



# AUDIT DE PRÉSENCE EN LIGNE

[Lien vers notre site web](#)

## PRÉSENTÉ PAR

BARRERO Anaïs  
CHALLET Yasmine  
DUCARNE Hugo

TAULIAUT Naomi  
MOULIS Clothilde  
KOLOGRECKI Nolwenn

# SOMMAIRE

- 1 Introduction
- 2 Stratégie de communication
- 3 Ergonomie et accessibilité
- 4 Analyse technique
- 5 Recommandation
- 6 Cas d'usage



# INTRODUCTION

Court-Circuit Voltaire est une Société Coopérative d'Intérêt Collectif basée à Laxou, dans la métropole nancéienne. Elle a été fondée en novembre 2020 par Cynthia AUBERT et Adrien-Pierre MARQ.

Cette société se présente comme un lieu de vie mêlant bar, épicerie locale, bibliothèque et ludothèque. On y retrouve des produits locaux, bio et vendus en vrac, ce qui limite les emballages.

De nombreux événements y ont lieu, permettant d'y découvrir des artistes et de se retrouver en communauté dans un cadre agréable et chaleureux.

C'est un moyen de sensibiliser et de mettre en avant l'agriculture locale, un mode de consommation responsable, et de soutenir les producteurs d'agriculture biologique.



# STRATÉGIE DE COMMUNICATION

## 1. Identité numérique

Il y a une identité visuelle que l'on peut retrouver sur le site internet ainsi que sur les réseaux sociaux : la couleur jaune et la couleur verte sont dominantes, représentant le côté naturel et chaleureux. On peut retrouver le logo de l'entreprise en transparence sur les différents fonds des visuels, par exemple dans les publications Instagram, ainsi que sur le fond du site.

## 2. Cibles web

Les cibles visées sont bien définies : il s'agit essentiellement de clients déjà habitués à l'établissement, de personnes qui portent intérêt aux produits locaux et aux circuits courts, des habitants de Nancy et environs. Sur les réseaux sociaux, il s'agit majoritairement de femmes âgées entre 30 et 40 ans. On compte également des personnes très aisées, d'autres moins, des artistes souhaitant exposer leurs œuvres ou d'autres qui souhaitent simplement en créer dans un cadre chaleureux et calme.

## 3. Présence sur les Réseaux Sociaux

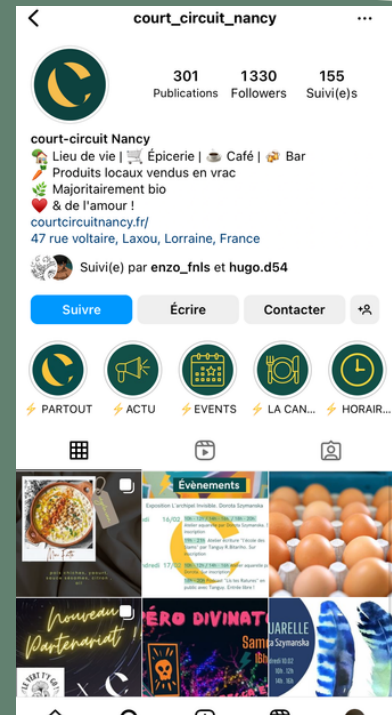
Court-Circuit est présent sur Instagram et Facebook, ce qui lui permet de toucher sa communauté ainsi que de se faire connaître et d'attirer de nouveaux clients.

# STRATÉGIE DE COMMUNICATION

## 3.1 Instagram

Le compte Instagram a pour nom `court_circuit_nancy`, et comptabilise 1330 abonnés et 301 publications. Les posts sont réguliers, 2 à 3 fois par semaine.

La charte graphique est bien définie grâce à la photo de profil et aux miniatures des stories à la une. Cependant, cette identité visuelle ne se retrouve pas dans les posts, ce qui donne lieu à un fil d'actualité désuni et désorganisé.



Différents types de contenus sont proposés : des recettes bio, des annonces d'événements et invitations, des promotions... les actualités. Depuis le 7 février, l'auteur ajoute après la description de l'image, la liste des informations importantes, pour que l'internaute les voit sans avoir à se rendre sur le compte ou le site internet. Il écrit ensuite les hashtags, qui sont en lien avec le contenu de la vidéo. De plus, les stories à la une sont délaissées depuis plus d'un an, ce qui est dommage au vue de leur importance.

