

ChatGPT

Gemini

Perplexity

Mode IA de Google

Quelle entreprise me conseilles-tu près de chez moi ?

★ RÉPONSE IA

1 Votre entreprise

Recommandée

2

3

LIVRE BLANC · ÉTUDE SUR LE GEO · OCTOBRE 2026

Vos clients vous cherchent-ils sur Google ou sur ChatGPT ?

Les chiffres 2026 de la recherche par intelligence artificielle, et le plan d'action pour rester visible quand on est une TPE ou une PME.

GEO

Generative Engine Optimization : l'art de faire citer et recommander son entreprise par les IA, comme ChatGPT, Gemini, Perplexity ou le Mode IA de Google.

Cinq chiffres pour comprendre où en est la recherche par IA

Pas le temps de tout lire ? Voici ce qu'il faut retenir. Chaque chiffre est détaillé, et sourcé, dans les chapitres suivants.



Google 90–95 % · IA 5–10 %

Notre estimation de la part de chaque canal, en 2026, sur les recherches de type « trouver un service » (un artisan, un cabinet, un cours...). Google reste la porte d'entrée, mais la part de l'IA augmente vite.

Chapitre 1 · Étude Avento, septembre 2026

15 % vs 92 %

des recherches « service + ville » affichent un résumé IA, contre 92 % des questions. **Le local résiste.**

Chapitre 3 · Whitespark, 2025

6 → 45 %

des Américains ont demandé à une IA de leur recommander une entreprise locale, en un an. Mais **88 % vérifient ensuite.**

Chapitre 4 · BrightLocal, 2026

76 → 38 %

des pages citées par les résumés IA de Google étaient dans le top 10 de Google. **Être bien classé ne suffit plus**, mais ça reste la porte d'entrée.

Chapitre 5 · Ahrefs, 2025 et 2026

68 %

des recherches Google se terminent **sans aucun clic** (États-Unis, début 2026), contre 49 % en 2019.

Chapitre 2 · SparkToro, 2026

En une phrase : ne quittez pas Google, mais préparez dès maintenant votre entreprise à être recommandée par les IA. Le chapitre 8 donne les six actions, et le chapitre 9 la façon de savoir quand accélérer.

Au programme

01	Combien de recherches passent par l'IA ?	p. 4	06	La leçon des annuaires	p. 12
	Trois façons de compter, trois réponses			Qui perd, qui gagne, et pourquoi	
02	L'IA est d'abord dans Google	p. 6	07	Un cas réel	p. 13
	Résumés IA, Mode IA et zéro-clic			Ce que montrent 15 mois de résumés IA	
03	Recherche locale	p. 7	08	Le plan d'action en 6 points	p. 14
	Ce qui résiste, ce qui bascule			Et la check-list à cocher	
04	Quand vos clients demandent à une IA	p. 9	09	Mesurer sans se tromper	p. 16
	Présélection, puis vérification			Deux relevés et un seuil	
05	Être cité par l'IA	p. 10	+	Votre analyse GEO Vision offerte	p. 17
	Le SEO reste la porte d'entrée			Où en est votre entreprise dans les IA ?	

Comment ce livre blanc a été construit



35 sources datées

Études de panels, sondages, données publiées par Google, OpenAI, Ahrefs, Semrush, Similarweb, Pew Research... Pour chaque chiffre, nous disons ce qu'il mesure.



42 recherches testées

Le 15 septembre 2026, nous avons passé au crible 42 recherches réelles d'un client sur Google, captures d'écran à l'appui.



Un cas client réel

Les données Search Console d'un site que nous accompagnons, sur un marché où les résumés IA de Google existent depuis plus d'un an. Anonymisé.

Pourquoi les chiffres se contredisent parfois : ils ne mesurent pas la même chose. Un sondage dit ce que les gens *déclarent*, un panel mesure ce qu'ils *font*, un outil SEO suit des mots-clés *choisis*. Nous donnons des fourchettes plutôt qu'un chiffre unique, et nous indiquons la source de chacun.

Combien de recherches passent vraiment par l'IA ?

« 12 % », « moins de 1 % » : on lit tout et son contraire. La réponse honnête est une fourchette, **de 0,5 % à 12 %**, selon ce qu'on compte.

La part de l'IA dans la recherche, selon la façon de compter

Même question, quatre mesures différentes (en %)

Trafic envoyé aux sites

chatbots IA vs moteurs, Suisse, août 2026

0,53 %

Activité sur ordinateur

États-Unis, décembre 2025

0,77 %

Part des « recherches »

sur 41 sites (Google, Amazon, YouTube...)

