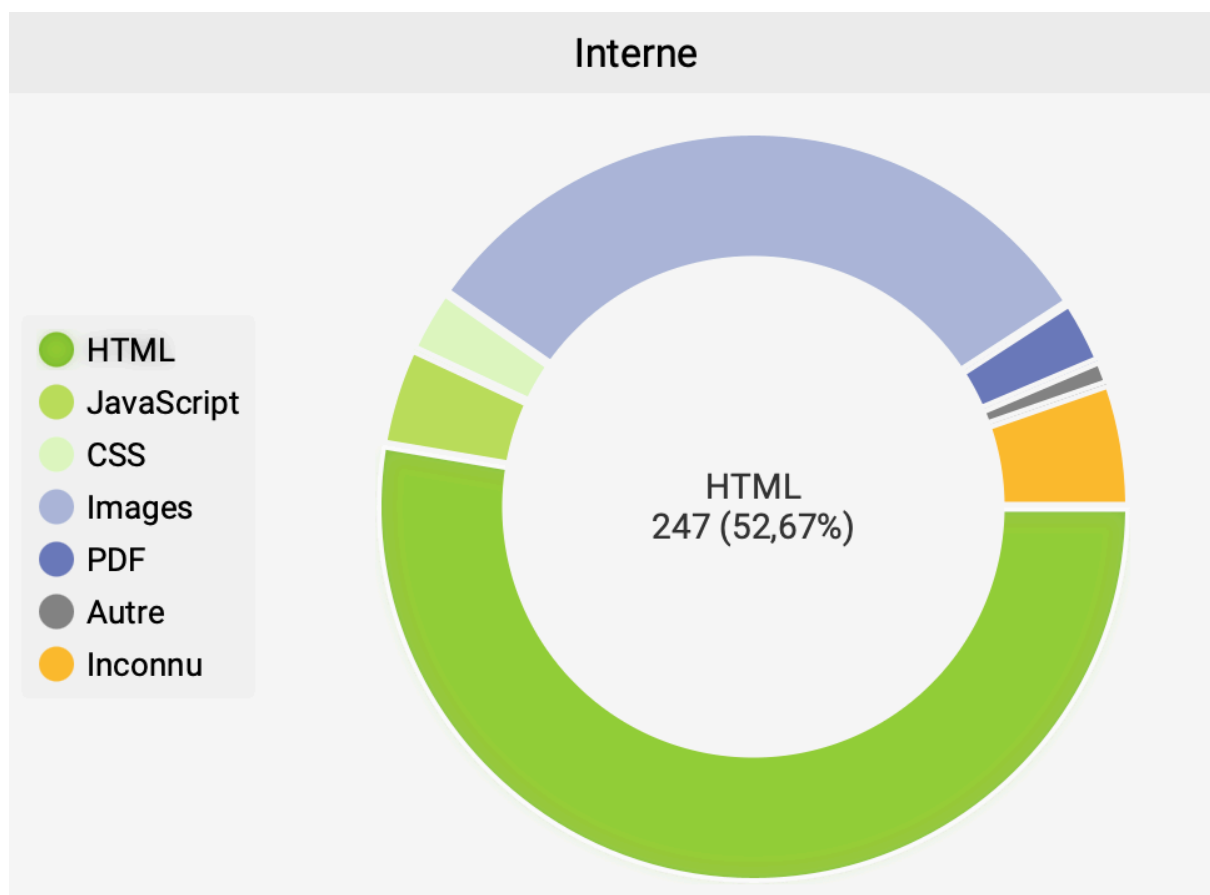


Audit SEO : Picard

Picard est l'enseigne française leader sur le marché des produits surgelés haut de gamme. Fondée en 1906 par Raymond Picard sous le nom "Les Établissements Picard", l'entreprise a su évoluer d'un commerce de détail traditionnel vers une enseigne spécialisée reconnue pour la qualité de ses produits surgelés.

