

UQAC

Université du Québec à Chicoutimi

2MAR210 – Marketing numérique et réseaux sociaux:

Session Automne: 2025

Sujet: Audit Web de Chocolat Lulu

Professeur: Michel Roberge M. Sc. (Gestion)

Groupe: 6

Étudiants :

THIERNO RASSID DIALLO

MAMADOU SANOUSSY BAH

JOEL SANDÉ

MOUSTAPHA

MAMADOU ADAMA DIALLO

DOLORES

Table des matières

INTRODUCTION	
SECTION 1	Analyse du macroenvironnement
	1.1 Tendances démographiques
	1.2 Tendances économiques
	1.3 Tendances sociologiques et culturelles
	1.4 Tendances politiques et réglementaires
	1.5 Tendances écologiques
CONCURRENCE	
SECTION 2	Analyse de la concurrence et de l'organisation
	2.1 Analyse de l'organisation
	2.2 Identification des principaux concurrents
	2.3 Analyse Globale des Forces et Faiblesse des Concurrents de Chocolat Lulu
	2.4 Analyse des Forces et Faiblesse de Chocolat Lulu
ANALYSE COMPLETE DU SITE WEB	
SECTION 3	Utilisabilité du site web

	<p>3.1 La page Principale du site</p> <p>3.2 Analyse de l'apparence et de l'ergonomie</p>
	<p>3.3 Analyse de la crédibilité du site web</p>
	<p>3.4 Analyse du Menu et Pied de page</p>
TEXTES/APPEARENCE	
SECTION 4	<p>Contenu, Médias et Version Mobile</p>
	<p>4.1 Analyse de la qualité des textes</p>
	<p>4.2 Clarté et pertinence du contenu</p>
	<p>4.3 Cohérence des messages</p>
	<p>4.4 Analyse des images et des vidéos</p>
	<p>4.5 Apparence mobile et ergonomie</p>
	<p>4.6 Analyse du profil Google Business</p>
SEO	
SECTION 5	<p>RESEAUX SOCIAUX - SEO – PERFORMANCE</p>
	<p>5.1 Analyse des réseaux sociaux</p>
	<p>5.2 Analyse SEO de chocolat lulu</p>
	<p>5.3 Analyse de la performance du site web</p>
CONTENU/SECURITE	
SECTION 6	<p>Sécurité-Contenu-Accessibilité et URL</p>
	<p>6.1 Sécurité</p>

	6.2 Le contenu de site web
	6.3 Accessibilité du site web
	6.4 URL descriptives
	6.5 Analyse des liens entrants et sortants
	6.6 Portrait de l'entreprise sur les sites de commentaires

Introduction

Chocolat Lulu est une entreprise bien ancrée dans la région du Saguenay–Lac-Saint-Jean, fondée en 1965 par les frères Gérald, Laurent et Maurice Tremblay. Elle fait partie des chocolateries artisanales les plus anciennes et les plus reconnues de la région. Avec plusieurs décennies d'expérience, l'entreprise s'est bâti une réputation solide grâce à ses produits faits maison, son savoir-faire traditionnel et son identité locale bien affirmée.

Sa vision est d'offrir des chocolats artisanaux de qualité qui mettent en valeur le savoir-faire et le terroir du Saguenay–Lac-Saint-Jean, tout en rayonnant au-delà de la région. Son rôle est de Produire et commercialiser des chocolats artisanaux de qualité afin de satisfaire les clients et promouvoir le savoir-faire régional. Chocolat Lulu est située à Chicoutimi dans la ville de Saguenay. Le magasin possède 2 points de ventes, dont l'un est situé au 1450, Boul. Talbot, et l'autre au 1786, Boul. du Saguenay O.

Dans le cadre de ce travail, nous allons faire une analyse du macroenvironnement et des forces et faiblesses de l'entreprise tout en portant une attention particulière à l'évaluation de sa présence numérique c'est à -dire comment performe son site web, son référencement naturel SEO et ses médias sociaux. Cette démarche permettra d'identifier les éléments qui fonctionnent bien et ceux qui méritent d'être améliorés afin de renforcer la visibilité numérique de Chocolat Lulu.

SECTION 1: Macroenvironnement de L'entreprise

La performance d'une entreprise dépend en grande partie de son environnement, autant interne qu'externe. Il est donc essentiel d'analyser son macroenvironnement afin de mieux comprendre son fonctionnement et d'anticiper les fluctuations auxquelles elle pourrait être confrontée.

1.1 Tendances démographiques:

La ville de Saguenay regroupe près de 151 972 habitants selon statistique ville Saguenay, dont un peu plus de 70 000 à Chicoutimi, ce qui représente un bassin de clientèle intéressant pour une entreprise locale comme Chocolat Lulu. La région se caractérise aussi par une population plus âgée que la moyenne québécoise : plus de 26 % des résidents ont 65 ans et plus, et cette proportion devrait continuer à augmenter dans les prochaines années.

Cette réalité crée une tendance importante pour la commercialisation. Une clientèle plus mature, qui valorise généralement les produits locaux, la qualité artisanale et les commerces de proximité. Cela signifie que Chocolat Lulu bénéficie d'un contexte démographique favorable, où ses produits souvent associés au plaisir, au cadeau et au savoir-faire peuvent répondre naturellement aux attentes d'une population attachée à ses traditions et à l'achat local.

