

## AUDIT TECHNIQUE & STRATÉGIQUE

# Site « B »

### Audit n°2 — après refonte (6 000€)

Analyse du même site après refonte complète par une agence prestataire externe. Budget annoncé du chantier : 6 000€.

<b>Site audité</b>	Anonymisé — Site « B » (même entreprise que Site A)
<b>Secteur</b>	Services aux entreprises (B2B)
<b>Date de l'audit</b>	12 mai 2026
<b>Auditeur</b>	MrFreddy Digital
<b>Pages analysées</b>	Accueil, équipe, services, mentions, politique de conf.
<b>Note globale</b>	49 / 100

Ce document est la version **anonymisée** d'un audit réel mené sur le site refondu d'une entreprise française, 3 semaines après la livraison par l'agence prestataire. Le nom de l'entreprise, du dirigeant, des agences prestataires (avant et après), ainsi que la ville et le secteur précis ont été retirés. Tous les chiffres techniques et constats sont strictement conservés.

# Synthèse exécutive

Le site refondu présente une **base technique correcte** (WordPress + Yoast + cache + HTTPS) et apporte de **vraies améliorations visibles** par rapport au Site A : design moderne, 9 pages services créées, galerie de réalisations, page équipe soignée, logos clients affichés.

Néanmoins, il souffre de **plusieurs erreurs structurelles majeures** qui en limitent fortement la performance commerciale et sa conformité légale.

## Notes par catégorie

Catégorie	Critères validés	Score	Évaluation
SEO technique	13 / 17	76 %	Moyen — points bloquants critiques
Performance web	5 / 10	50 %	Faible — images non optimisées
Conformité RGPD	3 / 8	38 %	Insuffisant — risque légal
Accessibilité (WCAG)	2 / 5	40 %	Faible — non conforme niveau A
GEO (visibilité IA)	2 / 5	40 %	Faible — services invisibles

### Note globale pondérée : 49 / 100

Moyenne des 5 catégories, pondérée selon l'impact business : SEO 30%, Performance 20%, RGPD 20%, Accessibilité 10%, GEO 20%.

## 3 points bloquants critiques

- 1. Les 9 pages de services en noindex** Toutes les pages de services créées par l'agence (9 pages métier) sont marquées `noindex` et absentes du sitemap. Elles n'apparaîtront **pas** dans les résultats Google. Concrètement : tout le contenu écrit pour positionner le site sur les requêtes métier ne servira jamais. Une simple case Yoast à décocher.
- 2. Aucune bannière de consentement cookies** Le Site A en avait une, conforme. **Le Site B l'a perdue.** Le site charge **reCAPTCHA v3 (Google)** et un **widget Google Reviews** dès l'arrivée du visiteur, qui déposent des cookies tiers Google sans consentement préalable. Position CNIL constante depuis 2022.
- 3. Performance & accessibilité images** Slider hero composé de 5 images JPG **non optimisées** (~1,9 Mo cumulé, aucune en WebP/AVIF). **40 images sur 49** ont un attribut `alt` vide — non-conformité WCAG 1.1.1 niveau A et perte de référencement image.

# Méthodologie & reproductibilité

Cet audit ne fait appel à **aucune information privée ou interne**. L'ensemble des constats est basé sur des éléments accessibles publiquement et vérifiables par tout tiers via des outils standards (curl, grep, navigateur, validateurs en ligne). Toute personne reproduisant ces vérifications obtiendra des résultats identiques (à la date de l'audit).

## Grille de notation

45 critères au total (17 SEO + 10 performance + 8 RGPD + 5 accessibilité + 5 GEO). Chaque critère est binaire (validé / non validé) et fondé sur une observation factuelle. Aucune note d'opinion.