La description est composée de mots-clés décrivant les services de Court-Circuit, ainsi que des emojis les illustrant. Il y a également le lien vers le site internet.

# STRATÉGIE DE COMMUNICATION

## 3.2 Facebook

La page Facebook compte 3K j'aime et 3,5K abonnés. Le contenu est le même que celui du compte Instagram : mêmes photos, description, hashtags... Il est posté le même jour. La page est dépourvue de publicité. Cependant, le nom d'utilisateur du compte Facebook est Voltaire, contrairement au compte Instagram et au site Internet, ayant comme nom Nancy. Cela peut induire l'utilisateur en erreur, lui laisser penser qu'il ne s'agit pas du même site.



## 4. Concurrence

Il est possible de relever une forte concurrence à Nancy pour chaque service proposé par l'entreprise lorsque l'on entre des mots-clés liés à ces services. Beaucoup d'entreprises sont présentes dans les environs de Nancy et proposent ce type de service. Mais Court-Circuit propose un nombre de services innovants ce qui lui permet de sortir du lot.

# ERGONOMIE ET ACCESSIBILITE

## 1. Ergonomie

Le site internet propose un contenu assez diversifié qui respecte les règles générales d'ergonomie. Néanmoins, il faut plusieurs clics afin d'avoir accès aux outils et pages importantes, comme les réseaux sociaux, ou encore les images et les titres de page ; ce qui est un peu long. Il faudrait aussi améliorer la rapidité et la structure du site internet, qui ne prend pas en compte le certificat SSL ni le HTTPS. De fait, le site n'est pas suffisamment sécurisé et donc moins mis en avant .

Par ailleurs, il y a un ralentissement important au chargement de la page, causé par les formats d'images qui ne sont pas en WEBP, ainsi que le nombre de pages qui est relativement important. Des pages sont inutiles et inaccessibles, comme la page PrestaShop, qui n'est pas accessible par le site internet.

Au niveau de la responsivité du site internet, elle est adaptée pour les appareils mobiles et desktop, mais pas pour des appareils de type tablettes, ce qui nuit à l'utilisation du site : les images deviennent illisibles. Afin d'améliorer le référencement du site internet, il faudrait changer les différents titres et jouer sur les H1, H2, pour naviguer plus simplement.



# ERGONOMIE ET ACCESSIBILITE

## 2. Accessibilité

Pour commencer, le bouton « Push to reset the world » n'est pas forcément compréhensible par tous, d'autant plus qu'il dirige vers la page « Devenir Sociétaire ». Cette page, trop différente des autres, fait penser que l'on se rend sur un site différent, qui n'appartient pas à Court-Circuit.

Au niveau des couleurs, il n'y a pas beaucoup de contraste parfois pour des textes avec un fond image, comme pour le menu. Les textes et les flèches directionnelles ne sont pas toujours très visibles car ils se superposent aux images.

Les images ne possèdent pas d'alternatives textuelles, les rendant ainsi inaccessibles aux personnes connaissant des déficiences visuelles. Il serait intéressant de rajouter des textes alternatifs permettant de les décrire. Le site est néanmoins accessible et navigable pour tous avec la touche Tab du clavier.

Le site possède une vidéo sans paroles, avec de la musique uniquement. Elle peut donc être accessible aux personnes ayant un déficit auditif. Dans le cas où une vidéo serait ajoutée avec des paroles, il faudrait intégrer des sous-titres pour permettre à ces personnes de visionner la vidéo.





# ERGONOMIE ET ACCESSIBILITE

Summary Details Reference Order Structure Contrast

- ✓ 7 Features
  - ✓ 3 X Null or empty alternative text
    - 
    - 
    -
  - ✓ 3 X Figure
    - 
    - 
    -
  - ✓ 1 X Language
    -
- ✓ 30 Structural Elements
  - ✓ 1 X Heading level 1
    -
  - ✓ 6 X Heading level 2
    - 
    - 
    - 
    - 
    - 
    -
  - ✓ 3 X Heading level 3
    - 
    - 
    -
  - ✓ 5 X Heading level 4
    - 
    - 
    - 
    - 
    -
  - ✓ 5 X Heading level 5