1.2 Tendances économiques:

Sur le plan économique, Chocolat Lulu évolue dans un contexte où le coût de la vie continue d'augmenter au Québec et au Canada. Le Canada's Food Price Report 2025 prévoit une hausse des prix alimentaires de 3 à 5 %, ce qui place les ménages devant des choix plus serrés concernant leurs dépenses. Même si les chocolats artisanaux

sont souvent achetés pour le plaisir ou pour offrir, les consommateurs deviennent plus attentifs au rapport qualité-prix. En parallèle, le secteur du chocolat fait lui-même face à une pression importante. Le prix du cacao a atteint en 2024 des niveaux historiques à cause des mauvaises récoltes en Afrique (Côte d'Ivoire et Ghana), avec des contrats approchant les 12 000 \$ US la tonne. Cette hausse, combinée à la montée du coût des importations, augmente directement le prix de production des produits chocolatés.

Pour Chocolat Lulu, cela signifie une pression double car les coûts de production augmentent et les clients disposent d'un budget plus limité. Dans un tel contexte, l'entreprise devra continuer à justifier ses prix par la qualité, l'artisanat, l'origine locale et l'expérience unique que ses produits offrent.

1.3 Tendances sociologiques et culturelles:

Les habitudes d'achat au Québec évoluent clairement en faveur des produits locaux. Selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, 86 % des Canadiens recherchent des aliments locaux, et une grande majorité accepte même de payer plus cher pour encourager les entreprises de leur région. Au Québec, près de 67 % des consommateurs considèrent l'achat local comme très important et se fient aux labels comme Aliments du Québec pour guider leurs choix.

Cette tendance représente une opportunité directe pour Chocolat Lulu, qui peut mettre en avant son identité locale et artisanale pour se différencier des produits industriels vendus en supermarché. En parallèle, la sensibilisation croissante à la santé et au sucre oblige aussi les chocolateries à communiquer davantage sur la qualité des ingrédients et sur la notion de plaisir responsable, ce qui peut influencer la façon dont Chocolat Lulu présente ses produits.

1.4 Tendances politiques et réglementaires:

Le secteur alimentaire au Québec est fortement encadré. Les entreprises comme Chocolat Lulu doivent respecter des normes strictes en matière d'hygiène, de manipulation et de transformation des aliments, ce qui implique des inspections régulières. À l'échelle fédérale, une nouvelle règle d'étiquetage nutritionnel entrera en vigueur en 2026 : les produits contenant beaucoup de sucre, de gras saturés ou de sodium devront afficher un symbole « élevé en ». Les chocolats seront souvent concernés, ce qui peut influencer la façon dont Chocolat Lulu présente et emballle ses produits.

1.5 Tendances écologiques:

On voit qu'au Québec une nouvelle règle est en vigueur dans le but d'assurer un emballage qui ne va polluer l'environnement. Elle demande aux entreprises de mieux s'occuper des contenants et des emballages qu'elles utilisent. Les nouvelles consignes sont claires, il s'agit d'appliquer systématiquement une diminution, en responsabilisant davantage les entreprises sur les contenants et emballages qu'elles utilisent (ministère de l'Environnement, de la Lutte contre les changements climatiques, de la Faune et des Parcs, 2024). Pour Chocolat Lulu, cette situation peut devenir un point positif si l'entreprise utilise des emballages durables et le montre dans sa communication, comme sur son site web et ses réseaux sociaux.

SECTION 2: Analyse de la concurrence et de l'organisation

2.1 Analyse de l'organisation

Chocolat Lulu dispose de plusieurs outils et canaux, tant physiques que numériques. L'entreprise possède un site web, une boutique en ligne, un menu dédié à la crème, ainsi qu'une campagne de financement accessible en ligne. Elle offre également des cartes-cadeaux et exploite plusieurs succursales, ce qui lui permet d'assurer une présence physique dans différents points de vente.

La boutique en ligne permet aux clients d'accéder à une variété de produits, notamment des chocolats à l'unité, des paniers-cadeaux, des produits enrobés ainsi que de la fondue au chocolat. Des efforts de livraison locale sont également mis de l'avant sur leur plateforme numérique, ce qui contribue à renforcer la proximité avec la clientèle régionale.

Chocolat Lulu se positionne ainsi comme une institution régionale, combinant chocolat artisanal et produits glacés, avec une présence physique bien établie et une base numérique fonctionnelle. Toutefois, malgré cette infrastructure existante, la stratégie numérique demeure perfectible. Afin de suivre l'évolution de ses rivaux et de maintenir sa part de marché, l'entreprise devra améliorer certains aspects de sa présence numérique, notamment en matière de visibilité, d'optimisation et d'engagement en ligne.

2.2 Identification des principaux concurrents

Les principaux concurrents de Chocolat Lulu sont :

- Chocolaterie Au Cœur Fondant (Chicoutimi et Alma)
- Chocolats Favoris (Chicoutimi)
- Chocolaterie des Pères Trappistes (Dolbeau-Mistassini)
- Chocolaterie Bons Délices (Chicoutimi)

Ces entreprises ciblent une clientèle comparable à celle de Chocolat Lulu, soit les résidents locaux, les familles, les touristes ainsi que les amateurs de produits régionaux et artisanaux. Elles proposent des produits similaires et misent, à des degrés variables, sur une présence numérique pour soutenir leur stratégie marketing et commerciale.

Le tableau ci-dessous présente une description exhaustive des caractéristiques des concurrents comparée à celle de Chocolat Lulu.