3,2 %

Volume de questions

prompts ChatGPT rapportés à Google

11,9 %

0 % 3 % 6 % 9 % 12 %

Statcounter (août 2026) · Datos × SparkToro, State of Search Q4 2025 · SparkToro (mars 2026) · Ahrefs (février 2026).

La borne haute : ChatGPT reçoit beaucoup de questions...

Selon Ahrefs, ChatGPT traite 2,5 milliards de prompts par jour, dont environ 65 % ressemblent à une recherche : 1,6 milliard, soit **11,9 %** des 13,7 milliards de recherches Google quotidiennes.

Mais ces questions renvoient très peu vers les sites : Google envoie **190 fois plus de trafic** aux sites web que ChatGPT.

×190

Google envoie 190 fois plus de visiteurs aux sites que ChatGPT

39,98 % des visites référées, contre 0,21 %

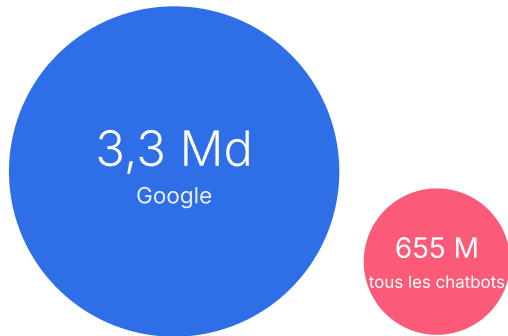
Ahrefs, février 2026

Notre lecture : sur les recherches de type « trouver un service » (un artisan, un cabinet, un cours), nous estimons la part de l'IA entre **5 et 10 %** en 2026. Google reste très largement devant, et c'est sur Google que se joue l'essentiel des contacts.

Les utilisateurs de l'IA n'ont pas quitté Google

Visiteurs uniques par mois, dans le monde

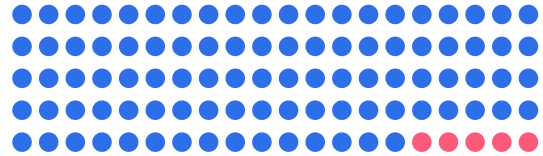
Surface des cercles proportionnelle



Similarweb, rapport 2026 (juin 2025 – mai 2026). Les chatbots progressent de 57 % sur un an.

Les utilisateurs de ChatGPT utilisent-ils encore Google ?

Sur 100 utilisateurs de ChatGPT



95 utilisent aussi Google
5 n'utilisent que l'IA

Similarweb 2026 : 461 millions des 494 millions d'utilisateurs de ChatGPT utilisent aussi Google, soit 95 %.

La prédiction qui ne s'est pas réalisée

Prévu par Gartner
en 2024

-25 %

Constaté par Google
mi-2026

Record de
requêtes

Gartner annonçait en février 2024 une baisse de 25 % du volume des moteurs en 2026. Au 2e trimestre 2026, Alphabet annonce au contraire un record de requêtes et +17 % de revenus Search.

Et en France ?

52 %

utilisent l'IA générative
chaque semaine (29 %
un an plus tôt)

85 %

utilisent un moteur de
recherche chaque jour,
un chiffre stable

Pour s'informer, les Français citent les moteurs à 74 % et l'IA générative à 20 % (9 % un an plus tôt).

Eskimoz × Ipsos, 1 000 personnes, mai 2026

À retenir : l'IA est devenue un **complément** de Google, pas un remplaçant. Ce qui a changé, ce n'est pas le nombre de recherches sur Google : c'est **ce qui se passe sur la page de résultats**. C'est l'objet du chapitre 2.

L'IA est d'abord dans Google

Depuis le **22 juillet 2026**, Google affiche en France des résumés rédigés par l'IA (les « Aperçus IA ») au-dessus des résultats, et propose un « Mode IA » conversationnel. L'internaute a sa réponse... et clique moins.

combien coûte un chauffe-eau ?

♦ APERÇU IA



Illustration : le résumé IA répond en haut de page, les liens descendent.

Clic vers un site après une recherche

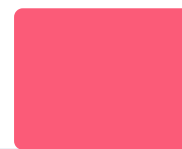
■ Sans Aperçu IA ■ Avec Aperçu IA

15 %



sans

8 %



avec

Et seulement 1 % de clics sur les liens cités dans le résumé. Quand un résumé s'affiche, 26 % des internautes arrêtent là leur recherche (16 % sinon).