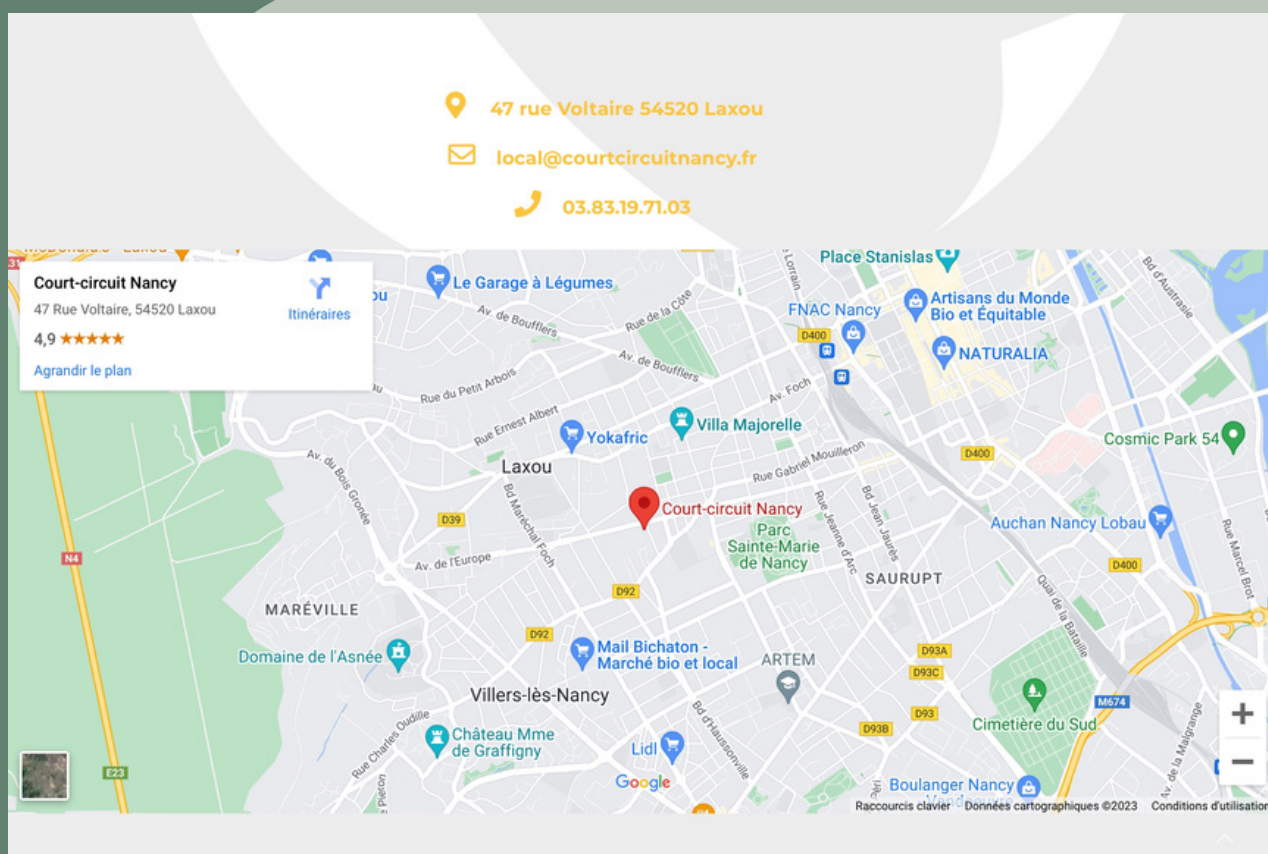
Summary Details Reference Order Structure Contrast

- ✓ 8 Errors
  - ✓ 4 X Linked image missing alternative text
    - 
    - 
    - 
    -
  - ✓ 4 X Empty link
    - 
    - 
    - 
    -
- ✓ 15 Contrast Errors
  - 15 X Very low contrast
    - 
    - 
    - 
    - 
    - 
    - 
    - 
    - 
    - 
    - 
    - 
    - 
    - 
    - 
    - 
    -
- ✓ 12 Alerts
  - ✓ 4 X Skipped heading level
    - 
    - 
    - 
    -
  - ✓ 2 X Possible heading
    - 
    -
  - ✓ 1 X Redundant link

# ANALYSE TECHNIQUE

## 1. Fonctionnalités

On peut retrouver sur la page “Contact” du site web une carte Google Map intégrée pour aider les utilisateurs à situer facilement l'emplacement de Court-Circuit dans la métropole nancéienne, afin de s'y rendre. Le lieu est directement localisé par le marqueur rouge pointé sur l'endroit avec l'adresse exacte. L'utilisateur peut modifier l'aperçu avec le curseur, et zoomer/dézoomer la carte.



