GEO: Come Fare in Modo che le AI Conoscano il Tuo Sito

Di Fabio Angelici • Pubblicato il 18 marzo 2026 • 7 min di lettura

Struttura Sito | AI nel Lavoro | Indicizzazione



RISPOSTA RAPIDA

La GEO (Generative Engine Optimization) rende un sito leggibile e citabile dai modelli AI, affiancando la SEO: struttura chiara, contenuti comprensibili, file llms.txt e llms-full.txt, dati strutturati e meta tag specifici permettono ai sistemi AI di usare correttamente le informazioni del sito nelle loro risposte.

Negli ultimi anni hai sentito parlare di SEO ovunque:

ottimizzazione per i motori di ricerca, parole chiave, backlink, posizionamento su Google.

Probabilmente hai anche investito qualcosa in quella direzione.

Bene. Continua a farlo.

Ma inizia anche a guardare quello che sta succedendo accanto:

sempre più persone, invece di aprire Google e sfogliare i risultati,

fanno una domanda direttamente a ChatGPT, Claude, Gemini o Perplexity e si fermano alla risposta che ricevono.

Senza cliccare niente.

Se il tuo sito non è comprensibile a questi sistemi, non esiste nella loro risposta.

E questo è esattamente il problema che la **GEO (Generative Engine Optimization)** cerca di risolvere.

Cos'è la GEO e Perché Esiste

La GEO è l'insieme delle tecniche che rendono un sito web leggibile, comprensibile e citabile dai modelli di intelligenza artificiale generativa.

Non sostituisce la SEO ma la affianca.

I due obiettivi sono diversi: la SEO ti fa comparire nei risultati di Google, la GEO ti fa comparire nelle risposte delle AI.

La differenza non è banale. Google mostra dieci link e l'utente sceglie.

Un'AI generativa produce una risposta sintetica e cita due o tre fonti, se le cita.

O non cita nessuno, incorporando le informazioni senza attribuirle.

In entrambi i casi, se il tuo sito non è stato indicizzato e compreso correttamente da questi sistemi, sei invisibile.

Vale la pena capire come funziona prima di occuparsi degli strumenti.

Come le AI "Leggono" un Sito

I modelli di linguaggio vengono addestrati su enormi quantità di testo raccolto dal web.

Ma non leggono come un essere umano: non interpretano un layout grafico, non capiscono un menu visivo,

non deducono il contesto da come sono disposti gli elementi su schermo.

Leggono testo strutturato: titoli, paragrafi, metadati, file di configurazione, dati formattati in modo riconoscibile.

Alcuni sistemi AI, come i crawler di Perplexity o Bing Copilot, visitano i siti in tempo reale per rispondere alle domande.

Altri si basano esclusivamente sui dati di addestramento.

In entrambi i casi, più il tuo sito è strutturato e leggibile, più è probabile che le informazioni che contiene vengano recepite correttamente.

GEO vs SEO: le Differenze Principali

La SEO tradizionale lavora su segnali che Google usa per classificare i risultati:

autorità del dominio, backlink, velocità di caricamento, ottimizzazione delle parole chiave, struttura delle URL.

L'obiettivo è comparire in cima a una lista di risultati.

La GEO lavora su segnali diversi:

chiarezza del contenuto, struttura semantica, contesto esplicito, accessibilità delle informazioni per sistemi automatici.

L'obiettivo non è comparire in una lista, è essere citato, parafrasato o usato come fonte in una risposta generata.

Detto in modo semplice: la SEO ottimizza per un algoritmo di ranking, la GEO ottimizza per un sistema che legge e sintetizza.

Le tecniche si sovrappongono in parte, contenuto di qualità, struttura chiara, dati strutturati aiutano entrambe, ma gli strumenti specifici sono diversi.

Gli Strumenti della GEO: Cosa Implementare e Perché

llms.txt

Il file `llms.txt` è una convenzione emergente, non ancora uno standard ufficiale,

ma già adottata da molti sviluppatori e riconosciuta dai principali sistemi AI.

Va posizionato nella root del sito (`tuosito.it/llms.txt`) e contiene una descrizione sintetica del sito:

chi sei, cosa fai, quali sezioni contiene, come è organizzato il contenuto.

È il modo più diretto per dire a un modello AI "ecco cosa trovi qui".

Su tutti i siti che realizzo implemento questo file di default.

È poche righe di testo, non richiede manutenzione continua e dà un contesto immediato a qualsiasi sistema che visiti il sito.

llms-full.txt

È la versione estesa: contiene non solo la descrizione del sito ma anche il contenuto completo, aggregato in testo puro.

È pensato per i crawler che vogliono indicizzare l'intero contenuto disponibile in un formato pulito, senza dover interpretare HTML, CSS e JavaScript.

Sui siti con blog che realizzo implemento un sistema automatico che legge gli articoli direttamente dal database

in tempo reale e li converte in testo aggregato per questo file.

Ogni volta che viene un crawler visita l'indirizzo del file, `llms-full.txt` si aggiorna senza interventi manuali.

Il vantaggio è evidente: il contenuto è sempre attuale, senza dipendere da aggiornamenti manuali che inevitabilmente vengono dimenticati.

robots.txt

Il `robots.txt` esiste da decenni ed è lo strumento con cui si dice ai crawler cosa possono e non possono indicizzare.