Critères	Chocolat Lulu	Chocolaterie Au Cœur Fondant	Chocolats Favoris	Chocolaterie des Pères Trappistes	Chocolaterie Bons Délices
Type d'entreprise	Chocolaterie artisanale et crèmerie	Chocolaterie artisanale	Chaîne de chocolateries	Chocolaterie traditionnelle	Chocolaterie artisanale et crème
Positionnement	Institution régionale, artisanal et local	Produits artisanaux régionaux	Marque forte, expérience gourmande	Tradition et savoir-faire régional	Artisanat et produits gourmands
Zone géographique	Saguenay–Lac-Saint-Jean (plusieurs succursales)	Chicoutimi et Alma	Présence provinciale, succursale à Chicoutimi	Dolbeau-Mistassini	Chicoutimi
Points de vente physiques	Plusieurs points de vente	Deux boutiques	Plusieurs boutiques	Boutique et point de production	Boutique locale
Site web	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Boutique en ligne	Oui	Oui	Oui	Oui (vente et livraison)	Non
Types de produits	Chocolats à l'unité, paniers-cadeaux, produits enrobés, fondue au chocolat	Chocolats artisanaux	Chocolats, produits signatures, desserts	Chocolats traditionnels	Chocolats fins, produits glacés
Offre crème / glaces	Oui (menu crème)	Non précisé	Oui	Non précisé	Oui (gelato, crème molle)
Cartes-cadeaux	Oui	Non précisé	Oui	Non précisé	Non précisé

Livraison	Livraison locale mise de l'avant	Non précisé	Livraison et expédition	Livraison partout au Québec	Non précisé
Présence sur les Réseaux sociaux	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Clientèle cible	Résidents, familles, touristes, amateurs de produits régionaux	Clientèle locale et régionale	Grand public et clientèle jeune	Clientèle fidèle et régionale	Clientèle locale et touristique
Orientation marketing numérique	En développement	Basique	Très structurée et performante	Faible	Basique

2.3 Analyse Globale des Forces et Faiblesse des Concurrents de Chocolat Lulu

➤ Forces des concurrents

De manière générale, les concurrents de Chocolat Lulu présentent plusieurs forces communes. Certains bénéficient d'une forte notoriété de marque, notamment les entreprises ayant une présence provinciale exemple Chocolat Favoris ou une longue histoire tel que Chocolaterie des Pères Trappistes. Plusieurs concurrents disposent également d'une stratégie de marketing numérique bien développée, incluant une utilisation efficace des réseaux sociaux, du contenu visuel engageant et, dans certains cas, une boutique en ligne performante.

Enfin, Chocolats Favoris bénéficient d'une structure organisationnelle plus mature, leur permettant d'investir dans des équipes spécialisées et de déployer des stratégies numériques plus efficaces.

➤ Faiblesse des concurrents

Malgré leurs forces, globalement, les concurrents de Chocolat Lulu présentent des faiblesses liées à une perte d'authenticité perçue pour les grandes chaînes, à une présence numérique parfois limitée et à une dépendance à des modèles traditionnels. Ces éléments peuvent freiner leur capacité à attirer une clientèle plus jeune et à s'adapter aux nouvelles tendances du marketing numérique.

2.4 Analyse des Forces et Faiblesse de Chocolat Lulu

➤ Analyse des Forces de Chocolat Lulu

- ❖ Image d'institution régionale bien établie au Saguenay–Lac-Saint-Jean.
- ❖ Produits artisanaux de qualité, associés au savoir-faire local.
- ❖ Présence physique solide avec plusieurs succursales.
- ❖ Diversité de l'offre : chocolats, paniers-cadeaux, produits enrobés, fondue au chocolat et crèmerie.
- ❖ Boutique en ligne fonctionnelle facilitant l'accès aux produits.
- ❖ Livraison locale mise de l'avant, renforçant la proximité avec la clientèle.
- ❖ Cartes-cadeaux et campagnes de financement, favorisant la fidélisation et les ventes saisonnières.

➤ Analyse des Faiblesses de Chocolat Lulu

- ❖ Présence numérique limitée avec une stratégie de contenu peu développée sur les réseaux sociaux comparativement à certains concurrents tel que Chocolats Favoris.
- ❖ Optimisation SEO perfectible, réduisant la visibilité sur les moteurs de recherche.
- ❖ Faible exploitation des outils d'analyse de données comme Google Analytics
- ❖ Forte dépendance à la clientèle locale, limitant l'expansion hors région.

SECTION 3: Utilisabilité du site web

Points forts :

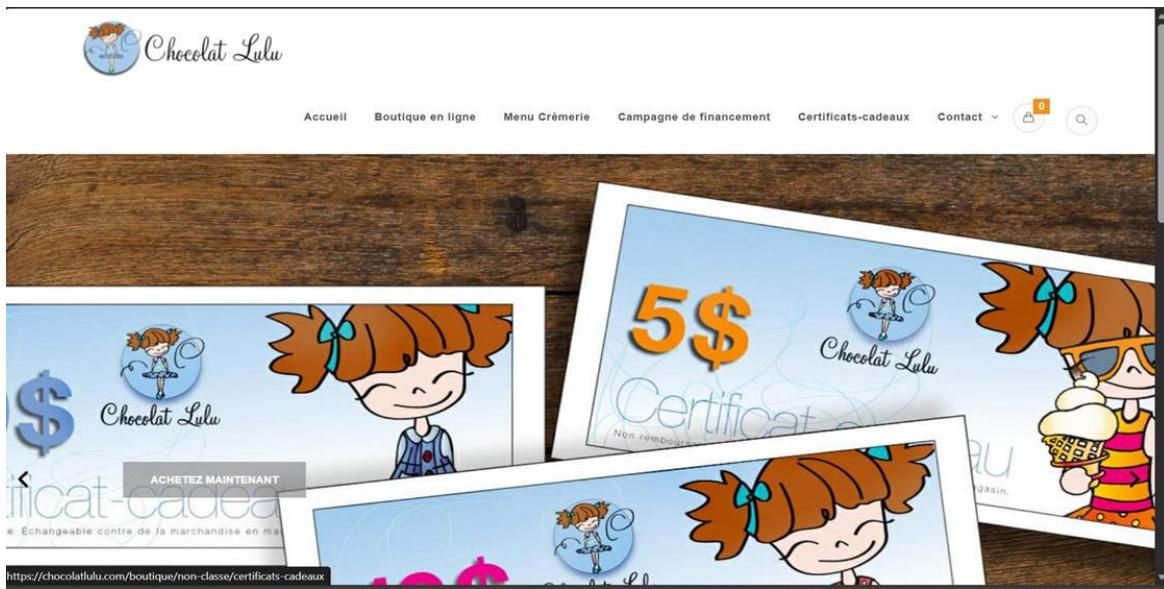
- Le site est clair : les grandes sections sont bien identifiées (Accueil, Boutique, Menu Crèmerie, Campagne de financement, Succursales, Contact).
- Le menu “Menu Crèmerie” est logique pour les clients intéressés par un bar laitier, ce qui correspond à l'offre physique des succursales.
- La boutique en ligne “Boutique” est bien organisée par catégories : chocolats à l'unité, guimauves, enrobés, fondue, etc.
- Présence d'une version en anglais “Shop” : cela montre une volonté d'adresser un public plus large sur certaines pages.
- Les pages de succursales (localisation) sont accessibles : il y a une page “Succursales (Saguenay)” avec l'adresse, les heures, etc.

