Soins de la peau

50 requêtes, chacune posée 50 fois à ChatGPT (proxy canadien) le 25 novembre 2026 · 2 500 réponses

Marque ciblée ou son site officiel Autres

La Roche-Posay : nommée dans 61 % des 2 500 réponses, 1re marque de l'industrie
The Ordinary : nommée dans 30 % des 2 500 réponses, 3e marque de l'industrie

Top 100 des sources citées

Meilleur site ciblé : #3 laroche-posay.ca · 330 citations



Rang 1 Rang 100

1. aad.org	775	2. dermatology.ca	495
3. laroche-posay.ca	330	4. cerave.ca	184
5. dermatologue.ca	179	6. www2.gov.bc.ca	161
7. jeancoutu.com	139	8. my.clevelandclinic.org	136
9. sephora.com	123	10. health.clevelandclinic.org	107

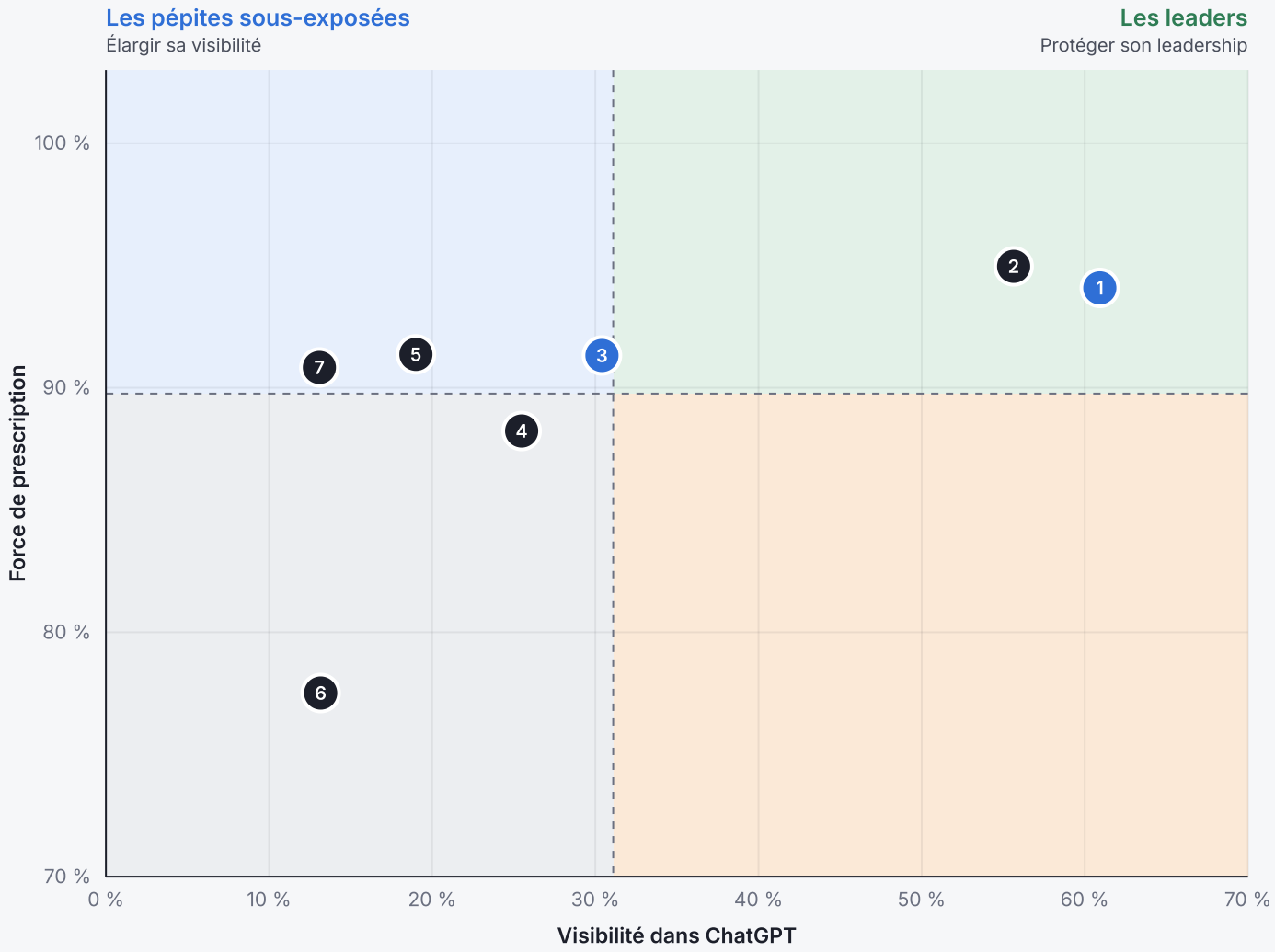
Top 25 des marques citées

1	La Roche-Posay	1 523	61 %
2	CeraVe	1 390	56 %
3	The Ordinary	760	30 %
4	Avène	637	25 %
5	Amazon	568	23 %
6	Sephora	525	21 %
7	Bioderma	475	19 %
8	Vichy	329	13 %
9	Cetaphil	327	13 %
10	Pharmaprix	305	12 %
11	Shoppers Drug Mart	265	11 %
12	Walmart	227	9,1 %
13	Jean Coutu	220	8,8 %
14	Neutrogena	205	8,2 %
15	Eucerin	201	8,0 %
16	Paula's Choice	191	7,6 %
17	Aveeno	165	6,6 %
18	Well.ca	156	6,2 %
19	Association canadienne de dermatologie	153	6,1 %
20	Vaseline	143	5,7 %
21	The INKEY List	143	5,7 %
22	SkinCeuticals	129	5,2 %
23	COSRX	114	4,6 %
24	Beauty of Joseon	113	4,5 %
25	Estée Lauder	102	4,1 %

Un compte = une réponse qui cite le site ou nomme la marque. Sources : un site compte une fois par réponse, page lue par ChatGPT ou lien donné au lecteur. Marques extraites par un modèle de langage puis fusionnées par nom.

Soins de la peau

Visibilité : part des 2 500 réponses qui nomment la marque. Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative. Les pointillés sont les moyennes des marques ci-dessous (31 % et 90 %).



Marque	Visibilité	Prescription	Position
1 La Roche-Posay	61 %	94 %	Les leaders
2 CeraVe	56 %	95 %	Les leaders
3 The Ordinary	30 %	91 %	Les pépites sous-exposées
4 Avène	25 %	88 %	Les marques en retrait
5 Bioderma	19 %	91 %	Les pépites sous-exposées
6 Vichy	13 %	78 %	Les marques en retrait
7 Cetaphil	13 %	91 %	Les pépites sous-exposées

Soins de la peau

Marques ciblées par Léger et les 5 fabricants concurrents les plus nommés · 2 500 réponses

Visibilité : part des réponses qui nomment la marque.

Valence : ton envers la marque (vert positif, gris neutre, jaune nuancé, rouge négatif).

Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative.

Différenciation : thèmes les plus associés à la marque, en pastilles (part des réponses).

Priorité : parmi ces recommandations, part où elle est le premier choix.

Cohérence : part des réponses qui reprennent un de ses 3 thèmes principaux.

La Roche-Posay

peaux sensibles et apaisées 58 % · hydratation et nutrition 29 % · sans parfum, non comédogène 24 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
61 %	94 %	24 %	78 %

64 % positive · 33 % neutre · 2,8 % nuancée

CeraVe

formule aux céramides 53 % · hydratation intense 45 % · répare barrière cutanée 32 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
56 %	95 %	18 %	85 %

62 % positive · 35 % neutre · 2,7 % nuancée

The Ordinary

pores, sébum et imperfections 41 % · hydratation et peau repulpée 36 % · prix abordable 35 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
30 %	91 %	22 %	87 %

62 % positive · 26 % neutre · 12 % nuancée

Avène

peaux sensibles et réactives 67 % · apaise et calme 40 % · hydrate et nourrit 34 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
25 %	88 %	5,2 %	87 %

32 % positive · 64 % neutre · 3,5 % nuancée

Bioderma

haute tolérance 64 % · formule sans 32 % · cible problèmes de peau 31 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
19 %	91 %	24 %	84 %

43 % positive · 55 % neutre · 1,3 % nuancée

Vichy

hydratation et repulpant 44 % · soins anti-âge 38 % · texture agréable et matifiante 18 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
13 %	78 %	0,0 %	70 %

32 % positive · 66 % neutre · 2,1 % nuancée

Cetaphil

pour peaux sensibles 46 % · nettoyage très doux 32 % · hydratation et confort 26 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
13 %	91 %	1,4 %	82 %

52 % positive · 47 % neutre · 0,9 % nuancée

Chaque réponse qui nomme une de ces marques est relue par un modèle de langage, qui note son rôle (premier choix, recommandée, alternative, simple mention, déconseillée), le ton et les attributs donnés; les attributs sont regroupés en thèmes par marque. Prescription = premier choix, recommandée ou alternative.

Chocolat et confiserie

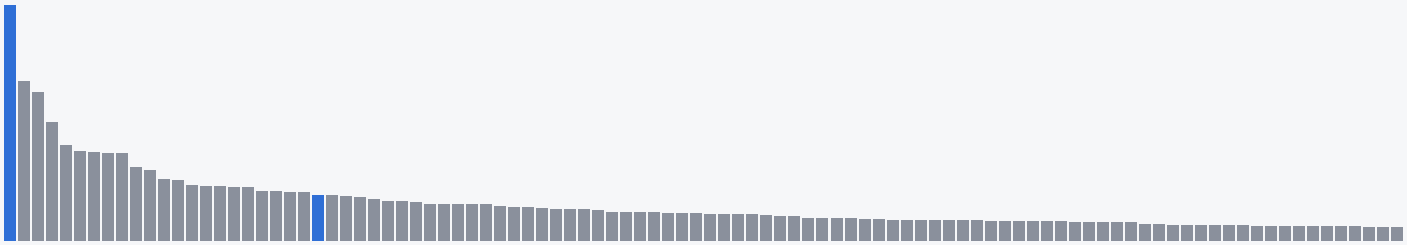
50 requêtes, chacune posée 50 fois à ChatGPT (proxy canadien) le 25 novembre 2026 · 2 500 réponses

Marque ciblée ou son site officiel Autres

Lindt : nommée dans 25 % des 2 500 réponses, 1re marque de l'industrie
Ferrero Rocher : nommée dans 7,4 % des 2 500 réponses, 6e marque de l'industrie
Chocolats Favoris : nommée dans 6,2 % des 2 500 réponses, 7e marque de l'industrie

Top 100 des sources citées

Meilleur site ciblé : #1 lindt.ca · 195 citations



Rang 1 Rang 100

1. lindt.ca	195	2. mtl.org	132
3. chocolatboreal.com	123	4. fayschocolat.com	98
5. ericochocolatier.com	79	6. qantuchocolate.com	74
7. yoursurprise.ca	73	8. avanaa.ca	72
9. champagnechocolatier.ca	72	10. chocodaisy.ca	61