Pew Research Center, panel de 900 adultes américains, juillet 2025

Recherches Google qui se terminent sans aucun clic

États-Unis

49 %



2019

60,5 %



2024

68 %



début 2026

SparkToro / Similarweb, 2026

-58 %

de clics sur le 1er résultat quand un résumé IA est affiché (-34,5 % en avril 2025)

Ahrefs, 300 000 mots-clés, déc. 2025

2,5 Md

d'utilisateurs mensuels des Aperçus IA, 1 milliard pour le Mode IA

Google, mai 2026

Recherche locale : ce qui résiste, ce qui bascule

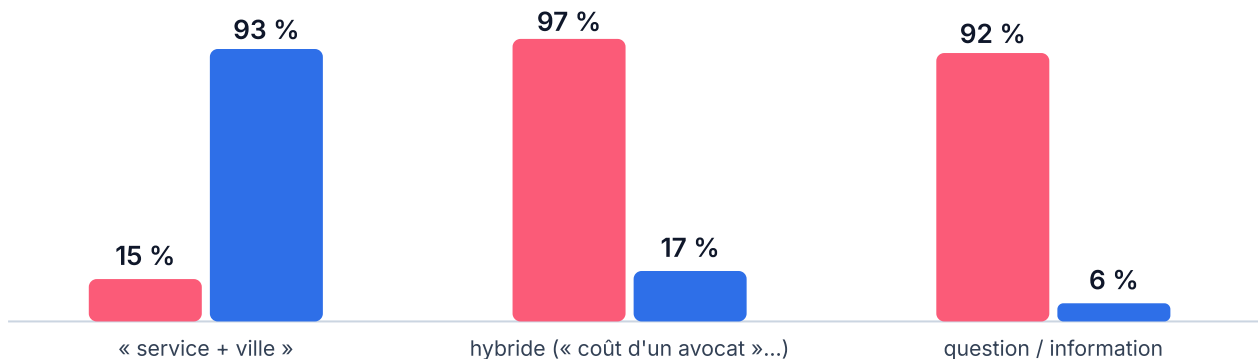
Bonne nouvelle pour les entreprises locales : sur « service + ville », Google montre une **carte et trois établissements**, pas un résumé IA. La frontière n'est pas le sujet, c'est **la forme de la recherche**.



Illustrations, à titre d'exemple.

Ce que montrent 540 recherches locales (Whitespark)

■ Résumé IA affiché ■ Carte / pack local affiché



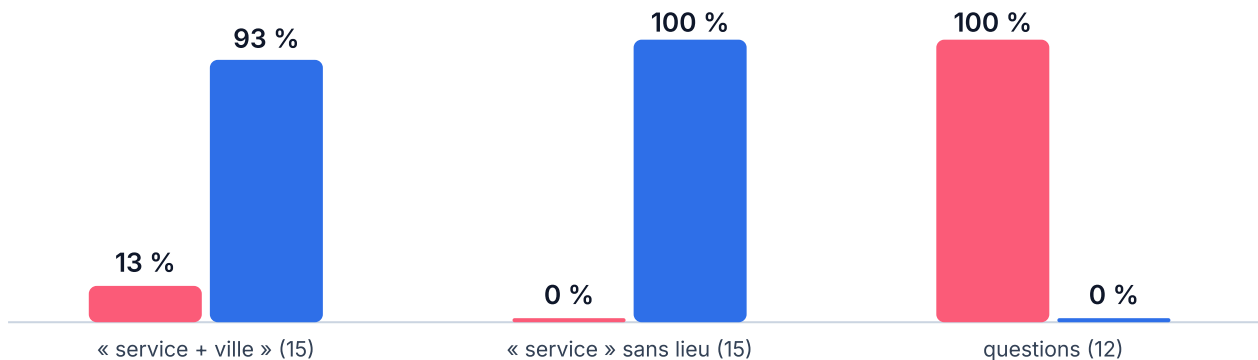
Whitespark, mai 2025 : 540 requêtes, 6 secteurs (plombiers, avocats, dentistes, opticiens, cliniques, agents immobiliers), 3 villes américaines.

Notre test : 42 recherches passées au crible

Le 15 septembre 2026, nous avons joué 42 recherches réelles d'un client (un site de mise en relation pour des services locaux) sur Google, sans personnalisation, sur un marché francophone où les résumés IA existent depuis plus d'un an. Résultat : **les mêmes proportions que les grandes études.**

Test Avento, 15 septembre 2026 (42 recherches)

■ Résumé IA affiché ■ Carte / pack local affiché



Google desktop non connecté, captures d'écran archivées. Limites : un seul jour, petit échantillon.