1 - Données du crawl



Détails :

HTML : 247 (52.67%)

JavaScript : 20 éléments (4.26%)

CSS : 13 (2.77%)

Images : 146 (31.13%)

PDF : 13 (2.77%)

Autre + Inconnu : 30 (6.4%)

2 - Métadonnées

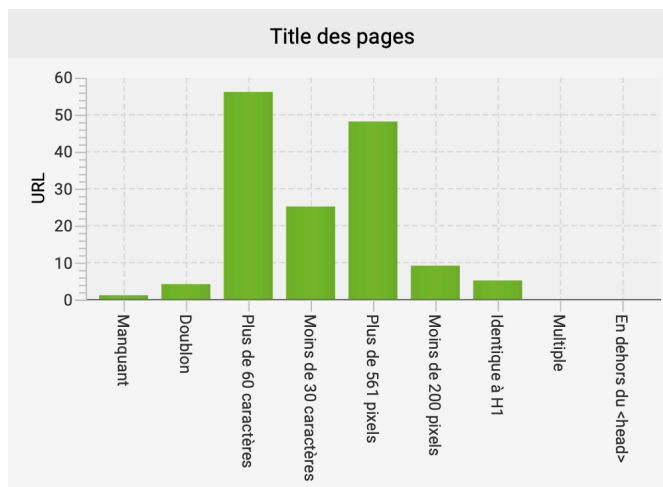
Les métadonnées sont lues par le robot de Google avant l'affichage de la page dans la SERP (Search Engine Results Page). Elles permettent à Google de déterminer quelle page est la plus pertinente à proposer à l'utilisateur en fonction de sa recherche.

Étant analysées avant même le contenu de la page, les métadonnées jouent donc un rôle crucial et stratégique pour le référencement d'une page.

2.1 Titres

Il existe des règles précises à respecter concernant les titres :

- Nombre de caractères : l'idéal se situe entre 50 et 60 caractères.
- Nombre de pixels : Google affiche environ 500 pixels maximum.

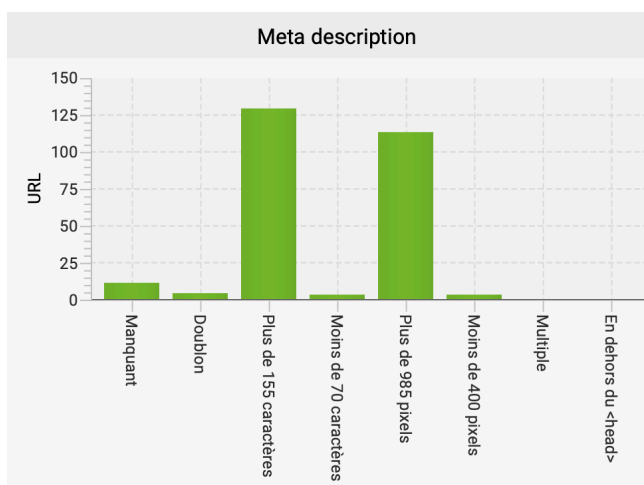


Dans ce cas précis, 148 titres sont à modifier, en respectant ces critères.

2.2 Description

Il faut suivre le même principe que pour les titres.

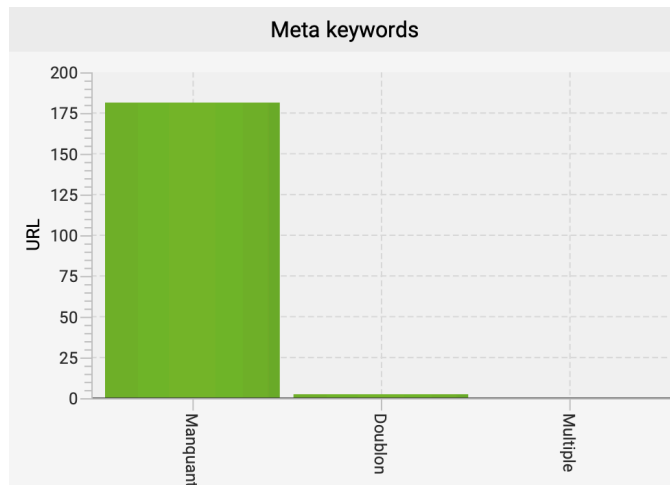
- Nombre de caractères recommandé : entre 140 et 150 caractères.
- Nombre de pixels optimal : entre 500 et 930 pixels.



Dans ce cas, 263 descriptions sont à modifier, en respectant ces critères.