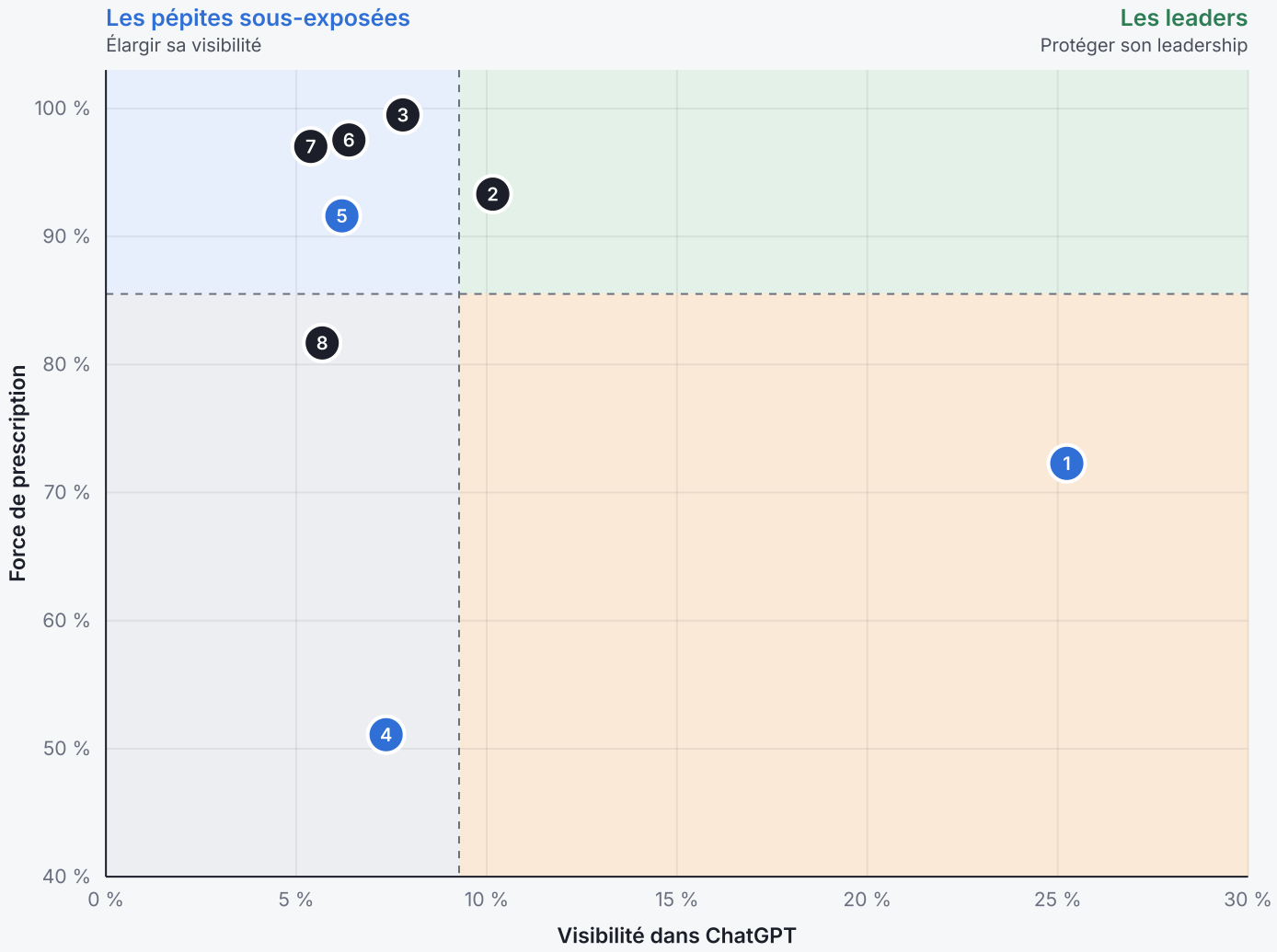
Top 25 des marques citées

1	Lindt	628	25 %
2	Amazon	260	10 %
3	Chocolat Boréal	254	10 %
4	Walmart	237	9,5 %
5	Qantu	195	7,8 %
6	Ferrero Rocher	184	7,4 %
7	Chocolats Favoris	155	6,2 %
8	Läderach	149	6,0 %
9	Valrhona	145	5,8 %
10	Purdys Chocolatier	142	5,7 %
11	Callebaut	129	5,2 %
12	Pralinière	125	5,0 %
13	M. & Mme Chocolat	116	4,6 %
14	Juliette & Chocolat	113	4,5 %
15	SOMA Chocolatemaker	103	4,1 %
16	Lecavalier Petrone	102	4,1 %
17	Avanaa Chocolat	101	4,0 %
18	Ritter Sport	96	3,8 %
19	Nestlé	93	3,7 %
20	Camino	90	3,6 %
21	Choco Daisy	88	3,5 %
22	Champagne Chocolatier	88	3,5 %
23	YourSurprise	83	3,3 %
24	Christophe Morel	76	3,0 %
25	La Guilde Culinaire	75	3,0 %

Un compte = une réponse qui cite le site ou nomme la marque. Sources : un site compte une fois par réponse, page lue par ChatGPT ou lien donné au lecteur. Marques extraites par un modèle de langage puis fusionnées par nom.

Chocolat et confiserie

Visibilité : part des 2 500 réponses qui nomment la marque. Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative. Les pointillés sont les moyennes des marques ci-dessous (9,3 % et 86 %).



Marque	Visibilité	Prescription	Position
1 Lindt	25 %	72 %	Les marques peu recommandées
2 Chocolat Boréal	10 %	93 %	Les leaders
3 Qantu	7,8 %	99 %	Les pépites sous-exposées
4 Ferrero Rocher	7,4 %	51 %	Les marques en retrait
5 Chocolats Favoris	6,2 %	92 %	Les pépites sous-exposées
6 Läderach	6,0 %	97 %	Les pépites sous-exposées
7 Valrhona	5,8 %	97 %	Les pépites sous-exposées
8 Purdys Chocolatier	5,7 %	82 %	Les marques en retrait

Chocolat et confiserie

Marques ciblées par Léger et les 5 fabricants concurrents les plus nommés · 2 500 réponses

Visibilité : part des réponses qui nomment la marque.

Valence : ton envers la marque (vert positif, gris neutre, jaune nuancé, rouge négatif).

Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative.

Différenciation : thèmes les plus associés à la marque, en pastilles (part des réponses).

Priorité : parmi ces recommandations, part où elle est le premier choix.

Cohérence : part des réponses qui reprennent un de ses 3 thèmes principaux.

Lindt

variété de saveurs et produits 33 %
texture fondante et crémeuse 30 %
présentation et cadeau 23 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
25 %	72 %	13 %	68 %

52 % positive · 39 % neutre · 4,9 % nuancée · 4,8 % négative

Point de vigilance : déconseillée dans 28 réponses, surtout à la requête « chocolats pour allergiques (sans noix) ».

Chocolat Boréal

chocolats fins et variés 41 %
idéal pour offrir 29 %
saveurs du terroir boréal 27 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
10 %	93 %	9,3 %	75 %

60 % positive · 39 % neutre · 0,8 % nuancée

Qantu

cacao d'origine péruvienne 69 %
chocolat fin et haut de gamme 46 %
distinctions et prix internationaux 40 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
7,8 %	99 %	49 %	93 %

97 % positive · 3,1 % neutre

Ferrero Rocher

présentation élégante et dorée 50 %
cœur fondant aux noisettes 21 %
idéal à offrir et partager 19 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
7,4 %	51 %	0,0 %	78 %

32 % positive · 68 % neutre · 0,5 % négative

Chocolats Favoris

plusieurs saveurs de fondue 41 %
fondue prête à l'emploi 36 %
goût doux et crémeux 25 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
6,2 %	92 %	15 %	78 %

50 % positive · 48 % neutre · 1,9 % nuancée

Läderach

chocolat suisse 75 %
belle présentation et cadeau 42 %
haut de gamme et raffiné 39 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
6,0 %	97 %	26 %	97 %

80 % positive · 17 % neutre · 2,7 % nuancée

Valrhona

saveurs intenses et équilibrées 52 %
chocolat haut de gamme 43 %
idéal pour la pâtisserie 23 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
5,8 %	97 %	4,3 %	90 %

89 % positive · 10 % neutre · 0,7 % nuancée

Purdys Chocolatier

assortiments variés 45 %
variété de saveurs et types 35 %
idéal pour offrir 34 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
5,7 %	82 %	12 %	78 %

57 % positive · 42 % neutre · 0,7 % nuancée

Chaque réponse qui nomme une de ces marques est relue par un modèle de langage, qui note son rôle (premier choix, recommandée, alternative, simple mention, déconseillée), le ton et les attributs donnés; les attributs sont regroupés en thèmes par marque. Prescription = premier choix, recommandée ou alternative.

Crème glacée et laitiers

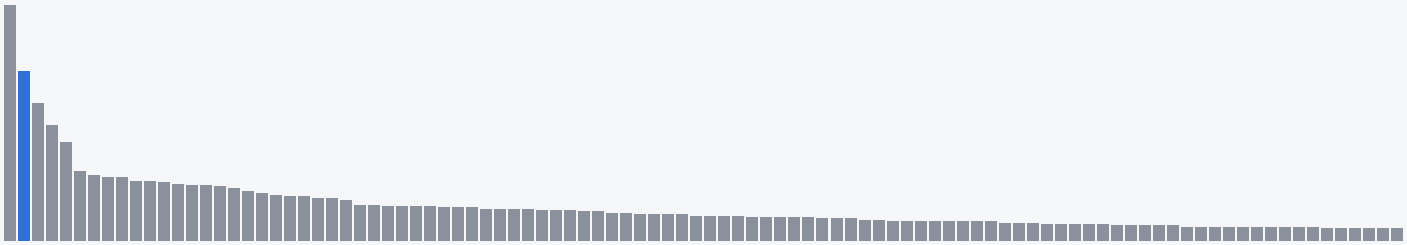
50 requêtes, chacune posée 50 fois à ChatGPT (proxy canadien) le 25 novembre 2026 · 2 500 réponses

Marque ciblée ou son site officiel Autres

Coaticook : nommée dans 17 % des 2 500 réponses, 1re marque de l'industrie
Häagen-Dazs : nommée dans 10 % des 2 500 réponses, 2e marque de l'industrie

Top 100 des sources citées

Meilleur site ciblé : **#2 laiteriedecoaticook.com** · 122 citations



Rang 1 Rang 100

1. cantonsdelest.com	170	2. laiteriedecoaticook.com	122
3. mtl.org	99	4. chapmans.ca	83
5. lesgivres.ca	71	6. alimentsduquebec.com	50
7. ricardocuisine.com	47	8. erableduquebec.ca	46
9. themain.com	46	10. quebecvacances.com	43