# ANALYSE TECHNIQUE

Sur la page d'accueil ainsi que la page de Contact, figurent des icônes intégrant des liens qui permettent de se rendre sur les réseaux sociaux de l'entreprise. Cependant, sur la page d'accueil, elle sont placées en bas au milieu de la page, ce qui rend le scroll de l'utilisateur trop long et les réseaux sociaux peu visibles.



Sur la page d'accueil, au niveau du header, on remarque que le bouton de la flèche pour descendre sur la page ne fonctionne pas.



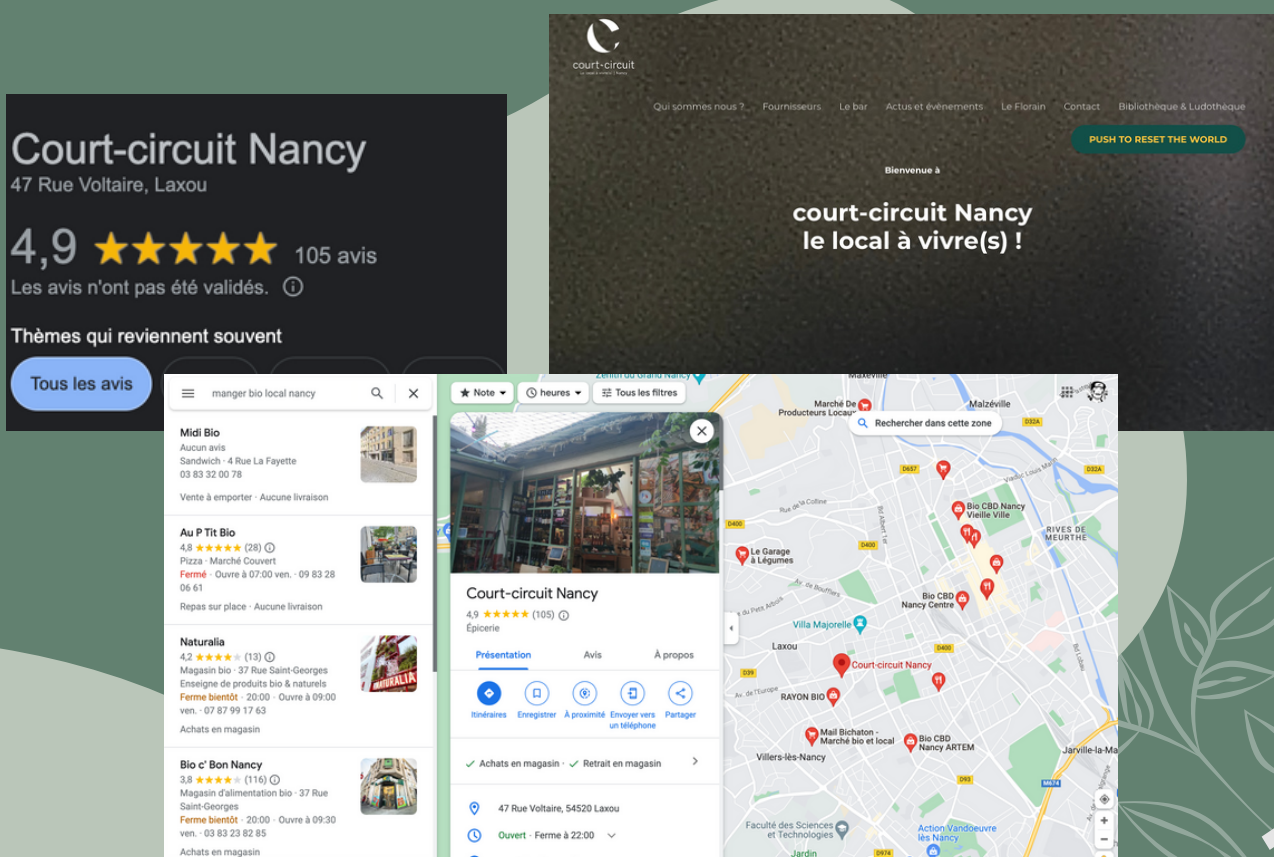
# ANALYSE TECHNIQUE

## 2. Référencement

En recherchant le nom de Court-Circuit sur Google, il est possible de constater qu'il y a une centaine d'avis positifs, donnant une moyenne de 4,9/5. En recherchant avec les mots clés « manger bio local » sur Google Maps, on peut trouver la société.