- Points de vente indiqués sur le site “Points de vente”, ce qui aide la clientèle à savoir où trouver leurs produits physiquement.

Limites / amélioration :

- On voit très peu l'option de recherche sur certaines pages de la boutique : selon la taille du catalogue, une barre de recherche bien visible pourrait aider les utilisateurs.
- Pas d'indication visible d'un filtre très poussé (par exemple “sans sucre”, “noix”, “fondue”, etc.) sur la page boutique ce qui pourrait améliorer l'expérience d'achat.
- Le site semble parfois lent à charger certaines sections (ou il y a beaucoup d'images de produits) ce qui empiète sur la performance du site, bien que cela dépende aussi de la connexion de l'utilisateur.

3.1 La page Principale du site



La page d'accueil (home) joue un rôle très important : elle doit à la fois présenter la marque, donner envie, et orienter vers les sections clés (boutique, crèmerie, contact).

Analyse :

- Sur la page d'accueil du site Chocolat Lulu , le nom et le logos sont clairement visible .
- On y trouve des images plutôt appétissantes (chocolats, magasin, bar laitier), ce qui crée une ambiance gourmande.
- Il y a des liens directs vers les sections importantes : la boutique, les succursales, la menue crèmerie. Cela rend la navigation très intuitive depuis la page d'accueil.
- Cependant, nous ne voyons pas d'élément “actualité” ou “promotions” très visible. Ce serait utile pour mettre en avant des produits saisonniers (ex : chocolat de Pâques, Halloween, noël, etc.).
- La page défile sur forme de diaporama avec des images très lourde et très colorés ce qui n'est pas très agréable pour la vue et ne laisse pas le temps au client de bien contempler les produits

Suggestions :

- Ajouter un slider “promotions / nouveautés” sur la page d'accueil, pour mettre en valeur des produits saisonniers ou des offres spéciales.
- Incorporer des sections “à propos” avec des photos de l'usine, du bar laitier, des artisans chocolatiers, pour humaniser l'entreprise et renforcer l'attachement de la clientèle.
- Ajouter un appel à l'action principal clair dès le haut de la page comme Acheter ici par exemple mais pas sur les diaporamas.

3.2 Analyse de l'apparence et de l'ergonomie

Les images sur le site représentent bien l'univers gourmand de Chocolat Lulu. Les couleurs évoquent bien le chocolat et l'artisanat, ce qui renforce l'identité de la marque. Toutefois, certaines pages manquent d'uniformité dans la mise en page, ce qui peut nuire à la cohérence visuelle globale.

La police est lisible, mais sur certaines sections, la taille du texte ou l'espacement pourrait être amélioré pour une meilleure lecture, notamment sur mobile. Les liens sont généralement identifiables, mais pourraient être davantage mis en valeur.

Suggestions :

- Uniformiser les mises en page pour renforcer la cohérence visuelle.
- Améliorer la lisibilité sur mobile (taille de texte, marges, espacement).
- Utiliser des boutons plus visibles pour les actions importantes.
- Alléger certaines pages trop chargées visuellement.

3.3 Analyse de la crédibilité du site web

The screenshot shows a contact form titled "SUCCURSALES (SAGUENAY)". It includes an "Information" section with address, phone number, and email, and a "Nous contacter" section with a reCAPTCHA field.

— SUCCURSALES (SAGUENAY) —

Accueil > Succursales (Saguenay)

Information

1786 , boulevard Saguenay ouest
Chicoutimi , Québec , Canada , G7J 1A8
1-800-265-1296
ventes@chocolatlulu.com

Dimanche	9h30-19h00
Lundi	9h00-20h00
Mardi	9h00-20h00

Nous contacter

Nom: _____

Courriel: _____

Message:

Je ne suis pas un robot

Le site de Chocolat Lulu inspire globalement confiance grâce à la présence des coordonnées complètes (adresse, téléphone, courriel) et d'un formulaire de contact tel que présenté dans l'image ci-dessus. Ces éléments sont essentiels et bien présents.