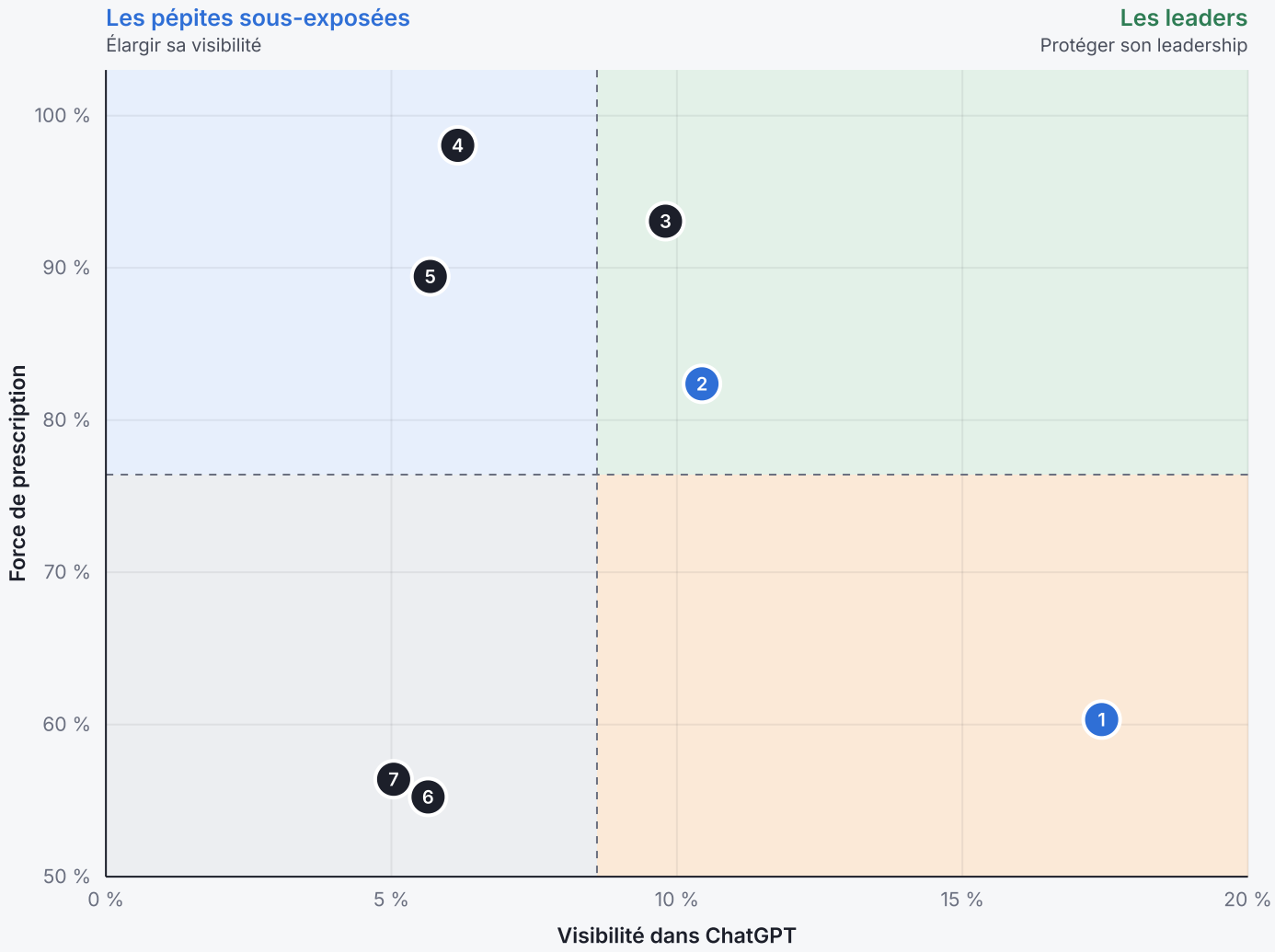
Top 25 des marques citées

1	Coaticook	436	17 %
2	Häagen-Dazs	260	10 %
3	Chapman's	244	9,8 %
4	Walmart	210	8,4 %
5	Les Givrés	154	6,2 %
6	Kawartha Dairy	142	5,7 %
7	Ben & Jerry's	138	5,5 %
8	Oreo	128	5,1 %
9	Fromagerie La Station	116	4,6 %
10	Kem CoBa	102	4,1 %
11	Havre aux Glaces	89	3,6 %
12	Dairy Queen	84	3,4 %
13	Dalla Rose	78	3,1 %
14	Metro	71	2,8 %
15	Fromagerie Les Broussailles	69	2,8 %
16	Natrel	68	2,7 %
17	Le Bilboquet	66	2,6 %
18	Fromagerie Nouvelle France	66	2,6 %
19	Super C	65	2,6 %
20	IGA	64	2,6 %
21	So Delicious	62	2,5 %
22	Magnum	60	2,4 %
23	Crémerie Meu Meu	56	2,2 %
24	Chocolats Favoris	53	2,1 %
25	Real Canadian Superstore	52	2,1 %

Un compte = une réponse qui cite le site ou nomme la marque. Sources : un site compte une fois par réponse, page lue par ChatGPT ou lien donné au lecteur. Marques extraites par un modèle de langage puis fusionnées par nom.

Crème glacée et laitiers

Visibilité : part des 2 500 réponses qui nomment la marque. Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative. Les pointillés sont les moyennes des marques ci-dessous (8,6 % et 76 %).



Marque	Visibilité	Prescription	Position
1 Coaticook	17 %	60 %	Les marques peu recommandées
2 Häagen-Dazs	10 %	82 %	Les leaders
3 Chapman's	9,8 %	93 %	Les leaders
4 Les Givrés	6,2 %	98 %	Les pépites sous-exposées
5 Kawartha Dairy	5,7 %	89 %	Les pépites sous-exposées
6 Ben & Jerry's	5,6 %	55 %	Les marques en retrait
7 Oreo	5,1 %	56 %	Les marques en retrait

Crème glacée et laitiers

Marques ciblées par Léger et les 5 fabricants concurrents les plus nommés · 2 500 réponses

Visibilité : part des réponses qui nomment la marque.

Valence : ton envers la marque (vert positif, gris neutre, jaune nuancé, rouge négatif).

Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative.

Différenciation : thèmes les plus associés à la marque, en pastilles (part des réponses).

Priorité : parmi ces recommandations, part où elle est le premier choix.

Cohérence : part des réponses qui reprennent un de ses 3 thèmes principaux.

Coaticook

crème glacée réputée 59 % · produits laitiers variés 44 % · institution québécoise historique 32 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
17 %	60 %	25 %	85 %

48 % positive · 50 % neutre · 2,3 % nuancée

Häagen-Dazs

texture riche et crémeuse 59 % · ingrédients simples et purs 26 % · goût de vanille 24 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
10 %	82 %	47 %	82 %

62 % positive · 34 % neutre · 3,5 % nuancée

Chapman's

bon rapport qualité-prix 44 % · grande variété de saveurs 31 % · saveurs classiques et originales 28 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
9,8 %	93 %	23 %	78 %

64 % positive · 31 % neutre · 3,3 % nuancée · 1,6 % négative

Les Givrés

fabrication artisanale et maison 64 % · ingrédients de qualité 55 % · saveurs originales et créatives 42 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
6,2 %	98 %	11 %	92 %

79 % positive · 21 % neutre · 0,7 % nuancée

Kawartha Dairy

saveurs gourmandes 63 % · texture riche et crémeuse 59 % · marque ontarienne réputée 45 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
5,7 %	89 %	24 %	92 %

83 % positive · 17 % neutre

Ben & Jerry's

pâte à biscuits 40 % · expérience gourmande 23 % · sans produits laitiers 20 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
5,6 %	55 %	1,3 %	76 %

22 % positive · 78 % neutre

Oreo

biscuits emblématiques 61 % · ingrédient de desserts 26 % · base pour desserts 24 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
5,1 %	56 %	2,8 %	93 %

20 % positive · 80 % neutre

Chaque réponse qui nomme une de ces marques est relue par un modèle de langage, qui note son rôle (premier choix, recommandée, alternative, simple mention, déconseillée), le ton et les attributs donnés; les attributs sont regroupés en thèmes par marque. Prescription = premier choix, recommandée ou alternative.

Fromage

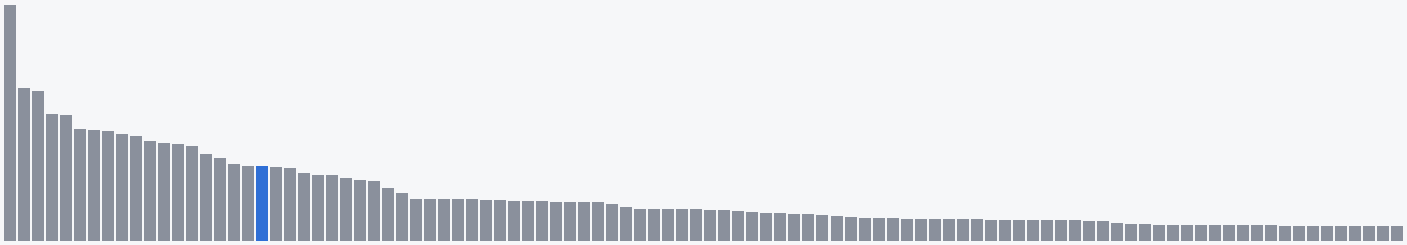
50 requêtes, chacune posée 50 fois à ChatGPT (proxy canadien) le 25 novembre 2026 · 2 500 réponses

Marque ciblée ou son site officiel Autres

Fromagerie Bergeron : nommée dans 14 % des 2 500 réponses, 1re marque de l'industrie

Top 100 des sources citées

Meilleur site ciblé : #19 fromagesbergeron.com · 82 citations



Rang 1 Rang 100

1. bleuetpersille.ca	258	2. fromagesduquebec.qc.ca	167
3. alimentsduquebec.com	164	4. quebec.ca	138
5. fromagesdici.com	137	6. bonjourquebec.com	122
7. fromagerieancetre.com	121	8. saq.com	120
9. iga.ca	117	10. chaudiereappalaches.com	114

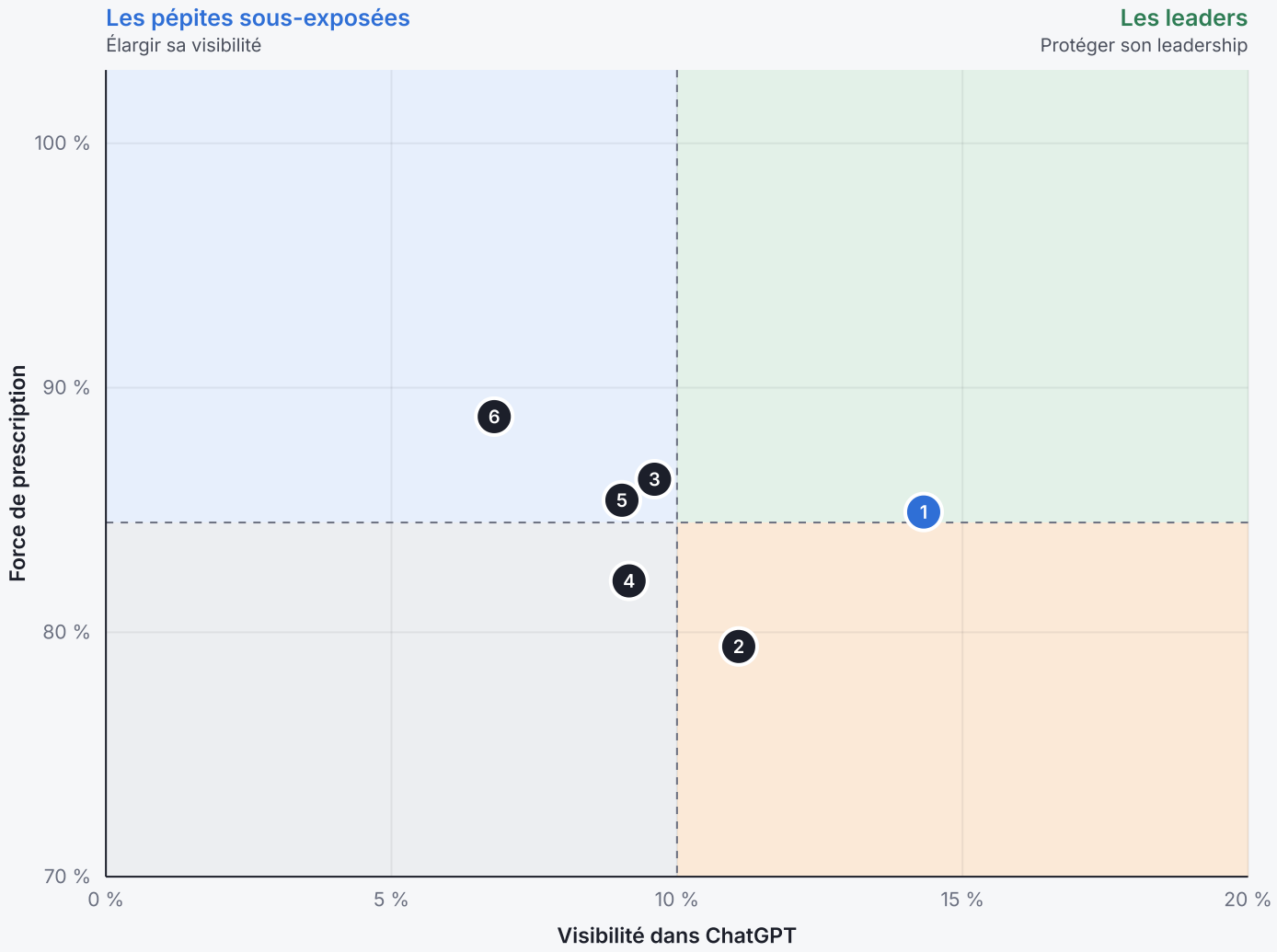
Top 25 des marques citées

1	Fromagerie Bergeron	357	14 %
2	Fromagerie du Presbytère	277	11 %
3	Cassis et Mélisse	238	9,5 %
4	Fromagerie des Grondines	229	9,2 %
5	Fromagerie La Station	228	9,1 %
6	Comté	172	6,9 %
7	Ferme Phylum	170	6,8 %
8	Roquefort	148	5,9 %
9	Fromagerie L'Ancêtre	148	5,9 %
10	Gruyère	146	5,8 %
11	Cheddar	123	4,9 %
12	Fromagerie Le Détour	115	4,6 %
13	Brie de Meaux	106	4,2 %
14	Alfred le Fermier	104	4,2 %
15	Brie	103	4,1 %
16	Fromagerie Victoria	100	4,0 %
17	Emmental	98	3,9 %
18	Fourme d'Ambert	82	3,3 %
19	Abbaye Saint-Benoît-du-Lac	81	3,2 %
20	Gorgonzola	80	3,2 %
21	Fromagerie de l'Île-aux-Grues	80	3,2 %
22	Oka	79	3,2 %
23	Riopelle de l'Isle	79	3,2 %
24	Good Cheese	79	3,2 %
25	Fromagerie Nouvelle France	74	3,0 %

Un compte = une réponse qui cite le site ou nomme la marque. Sources : un site compte une fois par réponse, page lue par ChatGPT ou lien donné au lecteur. Marques extraites par un modèle de langage puis fusionnées par nom.