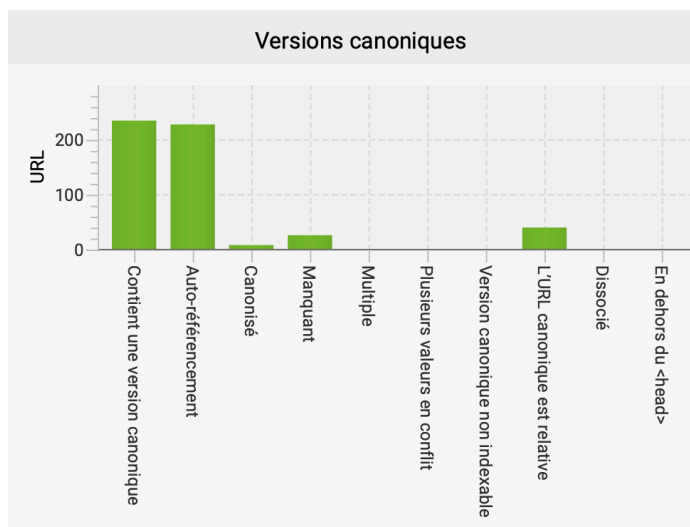
2.3 Mots-clés

Ils sont essentiels pour aider Google à comprendre rapidement et clairement le sujet de la page. C'est une information qu'il analyse avant même d'accéder au contenu.



2.4 Url Canonique

Les balises canoniques permettent d'indiquer à Google quel est la version principale, mais surtout quel chemin a été utilisé dans le site pour arriver à cette page; ce qui l'aide, par la suite, à mieux organiser le site et à proposer la page la plus pertinente dans les résultats de recherche.



Même si quelques balises sont manquantes, cela reste peu stratégique dans ce cas et ne pose pas de problème majeur.

La mise à jour de ces éléments est simple et se fait directement depuis le CMS, en ajustant la longueur ou l'exactitude de l'URL.

3 - Schema.org

Les balises Schema.org sont des données structurées placées en haut du code de la page. Elles complètent les métadonnées en fournissant à Google des informations précises comme le prix d'un produit, les avis clients, ou encore des détails techniques.

Grâce à leur position dans le code, ces données sont rapidement lues par les robots de Google, ce qui améliore la compréhension du contenu et peut favoriser un meilleur positionnement SEO.

Schema.org Documentation Schemas Validate About

https://www.picard.fr/ Exécuter un nouveau test

```
1 <!-- hooks/afterFooter is successfully loaded --> <!-- hooks/afterFooter is successfully loaded -->
2 </script><script async fetchpriority="high" src="https://www.picard.fr/?frz-smartcache"
3 if(document.cookie.indexOf('sb-closed') != -1 || document.cookie.indexOf('sb-installer
4 } else{
5 window.mobileCheck = function() {
6 let check = false;
7 (function(a){if(!b(ip)(hone|od|ad)\b).*(Mobile|Android|Windows Phone)/1.
8 return check;
9 });
10 if (window.mobileCheck()){
11 var frzCSSEvent = '@media (max-width: 62em){.js-Smartbanner-wrapper:empty {min-hei
12 var frzStyle = document.createElement('style');
13 var frzHead = document.head || document.getElementsByTagName('head')[0];
14 frzStyle.type = 'text/css';
15 if (frzStyle.styleSheet){
16 frzStyle.styleSheet.cssText = frzCSSEvent;
17 } else {
18 frzStyle.appendChild(document.createTextNode(frzCSSEvent));
19 }
20 frzHead.appendChild(frzStyle);
21 }
22 }
23 /* fix btn de choix vad dans le header*/
24 document.addEventListener('DOMContentLoaded', function () {
25 var servicesChoiceForm = document.querySelector('#servicesChoiceForm');
26 if (servicesChoiceForm) {
```

Aucun élément détecté

Ci-dessus, la page d'accueil ne possède pas de schema.org.