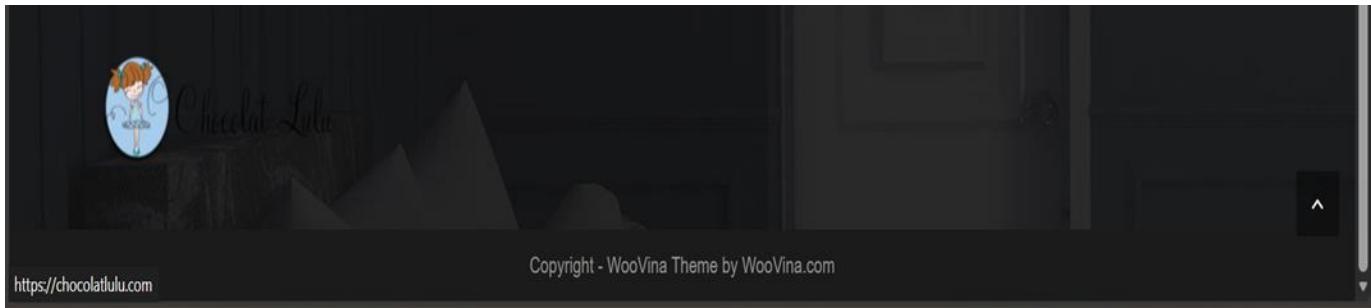
Cependant, certains marqueurs de confiance pourraient être davantage exploités pour renforcer la crédibilité auprès de nouveaux visiteurs. Par exemple, le site pourrait mieux mettre en valeur son statut d'entreprise régionale reconnue et son savoir-faire artisanal.

Suggestions :

- Ajouter des témoignages clients ou avis.
- Mettre en avant l'histoire de l'entreprise et son ancrage régional.
- Ajouter des photos authentiques des produits, de l'équipe ou des succursales.
- Clarifier les informations liées à la livraison, aux retours et aux modes de paiement.

3.4 Analyse du Menu et Pied de page

Le menu est relativement clair et compréhensible, mais il pourrait être simplifié car il n'exploite pas pleinement les possibilités de hiérarchisation visuelle (menus déroulants, catégories).



Le pied de page contient juste le logo qui renvoie à la page d'accueil avec le droit d'auteur. La structure pourrait être améliorée pour distinguer clairement les informations légales, les coordonnées et les liens utiles.

SECTION 4 : Contenu, Médias et Version Mobile

4.1 Analyse de la qualité des textes

Les textes utilisés par l'entreprise Chocolat Lulu véhiculent un ton chaleureux et artisanal, ce qui correspond parfaitement à l'image d'une chocolaterie artisanale bien implantée dans la région du Saguenay. L'entreprise met de l'avant des produits gourmands associés au plaisir, à la tradition et au savoir-faire local, ce qui contribue à créer une relation de proximité avec la clientèle. Ce ton est cohérent avec l'identité de la marque, qui se positionne comme une référence régionale en matière de chocolats artisanaux.

4.2 Clarté et pertinence du contenu

Le contenu actuel est clair et compréhensible, permettant aux consommateurs d'identifier facilement les types de produits offerts (chocolats fins, produits saisonniers, spécialités comme les bleuets enrobés de chocolat). Toutefois, certaines descriptions demeurent assez succinctes et pourraient être enrichies afin de mieux valoriser la qualité artisanale des produits. Par exemple, les textes pourraient inclure davantage d'informations sur les ingrédients utilisés, les méthodes de fabrication ou encore l'inspiration derrière certains produits phares.

4.3 Cohérence des messages

On observe une bonne cohérence globale entre les messages diffusés sur le site web et ceux partagés sur les plateformes promotionnelles et touristiques. Les valeurs de tradition, de gourmandise et d'authenticité sont constantes, ce qui renforce la crédibilité de la marque et son image professionnelle. Cette uniformité facilite la reconnaissance de l'entreprise et contribue à bâtir une identité forte.

Recommandations

Afin d'améliorer la qualité rédactionnelle, il est recommandé :

d'intégrer davantage de storytelling, notamment en racontant l'histoire de l'entreprise et son enracinement à Chicoutimi ;

de développer des descriptions plus détaillées pour les produits vedettes ;

de mettre en valeur le caractère unique et local de Chocolat Lulu, afin de créer un lien émotionnel plus fort avec la clientèle.

4.4 Analyse des images et des vidéos

➤ Analyse des médias visuels:

Les images utilisées par Chocolat Lulu sont globalement nettes, attrayantes et de bonne qualité, mettant efficacement en valeur les produits chocolatés, la boutique, le bar laitier ainsi que l'ambiance chaleureuse de l'entreprise. Ces visuels contribuent à susciter l'envie et à renforcer l'image gourmande et artisanale de la marque. Cependant, on observe un manque d'uniformité dans le style visuel. Certaines photos varient au niveau de l'éclairage, des couleurs ou du cadrage, ce qui peut créer une légère incohérence esthétique entre les différentes sections du site web et les médias promotionnels. Une identité visuelle plus homogène permettrait de renforcer la reconnaissance de la marque et de donner une impression plus professionnelle.

➤ Présence de vidéos:

L'entreprise utilise quelques vidéos promotionnelles, principalement pour présenter ses produits ou son univers. Toutefois, l'usage de la vidéo demeure limité. Or, ce format représente un levier important pour capter l'attention des utilisateurs et augmenter le temps passé sur le site, ce qui est bénéfique autant pour l'expérience utilisateur que pour le référencement.

Recommendations:

Afin d'optimiser l'impact des images et vidéos, il est recommandé :

de standardiser l'esthétique visuelle (palette de couleurs, style photographique, arrière-plans, éclairage) ;

d'élaborer une ligne directrice visuelle cohérente pour l'ensemble des plateformes ;

d'ajouter des vidéos de type « behind the scenes », montrant la fabrication des chocolats, le travail artisanal, ou la vie en boutique, afin de renforcer l'authenticité et le lien émotionnel avec la clientèle.



