatGPT, Perplexity et Gemini, et noter si vous êtes cité.

Suivre votre « part de voix » (fréquence de citation) plutôt que le seul classement Google.

Accepter que la mesure reste artisanale en 2026 — mieux vaut le dire que le maquiller.

## 6. Garder le cap l'éthique

Rester transparent sur votre propre usage de l'IA.

Ne pas sacrifier la vérifiabilité — votre valeur, c'est d'être une source primaire fiable.

### Les trois priorités pour une petite association

- 1 Publier des informations originales.
- 2 Signer les contenus avec un auteur identifié.
- 3 Sourcer systématiquement les affirmations importantes.

*Sans développeur, sans spécialiste SEO ni budget technique, ces trois actions produisent probablement 80 % du résultat.*