## Sources de données vérifiables

- Code HTML public servi par le site
- En-têtes HTTP de réponse
- Fichier robots.txt et sitemap XML
- Pages de mentions légales et politique de confidentialité
- Poids et formats des ressources servies (images, scripts)
- Trackers et widgets tiers détectables côté client

## Limites

- La performance Lighthouse (Core Web Vitals exacts) n'a pas pu être exécutée le jour de l'audit (quota API publique épuisé). Les constats performance sont fondés sur l'inspection directe des ressources.
- Aucun crawl complet du site n'a été effectué — l'audit se concentre sur les pages stratégiques.

# 1. SEO technique

## Points conformes (13 / 17)

- ✓ Site servi en HTTPS — certificat SSL valide (hébergeur français).
- ✓ Attribut `lang="fr"` déclaré sur la balise `<html>`.
- ✓ Balise `<meta charset="UTF-8">` présente.
- ✓ Balise `viewport` correcte pour le mobile.
- ✓ Title de la page d'accueil renseigné.
- ✓ Meta description renseignée et alignée avec le contenu.
- ✓ Balise `canonical` présente sur toutes les pages testées.
- ✓ Open Graph complet (`og:title`, `og:description`, `og:image`, `og:type`, `og:url`).
- ✓ Fichier `robots.txt` présent et propre (Yoast).
- ✓ Sitemap XML présent à `/sitemap_index.xml`.
- ✓ Structure des titres (Hn) cohérente : 1 H1 + plusieurs H2/H3 logiques.
- ✓ JSON-LD Schema.org présent : `WebPage`, `WebSite`, `BreadcrumbList`, `Organization`.
- ✓ Compression gzip activée (HTML : 117 Ko → 26 Ko transférés).

## Points non conformes (4 / 17)

### ✗ Pages services en NOINDEX (CRITIQUE)

Les 9 pages de services accessibles depuis le menu principal contiennent toutes la balise `meta robots = noindex, follow`. Elles sont également **absentes du sitemap**. Conséquence : elles ne peuvent pas se positionner sur les requêtes commerciales métier, qui constituent pourtant le cœur de l'acquisition organique pour ce type d'activité.

### ✗ Schemas Schema.org incomplets

Aucun schema `Service` ou `LocalBusiness` alors que l'entreprise est une PME locale avec une activité de services clairement définie. Manque également un schema `AggregateRating` alors que des avis Google 5 étoiles sont affichés en page d'accueil.

### ✗ Aucune balise FAQ structurée

Aucune section `FAQPage` structurée sur l'ensemble du site. Manque l'opportunité d'apparaître en « People Also Ask » sur Google.

### ✗ Hreflang absent

Pas de balise `hreflang`. Acceptable si pas de version internationale.

## 2. Performance web

### Mesures factuelles

Indicateur	Valeur observée	Référence
Poids HTML (compressé)	26,4 Ko	OK
Poids HTML (non compressé)	117,3 Ko	Acceptable
Slider hero — 5 images JPG	1 928 Ko	Au-delà du seuil 500 Ko
Hero + 2 sections (images)	2 397 Ko	Au-delà du seuil 1 Mo
Format images servies	100 % JPG/PNG	Pas de WebP/AVIF
Lazy-loading images	46 / 49	OK
Compression HTML (gzip)	Activée	OK
Cache HTTP images	max-age = 120 j	OK
Nombre de scripts externes	11	Élevé
Preload des images critiques	Aucun	Non optimisé
Chargement CSS	Minifié + cache plugin	OK

### Diagnostic

**Le principal frein de performance est le slider d'accueil.** 5 images JPG de ~400 Ko chacune (1,9 Mo cumulé) sont chargées au rendu initial. Aucune n'est servie en WebP malgré la disponibilité native de ce format dans WordPress. Une conversion WebP qualité 80 ramènerait ces 1,9 Mo à environ 550-650 Ko (économie de ~70 %).

Le site utilise un plugin de cache (WP-Fastest Cache), correct pour la mise en cache HTML/CSS, mais l'option de conversion WebP du plugin n'a pas été activée.