Cependant, lorsque l'on effectue une recherche sur différents navigateurs, les résultats ne sont pas toujours satisfaisants. Par exemple, en effectuant une recherche sur Google avec comme mots « Court-Circuit », le site n'apparaît pas en première position, mais en troisième. Ainsi, en ajoutant les tags « Nancy », « Épicerie », « Régionale » et « Bio », le référencement pourrait être amélioré.

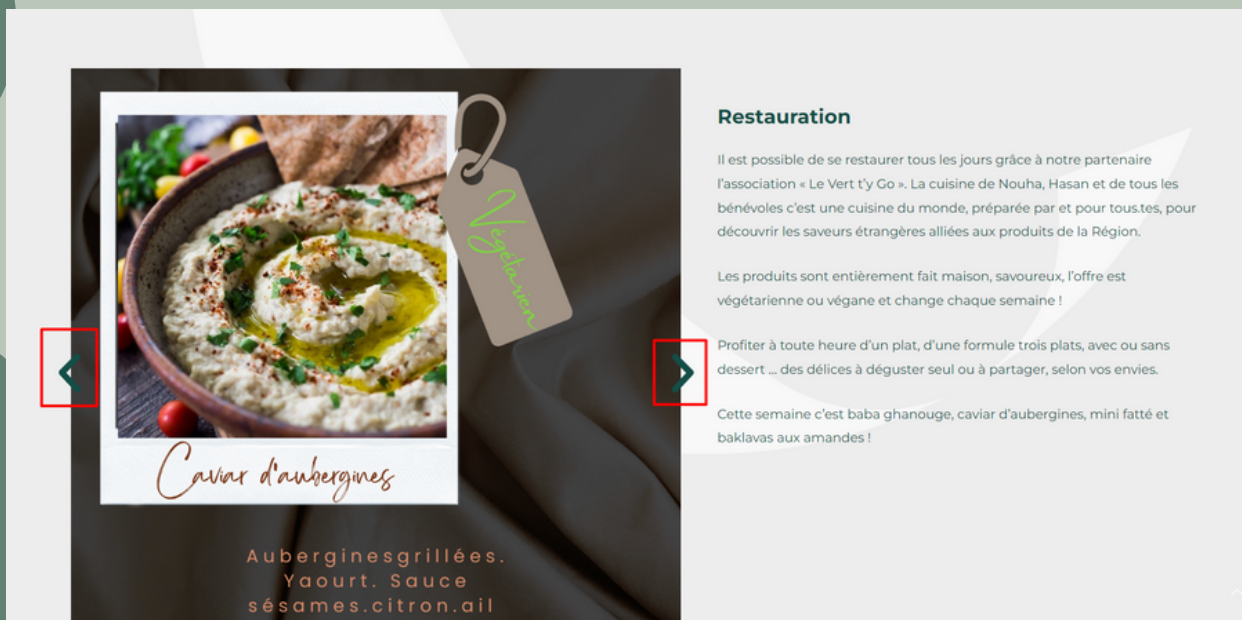
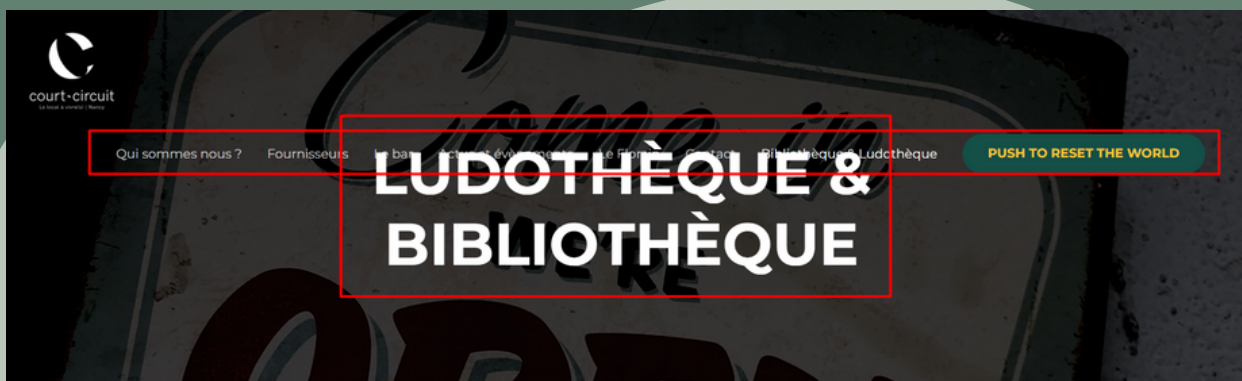
De plus, la méta-description du site n'est pas réellement pertinente. On se retrouve avec une description courte et peu utile. Lorsque l'on effectue une recherche sur Microsoft Edge et sur Firefox, il est possible de voir que le site est très peu référencé.