Fromage

Visibilité : part des 2 500 réponses qui nomment la marque. Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative. Les pointillés sont les moyennes des marques ci-dessous (10,0 % et 84 %).



Marque	Visibilité	Prescription	Position
1 Fromagerie Bergeron	14 %	85 %	Les leaders
2 Fromagerie du Presbytère	11 %	79 %	Les marques peu recommandées
3 Cassis et Mélisse	9,5 %	86 %	Les pépites sous-exposées
4 Fromagerie des Grondines	9,2 %	82 %	Les marques en retrait
5 Fromagerie La Station	9,1 %	86 %	Les pépites sous-exposées
6 Ferme Phylum	6,8 %	89 %	Les pépites sous-exposées

Fromage

Marques ciblées par Léger et les 5 fabricants concurrents les plus nommés · 2 500 réponses

Visibilité : part des réponses qui nomment la marque.

Valence : ton envers la marque (vert positif, gris neutre, jaune nuancé, rouge négatif).

Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative.

Différenciation : thèmes les plus associés à la marque, en pastilles (part des réponses).

Priorité : parmi ces recommandations, part où elle est le premier choix.

Cohérence : part des réponses qui reprennent un de ses 3 thèmes principaux.

Fromagerie Bergeron

spécialiste du gouda 37 % · goût et texture uniques 32 % · gamme de fromages fins 28 %

14 %	85 %	15 %	84 %
Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence

52 % positive · 48 % neutre

Fromagerie du Presbytère

arômes fruités et noisette 37 % · goût riche et complexe 34 % · textures et croûtes 28 %

11 %	79 %	21 %	59 %
Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence

66 % positive · 34 % neutre

Cassis et Mélisse

fromages de chèvre fermiers bio 78 % · production fermière et artisanale 31 % · expérience agrotouristique 24 %

9,5 %	86 %	17 %	90 %
Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence

66 % positive · 34 % neutre

Fromagerie des Grondines

fromages artisanaux bio lait cru 96 % · visites guidées et dégustations 37 % · boutique de produits locaux 24 %

9,2 %	82 %	26 %	99 %
Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence

50 % positive · 50 % neutre

Fromagerie La Station

production fermière, terroir, croûte lavée 51 % · goût riche et raffiné 27 % · arômes fruités, épicés 26 %

9,1 %	86 %	43 %	81 %
Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence

75 % positive · 25 % neutre

Ferme Phylum

fromages lait vache jersey 82 % · production fermière artisanale 45 % · boutique à la ferme 40 %

6,8 %	89 %	34 %	99 %
Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence

73 % positive · 27 % neutre

Chaque réponse qui nomme une de ces marques est relue par un modèle de langage, qui note son rôle (premier choix, recommandée, alternative, simple mention, déconseillée), le ton et les attributs donnés; les attributs sont regroupés en thèmes par marque. Prescription = premier choix, recommandée ou alternative.

Boulangerie et pain

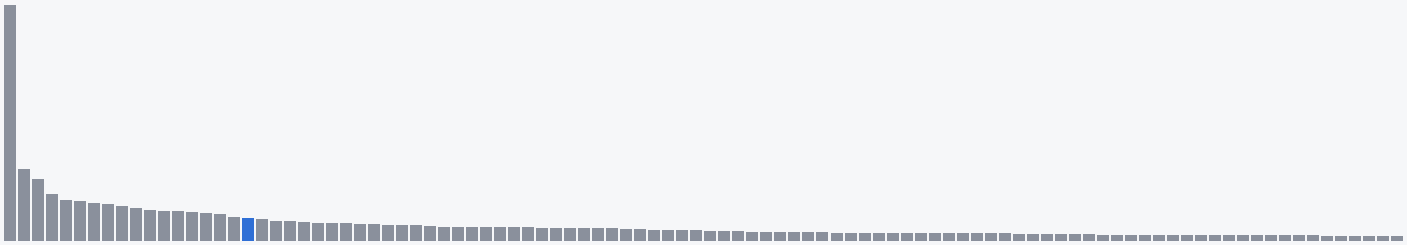
50 requêtes, chacune posée 50 fois à ChatGPT (proxy canadien) le 25 novembre 2026 · 2 500 réponses

Marque ciblée ou son site officiel Autres

St-Viateur Bagel : nommée dans 20 % des 2 500 réponses, 1re marque de l'industrie
St-Méthode : nommée dans 5,4 % des 2 500 réponses, 7e marque de l'industrie

Top 100 des sources citées

Meilleur site ciblé : #18 boulangeriestmethode.com · 34 citations



Rang 1 Rang 100

1. mtl.org	358	2. cultmtl.com	108
3. tastet.ca	93	4. repertoirealimentsquebecois.gouv.qc.ca	70
5. timeout.com	62	6. ubereats.com	60
7. diabete.qc.ca	57	8. dailyhive.com	56
9. walmart.ca	52	10. boulangeriesalerno.com	50

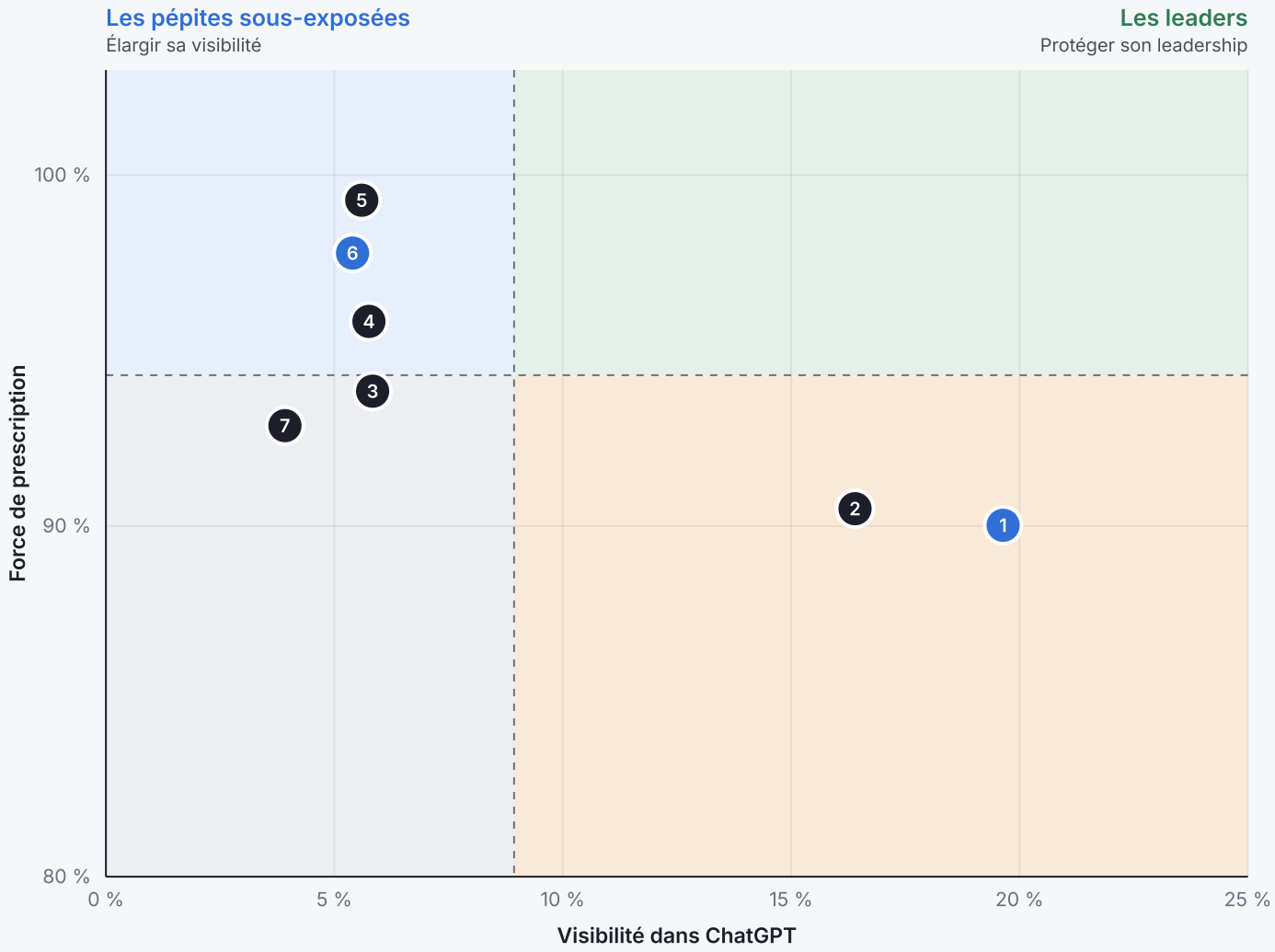
Top 25 des marques citées

1	St-Viateur Bagel	490	20 %
2	Fairmount Bagel	410	16 %
3	Walmart	196	7,8 %
4	La Banquise	146	5,8 %
5	Schwartz's Deli	144	5,8 %
6	Bagel St-Lo	140	5,6 %
7	St-Méthode	135	5,4 %
8	Costco	132	5,3 %
9	Tourisme Montréal	129	5,2 %
10	Metro	113	4,5 %
11	Auger	98	3,9 %
12	Première Moisson	97	3,9 %
13	Country Harvest	89	3,6 %
14	IGA	79	3,2 %
15	Gadoua	70	2,8 %
16	Uber Eats	69	2,8 %
17	Marché Jean-Talon	69	2,8 %
18	Kettlemans Bagel	67	2,7 %
19	COBS Bread	67	2,7 %
20	Bagels Le Trou	65	2,6 %
21	Ma Poule Mouillée	65	2,6 %
22	Brioche à Tête	64	2,6 %
23	Maxi	63	2,5 %
24	BBagels	60	2,4 %
25	Chez Potier	60	2,4 %

Un compte = une réponse qui cite le site ou nomme la marque. Sources : un site compte une fois par réponse, page lue par ChatGPT ou lien donné au lecteur. Marques extraites par un modèle de langage puis fusionnées par nom.

Boulangerie et pain

Visibilité : part des 2 500 réponses qui nomment la marque. Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative. Les pointillés sont les moyennes des marques ci-dessous (8,9 % et 94 %).



Marque	Visibilité	Prescription	Position
1 St-Viateur Bagel	20 %	90 %	Les marques peu recommandées
2 Fairmount Bagel	16 %	90 %	Les marques peu recommandées
3 La Banquise	5,8 %	94 %	Les marques en retrait
4 Schwartz's Deli	5,8 %	96 %	Les pépites sous-exposées
5 Bagel St-Lo	5,6 %	99 %	Les pépites sous-exposées
6 St-Méthode	5,4 %	98 %	Les pépites sous-exposées
7 Auger	3,9 %	93 %	Les marques en retrait

Boulangerie et pain

Marques ciblées par Léger et les 5 fabricants concurrents les plus nommés · 2 500 réponses

Visibilité : part des réponses qui nomment la marque.

Valence : ton envers la marque (vert positif, gris neutre, jaune nuancé, rouge négatif).

Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative.

Différenciation : thèmes les plus associés à la marque, en pastilles (part des réponses).

Priorité : parmi ces recommandations, part où elle est le premier choix.

Cohérence : part des réponses qui reprennent un de ses 3 thèmes principaux.

