

# Quando un cliente chiede a ChatGPT, esci tu o il tuo concorrente?

Visibilità nelle AI: i dati 2025-2026, cosa cambia per le PMI italiane e le azioni che funzionano davvero.

*Basato su report di settore internazionali e sui dati aggregati dei siti monitorati con DM Intelligence.*

# Chi ha scritto questo report, in trenta secondi.

Deep Marketing è un'agenzia di marketing evidence-based con sedi a Verona, Torino e Praga. Sul tuo progetto lavorano solo marketer senior con oltre 20 anni di esperienza; ogni decisione strategica è fondata su un database di più di 600 evidenze scientifiche, non su opinioni. I dati italiani che trovi nelle sezioni 05 e 06 vengono da DM Intelligence, la piattaforma proprietaria con cui misuriamo traffico e visibilità AI dei siti che seguiamo.

## I riconoscimenti

**BEST MARKETING AGENCY  
IN ITALY 2025**

Best of Best Review

**TOP DIGITAL MARKETING  
AGENCY 2026**

Tech Reviewer

**TOP DIGITAL MARKETING  
COMPANY**

GoodFirms

**TOP DIGITAL MARKETING  
AGENCY**

DesignRush

**CEO OF THE YEAR  
2025**

EU Business News

★★★★★ 4,8 / 5

60+ recensioni verificate  
Google e Trustpilot

## Tra i clienti

Veneranda Fabbrica del Duomo di Milano · Genertel · Esso · Olimpias Group · Entando · The Longevity Suite · Passione Beauty · MIDA Ticket · Serpac · Inside Pharmacy — e oltre 50 brand in 30+ paesi.

*Perché te lo diciamo subito: i dati di questo report valgono quanto chi li ha misurati. Ora che sai chi siamo, giudica i numeri.*

# La ricerca sta cambiando canale. Ora ci sono i numeri per dirlo.

Tra il 2025 e il 2026 sono usciti i primi studi su larga scala su come le risposte dell'intelligenza artificiale stanno cambiando il modo in cui le persone trovano fornitori, prodotti e servizi. Questo report raccoglie solo i numeri che hanno superato una verifica incrociata sulle fonti primarie: ogni cifra ha un nome, una data e un metodo dichiarato. I numeri che non hanno retto alla verifica — compreso il più citato di tutti — li trovi indicati come tali.

## 15,7%

delle ricerche Google mostra un'AI Overview (nov 2025). A gennaio 2025 era il 6,5%, con un picco del 24,6% a luglio.  
Fonte: Semrush, 10M+ keyword

## -58%

il CTR della prima posizione organica quando nella pagina compare un'AI Overview.  
Fonte: Ahrefs, feb 2026, 300.000 keyword con gruppo di controllo

## +206%

la crescita in 12 mesi del traffico che ChatGPT manda verso i siti web (gen 2025 → gen 2026).  
Fonte: Semrush, clickstream USA

## Come leggere i numeri di questo report

1. Quasi tutti i dati pubblici disponibili sono americani: nessun numero specifico su Italia o PMI ha superato la verifica. Li usiamo come riferimento dichiarato — e nelle sezioni 05 e 06 aggiungiamo ciò che misuriamo direttamente sui siti italiani che monitoriamo.
2. Dove gli studi misurano correlazioni, scriviamo "è associato a", non "causa".
3. Il settore si muove in mesi, non in anni: ogni cifra è datata.

### IL NUMERO CHE NON TROVERAI QUI

"Chi arriva dalle AI converte 4,4 volte di più." Circola in centinaia di articoli e presentazioni: non ha superato la verifica sulla fonte originale. Quando un'agenzia te lo cita come certezza, sai che non ha controllato.