https://www.picard.fr/produits/creme-glace-stracciatella-00000000000084292.html Exécuter un nouveau test

```
1 <!doctype html> <html lang="fr"> <head><script>
2 if(document.cookie.indexOf('sb-closed') != -1 || document.cookie.indexOf('sb-installer
3 } else{
4 window.mobileCheck = function() {
5 let check = false;
6 (function(a){if(!b(ip)(hone|od|ad)\b).*(Mobile|Android|Windows Phone)/1.
7 return check;
8 });
9 if (window.mobileCheck()){
10 var frzCSSEvent = '@media (max-width: 62em){.js-Smartbanner-wrapper:empty {min-he
11 var frzStyle = document.createElement('style');
12 var frzHead = document.head || document.getElementsByTagName('head')[0];
13 frzStyle.type = 'text/css';
14 if (frzStyle.styleSheet){
15 frzStyle.styleSheet.cssText = frzCSSEvent;
16 } else {
17 frzStyle.appendChild(document.createTextNode(frzCSSEvent));
18 }
19 frzHead.appendChild(frzStyle);
20 }
21 }
22 /* fix btn de choix vad dans le header*/
23 document.addEventListener('DOMContentLoaded', function () {
24 var servicesChoiceForm = document.querySelector('#servicesChoiceForm');
25 if (servicesChoiceForm) {
26 servicesChoiceForm.addEventListener('click', function () {
27 document.cookie = "choose_context_later=true; path=/; max-age=" + (60 * 60 * 24 * 90);
28 });
29 });
30 });
31 </script><style>frz-img{height:auto;}</style><link rel="preload" as="image" href="ht
32 ;function frzRemoveDimensionsTag(limg) {
33 // don't verifyAspectRatio if the image is not loaded
34 if (!limg.classList.contains('lazyfrz')) {
35 try {
```

Product 0 ERREUR 0 AVERTISSEMENT

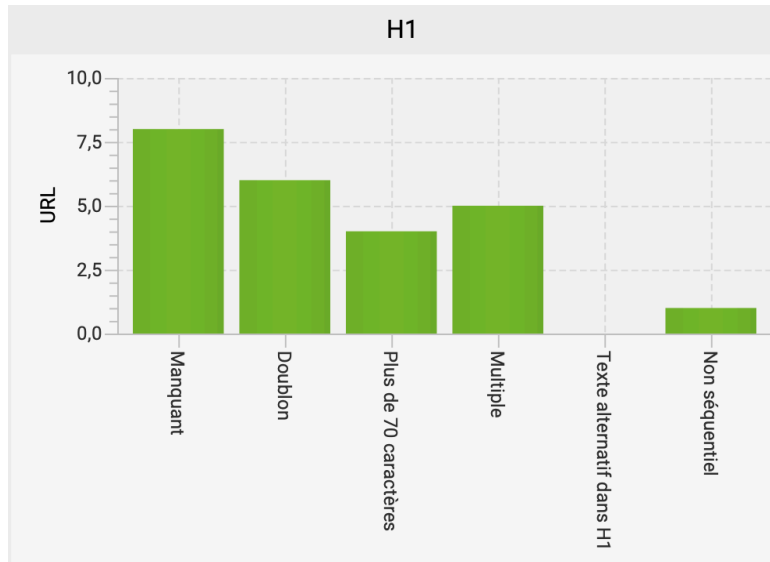
@type	Product
name	Crème glacée Stracciatella à l'italienne
image	https://www.picard.fr/dw/image/v2/AAHV_PRD/on/demandware.static/-/Sites-catalog-picard/default/dw06dc189c/produits/0000000000000084292_E.jpg?sw=672&sh=392&q=30
description	Découvrez cette recette de crème glacée traditionnelle de la région des Pouilles, au Sud de l'Italie ! La Stracciatella se décline parfaitement en glace pour une pause gourmande : savourez son onctuosité associée au croquant des copeaux de chocolat noir.
sku	null
gtin13	3270160842926
url	https://www.picard.fr/produits/creme-glace-stracciatella-0000000000000084292.html
offers	
@type	Offer
price	2.99
availability	http://schema.org/InStock
priceCurrency	EUR
priceValidUntil	2025-08-24
url	https://www.picard.fr/produits/creme-glace-

Ci-dessus, la page produit possède un schema.org avec des données bien respectées.

4 - Structure des pages

4.1 H(n)

La balise H1 est la plus importante des titres. Elle doit contenir les mots-clés principaux de la page ainsi que refléter l'intention de recherche de l'utilisateur.



Parmi les 244 pages, 24 présentent un problème lié au H1.