St-Viateur Bagel

goût et saveurs 40 % · style montréalais 37 % · institution et tradition 35 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
20 %	90 %	45 %	83 %



65 % positive · 32 % neutre · 3,5 % nuancée

Fairmount Bagel

goût légèrement sucré 42 % · bagel montréalais 39 % · institution historique 28 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
16 %	90 %	7,5 %	82 %

44 % positive · 45 % neutre · 11 % nuancée

La Banquise

grande variété de poutines 52 % · la poutine emblématique 49 % · ouvert 24h/24 28 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
5,8 %	94 %	12 %	94 %



66 % positive · 34 % neutre

Schwartz's Deli

le smoked meat 93 % · institution montréalaise historique 47 % · pain de seigle et accompagnements 12 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
5,8 %	96 %	36 %	100 %



69 % positive · 31 % neutre

Bagel St-Lo

offre déjeuner et brunch 81 % · œufs bénédictine sur bagel 51 % · ambiance café de quartier 46 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
5,6 %	99 %	5,0 %	99 %



81 % positive · 19 % neutre

St-Méthode

grains entiers 51 % · riche en fibres 46 % · 100 % blé entier 44 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
5,4 %	98 %	70 %	91 %



79 % positive · 18 % neutre · 2,2 % nuancée · 0,7 % négative

Auger

ingrédients locaux québécois 79 % · fabriqué au québec 39 % · 100 % blé entier 34 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
3,9 %	93 %	18 %	89 %



44 % positive · 56 % neutre

Chaque réponse qui nomme une de ces marques est relue par un modèle de langage, qui note son rôle (premier choix, recommandée, alternative, simple mention, déconseillée), le ton et les attributs donnés; les attributs sont regroupés en thèmes par marque. Prescription = premier choix, recommandée ou alternative.

Café

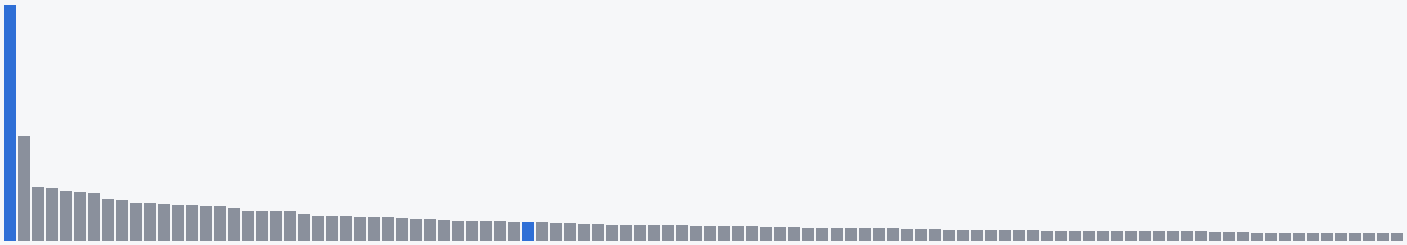
50 requêtes, chacune posée 50 fois à ChatGPT (proxy canadien) le 25 novembre 2026 · 2 491 réponses

Marque ciblée ou son site officiel Autres

Nespresso : nommée dans 35 % des 2 491 réponses, 1re marque de l'industrie

Top 100 des sources citées

Meilleur site ciblé : #1 nespresso.com · 283 citations



Rang 1 Rang 100

1. nespresso.com	283	2. keurig.ca	125
3. protegez-vous.ca	64	4. stillwatercoffee.ca	63
5. chefpicks.ca	59	6. quel-electromenager.ca	58
7. nektar.ca	57	8. fieldagentcanada.com	50
9. macafeine.ca	49	10. consumerreports.org	45

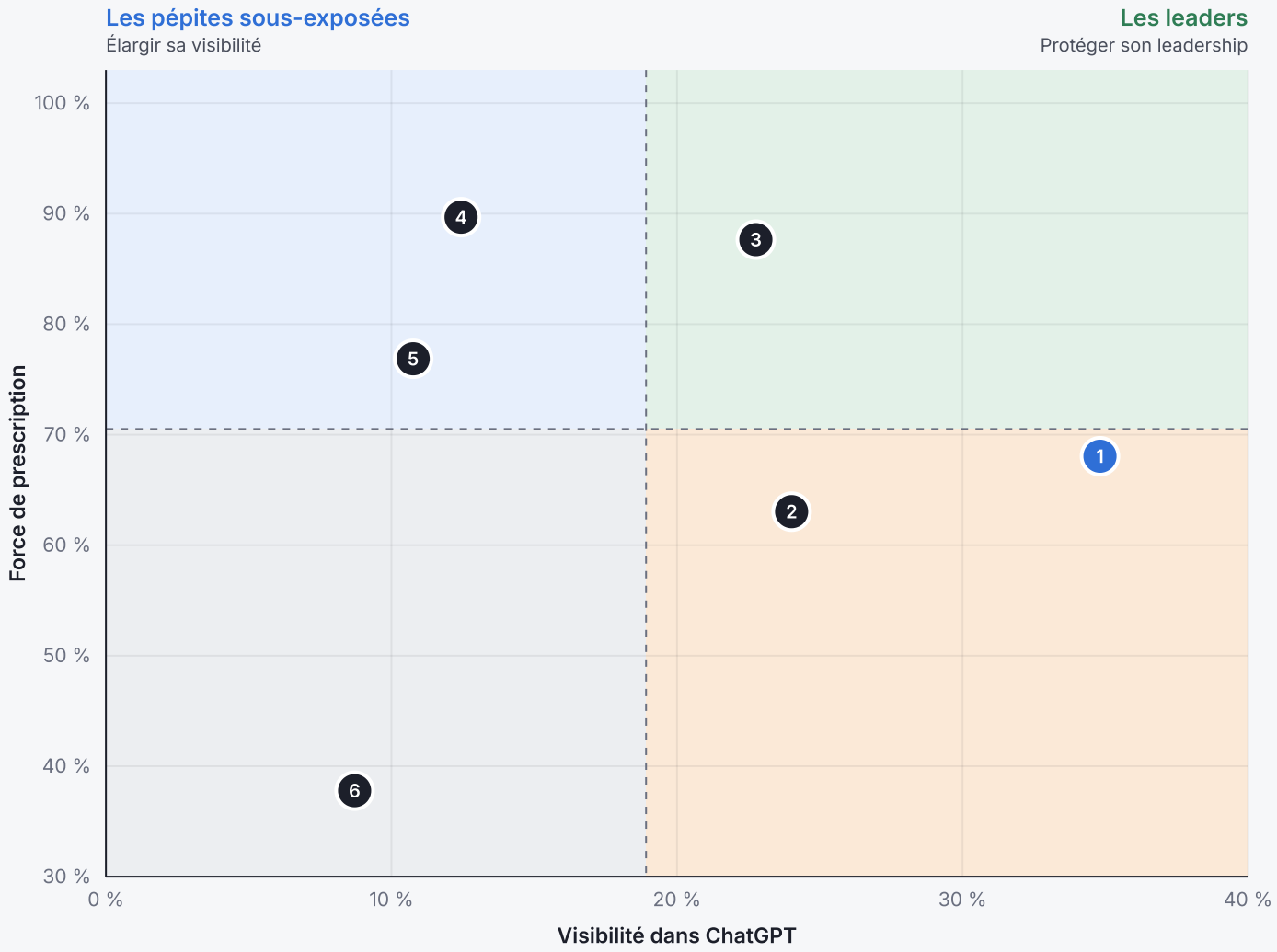
Top 25 des marques citées

1	Nespresso	865	35 %
2	Amazon	651	26 %
3	Keurig	598	24 %
4	De'Longhi	567	23 %
5	Breville	310	12 %
6	Canadian Tire	270	11 %
7	Philips	268	11 %
8	Walmart	238	9,6 %
9	Starbucks	217	8,7 %
10	Best Buy	213	8,6 %
11	Jura	187	7,5 %
12	Ninja	123	4,9 %
13	Tanguay	122	4,9 %
14	Lavazza	120	4,8 %
15	Tassimo	103	4,1 %
16	McCafé	92	3,7 %
17	Illy	92	3,7 %
18	Tim Hortons	90	3,6 %
19	Van Houtte	83	3,3 %
20	Café Liégeois	73	2,9 %
21	Dolce Gusto	67	2,7 %
22	Crate and Barrel Canada	64	2,6 %
23	Doyon Després	60	2,4 %
24	KitchenAid	60	2,4 %
25	Fairtrade	59	2,4 %

Un compte = une réponse qui cite le site ou nomme la marque. Sources : un site compte une fois par réponse, page lue par ChatGPT ou lien donné au lecteur. Marques extraites par un modèle de langage puis fusionnées par nom.

Café

Visibilité : part des 2 491 réponses qui nomment la marque. Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative. Les pointillés sont les moyennes des marques ci-dessous (19 % et 71 %).



Marque	Visibilité	Prescription	Position
1 Nespresso	35 %	68 %	Les marques peu recommandées
2 Keurig	24 %	63 %	Les marques peu recommandées
3 De'Longhi	23 %	88 %	Les leaders
4 Breville	12 %	90 %	Les pépites sous-exposées
5 Philips	11 %	77 %	Les pépites sous-exposées
6 Starbucks	8,7 %	38 %	Les marques en retrait

Café

Marques ciblées par Léger et les 5 fabricants concurrents les plus nommés · 2 491 réponses

Visibilité : part des réponses qui nomment la marque.

Valence : ton envers la marque (vert positif, gris neutre, jaune nuancé, rouge négatif).

Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative.

Différenciation : thèmes les plus associés à la marque, en pastilles (part des réponses).

Priorité : parmi ces recommandations, part où elle est le premier choix.

Cohérence : part des réponses qui reprennent un de ses 3 thèmes principaux.

Nespresso

simple, rapide et peu d'entretien 33 % · variété de cafés et formats 29 % · qualité et saveurs du café 25 %

35 %	68 %	25 %	68 %
Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence

47 % positive · 42 % neutre · 11 % nuancée

Keurig

simplicité et rapidité 40 % · système à capsules k-cup 36 % · café individuel et personnalisable 32 %

24 %	63 %	6,1 %	78 %
Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence

26 % positive · 60 % neutre · 13 % nuancée

De'Longhi

café frais et moulin intégré 47 % · boissons variées et personnalisation 40 % · facilité d'utilisation et automatisation 27 %

23 %	88 %	16 %	76 %
Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence

55 % positive · 31 % neutre · 14 % nuancée

Breville

moulin intégré 36 % · mousseur lait automatique 36 % · pour lattés et cappuccinos 32 %

12 %	90 %	26 %	73 %
Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence

53 % positive · 31 % neutre · 17 % nuancée

Philips

nettoyage facile du système à lait 55 % · mousseur à lait automatique 45 % · café en grains fraîchement moulu 45 %

11 %	77 %	20 %	89 %
Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence

59 % positive · 31 % neutre · 9,3 % nuancée

Starbucks

choix de cafés et boissons 44 % · saveurs et textures riches 25 % · formats capsules compatibles 23 %

8,7 %	38 %	0,0 %	80 %
Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence

6,0 % positive · 93 % neutre · 0,9 % nuancée

Chaque réponse qui nomme une de ces marques est relue par un modèle de langage, qui note son rôle (premier choix, recommandée, alternative, simple mention, déconseillée), le ton et les attributs donnés; les attributs sont regroupés en thèmes par marque. Prescription = premier choix, recommandée ou alternative.