Guimauve (2)



Chocolats à l'unité (5)



Bûche de noël (1)



4.5 Apparence mobile et ergonomie:

➤ Évaluation de l'expérience mobile:

Le site web de Chocolat Lulu est responsive, c'est-à-dire qu'il s'adapte correctement aux différents formats d'écran (téléphones intelligents et tablettes). La navigation est fluide et intuitive, et les fonctionnalités essentielles, telles que l'accès aux produits et aux commandes en ligne, sont facilement accessibles sur mobile.

Le texte est généralement lisible, bien que certains titres ou éléments clés pourraient être légèrement agrandis afin d'améliorer le confort de lecture sur de petits écrans. Une hiérarchisation plus marquée des titres faciliterait également la compréhension rapide du contenu.

➤ Navigation et accessibilité tactile:

Les boutons sont fonctionnels et cliquables, mais leur espacement pourrait être amélioré, notamment pour éviter les erreurs de manipulation sur écran tactile. Une meilleure distance entre les boutons et les liens améliorerait l'ergonomie générale et l'accessibilité, en particulier pour les utilisateurs moins à l'aise avec la navigation mobile.

Recommandations ergonomiques:

Pour optimiser l'expérience utilisateur mobile, il est recommandé :

d'optimiser la taille et le poids des images afin de réduire le temps de chargement ;
de raccourcir certaines pages, en privilégiant un contenu plus synthétique et segmenté ;

de vérifier la conformité aux principes d'accessibilité tactile (taille minimale des boutons, espacement adéquat); d'améliorer la hiérarchie visuelle pour faciliter la lecture et la navigation.

4.6 Analyse du profil Google Business:

➤ Analyse du profil

Le profil Google Business de Chocolat Lulu est bien structuré et complet, incluant les informations essentielles telles que l'adresse physique, les horaires d'ouverture, le numéro de téléphone, ainsi que des photos illustrant la boutique et les produits. Cette complétude permet aux clients potentiels de trouver facilement l'entreprise et d'accéder rapidement aux informations pratiques, ce qui est un atout majeur pour le référencement local et la visibilité en ligne.

➤ Qualité des photos et présentation des produits:

Les photos présentes sur le profil sont attrayantes et de bonne qualité, mettant efficacement en avant les produits phares de la chocolaterie ainsi que l'ambiance chaleureuse de la boutique. Cette présentation visuelle favorise l'engagement des utilisateurs et peut encourager les visites en magasin.

➤ Avis clients et réputation en ligne:

Le profil Google Business affiche des avis clients globalement positifs, soulignant la qualité des produits et la convivialité de l'accueil. Les avis jouent un rôle déterminant dans la décision des consommateurs et renforcent la crédibilité de l'entreprise. Une bonne gestion de ces retours contribue à améliorer la confiance et la fidélité des clients.

Recommandations:

Afin d'optimiser davantage le profil Google Business et d'accroître la visibilité locale, il est recommandé : de publier régulièrement des posts et nouveautés (lancements de produits, promotions, événements) pour montrer l'activité et dynamiser le profil ;

de répondre systématiquement aux avis clients, qu'ils soient positifs ou négatifs, afin de renforcer la relation client et la réputation de la marque ;

d'optimiser la description du profil en intégrant des mots-clés pertinents pour le référencement local, tels que « chocolaterie artisanale Chicoutimi », « chocolats faits maison Saguenay », et « produits gourmands Saguenay », afin d'améliorer la visibilité dans les recherches locales.

SECTION 5 : RESEAUX SOCIAUX - SEO – PERFORMANCE

5.1 Analyse des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux occupent aujourd’hui une place incontournable dans la façon dont une entreprise se fait connaître. Dans cette section nous allons analyser la présence en ligne de l’entreprise Chocolat Lulu sur les réseaux sociaux.

Les produits sont beaux, appétissants, et se prêtent parfaitement à des contenus visuels qui attirent l’œil. Lorsqu’ils sont bien utilisés, ces réseaux permettent non seulement de montrer le savoir-faire de l’entreprise, mais aussi de rester proche des clients, de nourrir une relation de confiance et de mettre de l’avant les nouveautés ou les créations spéciales.



Dans le cadre de cet audit, nous nous sommes concentrés sur trois plateformes clés : **Facebook, Instagram et TikTok**. Elles n'ont pas toutes la même fonction, et l'entreprise n'est pas présente partout, mais ensemble, elles offrent un bon aperçu de la manière dont Chocolat Lulu gère sa présence en ligne et des possibilités qui restent encore à exploiter.

Le tableau qui suit donne un aperçu de la présence actuelle de Chocolat Lulu sur ces différentes plateformes. Il permet de visualiser rapidement le niveau d'activité, le type de contenu partagé et l'engagement généré sur chaque réseau.

Plateforme	Noms	Nombre d'abonnés	Fréquence de publication	Type de contenu	Engagement observé
Facebook	Chocolat Lulu	14,000 followers	Irrégulière Dernier poste en juillet 2025	Texte et image principalement	Faible Dernier poste 23 likes, 4commentaires
Instagram	Chocolatl_lulu_officiel	265 followers	Irrégulière Dernier poste en Novembre 2022	Majoritairement des images, réel et stories	Faible Dernier poste 02 likes, Aucun commentaires, 171 vues
TikTok	Pas Présent	-	-	-	-

L'analyse des réseaux sociaux de Chocolat Lulu révèle une présence numérique existante. Les profils Facebook et Instagram de Chocolat Lulu présentent une base solide, avec une page structurée contenant les informations tels que le type d'entreprise (chocolaterie, crèmerie, casse-croûte), les différents points de vente, l'adresse, le numéro de téléphone, le courriel ainsi que le site web officiel. Ces éléments renforcent la crédibilité de l'entreprise et facilitent le contact avec la clientèle. De plus, la page Facebook bénéficie d'une évaluation positive avec un taux de recommandation de 92 % (78 avis), ce qui contribue à inspirer confiance. L'image de marque : le logo est constant (la petite mascotte) .



