belief system

OBSERVATOIRE GEO
ÉTUDE PROPRIÉTAIRE

CAC 40

La réputation dans les IA

10 enseignements
Classement complet du CAC 40
Cinq priorités pour agir

À L'ATTENTION DES DIRECTIONS DE LA COMMUNICATION

24–30 OCTOBRE / 3 240 RÉPONSES

01 La méthode de l'étude

Le protocole et les limites en une slide.

120 questions. Trois moteurs. Sept jours.

40

Comparer la visibilité

Questions sans nom de groupe.
8 thèmes corporate.
Base du classement de visibilité.

80

Comprendre les récits

Deux questions par groupe :
stratégie et réputation.
30 récits relus pour le focus qualitatif.

3 240 réponses ChatGPT · Gemini · Perplexity

Belief System · Étude propriétaire · 30/10/2026 · 40 groupes · France · Français · 24–30 octobre 2026 · 1 080 réponses pour le classement · Présence, sans note d'opinion publique.

bs

02

10 enseignements pour les dircom

Les sources qui façonnent les récits.

01 Les médias comptent

121/360 · Reuters sur ChatGPT

Prioriser les articles et les relais réellement cités.

02 Le prisme financier

49/360 · ABCBourse sur Gemini

Aligner relations investisseurs et communication corporate.

03 La voix des salariés

78/360 · Indeed sur Gemini

Associer les RH au diagnostic et aux réponses sur le fond.

04 L'éthique sous examen

46/360 · Moralscore sur Perplexity

Suivre les évaluations, les ONG et leurs critiques documentées.

De l’engagement à la preuve.

ENSEIGNEMENT 05

Preuves

Les chartes ne suffisent pas

Publier résultats, limites et audits.

ENSEIGNEMENT 06

Climat

La promesse est examinée

Documenter trajectoires, résultats et périmètres.

ENSEIGNEMENT 07

Vigilance

Le social dépasse le groupe

Couvrir franchisés, fournisseurs et sous-traitants.

Comparer les récits dans la durée.

ENSEIGNEMENT 08

Mémoire

L’ancien peut ressurgir

Publier chronologie, statut et mesures.

ENSEIGNEMENT 09

3 moteurs

Plusieurs récits coexistent

Contrôler les sujets, les omissions et les sources.

ENSEIGNEMENT 10

Territoires

Comparer sur les bons enjeux

Choisir des pairs et des thèmes légitimes.

Les médias cadrent le récit de réputation.

33,6 %

Reuters cité sur ChatGPT

121 réponses de réputation sur 360.

01 **Des références éditoriales récurrentes**

Le Monde : 100/360 réponses ChatGPT.
La Croix : 18/360 sur Perplexity.

02 **Lire le contexte de chaque citation**

La source peut étayer un atout ou une critique.
Une reprise ne vaut pas validation de tout le récit.

03 **Prioriser les relations médias**

Cartographier les articles cités par enjeu.
Apporter des preuves et suivre leur reprise.

Le financier nourrit l'image corporate.

13,6 %

ABCBourse cité sur Gemini

49 réponses de réputation sur 360.

01 **Des portails financiers bien présents**

Boursorama : 37/360 réponses Gemini.
Zonebourse : 22/360 sur Perplexity.

02 **Un prisme à remettre en perspective**

Résultats et gouvernance nourrissent les récits.
La performance ne résume pas toute la réputation.

03 **Aligner RI et communication**

Aligner chiffres, périmètres et récit stratégique.
Expliquer les effets pour les parties prenantes.

Belief System · Étude propriétaire · 30/10/2026 · Réputation nominative · 360 réponses/moteur · 24–30 octobre · Fréquences de citation, sans effet causal démontré.

bs

La parole des salariés entre dans le récit.

21,7 %

Indeed cité sur Gemini

78 réponses de réputation sur 360.

01 **Des avis repris dans les réponses**

Glassdoor : 13/360 réponses Perplexity.
Eurofins illustre la reprise d'avis salariés.

02 **Éviter la généralisation**

Le vécu au travail devient un angle du récit.
Ces avis ne représentent pas tout l'effectif.

03 **Associer RH et communication**

Répondre sur le fond avec les équipes RH.
Suivre les thèmes par pays, site et métier.

Les regards tiers rendent l'éthique visible.

12,8 %

Moralscore cité sur Perplexity

46 réponses de réputation sur 360.

01 **Les ONG font aussi partie des sources**

Business & Human Rights : 21/360 sur ChatGPT, 16/360 sur Perplexity.

02 **Qualifier la nature de la source**

Distinguer ONG, avis, notations et autorités. Leurs méthodes et leurs statuts sont différents.

03 **Traiter les critiques documentées**

Relier chaque grief à sa source et à une réponse. Documenter les corrections et leur date.

Une politique annoncée appelle des preuves.

Déclarer

Chartes et engagements

Schneider et Sanofi : dispositifs repris.

Démontrer

Résultats et limites

Perplexity réserve son jugement sur leurs effets.

Créer une fiche publique par enjeu : faits, périmètre, date, source indépendante et réponse aux critiques.

Le climat expose la promesse à l'examen.