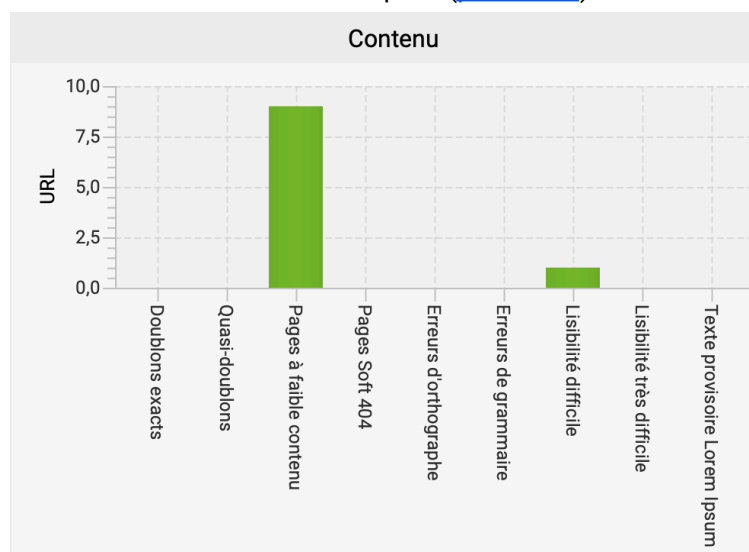
La correction est simple : il faut seulement un H1 par page et celui-ci doit respecter les bonnes pratiques de longueur (caractères et clarté).

4.2 Contenu

Le contenu est un élément central dans la structure d'une page. Il doit développer le sujet introduit par le H1, à l'aide de sous-titres (H2, H3, etc.) et intégrer un maximum de mots-clés de manière naturelle. L'idéal : une récurrence de mots-clés tous les 100 mots.

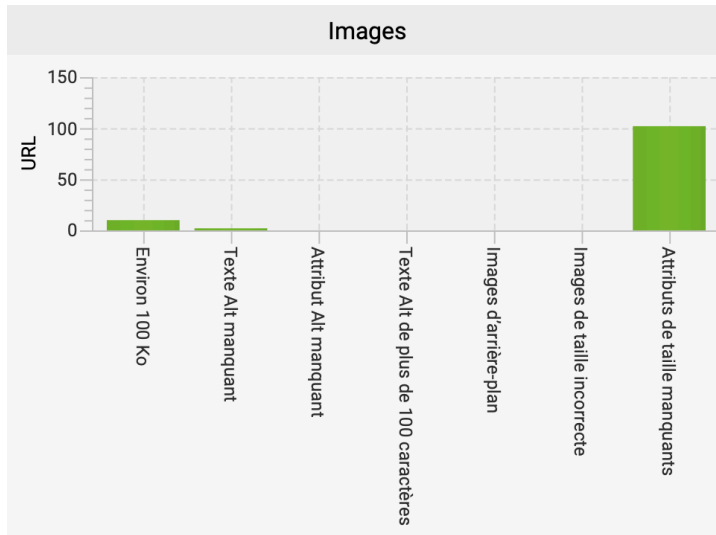
Pour être considéré comme qualitatif par Google, le contenu doit :

- Contenir au minimum 500 mots,
- Être unique (pas de duplication),
- Être lisible et accessible, notamment en respectant les critères du RGAA, comme un contraste de 4.5:1 entre le texte et l'arrière-plan. ([plus d'info](#))



4.3 Images

Les images jouent également un rôle en SEO. Elles doivent être accompagnées d'un attribut "alt", qui fournit une description alternative pour les personnes ne pouvant pas voir l'image (accessibilité) et pour les robots de Google.