Cependant sa présence en ligne est faiblement exploitée et marquée par un manque de régularité, une faible diversification du contenu et une absence sur certaines plateformes stratégiques. Bien que l'entreprise dispose d'une communauté déjà établie, notamment sur Facebook, avec 14 000 abonnés ses actions actuelles ne permettent pas de maximiser ce potentiel, ni de renforcer sa visibilité auprès de différents segments de clientèle.

- Sur Facebook, les contenus publiés restent traditionnels (texte et images), sans réelle exploitation des formats performants actuels comme les vidéos ou les stories ou des textes qui suscitent la réaction des abonnés.
- Instagram, un réseau pourtant essentiel pour les entreprises dont le succès repose sur l'attrait visuel des produits, est utilisé de manière encore moins optimale. Avec seulement 265 abonnés et une dernière publication datant de novembre 2022, la plateforme n'est plus activement alimentée. L'absence de constance, de stratégie et d'engagement réduit donc fortement l'impact potentiel de cette plateforme.
- Enfin, l'absence totale de présence sur TikTok constitue une opportunité manquée. Cette plateforme qui est devenue aujourd'hui incontournable pour les entreprises cherchant à accroître rapidement leur visibilité, permettrait de présenter la fabrication artisanale des chocolats, les coulisses de fabrication, les nouveautés, et des contenus immersifs susceptibles de devenir viraux. TikTok représente un espace idéal pour connecter émotionnellement avec un public jeune, curieux et engagé.

Recommandations

Pour renforcer sa visibilité et créer plus d'interactions avec sa clientèle, Chocolat Lulu gagnerait à améliorer la gestion de ses pages sur les réseaux sociaux. Voici quelques recommandations :

- **Publier plus régulièrement :**
 - Publier 1 à 2 fois par semaine sur Facebook et Instagram afin de maintenir la page active.
 - Mettre en avant les produits saisonniers, les nouveautés et les événements importants comme Noël, Pâques, Saint-Valentin, etc
- **Varier les formats de contenu :**
 - Ajouter des vidéos courtes, réels, stories et contenus interactifs.
 - Ajouter les photos des différentes boutiques , ceci renforce la crédibilité de l'entreprise.
 - Montrer les coulisses de fabrication, les produits en préparation ou des démonstrations simples.
 - Publier du texte qui suscite l'attention et l'interaction avec les abonnés.
- **Développer une présence sur TikTok et encourager plus d'interactions avec la communauté :**
 - Suivre des tendances populaires autour de la nourriture avec les musiques du moment.
 - Mettre en avant le côté production local de la marque.
 - Poser des questions dans les publications.
 - Organiser des petits concours.
 - Inviter les abonnés à partager leurs photos ou avis.
 - Répondre rapidement aux commentaires.

En appliquant ces recommandations, Chocolat Lulu pourrait développer une présence sociale plus dynamique et cohérente. Une stratégie plus régulière et plus visuelle augmenterait sa visibilité, attirerait une clientèle plus

diversifiée et renforcerait le lien avec sa communauté locale. Ce qui pourrait être un atout qui va indirectement influencer son référencement naturel.