# Le AI rispondono ormai anche alle ricerche d'acquisto.

## Quanto spesso Google mostra un'AI Overview

6,5%

gennaio 2025

24,6%

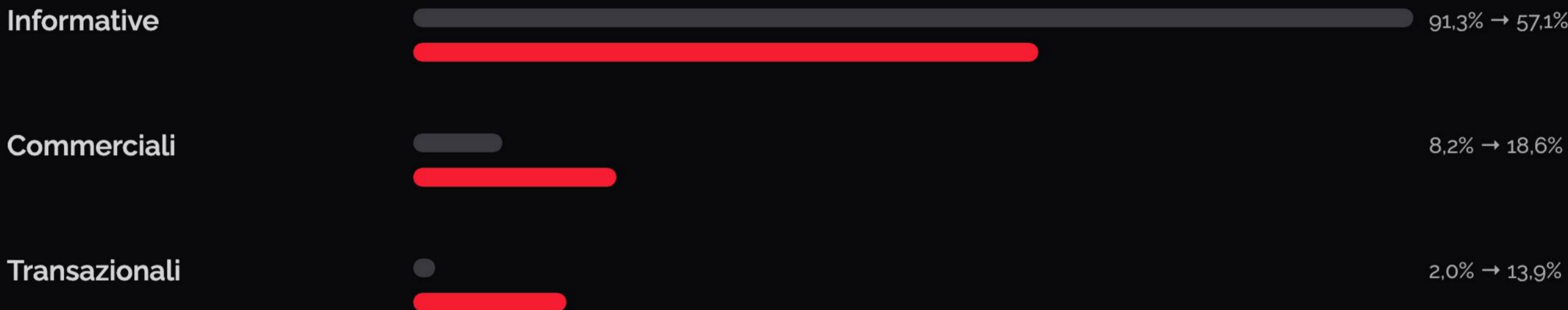
picco — luglio 2025

15,7%

novembre 2025

Fonte: Semrush, database 10M+ keyword. La crescita non è lineare: dopo il picco estivo Google ha ridotto la copertura.

## Il mix delle query con AI Overview si sposta sul commerciale



Barra grigia: gennaio 2025 · Barra rossa: ottobre 2025. Fonte: Semrush, mix di intento delle keyword che attivano AI Overview.

## ChatGPT come canale: cresce, ma premia pochi

Il traffico che ChatGPT manda ai siti è cresciuto del 206% in un anno, ma è estremamente concentrato: oltre il 30% va a soli 10 domini. E c'è un dato meno noto: ChatGPT attiva la ricerca web live solo nel 34,5% delle richieste (feb 2026). Significa che due risposte su tre nascono dalla "memoria" del modello — se il tuo brand non è presente e menzionato nei contenuti su cui le AI si formano, non esisti nemmeno quando il modello non cerca online.

*Semrush proietta che i visitatori da AI search supereranno quelli da ricerca organica entro il 2028. È una proiezione di un vendor: prendila come direzione, non come scadenza.*

# Quando appare il riassunto AI, metà dei click sparisce.

Pew Research ha osservato il comportamento reale di 900 utenti su 68.879 ricerche Google (mar 2025). Non sondaggi: navigazione misurata.

## 8% vs 15%

visite in cui l'utente clicca un risultato tradizionale, con e senza riassunto AI: i click si dimezzano.

## 1%

visite in cui l'utente clicca un link citato DENTRO il riassunto AI. Il "traffico dalle AI Overview" è oggi marginale.

## 26% vs 16%

utenti che chiudono la sessione subito dopo la ricerca, con e senza riassunto: la risposta basta, il sito non serve più.

## Il calo è misurato anche su Search Console, posizione per posizione

Ahrefs (feb 2026, 300.000 keyword, con gruppo di controllo): in presenza di AI Overview il CTR della posizione 1 correla con un calo del 58% (dic 2023 → dic 2025). Colpite tutte le posizioni: -2 -51%, -3 -46%, fino a -19% in decima. Seer Interactive, su 25 milioni di impression dei propri clienti, misura il CTR organico sulle query con AI Overview passato da 1,76% a 0,61% in 15 mesi (giu 2024 → set 2025).

### IL CONTRAPPESO — NIENTE ALLARMISMI

Sulle stesse keyword, Semrush misura che lo zero-click totale NON è esploso: è perfino sceso leggermente dopo l'arrivo delle AI Overview (33,8% → 31,5%). Gli studi misurano metriche diverse e non si contraddicono: il traffico non sta sparendo — si sta redistribuendo. La domanda giusta non è "quanto perdo?", è "chi viene citato al posto mio?".

# Essere primi su Google non basta più. Non esserlo non è più una condanna.

## ~90%

delle pagine citate da ChatGPT è oltre la posizione 20 di Google (Semrush). Due studi indipendenti confermano: la sovrapposizione tra le fonti citate da ChatGPT e la top 10 di Google è solo del 7-12% (Ahrefs su 15.000 query; Profound su 41M risultati).