La zone grise des requêtes hybrides

Les deux seuls résumés IA de la série « service + ville » sont apparus sur les recherches les plus hybrides (du type « activité pour enfants l'été + ville »). L'un d'eux **recommandait des plateformes concurrentes**, pas notre client, pourtant en première page.



Google rend la main au local

Sur une requête comme « dermatologue près de moi », les résumés IA sont passés de **100 % en 2023 à 0 % en 2025**. Les recherches locales commerciales restent sous 20 % de résumés IA.

BrightEdge, septembre 2025

Ce que ça change pour vous

1

Votre fiche Google et vos pages « service + ville » restent votre premier levier : c'est là que se fait l'essentiel des contacts.

2

Les questions (« combien coûte », « comment choisir ») sont résumées par l'IA : visez à y être **cité**, pas seulement cliqué.

3

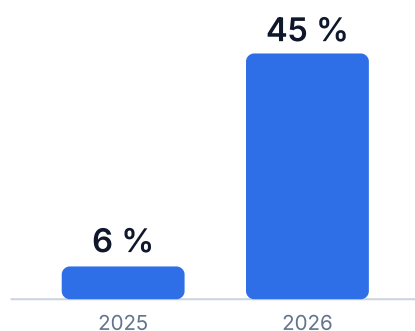
Attention aux pubs : dans le pack local américain, elles sont passées de 1 % à 22 % en 2025 (Sterling Sky).

Quand vos clients demandent à une IA

« ChatGPT, quel plombier me conseilles-tu ? » L'usage explose, mais l'IA ne fait qu'une **présélection** : presque tout le monde vérifie ensuite sur Google, sur les avis et sur votre site.

A déjà demandé à une IA de recommander une entreprise locale

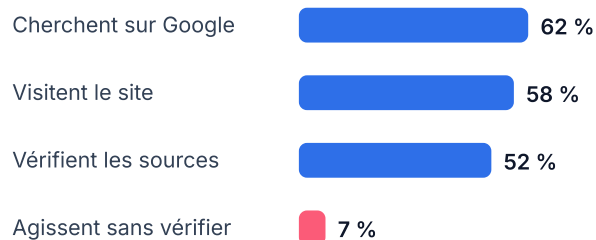
Adultes américains



BrightLocal, 1 002 adultes, mars 2026. ChatGPT 31 %, Mode IA de Google 23 %.

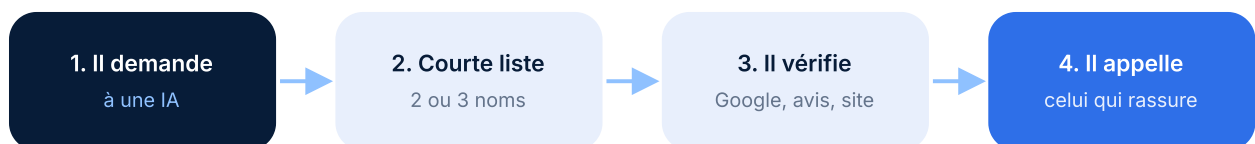
Et après la recommandation de l'IA ?

Ce que font les gens (plusieurs réponses possibles)



Yext, 1 120 adultes américains, mars 2026

Le nouveau parcours d'un client



1,2 %

des établissements américains sont recommandés par ChatGPT, contre 35,9 % qui apparaissent dans le pack local de Google. **Peu sont choisis.**

SOCi, 2 751 marques, 2026

29 %

des sources citées par ChatGPT sont des **avis et contenus d'utilisateurs**, 26 % de la presse. Vos avis comptent double.

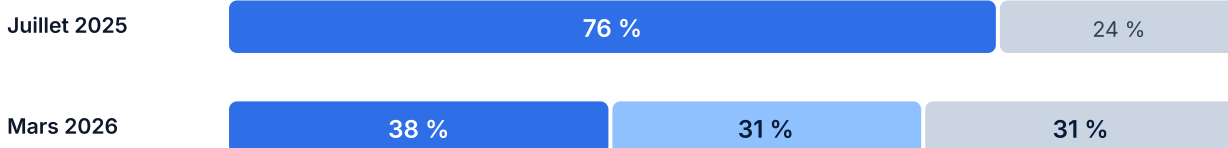
Similarweb, 2026

Être cité par l'IA : le SEO reste la porte d'entrée

« Si je suis premier sur Google, l'IA me citera-t-elle ? » Plus automatiquement. Mais sans visibilité sur Google, **pas de visibilité dans l'IA**.