Plein air et vêtements techniques

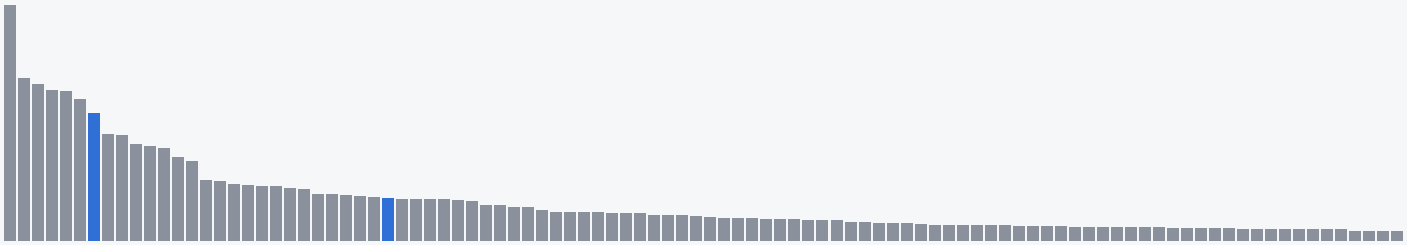
50 requêtes, chacune posée 50 fois à ChatGPT (proxy canadien) le 25 novembre 2026 · 2 500 réponses

Marque ciblée ou son site officiel Autres

Arc'teryx : nommée dans 32 % des 2 500 réponses, 1re marque de l'industrie

Top 100 des sources citées

Meilleur site ciblé : #7 arcteryx.com · 114 citations



Rang 1 Rang 100

1. rei.com	211	2. altitude-sports.com	145
3. outdoorgearlab.com	140	4. cleverhiker.com	135
5. sail.ca	134	6. patagonia.ca	127
7. arcteryx.com	114	8. sepaq.com	95
9. espaces.ca	94	10. top-rated.ca	86

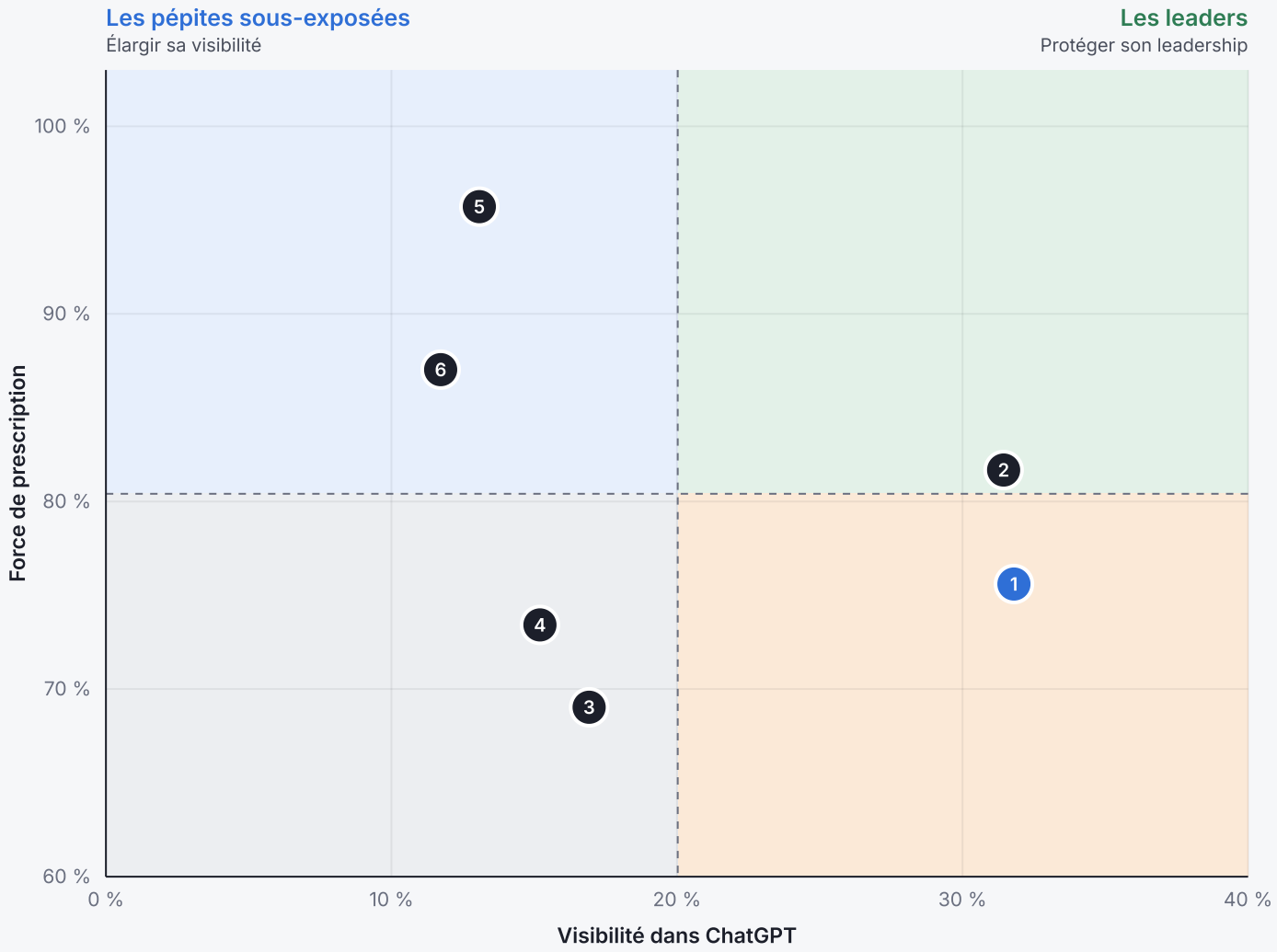
Top 25 des marques citées

1	Arc'teryx	795	32 %
2	Patagonia	786	31 %
3	MEC	557	22 %
4	Altitude Sports	483	19 %
5	The North Face	423	17 %
6	Columbia	380	15 %
7	SAIL	379	15 %
8	Decathlon	345	14 %
9	Gore-Tex	332	13 %
10	Fjällräven	327	13 %
11	Rab	293	12 %
12	Canada Goose	246	9,8 %
13	Helly Hansen	230	9,2 %
14	Outdoor Research	205	8,2 %
15	Kanuk	203	8,1 %
16	Salomon	187	7,5 %
17	Quartz Co.	184	7,4 %
18	Amazon	168	6,7 %
19	Mammut	162	6,5 %
20	Norrøna	153	6,1 %
21	Sports Experts	147	5,9 %
22	Osprey	142	5,7 %
23	Kamik	135	5,4 %
24	Smartwool	134	5,4 %
25	Icebreaker	123	4,9 %

Un compte = une réponse qui cite le site ou nomme la marque. Sources : un site compte une fois par réponse, page lue par ChatGPT ou lien donné au lecteur. Marques extraites par un modèle de langage puis fusionnées par nom.

Plein air et vêtements techniques

Visibilité : part des 2 500 réponses qui nomment la marque. Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative. Les pointillés sont les moyennes des marques ci-dessous (20 % et 80 %).



Marque	Visibilité	Prescription	Position
1 Arc'teryx	32 %	76 %	Les marques peu recommandées
2 Patagonia	31 %	82 %	Les leaders
3 The North Face	17 %	69 %	Les marques en retrait
4 Columbia	15 %	73 %	Les marques en retrait
5 Fjällräven	13 %	96 %	Les pépites sous-exposées
6 Rab	12 %	87 %	Les pépites sous-exposées

Plein air et vêtements techniques

Marques ciblées par Léger et les 5 fabricants concurrents les plus nommés · 2 500 réponses

Visibilité : part des réponses qui nomment la marque.

Valence : ton envers la marque (vert positif, gris neutre, jaune nuancé, rouge négatif).

Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative.

Différenciation : thèmes les plus associés à la marque, en pastilles (part des réponses).

Priorité : parmi ces recommandations, part où elle est le premier choix.

Cohérence : part des réponses qui reprennent un de ses 3 thèmes principaux.

Arc'teryx

protection intempéries et gore-tex 46 %

performance et technicité 41 %

qualité premium, prix élevé 38 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
32 %	76 %	28 %	84 %



43 % positive · 40 % neutre · 17 % nuancée

Patagonia

durabilité et réparabilité 37 %

protection intempéries 35 %

grande polyvalence 32 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
31 %	82 %	21 %	79 %

65 % positive · 33 % neutre · 2,8 % nuancée

The North Face

protection froid et intempéries 51 %

style urbain et quotidien 31 %

activités plein air et sport 23 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
17 %	69 %	5,1 %	79 %

37 % positive · 61 % neutre · 1,7 % nuancée

Columbia

bon rapport qualité-prix 56 %

pour usage quotidien et extérieur 34 %

protection contre les intempéries 26 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
15 %	73 %	0,7 %	85 %

37 % positive · 57 % neutre · 6,3 % nuancée

Fjällräven

très robuste et durable 61 %

idéal pour randonnée et plein air 50 %

confort et détails pratiques 38 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
13 %	96 %	28 %	89 %

72 % positive · 19 % neutre · 9,5 % nuancée

Rab

chaleur et isolation 44 %

types d'isolation 36 %

protection intempéries 34 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
12 %	87 %	9,0 %	80 %

64 % positive · 32 % neutre · 4,1 % nuancée

Chaque réponse qui nomme une de ces marques est relue par un modèle de langage, qui note son rôle (premier choix, recommandée, alternative, simple mention, déconseillée), le ton et les attributs donnés; les attributs sont regroupés en thèmes par marque. Prescription = premier choix, recommandée ou alternative.

Sous-vêtements hommes

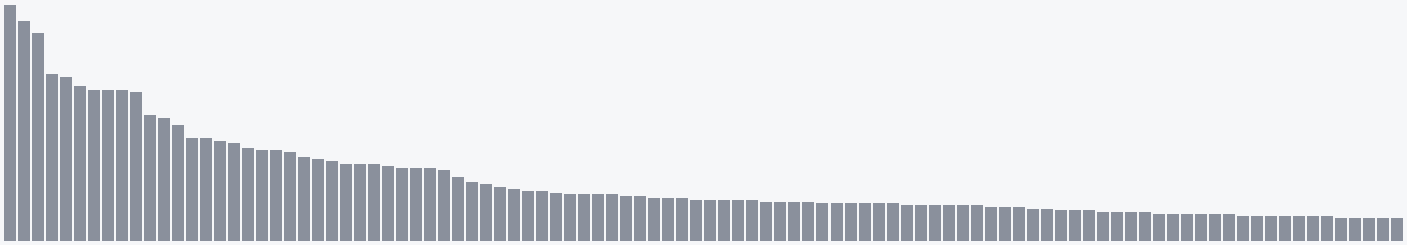
50 requêtes, chacune posée 50 fois à ChatGPT (proxy canadien) le 25 novembre 2026 · 2 500 réponses

Marque ciblée ou son site officiel Autres

Manmade : nommée dans 8,0 % des 2 500 réponses, 8e marque de l'industrie

Top 100 des sources citées

Aucun site ciblé dans le top 100



Rang 1 Rang 100

1. outdoorgearlab.com	133	2. abaka.ca	124
3. mesbobettes.ca	117	4. saxxunderwear.ca	94
5. walmart.ca	92	6. simons.ca	87
7. stanfields.com	85	8. madeinca.ca	85
9. commongoods.ca	85	10. calvinklein.ca	84