### AI OVERVIEWS (GOOGLE)

Attingono dalla top 10 di Google nel 38-76% dei casi. Se vuoi essere citato qui, la SEO classica resta la leva principale: ranking e citazione vanno insieme.

### CHATGPT E ASSISTENTI

Costruiscono le risposte con fonti che Google ignora: directory, recensioni, contenuti specifici. Qui si apre uno spazio per chi non domina il ranking — e si gioca con regole diverse.

## Quanto vale essere citati

Sulle query con AI Overview, i brand citati nel riassunto mostrano un CTR organico più alto del 35% (0,70% vs 0,52%) e un CTR a pagamento più alto del 91% (7,89% vs 4,14%) rispetto ai brand non citati (Seer, Q3 2025 — associazione misurata, non prova causale). E l'impatto del calo è asimmetrico: le keyword col nome del brand reggono (+18,7% di CTR), quelle generiche crollano (-20%) (Amsive, apr 2025, 700.000 keyword). Tradotto: brand forte e citazioni sono la difesa, le query generiche il fronte più esposto.

*GEO e SEO non sono alternative: sono due partite sugli stessi contenuti, con arbitri diversi.*

# Sui siti italiani che monitoriamo, il traffico AI è piccolo. E pregiato.

I dati pubblici si fermano agli USA. Questi invece sono i numeri — aggregati e anonimizzati — degli ultimi 90 giorni sui siti italiani che monitoriamo con DM Intelligence, la nostra piattaforma proprietaria: B2B industriale, retail locale, servizi professionali.

## 453

sessioni arrivate da assistenti AI in 90 giorni su un singolo sito B2B di servizi: ChatGPT 306, Claude 57, Gemini 54, Perplexity 21. Un anno fa erano vicine a zero.

## 32% vs 53%

frequenza di rimbalzo dei visitatori da ChatGPT contro quelli da Google organico, su un sito retail locale: chi arriva da una risposta AI rimbalza molto meno.

## 4-7 min

durata media delle sessioni in arrivo da Gemini sui siti B2B monitorati — fra le più lunghe di qualsiasi sorgente di traffico.

## Perché questi numeri contano più della loro dimensione

Chi clicca da una risposta AI ha già fatto un passaggio in più: ha posto una domanda, ha letto una risposta, e ha deciso che tu eri la parte interessante. Arriva pre-qualificato. È l'opposto del traffico da scroll: poche visite, intenzione alta.

E la quota è destinata a crescere: oggi sui siti che monitoriamo il traffico AI vale l'1-2% delle sessioni, ma è la sorgente con la crescita relativa più rapida — coerente con il +206% misurato da Semrush sul referral ChatGPT globale.

*Il momento giusto per presidiare un canale è quando è piccolo, misurabile e in crescita. Non quando è saturo.*

# Per 90 giorni abbiamo fatto alle AI le domande dei clienti. Ogni giorno.

Con DM Intelligence interroghiamo quotidianamente ChatGPT, Gemini e Perplexity con 16 domande reali da cliente ("cerco un'agenzia di marketing a Verona...", "chi ha i migliori risultati in lead generation...") e registriamo chi viene citato, in che posizione e con quali fonti. Ecco cosa emerge.

## 472

concorrenti unici citati dalle AI rispondendo a sole 16 domande. La "shortlist" non è mai la stessa: ogni risposta è una gara nuova.

## 65 / 38 / 27

% di citazione dello STESSO brand su ChatGPT, Gemini e Perplexity. Essere visibili su un motore non dice nulla degli altri due.

## 388

citazioni in 90 giorni a una singola directory di settore come fonte delle risposte: seconda solo al sito del brand stesso.

## Le tre lezioni operative

1. Le fonti delle risposte sono in gran parte controllabili: al primo posto c'è il sito del brand (con le pagine servizio+città in testa), al secondo le directory di settore e i profili con recensioni. Curarli costa poco e incide molto.
2. Ogni motore ha la sua logica: lo stesso brand passa dal 65% di citazioni su ChatGPT al 27% su Perplexity. Ottimizzare "per le AI" in generale non significa nulla: si misura e si lavora motore per motore.
3. La visibilità oscilla: nel nostro tracking il tasso di citazione settimanale è passato dal 19% al 69% nello stesso trimestre. Un controllo fatto una volta sola — in casa o da un fornitore — fotografa un giorno, non la realtà.