# ANALYSE TECHNIQUE

## 3. Interaction

Le site met en lumière une forte interactivité qui présente des points forts et des points faibles. Parmi les points faibles, il y a le nombre de clics qui devient rapidement important afin d'accéder aux résultats des recherches voulues (lien externe sur les pages et menu avec beaucoup d'éléments), les boutons étant nombreux, ce qui complique la navigation et sa simplicité.



# RECOMMANDATION

## 1. Améliorer le référencement du site

Afin d'améliorer le référencement du site et de le rendre ainsi plus accessible et attractif, il serait intéressant d'ajouter une méta-description permettant un meilleur référencement et l'augmentation des chances de clic sur le site.

Ajouter des tags améliore également le référencement en plaçant le site dans les premiers résultats de recherche.

Exemples de tags pour améliorer le référencement :

- Epicerie nancy
- Epicerie locale nancy
- Epicerie locale
- ludothèque nancy
- bar évènementiel nancy
- bar adaptés nancy

Il faudrait également revoir la hiérarchisation des titres, en commençant par utiliser dans le code une balise `<h1>`, suivie d'une balise `<h2>`, puis d'une balise `<h3>`. Si ces balises sont placées de façon désordonnée, cela peut poser problème quand on navigue sur le site.

Plutôt que d'avoir plusieurs pages avec une quantité relativement faible de contenu, il faudrait favoriser l'utilisation d'une seule page remplie et construite avec un menu permettant de faire descendre la page.



# RECOMMANDATION

Les images devraient être ajoutées au format WebP afin de permettre un meilleur chargement de la page et ainsi ne pas ralentir la navigation de l'utilisateur.

## 2. Avoir une plus grande visibilité

Afin d'améliorer la visibilité de Court-Circuit sur les réseaux sociaux, il serait intéressant de créer des miniatures pour Instagram ce qui permettrait notamment une meilleure cohérence visuelle et esthétique, pouvant attirer l'œil de l'utilisateur et lui plaire visuellement.

Tiktok est un réseau social tendance qui possède un algorithme qualitatif mettant le plus souvent en avant les vidéos en fonction de l'intérêt que l'utilisateur peut accorder à certains sujets. Ainsi, créer un compte Tiktok diffusant des courtes vidéos pourrait permettre d'obtenir une plus grande visibilité et de toucher une nouvelle audience. Il faudrait faire usage des mêmes codes graphiques que sur le compte Instagram et le compte Facebook, qui sont propres à l'identité de Court-Circuit. Mais aussi, jouer sur les prises de vue réelles d'évènements, du lieu de la boutique, des produits et des personnes présentes sur place pour mettre en lumière la convivialité du lieu.