60,0 %

L'Oréal sur l'environnement

Présence dans les réponses thématiques, sans note de performance.

01 **Un territoire d'association favorable**

L'Oréal mène ce thème. Les récits nominatifs reprennent programmes et engagements.

02 **Une promesse également discutée**

ChatGPT et Gemini évoquent aussi les allégations environnementales et leur crédibilité.

03 **Action : rendre la preuve accessible**

Relier chaque affirmation à un périmètre, un résultat daté, ses limites et un contrôle.

Le social dépasse le périmètre du groupe.

Au-delà

du périmètre de l'entreprise

Franchisés, fournisseurs, sous-traitants et territoires.

01 **Carrefour : le modèle de distribution**

Les récits évoquent location-gérance, franchisés et relations avec les fournisseurs.

02 **VINCI : le travail dans la chaîne de valeur**

Les réponses relues évoquent le Qatar, les travailleurs et les dispositifs de vigilance du groupe.

03 **Documenter par entité et par pays**

Relier achats, RH, juridique et opérations. Préciser responsabilités, contrôles et réponses.

Un sujet ancien peut revenir dans le récit.

2004

Une critique RSE sur Carrefour

Elle réapparaît dans une réponse Perplexity du 30 octobre 2026.

01 **Une source indirecte et ancienne**

La réponse reprend une appréciation Novethic de 2004, relayée dans une thèse de 2011.

02 **Une réserve explicite du moteur**

Perplexity précise que cette référence ne décrit pas la réputation actuelle du groupe.

03 **Action : tenir le dossier à jour**

Publier chronologie, statut, réponse et bilan des mesures. Vérifier leur reprise dans les IA.

Un même groupe, trois lectures possibles.

ENTREPRISE	CHATGPT	GEMINI	PERPLEXITY
Schneider Electric	Concurrence, vigilance fournisseurs.	Durabilité, notations, risques sectoriels.	Engagements ; sources jugées insuffisantes.
Sanofi	Innovation, Dépakine, Plavix, Mourenx.	Innovation, emploi, souveraineté sanitaire.	Engagements ; sources jugées insuffisantes.
Eurofins Scientific	Transparence financière, qualité du laboratoire.	Allégations financières, avis de salariés.	Qualité revendiquée, gouvernance, avis salariés.

Action : comparer les thèmes, les omissions et les preuves, moteur par moteur.

Comparer par thème, puis choisir ses pairs.

Veolia

51,1 %

Environnement

14,9 %
au global

Michelin

62,2 %

Réputation

22,1 %
au global

Airbus

71,1 %

Résilience

30,4 %
au global

Belief System · Étude propriétaire · 30/10/2026 · 135 réponses/thème contre 1 080 au global · Sélectionner 3 à 5 pairs sectoriels et des enjeux communs avant de fixer une cible.

bs

03

Le classement du CAC 40

Les 40 entreprises,
sur les trois moteurs mesurés.

Les 40 entreprises du CAC 40

01 / 04

Scores en % · 1 080 réponses · 3 moteurs · rangs avant arrondi

RANG	ENTREPRISE	MOYENNE	CHATGPT	GEMINI	PERPLEXITY
1	Schneider Electric	59,1	66,4	83,9	26,9
2	L'Oréal	48,3	56,9	49,2	38,9
3	Air Liquide	33,2	30,0	49,2	20,6
4	Airbus	30,4	36,1	29,4	25,6
5	TotalEnergies	29,1	31,1	42,8	13,3
6	Safran	26,2	31,4	29,7	17,5
7	Michelin	22,1	30,6	13,1	22,8
8	LVMH	21,0	17,5	16,4	29,2
9	Danone	18,1	9,2	18,3	26,9
10	Sanofi	16,9	15,3	15,8	19,4

Belief System · Étude propriétaire · 30/10/2026 · 24–30 octobre · 40 groupes · Belief System hors panel · « = » : ex æquo · Présence, sans note de réputation.

bs

Les 40 entreprises du CAC 40

02 / 04

Scores en % · 1 080 réponses · 3 moteurs · rangs avant arrondi

RANG	ENTREPRISE		MOYENNE	CHATGPT	GEMINI	PERPLEXITY
11	Orange	–	15,4	21,7	14,2	10,3
12	Veolia	–	14,9	13,9	11,7	19,2
13	Legrand	–	14,5	15,8	13,1	14,7
14	Thales	–	13,7	13,1	8,9	19,2
15 =	BNP Paribas	–	12,3	12,8	16,7	7,5
15 =	Hermès	–	12,3	13,9	9,2	13,9
17	Kering	–	12,1	18,3	5,6	12,5
18	Renault	-	7,5	9,4	4,7	8,3
19	AXA	-	6,9	5,6	8,3	6,7
20	Vinci	-	6,6	8,6	5,0	6,1

Belief System · Étude propriétaire · 30/10/2026 · 24–30 octobre · 40 groupes · Belief System hors panel · « = » : ex æquo · Présence, sans note de réputation.