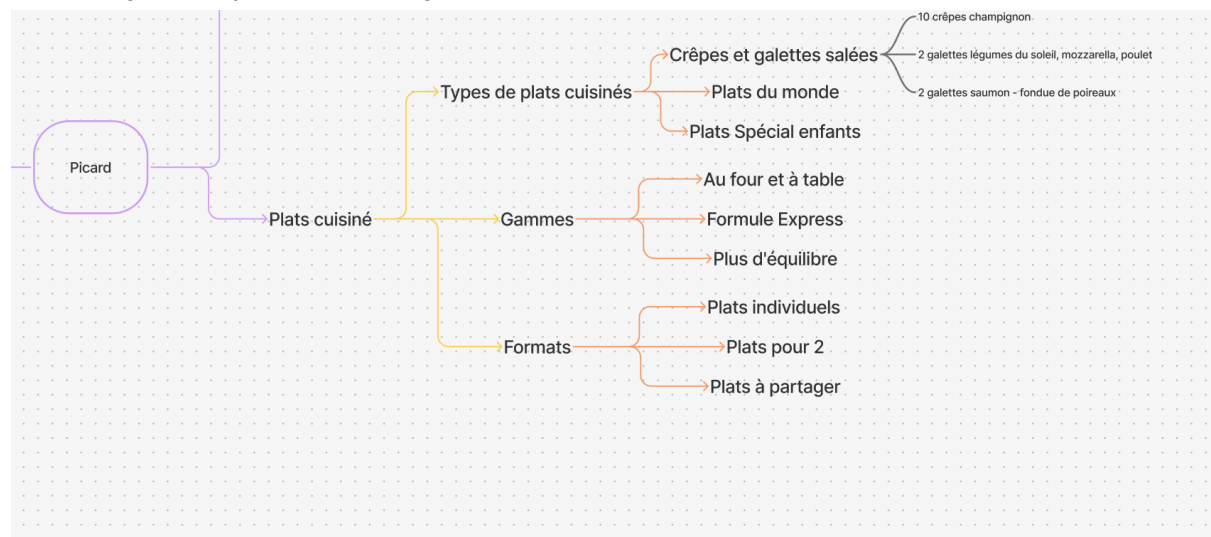
Concernant Picard, 102 images sur 146 présentent un problème.

Les attributs alt sont trop vagues ou manquants. Il est donc nécessaire de mieux décrire les images afin d'améliorer leur compréhension par Google et renforcer le SEO.

5 - Structure du site

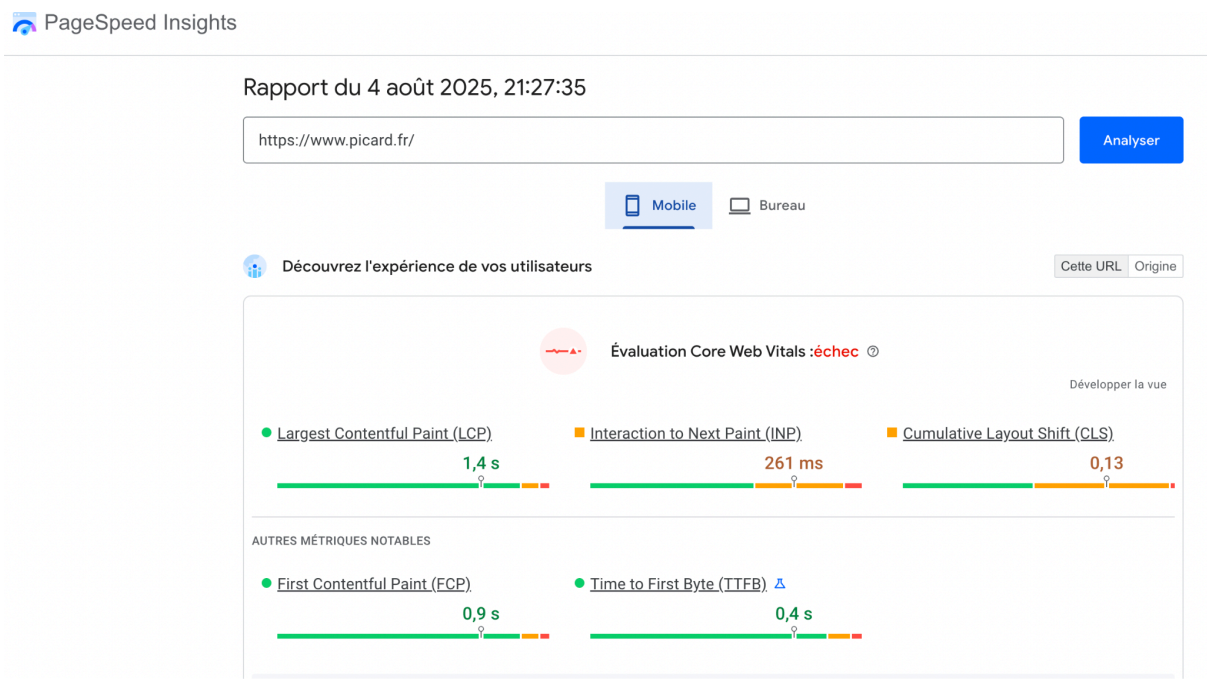
Voici un exemple de la structure du site Picard, illustrant ce que l'on obtient en zoomant sur une section de la navigation principale (navbar).