Nella GEO acquista un ruolo aggiuntivo:

puoi usarlo per permettere esplicitamente l'accesso ai bot delle principali AI come GPTBot per OpenAI, ClaudeBot per Anthropic

o per escluderli se preferisci che il tuo contenuto non venga usato per l'addestramento.

La scelta dipende dalla strategia: se vuoi essere citato dalle AI, devi permettere ai loro crawler di accedere.

Se hai contenuti proprietari che non vuoi vengano incorporati nei modelli, puoi escluderli selettivamente.

Structured Data e JSON-LD

Ne ho parlato in dettaglio in un articolo dedicato agli structured data:

sono marcatori semantici che dicono ai sistemi automatici cosa sono le informazioni sul tuo sito,

non solo il testo, ma il significato di quel testo.

Questo è il tuo indirizzo, questa è una recensione, questo è un prodotto con questo prezzo,

questo è un articolo scritto da questa persona in questa data.

Per la GEO, il JSON-LD è particolarmente utile perché fornisce contesto esplicito che un modello AI può usare per rispondere con precisione.

Se qualcuno chiede a un'AI informazioni su un'azienda e il sito di quell'azienda ha dati strutturati corretti,

le probabilità che la risposta sia accurata aumentano significativamente.

Meta Tag per AI

Esistono meta tag specifici che comunicano informazioni ai sistemi AI direttamente nell'intestazione delle pagine HTML.

Permettono di dichiarare esplicitamente l'autore del contenuto, la data di pubblicazione,

l'argomento principale della pagina, e, cosa importante, le preferenze sull'utilizzo del contenuto per l'addestramento dei modelli.

Su tutti i siti che realizzo questi tag vengono implementati di default, insieme agli altri elementi GEO.

Non è un'operazione complessa, ma richiede di essere fatta con criterio: tag generici o mal compilati non aggiungono valore.

Da Dove Iniziare

Se hai già un sito online e non hai mai sentito parlare di GEO, la priorità è capire a che punto sei.

Alcune domande concrete: il tuo `robots.txt` blocca i crawler AI?

Hai structured data implementati?

Esiste un file `llms.txt`?

Il contenuto del sito è scritto in modo chiaro e strutturato, o è pensato solo per l'impatto visivo?

Se stai partendo con un sito nuovo, è il momento giusto per integrare la GEO fin dall'inizio,

costa molto meno che aggiungerla in un secondo momento su una struttura già costruita diversamente.

Ho scritto anche di come integro l'AI nel mio lavoro di sviluppatore, se sei curioso di vedere il quadro più ampio, è un buon complemento a questo articolo.

FAQ

La GEO sostituisce la SEO?
No. I motori di ricerca tradizionali non stanno sparendo, stanno cambiando.

La GEO è un'aggiunta, non una sostituzione. Un sito ottimizzato bene lavora su entrambi i fronti.

Il mio sito deve essere grande o famoso per essere citato dalle AI?
No. I modelli AI citano fonti in base alla chiarezza e alla struttura del contenuto, non solo alla notorietà del dominio.

Un sito piccolo ma ben strutturato può comparire nelle risposte di un'AI molto più facilmente di un sito grande ma mal organizzato.

Posso impedire alle AI di usare il mio contenuto?
In parte. Tramite `robots.txt` puoi bloccare i crawler dei principali provider AI.

Non è una garanzia assoluta, i dati già raccolti rimangono nei modelli esistenti, ma è lo strumento disponibile per limitare l'accesso futuro.

Quanto tempo ci vuole per vedere risultati?
Dipende da quanto spesso i crawler AI visitano il tuo sito e da quando viene aggiornato il modello con nuovi dati.

Non è immediato come un annuncio a pagamento, ma è un investimento strutturale che cresce nel tempo.

È qualcosa che posso fare da solo?
Alcune parti sì: migliorare la chiarezza del contenuto, verificare il `robots.txt`.

Altre richiedono interventi tecnici sul codice del sito:

implementare JSON-LD correttamente, creare i file `llms.txt` e `llms-full.txt`, aggiungere i meta tag AI nelle intestazioni delle pagine.

Se vuoi sapere a che punto è il tuo sito rispetto alla GEO e cosa si può fare concretamente per migliorarlo,

contattami per una consulenza gratuita.

Guardo il sito, ti dico cosa manca e cosa ha senso aggiungere nel tuo caso specifico.

Avevi già sentito parlare di GEO, o è la prima volta?

Lascia un commento qui sotto, sono curioso di capire quanto questo tema stia già circolando tra chi si occupa di web in Italia.

FONTI

1. Articolo di Search Engine Land che ha introdotto per primo llms.txt come proposta di standard emergente
2. La specifica ufficiale di llms.txt, pubblicata da Jeremy Howard di Answer.AI su llmstxt.org
3. La pagina ufficiale di Anthropic (Privacy Center) su come ClaudeBot esegue il crawling e come bloccarlo tramite robot.txt
4. La documentazione ufficiale di Google Search Central sui structured data, base tecnica comune a SEO e GEO

Letto originariamente su https://fabioangelici.com/blog/geo-come-fare-in-modo-che-le-ai-conoscano-il-tuo-sito
PDF generato il 30 ottobre 2026