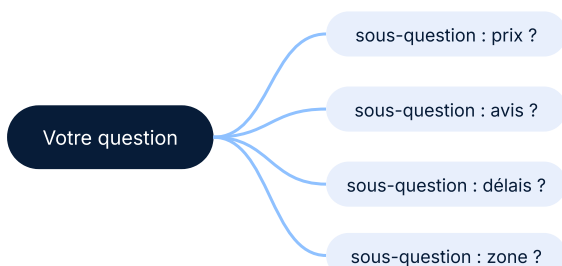
D'où viennent les pages citées dans les résumés IA de Google ?

■ Top 10 Google ■ Positions 11 à 100 ■ Au-delà de 100 / autre



Ahrefs : 1,9 million de citations (juillet 2025) ; 863 000 mots-clés, 4 millions d'URL (mars 2026).

Pourquoi ça baisse : le « fan-out »



Google lance lui-même des sous-recherches et cite leurs résultats. Une page qui répond précisément à une sous-question peut être citée sans être dans le top 10.

Pourquoi le SEO reste indispensable



C'est le « RAG » : l'IA récupère d'abord ce que les moteurs classent bien.

« Si votre visibilité organique baisse, votre visibilité IA suivra. » Lily Ray (Amsive), dans le rapport Similarweb 2026.

0,664

Le meilleur prédicteur d'une citation dans les résumés IA : **les mentions de votre marque sur le web** (corrélation, Ahrefs).

0,65

Corrélation entre vos **positions Google** et vos mentions dans ChatGPT (Seer Interactive).

35 %

seulement des liens du **Mode IA** figurent aussi dans le top 10 Google (Semrush, 2025).

Au-delà du SEO : les quatre leviers qui font citer une entreprise

Le SEO vous rend *trouvable* par l'IA. Ces quatre leviers la poussent à vous *choisir*.



1. Répondre aux sous-questions

L'IA se pose les questions que votre client ne formule pas : prix, délais, zone d'intervention, « quel X choisir », « meilleur X à Y ». Une page claire par question, avec des réponses directes et des chiffres.

Combien ça coûte ?

Sous quel délai ?

Dans quelles villes ?



2. Accumuler les avis

Avis et contenus d'utilisateurs = 29 % des sources citées par ChatGPT. Des avis nombreux, récents, détaillés, sur votre fiche Google et sur les plateformes de votre métier.



3. Des informations propres et structurées

Le même nom, la même adresse, les mêmes horaires et tarifs partout : site, fiche Google, annuaires. Et sur le site, des données structurées lisibles par les machines (schema.org : LocalBusiness, Service, Offer, AggregateRating).



4. Être mentionné ailleurs

Presse locale, annuaires de votre métier, partenaires, associations : chaque mention de votre nom exact compte. C'est le facteur le plus corrélé aux citations par l'IA (0,664).

65 %

Soyez à jour. 65 % des pages visitées par les robots des IA ont moins d'un an. Une page datée, revue et complétée régulièrement a plus de chances d'être lue, et citée.

Synthèse Ahrefs / position.digital, 2026

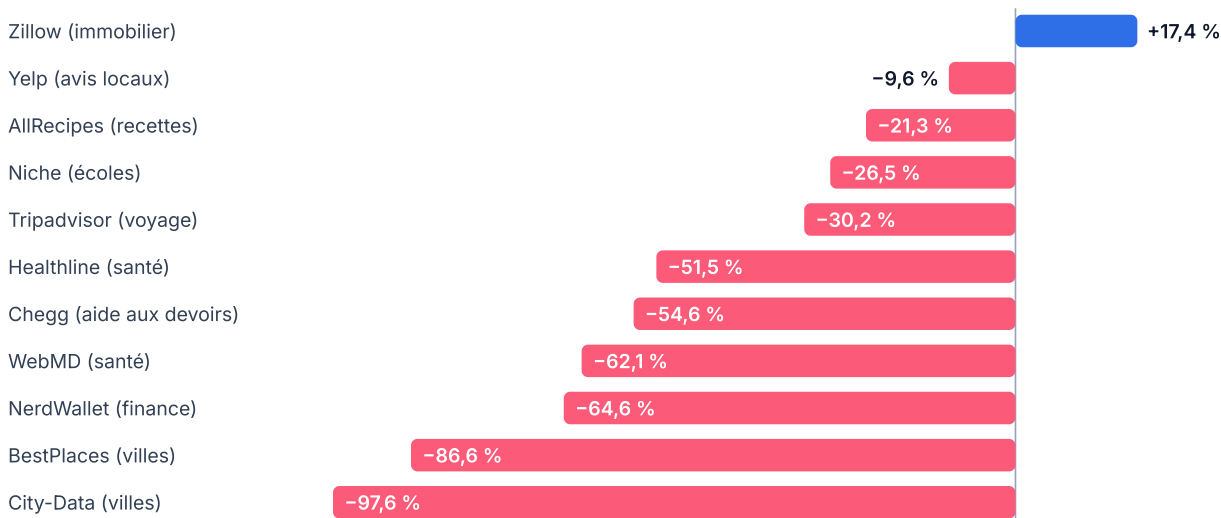
À éviter : les promesses de « référencement garanti dans ChatGPT ». Aucune agence ne contrôle les réponses d'une IA ; on travaille les signaux qu'elle utilise, et on mesure.

