

CASE STUDY · CHAMPAGNE

Gli articoli di Media Figaro aumentano di 8 punti la visibilità di Ruinart nelle risposte AI e fanno di Le Figaro il media più citato

RUINART × MEDIA FIGARO × MEIKAI

+8,3 punti

DI VISIBILITÀ

per Ruinart su ChatGPT, Perplexity e Copilot, sulle sue 19 domande: dal 64,1% al 72,4%

13/13

ARTICOLI RIPRESI

dai motori AI: 1.953 citazioni in quattro mesi, la prima entro due giorni

N. 1

MEDIA CITATO DAI MOTORI AI

Le Figaro passa dal 7° al 1° posto tra le fonti media sulle domande di Ruinart

IN SINTESI

CLIENTE

Ruinart

SETTORE

Champagne

KPI

Visibilità, share of voice, posizione della prima menzione

AREA GEOGRAFICA

Francia

PARTNER MEDIA

Media Figaro (Le Figaro Vin, Madame Figaro, Gala)

SOLUZIONE

Generative engine optimisation (GEO), brand content editoriale

MOTORI AI

ChatGPT, Perplexity, Copilot, Google AI Mode, Google AI Overview

PERIODO

Dal 4 giugno al 6 ottobre 2026

LA SFIDA

Far citare Ruinart prima e più spesso

Ruinart era già nominata nel 64% delle risposte AI alle domande che gli appassionati di champagne pongono su degustazioni, visite e abbinamenti con il cibo. Ruinart e Media Figaro volevano capire se i motori AI riprendono i contenuti editoriali premium, e se questi potevano far citare la maison prima e più spesso. L'obiettivo principale era la gastronomia, dove la share of voice di Ruinart era solo del 16%.

L'APPROCCIO

Tredici articoli, misurati sulle stesse domande

Media Figaro ha pubblicato 13 articoli tra giugno e settembre 2026 su Le Figaro Vin, Madame Figaro e Gala, in tre ondate: arte e architettura a Reims, abbinamenti tra cucina e champagne con lo chef Arnaud Donckele, enoturismo, poi un'ultima ondata di sei articoli sulla gastronomia, il tema con il maggiore margine di crescita.

Meikai ha monitorato ogni giorno 19 domande fornite da Ruinarth su ChatGPT, Perplexity, Copilot, Google AI Mode e Google AI Overview. Ogni risultato confronta lo stesso motore, sulle stesse domande, prima della pubblicazione e dopo l'ultima ondata, così l'effetto si legge motore per motore. Gemini, che non ha ripreso alcuna pagina di Le Figaro, è analizzato a parte.

I RISULTATI

Ruinarth citata prima e più spesso, soprattutto sulla gastronomia

Tutti i 13 articoli sono stati ripresi dai motori AI, con una mediana di due giorni tra la messa online e la prima citazione. Al 6 ottobre avevano raccolto 1.953 citazioni, e l'80% delle citazioni di Le Figaro sull'account proviene ora dall'operazione. Le Figaro è passato dal 7° al 1° posto tra i media citati sulle domande di Ruinarth, dal 3,6% al 16,3% delle citazioni della stampa.

La visibilità di Ruinarth è cresciuta di 8,3 punti sui tre motori confrontati, trainata da Perplexity (+13,7 punti) e Copilot (+9,2). La maison è nominata il 33% più spesso per risposta su ChatGPT e compare prima nella risposta su tutti e tre i motori, con una posizione media della prima menzione di 1,48 contro 1,81.

La gastronomia, tema degli articoli, è l'area che è cresciuta di più: +9,5 punti di share of voice (dal 16,0% al 25,4%), +18,1 punti di visibilità e Ruinarth citata prima su 9 domande su 9. Quando un motore AI si basa su Le Figaro, nomina Ruinarth 91 volte su 100, contro 73 quando non lo cita.

Tredici articoli, tutti e tredici ripresi dai motori AI, e Ruinarth che conquista le domande sulla gastronomia: la prova che oggi un contenuto editoriale premium lavora per le risposte AI tanto quanto per i lettori.

Karine Rielland Mardirossian, Vicedirettrice generale Digital, Media Figaro

COME LO HA MISURATO MEIKAI

19 domande fornite da Ruinarth, poste ogni giorno a ChatGPT, Perplexity, Copilot, Google AI Mode e Google AI Overview, dal 4 giugno al 6 ottobre 2026. Prima: dal 4 giugno al 5 luglio. Dopo: dall'11 settembre al 6 ottobre. Visibilità: quota di risposte che nominano Ruinarth. Share of voice: menzioni di Ruinarth sul totale delle menzioni di tutti i brand. Posizione: posizione media della prima menzione. I confronti prima/dopo riguardano ChatGPT, Perplexity e Copilot, ciascuno confrontato con sé stesso. Citazioni conteggiate dal 4 giugno al 6 ottobre 2026, su tutte le domande dell'account. Gemini non ha citato alcuna pagina di Le Figaro nel periodo ed è analizzato a parte.