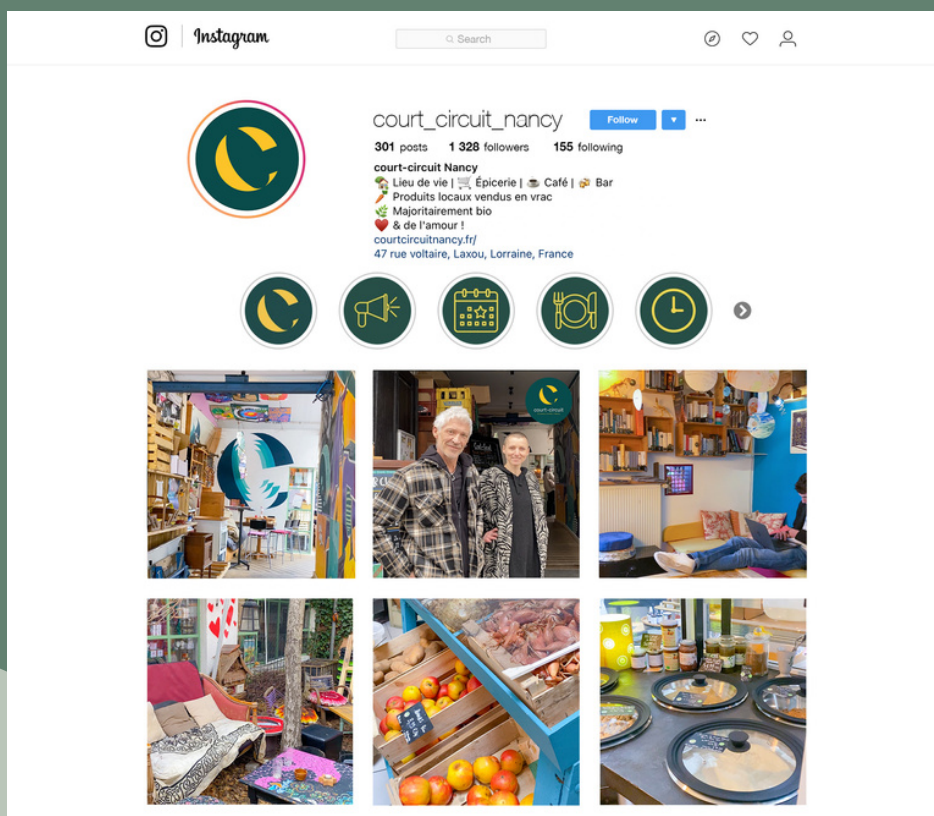
Pour s'adapter au format d'actualité sur la grande majorité des réseaux sociaux, il faudrait concevoir des réels Instagram qui sont des vidéos au format portrait, courtes et synthétiques, pour capter au maximum l'attention de l'utilisateur. Ces vidéos auraient pour objectif d'inciter ceux qui les regardent à venir à la fois sur le compte et à l'établissement, il s'agirait d'un plus par rapport aux photos publiées.

# RECOMMANDATION

Voici différentes idées pour les posts Instagram respectant la charte graphique :



Ainsi qu'un profil Instagram, qui respecte nos préconisations :





# RECOMMANDATION

Ici, nous avons réalisé un post vidéo pour les réseaux sociaux (Reels pour Instagram et Tiktok par exemple) :

Lien vers les vidéos :

- <https://vimeo.com/799569534>
- <https://vimeo.com/799638424>

Enfin, voici un mockup d'une affiche pour promouvoir le lieu, localement dans Nancy.



# CAS D'USAGE



**Olivia**  
38 ans

## Caratéristiques (max 5)

Femme

Achète de seconde main

Vit dans la métropole nancéenne

Utilise beaucoup Facebook et Instagram

Est fan de jeux de société



## Scénario (liste des situations qui décrivent le quotidien du persona)

Prend le bus, ou le vélo pour aller à son lieu de travail.

Se retrouve souvent entre amis pour boire un coup

A 2 enfants

Consomme bio et local

Fais à manger équilibré tous les soirs

Alimente sa page Instagram et Facebook



## Cas d'usage (liste des cas dans lesquels le persona utilise le produit, comment & pourquoi)

Se rendre au bar avec ses amis

Fait ses courses localement

Se rend sur la page insta ou facebook pour voir les nouveautés de la société ainsi que les évènements

Fait un panier click and collect sur le site web et va le chercher en vélo

Jouer avec ses enfants à la bibliothèque-ludothèque



*La Famille*  
**SUSHI**