# L'unico esperimento peer-reviewed premia dati, fonti e citazioni.

## +30-40%

di visibilità nelle risposte dei motori generativi aggiungendo ai contenuti tre cose: citazioni di fonti, quotazioni e statistiche. È il risultato dell'unico studio sperimentale sottoposto a revisione scientifica sulle tattiche GEO (Princeton, IIT, Georgia Tech, AI2 — KDD 2024, 10.000 query).

### IL DATO PIÙ INTERESSANTE PER LE PMI

I guadagni non vanno ai leader: nello studio, le ottimizzazioni hanno premiato soprattutto le fonti in quinta posizione (+115% di visibilità), mentre la prima ha perso terreno (-30%). Le risposte AI redistribuiscono l'attenzione — è il contrario della SEO, dove chi è primo piglia tutto.

### Cosa invece NON è dimostrato (e ti venderanno comunque)

- × Schema markup "per farsi citare dalle AI": nessuna evidenza solida che aumenti le citazioni. Utile per altri motivi SEO, non è una leva GEO dimostrata.
- × File llms.txt: i principali motori AI dichiarano di ignorarlo. Installarlo non costa nulla, pagarlo sì.
- × Trucchi e keyword stuffing: nello studio Princeton peggiorano la visibilità. Le AI premiano contenuti leggibili e verificabili, non densità di parole chiave.

*Avviso di onestà: l'esperimento usa modelli del 2023. Le percentuali esatte sui motori del 2026 non sono garantite — la direzione (contenuti documentati battono contenuti generici) è il punto solido.*

# Da dove iniziare, in ordine.

## 1 Misura la baseline

Fai a ChatGPT, Gemini e Perplexity le 10 domande che farebbe un tuo cliente. Annota chi citano e con quali fonti. Senza baseline, tutto il resto è cieco.

## 2 Metti numeri, fonti e citazioni nei contenuti chiave

È l'unica tattica con evidenza sperimentale (+30–40%, Princeton/KDD 2024). Parti dalle pagine servizio e dai casi studio, non dal blog.

## 3 Presidia directory e recensioni del tuo settore

Nei nostri dati sono la fonte n.2 delle risposte AI dopo il sito stesso (388 citazioni a una sola directory in 90 giorni). Profili completi, recensioni vere, categorie giuste.

## 4 Non abbandonare la SEO

Le AI Overviews di Google pescano dalla top 10 nel 38–76% dei casi. La SEO classica resta il biglietto d'ingresso per metà della partita.

## 5 Costruisci ricerca di brand

Le query col nome del brand sono le uniche con CTR in crescita nell'era AI (+18,7%, Amsive). PR, casi studio pubblici e presenza dove il tuo settore discute: è ciò che le AI "ricordano".

## 6 Una pagina chiara per ogni servizio e città

Le AI rispondono a domande locali ("chi consiglieresti a Verona?") citando pagine locali. Nel nostro tracking, la pagina servizio+città è la singola URL più citata in assoluto.

## 7 Monitora ogni mese, motore per motore

La visibilità AI oscilla (19% → 69% in un trimestre nei nostri dati) e ogni motore si comporta diversamente. Uno snapshot non è una strategia.

### 3 ERRORI DA EVITARE

Comprare promesse basate su numeri non verificati (il "4,4x") · pagare per soluzioni magiche senza evidenze (llms.txt, schema "per le AI") · aspettare dati italiani perfetti mentre i concorrenti occupano le risposte.

# Le AI citano te o i tuoi concorrenti?

C'è un solo modo onesto per saperlo: chiederglielo, con le domande vere dei tuoi clienti, su tutti e tre i motori. Lo facciamo noi, gratis, con la stessa piattaforma usata per i dati di questo report.

- 1** Ci indichi il tuo sito e il tuo mercato. Due minuti, un form.
- 2** Interrogiamo ChatGPT, Gemini e Perplexity con le domande tipiche dei tuoi clienti e registriamo chi citano, in che posizione, con quali fonti.
- 3** Ricevi il report con la tua posizione, i concorrenti che ti precedono e le 3 priorità su cui agire. Se vuoi parlarne, parli con un senior — non con un venditore.