bs

Les 40 entreprises du CAC 40

03 / 04

Scores en % · 1 080 réponses · 3 moteurs · rangs avant arrondi

RANG	ENTREPRISE	MOYENNE	CHATGPT	GEMINI	PERPLEXITY
21	Carrefour	6,2	7,8	1,7	9,2
22	Dassault Systèmes	5,9	5,8	4,7	7,2
23	Engie	5,7	10,0	3,6	3,6
24	Capgemini	5,6	9,2	4,2	3,6
25	Euronext	5,3	9,2	3,6	3,1
26	Saint-Gobain	4,9	6,9	2,5	5,3
27	Stellantis	3,3	1,4	3,1	5,6
28	Crédit Agricole	3,1	3,3	4,2	1,9
29 =	STMicroelectronics	3,0	3,6	4,2	1,1
29 =	Société Générale	3,0	2,2	2,8	3,9

Belief System · Étude propriétaire · 30/10/2026 · 24–30 octobre · 40 groupes · Belief System hors panel · « = » : ex æquo · Présence, sans note de réputation.

bs

Les 40 entreprises du CAC 40

04 / 04

Scores en % · 1 080 réponses · 3 moteurs · rangs avant arrondi

RANG	ENTREPRISE	MOYENNE	CHATGPT	GEMINI	PERPLEXITY
31 =	EssilorLuxottica	2,8	1,4	3,6	3,3
31 =	Publicis Groupe	2,8	3,1	1,9	3,3
33	Accor	1,6	2,5	1,7	0,6
34 =	Bouygues	1,4	2,5	0,8	0,8
34 =	Pernod Ricard	1,4	2,8	0,8	0,6
36	Bureau Veritas	1,2	3,1	0,3	0,3
37	Eiffage	1,0	3,1	0,0	0,0
38	Unibail-Rodamco-Westfield	0,9	1,9	0,0	0,8
39	ArcelorMittal	0,5	0,6	0,3	0,6
40	Eurofins Scientific	0,2	0,0	0,0	0,6

Belief System · Étude propriétaire · 30/10/2026 · 24–30 octobre · 40 groupes · Belief System hors panel · « = » : ex æquo · Présence, sans note de réputation.

bs

04 Les priorités d’action

Cinq leviers pour faire évoluer l’image et la réputation.

Les sources citées guident les priorités.

Repérer

Pages citées

Pour chaque enjeu : URL, auteur, date, moteur et faits repris.

Prioriser

Enjeux à risque

Croiser récurrence, fiabilité, ancienneté et risque réputationnel.

Agir

Action ciblée

Corriger une fiche, apporter une preuve ou saisir le bon relais.

À J15 : un registre des sources prioritaires, avec action, responsable, échéance et suivi des corrections.

Le .com corporate, un socle de preuves.

01 / CONTENUS

Faits

Une page par enjeu

Des réponses

Résultats, sources, périmètre et limites.

02 / ACCESSIBILITÉ

Accès

Des contenus accessibles

HTML + liens

Texte lisible, accès et indexation vérifiés.

03 / COHÉRENCE

Suivi

Une version de référence

Dircom + web

Dates, responsables, cohérence groupe / pays.

Un dossier de référence par sujet sensible.

01 / CARTOGRAPHIER

Questions et critiques

Source, date, entité citée

02 / ÉTABLIR

Faits établis ou contestés

Chronologie et statut

03 / DOCUMENTER

Mesures et résultats

Mesures, progrès, limites

04 / ARBITRER

Corriger, répondre ou agir d'abord

Dircom, juridique, métiers

05 / PUBLIER

Un dossier web à adresse stable

FAQ, sources, mises à jour

06 / ENTRETENIR

Un responsable, un prochain jalon

Révision après chaque fait

Des relais choisis pour leur autorité.

Presse

RP + experts métiers

Partir des articles cités

Qualifier auteur et angle

Proposer faits et experts

Relier aux pages sources

Suivre les faits repris

Finance

RI + communication

Vérifier profils et fiches

Aligner chiffres et dates

Expliquer les périmètres

Documenter la stratégie

Corriger les incohérences

RH & RSE

RH + RSE + experts

Suivre avis et évaluations

Dialoguer avec ONG / tiers

Répondre aux objections

Faire remonter les écarts

Documenter les progrès

Suivi : reprises exactes des faits, sources citées et erreurs persistantes.

90 jours pour tester, mesurer et réallouer.

J15

Fixer le diagnostic

3 enjeux, 5 pairs.
Lister sources, erreurs et preuves manquantes.

J45

Activer les leviers

Pages corporate à jour, dossiers sensibles publiés, relais contactés.

J90

Mesurer et réallouer

Rejouer le même corpus. Suivre citations, erreurs et récits, puis réallouer les moyens.

ÉTUDE PROPRIÉTAIRE.

CAC 40 / GEO
Édition dircom
30 octobre 2026

Conception et mesure

Belief System : corpus, protocole et analyse. Peec AI : collecte. L'éditeur est hors panel.

Sept jours d'observation

3 240 réponses ; 1 080 pour le classement. Trois moteurs. Collecte du 24 au 30 octobre.

Comprendre, comparer, agir

Dix enseignements détaillés, classement complet et cinq priorités pour les directions de la communication.