Dans ce cas précis, il s'agit de la catégorie "Plats cuisinés", qui permet d'observer la façon dont les sous-catégories et produits sont organisés.



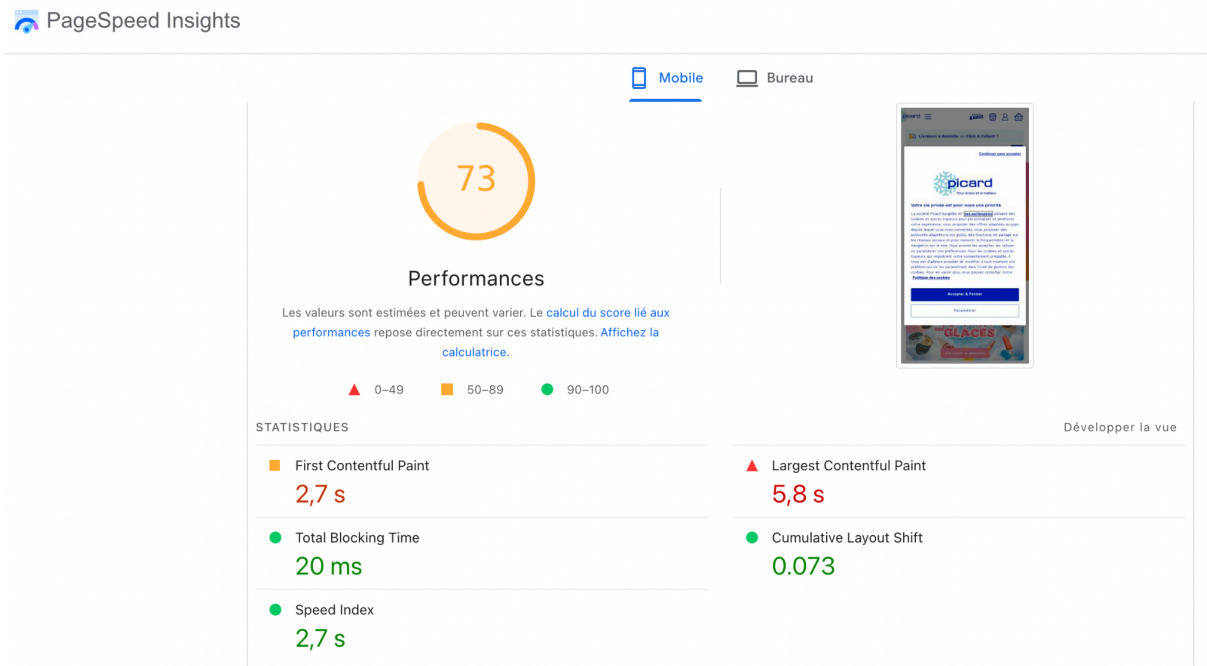
6 - Rapport Page Speed Insight

Le site Picard ne respecte pas les Web Core Vitals de Google, ce qui reflète une performance technique insuffisante.



Les principaux points faibles sont :

- FCP (First Contentful Paint) : temps d’affichage du premier élément visible → 2,7 secondes,
- LCP (Largest Contentful Paint) : temps de chargement de l’élément principal → 5,8 secondes.



Ces indicateurs montrent que le site est lent à charger, ce qui impacte l’expérience utilisateur et le SEO.

Voici les améliorations possible :

INSIGHTS		
▲	Améliorer l'affichage des images — Économies potentielles de 1094 Kio	▼
▲	Ajustement forcé de la mise en page	▼
▲	Détection de la requête LCP	▼
▲	Arborescence du réseau	▼
■	Utiliser des durées de mise en cache efficaces — Économies potentielles de 49 Kio	▼
■	Ancien JavaScript — Économies potentielles de 9 Kio	▼
○	Causes des décalages de mise en page	▼
○	LCP breakdown	▼
○	Tiers	▼

Pour conclure, le site Picard présente de bonnes bases SEO, mais plusieurs optimisations simples restent à faire : ajustement des métadonnées, amélioration des balises Hn et alt, enrichissement du contenu, et correction de quelques points techniques (notamment les Web Core Vitals). Des actions rapides et faciles à mettre en place via le CMS permettront d'améliorer significativement la visibilité et la performance globale du site.

Les différents outils utilisés :

- Screaming frog
- Page Speed Insight
- Validator schema org