

53,3 %

du trafic web mondial provient de la recherche organique

La publicité payante (SEA) n'en génère que 15 %. Le SEO reste le canal d'acquisition dominant sur le web — et de loin.

Source : BrightEdge Research

01 CONTEXTE DIGITAL DES PME FRANÇAISES

Baromètre France Num 2025 — 11 021 dirigeants de TPE/PME interrogés par la Direction générale des Entreprises (IFOP).

78 %

des dirigeants considèrent que le numérique apporte un bénéfice réel à leur activité

France Num, Baromètre 2025

84 %

ont un site web ou une présence sur les réseaux sociaux (93 % chez les PME)

France Num, Baromètre 2025

40 %

affirment que le numérique a contribué à la croissance de leur chiffre d'affaires

France Num, Baromètre 2025

26 %

utilisent déjà l'intelligence artificielle — adoption qui a doublé en un an

France Num, Baromètre 2025

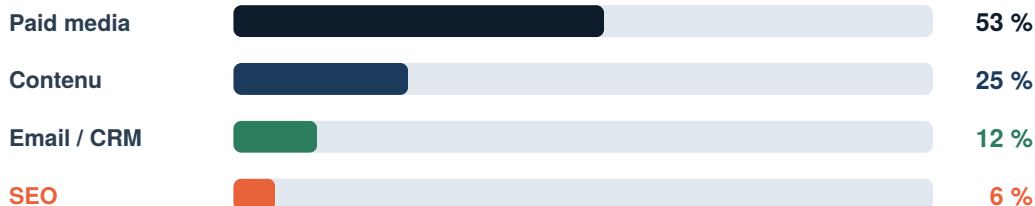
02 CE QUE LES PME INVESTISSENT EN SEO

Le SEO est le canal le plus sous-financé par rapport à son rendement réel.

6 %

du budget digital alloué au SEO — contre 53 % pour la

Source : UDA / Kantar, avril 2024



74 %

des PME investissent dans le SEO sous une forme ou une autre

Incremys, 2026

65 %

ont déjà travaillé avec un prestataire SEO externe (agence ou freelance)

Incremys, 2026

03 RETOUR SUR INVESTISSEMENT DU SEO

Le SEO produit des effets cumulatifs durables — contrairement à la publicité qui s'arrête dès que le budget s'arrête.

× 5

ROI du SEO supérieur aux canaux payants sur le long terme

Search Engine Journal, 2026

14,6 %

taux de closing d'un lead SEO — contre 1,7 % en outbound, soit 8,6× plus efficace

HubSpot, 2025

49 %

des marketeurs : la recherche organique offre le meilleur ROI de tous les canaux

Statista, 2025

– 61 %

coût par lead SEO inférieur à l'outbound marketing (cold calling, publicité print)

Incremys, 2026

04 TAUX DE CLIC PAR POSITION DANS GOOGLE

Le trafic organique est massivement concentré sur les 3 premiers résultats. Être en page 2 revient à être invisible.

Position 1



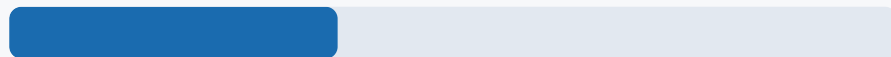
27,6 %

Position 2



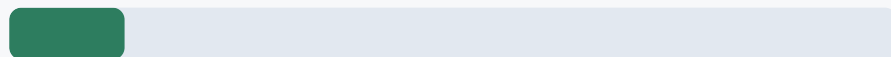
15,8 %

Position 3



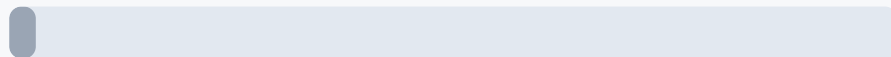
11,0 %

Positions 4 à 10



2 – 6 %

Page 2 et au-delà



< 1 %

Source : Backlinko, Google CTR Study 2026



Statistiques SEO 2026 — Les chiffres clés pour les PME françaises

05 RÉFÉRENCIEMENT LOCAL

Pour les PME avec une clientèle locale ou régionale, le SEO local est le levier à plus fort impact immédiat.

46 %

des recherches Google ont une intention locale — près d'une recherche sur deux

Solocal / SearchEngineRoundtable, 2026

88 %

des Français cherchent une entreprise sur Google avant tout contact (visite, appel, achat)

Partoo — 2M+ avis analysés, 2025

76 %

visitent physiquement l'entreprise dans les 24h après une recherche locale

Think with Google

35 %

des PME seulement ont un Google Business Profile correctement optimisé

SMB Marketing Report, 2025

« Les entreprises dans le top 3 du Local Pack obtiennent +126 % de trafic et +93 % d'actions (appels, clics, itinéraires) par rapport aux positions 4 à 10. »

Source : Semrush, Local SEO Study 2025

06 MOBILE, TECHNIQUE & CONTENU

Sans socle technique solide, même le meilleur contenu reste invisible sur les moteurs de recherche.

59 %

du trafic web mondial provient des smartphones — le mobile-first est incontournable

Statista, 2025

33 %

seulement des sites passent les Core Web Vitals Google — les deux tiers sont pénalisés

Ahrefs, 2025

1 890

mots en moyenne pour une page classée position 1 — la profondeur de contenu compte

Backlinko, 2025

2,6 ans

âge moyen d'une page en position 1 — 78 % des top 10 ont plus d'un an

Ahrefs, 2025

07 — MARCHÉ SEO EN FRANCE

**2,3 milliards € = taille du marché SEO français en 2025**

Croissance annuelle +13 % · 68 % des dirigeants PME citent le SEO comme priorité digitale n°1

Google = 87,7 % du marché français (StatCounter, mai 2025) · +5 % de créations d'entreprises en 2025 (INSEE)