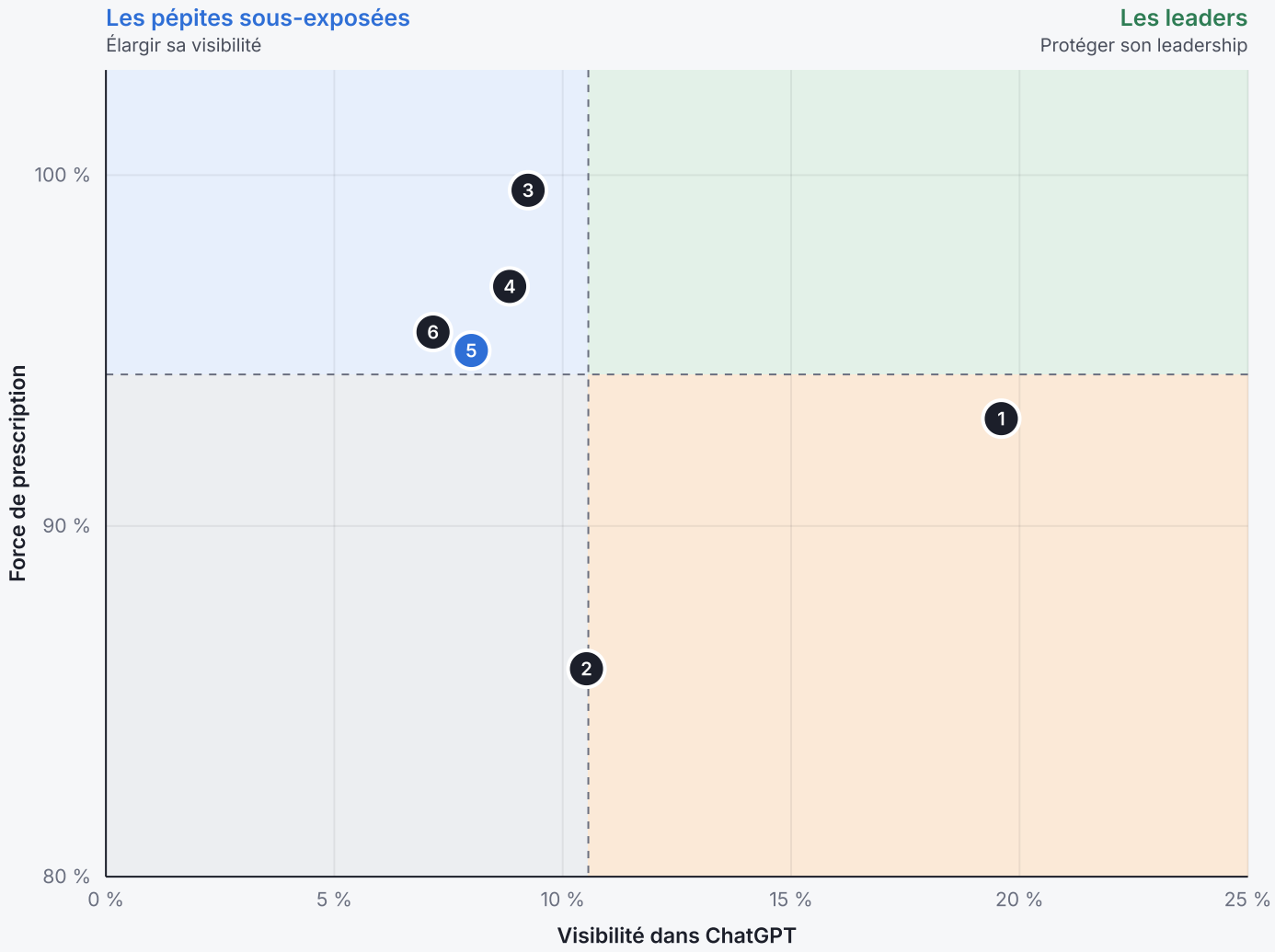
Top 25 des marques citées

1	Amazon	649	26 %
2	SAXX	490	20 %
3	Simons	408	16 %
4	Calvin Klein	262	10 %
5	Walmart	235	9,4 %
6	Boody	231	9,2 %
7	Stanfield's	221	8,8 %
8	**Manmade**	200	8,0 %
9	BN3TH	179	7,2 %
10	Altitude Sports	178	7,1 %
11	Abaka	151	6,0 %
12	Knix	144	5,8 %
13	Uniqlo	141	5,6 %
14	Mesbobettes	138	5,5 %
15	Miiyu	136	5,4 %
16	Smartwool	135	5,4 %
17	Under Armour	124	5,0 %
18	Sport Chek	119	4,8 %
19	Jockey	118	4,7 %
20	Hanes	105	4,2 %
21	Pop Underwear	100	4,0 %
22	Decathlon	94	3,8 %
23	H&M	77	3,1 %
24	do + dare	75	3,0 %
25	L'Équipeur	73	2,9 %

Un compte = une réponse qui cite le site ou nomme la marque. Sources : un site compte une fois par réponse, page lue par ChatGPT ou lien donné au lecteur. Marques extraites par un modèle de langage puis fusionnées par nom.

Sous-vêtements hommes

Visibilité : part des 2 500 réponses qui nomment la marque. Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative. Les pointillés sont les moyennes des marques ci-dessous (11 % et 94 %).



Marque	Visibilité	Prescription	Position
1 SAXX	20 %	93 %	Les marques peu recommandées
2 Calvin Klein	11 %	86 %	Les marques en retrait
3 Boody	9,2 %	100 %	Les pépites sous-exposées
4 Stanfield's	8,8 %	97 %	Les pépites sous-exposées
5 Manmade	8,0 %	95 %	Les pépites sous-exposées
6 BN3TH	7,2 %	96 %	Les pépites sous-exposées

Sous-vêtements hommes

Marques ciblées par Léger et les 5 fabricants concurrents les plus nommés · 2 500 réponses

Visibilité : part des réponses qui nomment la marque.

Valence : ton envers la marque (vert positif, gris neutre, jaune nuancé, rouge négatif).

Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative.

Différenciation : thèmes les plus associés à la marque, en pastilles (part des réponses).

Priorité : parmi ces recommandations, part où elle est le premier choix.

Cohérence : part des réponses qui reprennent un de ses 3 thèmes principaux.

SAXX

maintien et poche anatomique 55 % · confort supérieur 27 % · matière douce 23 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
20 %	93 %	15 %	76 %

73 % positive · 21 % neutre · 5,5 % nuancée

Calvin Klein

matières douces et confortables 64 % · style classique et intemporel 34 % · idéal usage quotidien 21 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
11 %	86 %	8,8 %	85 %

55 % positive · 41 % neutre · 4,2 % nuancée

Boody

matière en bambou 57 % · douceur et confort 47 % · coupe et design 35 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
9,2 %	100 %	13 %	92 %

83 % positive · 13 % neutre · 4,3 % nuancée

Stanfield's

origine canadienne 72 % · matières douces et extensibles 54 % · sous-vêtements classiques 37 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
8,8 %	97 %	33 %	97 %

71 % positive · 27 % neutre · 2,3 % nuancée

Manmade

confort et douceur 74 % · excellent choix quotidien 36 % · sous-vêtements et essentiels 27 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
8,0 %	95 %	45 %	86 %

76 % positive · 23 % neutre · 0,5 % nuancée

BN3TH

excellent maintien 41 % · grand confort 37 % · marque canadienne 26 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
7,2 %	96 %	15 %	76 %

73 % positive · 24 % neutre · 3,4 % nuancée

Chaque réponse qui nomme une de ces marques est relue par un modèle de langage, qui note son rôle (premier choix, recommandée, alternative, simple mention, déconseillée), le ton et les attributs donnés; les attributs sont regroupés en thèmes par marque. Prescription = premier choix, recommandée ou alternative.

Bijoux

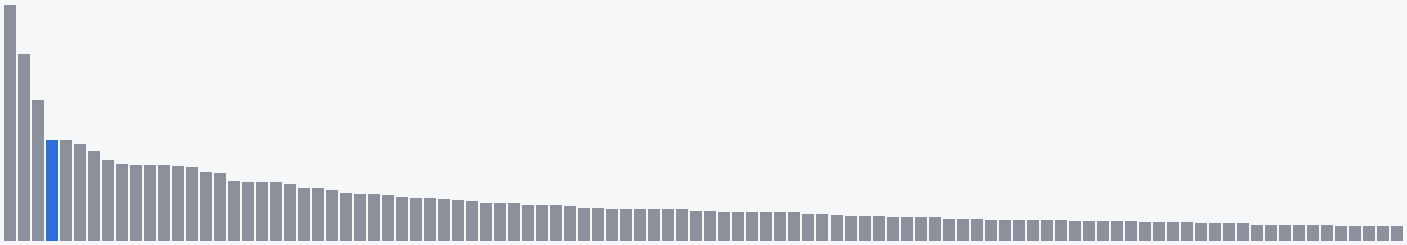
50 requêtes, chacune posée 50 fois à ChatGPT (proxy canadien) le 25 novembre 2026 · 2 500 réponses

Marque ciblée ou son site officiel Autres

Mia Bijoux : nommée dans 6,7 % des 2 500 réponses, 4e marque de l'industrie

Top 100 des sources citées

Meilleur site ciblé : #4 mia-bijoux.ca · 82 citations



Rang 1 Rang 100

1. annemariechagnon.com	193	2. ca.pandora.net	153
3. lempreintecoop.com	115	4. mia-bijoux.ca	82
5. michaelhill.ca	82	6. lundholmstore.com	79
7. lidiajewelry.ca	73	8. yoursurprise.ca	66
9. flammeenrose.com	63	10. safepiercing.org	62

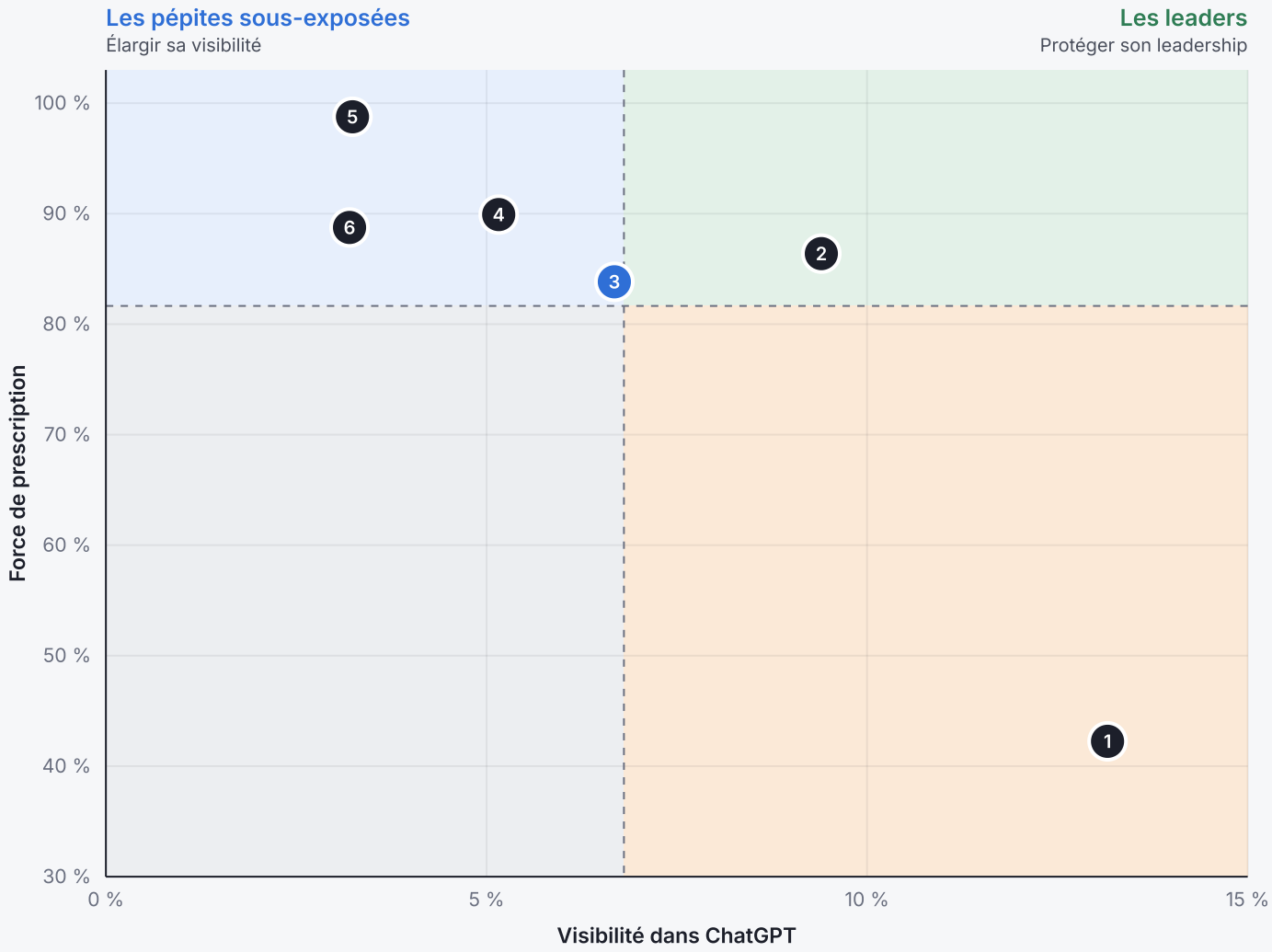
Top 25 des marques citées

1	Amazon	432	17 %
2	Pandora	329	13 %
3	Anne-Marie Chagnon	235	9,4 %
4	**Mia Bijoux**	167	6,7 %
5	Mejuri	129	5,2 %
6	Michael Hill	116	4,6 %
7	L'Empreinte Coopérative	116	4,6 %
8	Horace Jewelry	81	3,2 %
9	Flamme en Rose	80	3,2 %
10	Simons	75	3,0 %
11	YourSurprise	74	3,0 %
12	Swarovski	67	2,7 %
13	Blomdahl	64	2,6 %
14	Walmart	64	2,6 %
15	MYEL Design	62	2,5 %
16	Belle et Rebelle	62	2,5 %
17	Lidia Jewelry	59	2,4 %
18	Les trouvailles de Jen	58	2,3 %
19	Sandrine Devost	56	2,2 %
20	For Rebel Skin	55	2,2 %
21	Ecksand	55	2,2 %
22	Ovie Bijoux	54	2,2 %
23	Ardene	53	2,1 %
24	Osmose	53	2,1 %
25	Alberto Bijoux	50	2,0 %

Un compte = une réponse qui cite le site ou nomme la marque. Sources : un site compte une fois par réponse, page lue par ChatGPT ou lien donné au lecteur. Marques extraites par un modèle de langage puis fusionnées par nom.