La leçon des annuaires et des plateformes d'avis

Ceux qui republient de l'information publique s'effondrent. Ceux qui possèdent une **donnée vivante** (annonces, prix, avis, réservation) deviennent les fournisseurs des IA.

Trafic Google de 11 grands sites américains, avril 2024 → mars 2026

■ En hausse ■ En baisse



Audit DirectoryGems, avril 2026, sur données Ahrefs.

Cités, mais plus visités

Les sites d'avis logiciels (G2, Capterra, TrustRadius...) ont perdu **76 à 92 %** de leur trafic Google en deux ans, alors qu'ils concentrent 88 % des citations d'avis dans les résumés IA.

SE Ranking, 30 000 mots-clés

Vendre sa donnée aux IA

Yelp perd du trafic mais ses licences de données progressent de 33 %, et il alimente ChatGPT en avis depuis juillet 2026. Tripadvisor a signé avec Gemini, OpenAI, Perplexity, Microsoft, Amazon et Anthropic.

Résultats Yelp ; Skift, février 2026

La leçon pour une PME : vos avis, vos tarifs, votre zone, vos délais sont **une donnée qui a de la valeur**. Publiez-les, tenez-les à jour, et soignez-les là où les IA vont les chercher, à commencer par votre fiche Google.

Un cas réel : mieux classé, plus vu... moins cliqué

Un site de mise en relation pour des services locaux, que nous accompagnons, sur un marché francophone où les résumés IA sont arrivés **15 mois avant la France**. Un aperçu de ce qui attend les sites français.

Impressions

+16 %

plus vu

Position moyenne

17,8 → 9,2

mieux classé

Clics

-5 %

moins de visites

Taux de clic

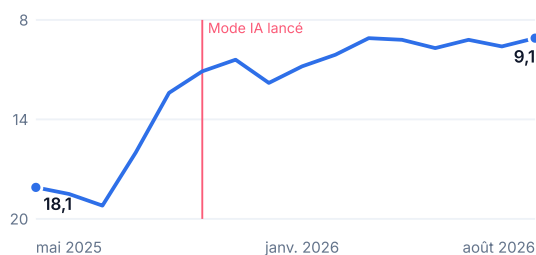
3,09 → 2,52 %

-18 %

Juin-août 2026 comparé à juin-août 2025, données Search Console.

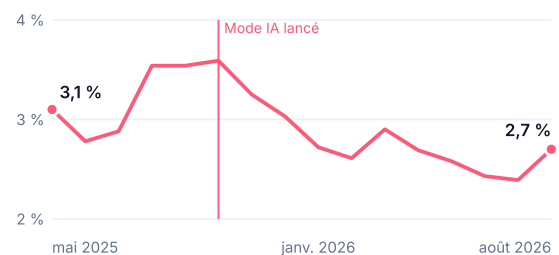
Position moyenne, par mois

Plus le chiffre est bas, mieux c'est



Taux de clic, par mois (%)

Part des affichages qui deviennent une visite



Les articles de blog, premiers touchés

■ Part des impressions ■ Part des clics

■ 21 %

■ 2,8 %

Un article « comment... » en position 1,8 n'obtient que 8 % de clics : le résumé IA répond à sa place.

Prudence : d'autres facteurs ont joué (maillage interne refait, évolution des recherches). C'est un **signal à suivre** mois par mois, pas une preuve. Mais il colle aux grandes études : le site gagne en visibilité, pas en visites.