**Richiedi il check gratuito di visibilità AI**

[www.deepmarketing.it](http://www.deepmarketing.it) — oppure scrivi a [info@deepmarketing.it](mailto:info@deepmarketing.it)

**DM**  
**MARKETING**

Deep Marketing è un'agenzia evidence-based con sedi a Verona, Torino e Praga: solo marketer senior, decisioni basate su dati ed evidenze scientifiche, una piattaforma proprietaria (DM Intelligence) per misurare ciò che gli altri stimano. Valutazione media 4,8/5 su Google e Trustpilot. Tra i clienti: Veneranda Fabbrica del Duomo di Milano, Genertel, Olimpias Group, Entando, Passione Beauty.

# Tutte le fonti, verificabili.

Ogni cifra di questo report è stata verificata sulla fonte primaria. Dove studi diversi misurano metriche diverse (zero-click rate, click per visita, CTR per posizione) lo abbiamo indicato senza sommarle. Tre numeri molto citati nel settore non hanno superato la verifica e sono stati esclusi.

## Studi citati

- Semrush — AI Overviews Study (dic 2025, 10M+ keyword) · [semrush.com/blog/semrush-ai-overviews-study](https://semrush.com/blog/semrush-ai-overviews-study)
- Semrush — ChatGPT Search Insights (2026, clickstream USA, panel 200M utenti) · [semrush.com/blog/chatgpt-search-insights](https://semrush.com/blog/chatgpt-search-insights)
- Semrush — AI Search Traffic Study (lug 2025) · [semrush.com/blog/ai-search-seo-traffic-study](https://semrush.com/blog/ai-search-seo-traffic-study)
- Pew Research Center — Google users and AI summaries (lug 2025, 900 utenti, 68.879 ricerche) · [pewresearch.org](https://pewresearch.org)
- Ahrefs — AI Overviews Reduce Clicks, update (feb 2026, 300.000 keyword GSC) · [ahrefs.com/blog/ai-overviews-reduce-clicks-update](https://ahrefs.com/blog/ai-overviews-reduce-clicks-update)
- Seer Interactive — AIO Impact on Google CTR (nov 2025, 25,1M impression) · [seerinteractive.com](https://seerinteractive.com)
- Amsive — AI Overviews CTR Research (apr 2025, 700.000 keyword) · [amsive.com](https://amsive.com)
- Aggarwal et al. — GEO: Generative Engine Optimization (KDD 2024, peer-reviewed) · [arxiv.org/abs/2311.09735](https://arxiv.org/abs/2311.09735)

## Dati proprietari

Le sezioni 05 e 06 usano dati DM Intelligence (piattaforma proprietaria Deep Marketing): analytics first-party di siti italiani monitorati (aggregati e anonimizzati, 90 giorni, mar-giu 2026) e ~800 risposte AI raccolte interrogando quotidianamente ChatGPT, Gemini e Perplexity con 16 prompt da cliente. I dati aggregati non sono riconducibili a singoli clienti.

I marchi citati appartengono ai rispettivi proprietari. Le cifre riflettono gli studi alla data indicata: il settore evolve in mesi, non anni. Report pubblicato a giugno 2026.

# DEEP MARKETING

## Il marketing di chi non può sbagliare.

Deep Marketing è un'agenzia evidence-based con sedi a Verona, Torino e Praga. Solo marketer senior con oltre 20 anni di esperienza, ogni decisione fondata su più di 600 evidenze scientifiche, e una piattaforma proprietaria — DM Intelligence — per misurare ciò che gli altri stimano. È il metodo con cui sono stati raccolti i dati di questo report, ed è lo stesso che applichiamo ai clienti.

**BEST MARKETING AGENCY  
IN ITALY 2025 & 2026**

premio internazionale, due anni di fila

**CEO OF THE YEAR  
2025**

EU Business News

★★★★★ 4,8 / 5

60+ recensioni verificate su Google e Trustpilot

### I risultati di chi applica questo metodo

# 103x

ROAS record · Passione Beauty  
2M€ di vendite con 20K€ di budget

# #1

in Italia nel suo settore · Serpac  
fino alla TV nazionale

# 2x

fatturato · Entando  
con riconoscimento Gartner

# Mondo

Duomo di Milano  
raccolta internazionale Patrons



**Vuoi sapere se le AI citano te o i tuoi concorrenti?**

Check gratuito di visibilità AI → [www.deepmarketing.it](http://www.deepmarketing.it) · [info@deepmarketing.it](mailto:info@deepmarketing.it)