Bijoux

Visibilité : part des 2 500 réponses qui nomment la marque. Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative. Les pointillés sont les moyennes des marques ci-dessous (6,8 % et 82 %).



Marque	Visibilité	Prescription	Position
1 Pandora	13 %	42 %	Les marques peu recommandées
2 Anne-Marie Chagnon	9,4 %	86 %	Les leaders
3 **Mia Bijoux**	6,7 %	84 %	Les pépites sous-exposées
4 Mejuri	5,2 %	90 %	Les pépites sous-exposées
5 Horace Jewelry	3,2 %	99 %	Les pépites sous-exposées
6 Flamme en Rose	3,2 %	89 %	Les pépites sous-exposées

Bijoux

Marques ciblées par Léger et les 5 fabricants concurrents les plus nommés · 2 500 réponses

Visibilité : part des réponses qui nomment la marque.

Valence : ton envers la marque (vert positif, gris neutre, jaune nuancé, rouge négatif).

Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative.

Différenciation : thèmes les plus associés à la marque, en pastilles (part des réponses).

Priorité : parmi ces recommandations, part où elle est le premier choix.

Cohérence : part des réponses qui reprennent un de ses 3 thèmes principaux.

Pandora

personnalisation et gravure 40 % · bijoux à charms 39 % · symbolique et sentimental 26 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
13 %	42 %	0,0 %	74 %

24 % positive · 71 % neutre · 4,3 % nuancée

Anne-Marie Chagnon

design artistique, original et sculptural 82 % · bijoux colorés 40 % · matériaux et textures variés 28 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
9,4 %	86 %	26 %	85 %

80 % positive · 20 % neutre

Mia Bijoux

design élégant et délicat 42 % · acier inoxydable hypoallergénique 36 % · prix abordable 20 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
6,7 %	84 %	4,3 %	80 %

75 % positive · 23 % neutre · 1,2 % nuancée

Mejuri

matériaux précieux 51 % · élégance raffinée 35 % · style minimaliste 34 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
5,2 %	90 %	10 %	87 %

73 % positive · 26 % neutre · 1,6 % nuancée

Horace Jewelry

style moderne et minimaliste 68 % · acier, argent et plaqué or 50 % · bon rapport qualité-prix 46 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
3,2 %	99 %	14 %	93 %

91 % positive · 8,6 % neutre

Flamme en Rose

fabriqué à montréal 54 % · créations sur mesure 36 % · types de bijoux 34 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
3,2 %	89 %	7,0 %	93 %

65 % positive · 35 % neutre

Chaque réponse qui nomme une de ces marques est relue par un modèle de langage, qui note son rôle (premier choix, recommandée, alternative, simple mention, déconseillée), le ton et les attributs donnés; les attributs sont regroupés en thèmes par marque. Prescription = premier choix, recommandée ou alternative.

Technologie

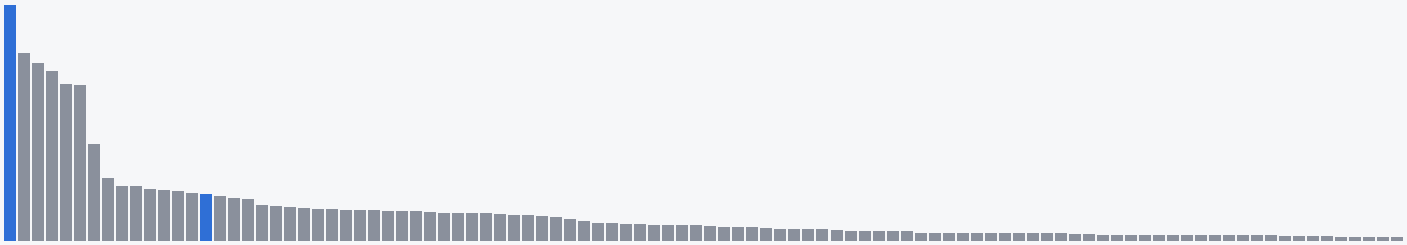
50 requêtes, chacune posée 50 fois à ChatGPT (proxy canadien) le 25 novembre 2026 · 2 500 réponses

Marque ciblée ou son site officiel Autres

Apple : nommée dans 74 % des 2 500 réponses, 1re marque de l'industrie

Top 100 des sources citées

Meilleur site ciblé : #1 apple.com · 353 citations



Rang 1 Rang 100

1. apple.com	353	2. tomsguides.com	280
3. bestbuy.ca	265	4. blog.bestbuy.ca	253
5. rtings.com	234	6. techradar.com	232
7. soundguys.com	145	8. wired.com	93
9. techadvisor.com	81	10. itechguides.com	81

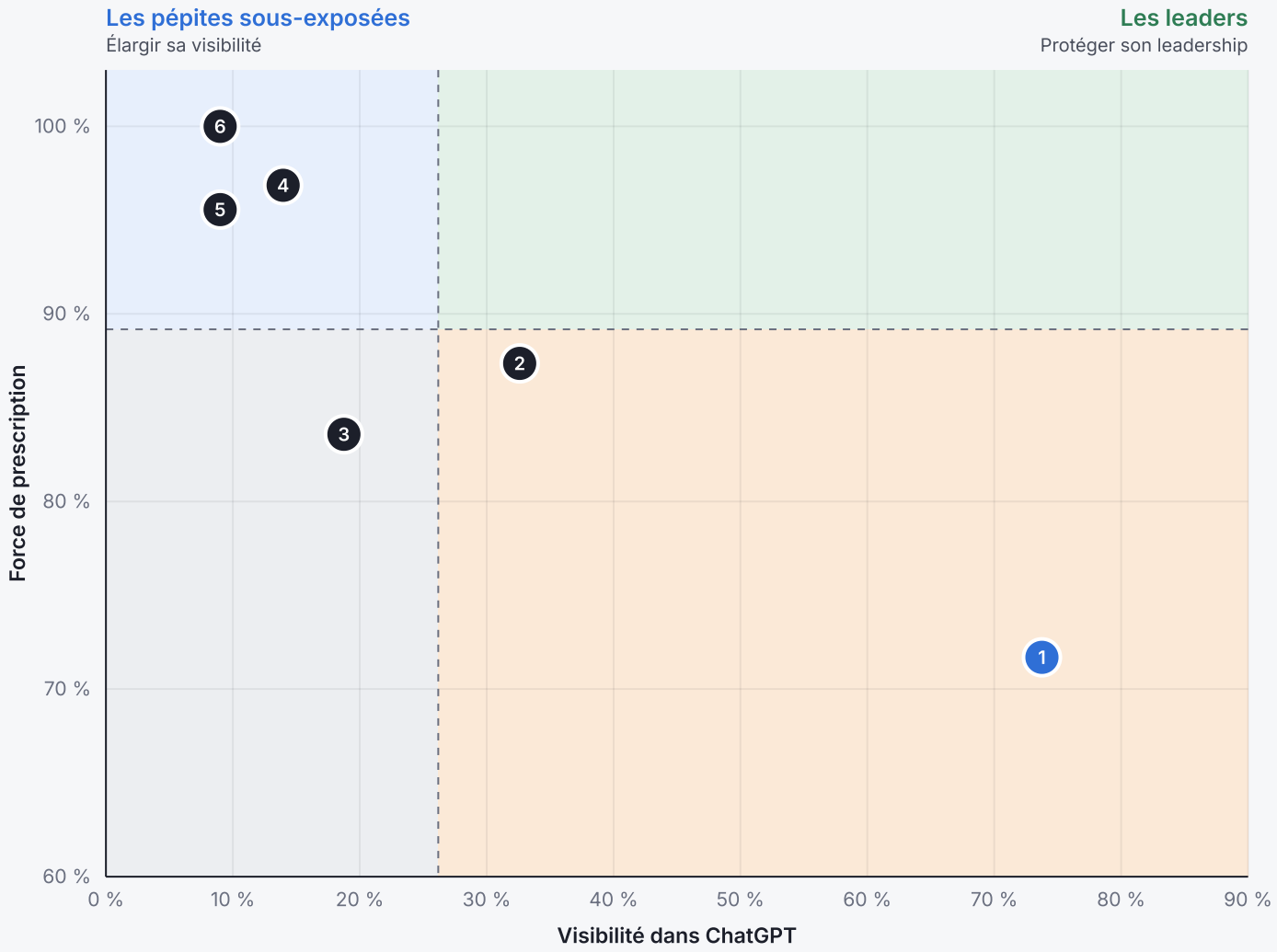
Top 25 des marques citées

1	Apple	1 844	74 %
2	Samsung	815	33 %
3	Amazon	760	30 %
4	Best Buy	748	30 %
5	Google	469	19 %
6	Walmart	396	16 %
7	Lenovo	349	14 %
8	ASUS	225	9,0 %
9	Garmin	225	9,0 %
10	Sony	203	8,1 %
11	Bose	193	7,7 %
12	Soundcore	163	6,5 %
13	Dell	151	6,0 %
14	Microsoft	147	5,9 %
15	TELUS	133	5,3 %
16	iPhone	131	5,2 %
17	Bell	126	5,0 %
18	JBL	110	4,4 %
19	Anker	92	3,7 %
20	Rogers	90	3,6 %
21	Costco	87	3,5 %
22	HP	82	3,3 %
23	Xiaomi	79	3,2 %
24	Acer	78	3,1 %
25	Intel	78	3,1 %

Un compte = une réponse qui cite le site ou nomme la marque. Sources : un site compte une fois par réponse, page lue par ChatGPT ou lien donné au lecteur. Marques extraites par un modèle de langage puis fusionnées par nom.

Technologie

Visibilité : part des 2 500 réponses qui nomment la marque. Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative. Les pointillés sont les moyennes des marques ci-dessous (26 % et 89 %).



Marque	Visibilité	Prescription	Position
1 Apple	74 %	72 %	Les marques peu recommandées
2 Samsung	33 %	87 %	Les marques peu recommandées
3 Google	19 %	84 %	Les marques en retrait
4 Lenovo	14 %	97 %	Les pépites sous-exposées
5 ASUS	9,0 %	96 %	Les pépites sous-exposées
6 Garmin	9,0 %	100 %	Les pépites sous-exposées

Technologie

Marques ciblées par Léger et les 5 fabricants concurrents les plus nommés · 2 500 réponses

Visibilité : part des réponses qui nomment la marque.

Valence : ton envers la marque (vert positif, gris neutre, jaune nuancé, rouge négatif).

Prescription : part de ses mentions où elle est recommandée ou proposée comme alternative.

Différenciation : thèmes les plus associés à la marque, en pastilles (part des réponses).

Priorité : parmi ces recommandations, part où elle est le premier choix.

Cohérence : part des réponses qui reprennent un de ses 3 thèmes principaux.

Apple

usages et compatibilité 40 % · écosystème et intégration 35 % · performances rapides et fluides 25 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
74 %	72 %	48 %	75 %

47 % positive · 37 % neutre · 16 % nuancée

Samsung

polyvalence, performance et autonomie 40 % · écosystème samsung et android 38 % · grand écran amoled 31 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
33 %	87 %	14 %	83 %

74 % positive · 19 % neutre · 7,2 % nuancée

Google

qualité et traitement photo 59 % · intégration et services google 33 % · expérience android épurée 33 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
19 %	84 %	11 %	90 %

71 % positive · 21 % neutre · 8,1 % nuancée

Lenovo

bon rapport qualité-prix 34 % · polyvalent pour tous usages 31 % · clavier confortable et performant 27 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
14 %	97 %	6,8 %	71 %

73 % positive · 24 % neutre · 2,3 % nuancée

ASUS

bel écran oled et haute résolution 66 % · idéal pour créateurs 34 % · performances et carte graphique 32 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
9,0 %	96 %	5,1 %	80 %

82 % positive · 13 % neutre · 5,3 % nuancée

Garmin

suivi sportif avancé 76 % · longue autonomie 62 % · suivi sommeil et récupération 57 %

Visibilité	Prescription	Priorité	Cohérence
9,0 %	100 %	31 %	96 %

72 % positive · 6,2 % neutre · 22 % nuancée

Chaque réponse qui nomme une de ces marques est relue par un modèle de langage, qui note son rôle (premier choix, recommandée, alternative, simple mention, déconseillée), le ton et les attributs donnés; les attributs sont regroupés en thèmes par marque. Prescription = premier choix, recommandée ou alternative.