Le plan d'action en 6 points

Google d'abord, l'IA en préparation. Six actions, de la plus urgente à la plus structurante, pour **rester trouvable aujourd'hui et recommandable demain**.

1 Garder le socle SEO et local

Pages « service + ville », fiche Google complète, site rapide. C'est là que se jouent l'essentiel des contacts en 2026, et c'est la porte d'entrée des IA.

2 Répondre aux questions précises

Prix indicatifs, délais, zone, « comment choisir ». Une réponse claire en haut de page, puis le détail. Ce sont les sous-questions que l'IA pose à votre place.

3 Faire vivre ses avis

Demander un avis après chaque chantier ou rendez-vous, y répondre, viser la régularité. Les avis rassurent le client qui vérifie et nourrissent les IA.

4 Publier des informations propres

Les mêmes coordonnées partout, des tarifs et une zone écrits noir sur blanc, des données structurées sur le site. Ce qui est clair est repris ; ce qui est flou est ignoré.

5 Être mentionné ailleurs

Annuaire de votre métier, presse locale, partenaires, associations, clubs. Chaque mention de votre nom exact renforce votre « existence » aux yeux des IA.

6 Mesurer chaque mois

Deux relevés simples et un seuil de décision pour savoir quand accélérer, sans céder à la panique ni à l'attentisme. Détail au chapitre 9.

Pourquoi ne pas attendre

Les signaux vont tous dans le même sens : Google teste aux États-Unis une réservation où l'IA appelle l'établissement à votre place, ChatGPT prépare une fonction « demander un devis » avec Yelp. Ce qui se prépare en 2026 servira en 2027-2028.

15–25 %

part possible de l'IA en 2027-2028 si les tendances actuelles se maintiennent (estimation Avento)

La check-list

Cochez ce qui est fait. Ce qui reste vide est votre plan pour les trois prochains mois.

SOCLE GOOGLE

☐ **Fiche Google** complète : catégories, services, horaires, photos récentes

☐ Une page par **service + ville** importante

☐ Site rapide et lisible sur mobile

☐ Search Console installée et consultée chaque mois

RÉPONSES

☐ Une page qui donne vos **prix indicatifs**

☐ Vos **délais** et votre **zone d'intervention** écrits noir sur blanc

☐ Une FAQ avec les 10 questions que vos clients posent au téléphone

☐ Pages datées et relues au moins une fois par an

AVIS

☐ Une demande d'avis **après chaque client** (SMS, e-mail, QR code)

☐ Réponse à **tous** les avis, positifs comme négatifs

☐ Présence sur la plateforme d'avis de votre métier

INFORMATIONS

☐ Nom, adresse, téléphone **identiques** partout

☐ Données structurées sur le site (LocalBusiness, Service...)

MENTIONS

☐ Inscription aux annuaires sérieux de votre métier

☐ Une mention dans la presse locale ou chez un partenaire cette année

MESURE

☐ Relevé mensuel de la part **Mode IA** dans la Search Console

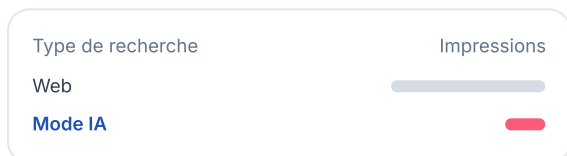
☐ Segment « trafic venu des IA » dans votre outil d'audience

Mesurer sans se tromper

Deux relevés de dix minutes par mois, et un seuil fixé à l'avance : c'est ce qui évite de **réagir trop tôt, ou trop tard.**

1 La part IA dans la Search Console

Dans l'interface de la Search Console, relevez les impressions attribuées au **Mode IA** et leur part dans le total. Ce chiffre n'est pas disponible par l'API : notez-le à la main, chaque mois.



2 Le trafic venu des IA

Dans votre outil d'audience, créez un segment qui regroupe les visites venues de :

chatgpt.com

gemini.google.com

claude.ai

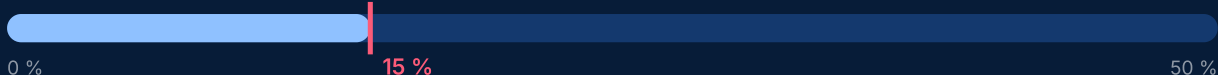
perplexity.ai

copilot.microsoft.com

Aujourd'hui, c'est « un faible pourcentage à un chiffre » du trafic de la plupart des sites (Similarweb). C'est la pente qui compte.