## 3. Conformité RGPD & accessibilité

### Constats RGPD

Le site déclare utiliser **Matomo Analytics** en auto-hébergement avec anonymisation des IP, ce qui correspond à la configuration validée par la CNIL ne nécessitant pas de consentement préalable. **C'est un bon point.**

**Cependant, deux ressources tierces déposent des cookies / communiquent avec Google sans recueil de consentement préalable :**

1. **reCAPTCHA v3 (Google)** — chargé dès l'accueil sur toutes les pages contenant le formulaire de contact. La CNIL et le RGPD considèrent que reCAPTCHA dépose des traceurs Google (NID, \_GRECAPTCHA) qui nécessitent un consentement préalable.

2. **Widget d'avis Google** — affiché directement sur la page d'accueil. Effectue des appels vers Google sans consentement.

**Aucune bannière de consentement cookies n'est présente sur le site** (vérification : recherche de *tearteaucitron*, *Axceptio*, *CookieYes*, *Cookiebot*, *Complianz*, *iubenda* — aucun résultat).

**Régression par rapport au Site A** : le site précédent disposait d'une bannière de consentement conforme. Le site refondu l'a perdue ET a introduit deux nouveaux traceurs tiers.

### Autres observations RGPD

- Mentions légales complètes (éditeur, hébergeur, RCS, TVA).
- Politique de confidentialité présente, claire sur Matomo.
- **Incohérence interne** : la section « Cookies » des mentions légales mentionne *Google Analytics*, alors que la politique de confidentialité indique *Matomo*.
- **Incohérence d'adresse** dans le footer (« 32 ter » vs « 32 ») — défavorable au référencement local (NAP consistency).

### Constats accessibilité (WCAG 2.1)

**40 images sur 49 ont un attribut alt vide** sur la page d'accueil. C'est une **non-conformité WCAG 1.1.1 (Texte de remplacement) niveau A**, le niveau de conformité le plus basique exigé par le RGAA français et la directive européenne 2016/2102. C'est également une opportunité SEO perdue : les images ne se positionnent pas dans Google Images.

## 4. GEO — Visibilité dans les IA génératives

Le « GEO » (Generative Engine Optimization) évalue la capacité du site à être cité ou recommandé par les LLM (ChatGPT, Perplexity, Claude, Gemini, Mistral). Ces moteurs s'appuient principalement sur l'index Bing, sur Common Crawl et sur leurs scrapers — qui **ignorent par construction** les pages en noindex.

Les 9 pages services en noindex sont également **invisibles pour les LLM**. Le contenu sémantique du métier n'est porté que par la page d'accueil. Aucun bloc FAQ structuré. Aucun contenu factuel extractible de type tarifs, exemples chiffrés, secteurs d'expertise nommés, zones géographiques couvertes.

## 5. Recommandations priorisées

Priorité	Action	Impact / Effort
P0	Retirer le noindex sur les 9 pages services et les ajouter au sitemap.	Impact A — Effort A
P0	Mettre en place une bannière de consentement (Axeptio, Tarteaucitron, Complianz).	Impact A — Effort A
P1	Corriger les 40 attributs alt vides.	Impact A — Effort B
P1	Convertir les images en WebP et précharger l'image hero.	Impact B — Effort A
P2	Ajouter les schemas Service, LocalBusiness, AggregateRating.	Impact B — Effort B
P2	Ajouter des sections FAQ en JSON-LD FAQPage.	Impact B — Effort B

### Conclusion

Le site B est visuellement réussi et apporte de vraies améliorations sur la dimension visible (design, photos, structure de contenu). Néanmoins, plusieurs erreurs structurelles — dont au moins deux majeures (noindex sur les pages services, absence de consentement cookies) — limitent significativement son efficacité commerciale et sa conformité légale. Les 4 chantiers P0 + P1 représentent l'essentiel des gains.

#### Note finale du Site B : 49 / 100

Audit réalisé le 12 mai 2026 par MrFreddy Digital — version anonymisée pour publication. La version intégrale a été remise à l'entreprise concernée.