Le seuil de décision

Part IA dans la Search Console



Trafic venu des IA (part des sessions)



En dessous des deux seuils : gardez le cap sur Google et re-mesurez le mois suivant.

L'un des deux franchi : déplacez une partie du budget contenu vers la visibilité dans les IA.

Votre tableau de suivi

Mois	Impressions totales	Impressions Mode IA	Part IA	Sessions venues des IA	Part des sessions

Où en est votre entreprise dans les IA ? Nous le mesurons.

Avec **Avento GEO Vision**, notre outil dédié à la visibilité dans les IA, nous réalisons gratuitement l'analyse de votre entreprise.



- 1 Nous posons aux IA les questions de vos clients**, comme « quel plombier à Massy ? », à ChatGPT, Gemini, Perplexity et au Mode IA de Google, plusieurs fois.
- 2 Nous mesurons votre taux de présence** dans les réponses, moteur par moteur, et les concurrents cités à votre place.
- 3 Nous identifions les sources** que les IA utilisent (fiche Google, annuaires, avis, médias) et vérifions si vous y figurez.
- 4 Nous vous présentons un plan d'action priorisé**, en visio ou chez vous. Gratuit et sans engagement.

✓ Gratuit

✓ Sans engagement

✓ Résultats présentés en visio ou chez vous

✓ ChatGPT, Gemini, Perplexity, Mode IA

Demandez votre analyse GEO Vision gratuite

agence-avento.fr/livre-blanc-geo

06 66 22 64 60 · contact@agence-avento.fr



Scannez pour demander

Les sources de ce livre blanc

Étude Avento « Part des recherches captées par l'IA », septembre 2026 : 35 sources publiques datées, un test de 42 recherches Google (15 septembre 2026) et les données Search Console d'un client anonymisé. Les estimations Avento (part IA de 5 à 10 %, 15 à 25 % en 2027–2028, seuils de décision) sont signalées comme telles.

Part de l'IA dans la recherche

Ahrefs, « ChatGPT has 12% of Google's search volume », février 2026.

Similarweb, « 2026 Generative AI Landscape », juillet 2026.

SparkToro, « Search happens everywhere: 41 websites », mars 2026.

Datos × SparkToro, « State of Search Q4 2025 », février 2026.

SparkToro, « In 2026, less than one third of Google searches still send a click », 2026.

Statcounter Global Stats, Suisse, août 2026.

Eskimoz × Ipsos, « Observatoire des usages du search 2026 », mai 2026.

Gartner, prévision du 19 février 2024 ; Alphabet, résultats du 2e trimestre 2026.

Google I/O, mai 2026 (utilisateurs Aperçus IA et Mode IA).

L'IA dans Google

Pew Research Center, « Google users are less likely to click on links when an AI summary appears », juillet 2025.

Ahrefs, taux de clic et Aperçus IA, 300 000 mots-clés, avril et décembre 2025.

Déploiement en France : 22 juillet 2026.

Recherche locale

Whitespark, « The prevalence of AI Overviews in local search », mai 2025.

BrightEdge, « Google's AI Overview rollout reveals clear intent hierarchy », septembre 2025.

Sterling Sky, « The State of Local SEO in 2026 », juin 2026.

Whitespark, guide du Mode IA pour les entreprises locales, 2026.

Recommandations par l'IA

BrightLocal, Local Consumer Review Survey, mars 2026.

Yext, « Consumer Search Behaviors Report », mars 2026.

SOCi, « Local Visibility Index 2026 ».

Axios, accord Yelp – OpenAI, 23 juillet 2026.

Citations et classement

Ahrefs, « Search rankings and AI citations », juillet 2025 ; « Only 38% of AI Overview citations come from top-10 pages », mars 2026.

Semrush, « How Google's AI Mode compares to traditional search », juillet 2025.

Seer Interactive et Ahrefs, corrélations positions et mentions (synthèse position.digital, 2026).

Annuaire et plateformes

Audit DirectoryGems sur données Ahrefs, avril 2026.

SE Ranking, plateformes d'avis logiciels, 30 000 mots-clés, 2024–2025.

Skift, « Tripadvisor sees traffic decline from AI Overviews », février 2026.

Yelp, résultats du 4e trimestre 2025 et du 2e trimestre 2026.



AVENTO

Agence SEO, SEA et GEO pour les TPE et PME. Nous aidons les entreprises locales à être trouvées sur Google, et recommandées par les IA.

agence-avento.fr

06 66 22 64 60

contact@agence-avento.fr

Massy, Essonne · Rendez-vous en visio ou chez vous