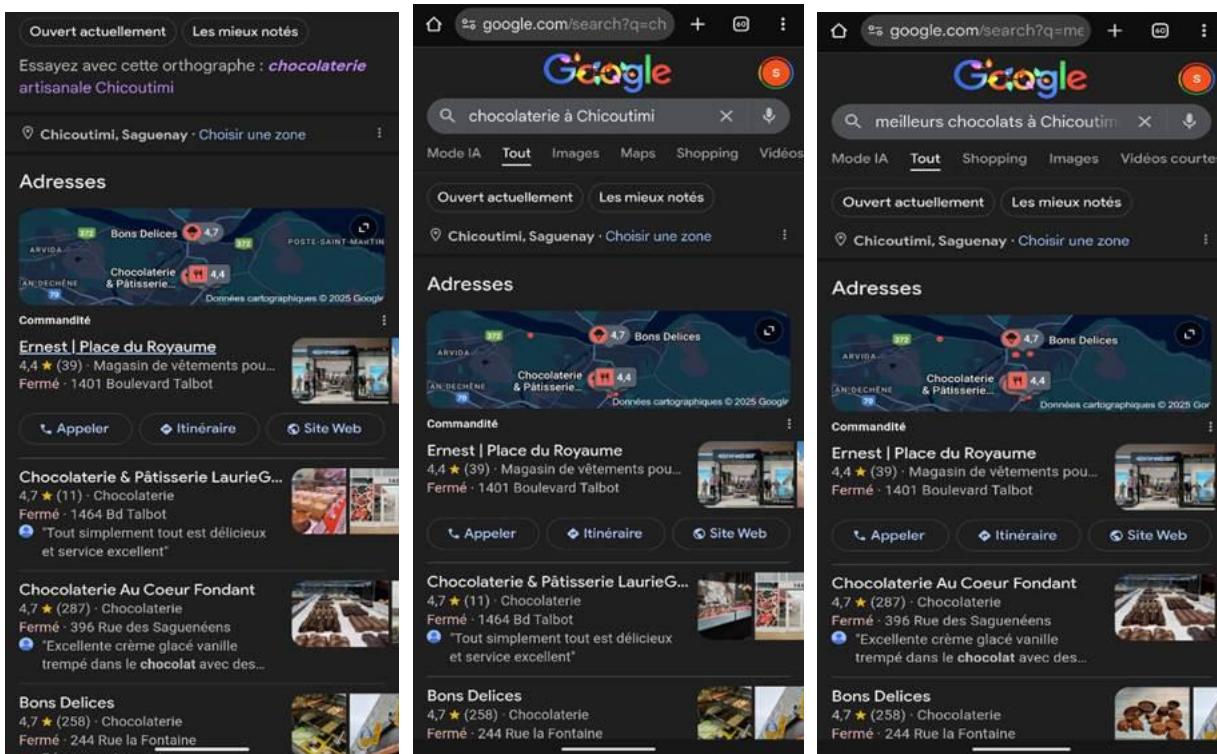
5.2 Analyse SEO de Chocolat Lulu

Le SEO (Search Engine Optimization) joue un rôle essentiel dans la visibilité d'une entreprise sur les moteurs de recherche. C'est le référencement naturel. Une bonne optimisation permet d'améliorer le classement et la visibilité du site dans les résultats de moteurs de recherches, d'attirer plus de visiteurs et de faciliter l'accès aux produits et services.

L'optimisation du titre, la métadescription, texte alternatif et mots clés contribuent au bon référencement du site dans les moteurs de recherches.

Nous avons utilisés des phrases comme "Chocolaterie artisanale à Chicoutimi", "Chocolaterie à Chicoutimi", "Meilleurs Chocolats à Chicoutimi". Nous avons remarqué qu'avec ces recherches sur Google, Chocolat Lulu ne figure pas parmi les premières entreprises du classement comparé à ses concurrents comme chocolaterie au cœur fondants, Bon Delices et Peches .

Les images ci-dessous décrivent comment chocolat Lulu est classé lorsque on fait une recherche sur Google



Recommandation:

Afin d'améliorer la visibilité du site dans les moteurs de recherche, Chocolat Lulu devrait optimiser les éléments de base en appliquant les bonnes pratiques SEO suivantes :

- **Réécrire les titres** pour qu'ils soient plus descriptifs et incluent des mots-clés pertinents, Exemple : < Chocolats fins et créations maison.
- **Enrichir les métadonnées**, en rédigeant des textes clairs et attrayants qui décrivent réellement le contenu de chaque page et incitent au clic. Exemple : Chocolaterie artisanale située à Chicoutimi, Chocolat Lulu offre des chocolats frais, bleuets enrobés, fudges et créations maison. Découvrez les meilleurs chocolats locaux au Saguenay.
- **Les textes alternatifs**: Il faut améliorer les descriptions textuelles associées aux images du site web car ils servent à expliquer au moteur de recherche le contenu de l'image, Exemple: alt="Chocolats artisanaux fabriqués à Chicoutimi par Chocolat Lulu".
- **Les mots clés**: Pour Chocolat Lulu ,une entreprise proposant du chocolat fait maison , voici une liste de mots clés susceptible d'améliorer son référencement naturel tout en évitant une suroptimisation.
 - i. Basée sur ce que vend l'entreprise, où elle est située et à qui les produits s'adressent;
 - ❖ Chocolat artisanal à Chicoutimi
 - ❖ Paniers-cadeaux chocolat à Saguenay
 - ❖ Fondue au chocolat à Saguenay
 - ii. Basée sur ce qu'on peut trouver sur Google directement en observant les recherches associées en bas de la page Google;
 - ❖ Chocolaterie près de moi
 - ❖ Meilleurs Chocolat local à Chicoutimi
 - ❖ Chocolaterie pour noël à Saguenay

5.3 Analyse de la Performance du site web

Quand on visite le site de Chocolat Lulu, on remarque rapidement que les pages mettent un peu de temps à charger, surtout celles qui contiennent beaucoup d'images de produits. Comme l'entreprise mise énormément sur les visuels, les fichiers sont parfois lourds, ce qui ralentit l'affichage.

Sur mobile, la navigation reste possible, mais elle n'est pas toujours aussi fluide qu'elle devrait l'être. Certaines pages défilent moins bien, et les images prennent du temps avant d'apparaître, ce qui peut décourager un utilisateur qui navigue rapidement. Aujourd'hui, comme la majorité des visiteurs consultent les sites depuis leur téléphone, ce point est important.

Recommandation

Afin d'améliorer la performance du site zeb, voici quelques actions simples qui pourraient avoir un impact important :

- **Réduire le poids des images** avant de les mettre en ligne, afin qu'elles se chargent plus vite tout en gardant une bonne qualité.
- **Adapter les images pour le mobile**, car la majorité des utilisateurs de nos jours consultent les sites sur leurs téléphones
- **Vérifier la vitesse du site régulièrement**, surtout après l'ajout de nouveaux produits ou visuels.

SECTION 6 : Sécurité-Contenu-Accessibilité et URL

6.1 Sécurité

La première barrière de sécurité visible est la présence du protocole HTTPS sur le domaine « chocolatlulu.com », signe qu'un certificat TLS valide est installé. Cela garantit le chiffrement des échanges entre le navigateur et le serveur, ce qui est indispensable pour un site transactionnel (boutique en ligne, comptes clients, formulaire de paiement)

(url) = <https://chocolatlulu.com/>.

Toutefois, la sécurité d'un site WordPress ne se limite pas au HTTPS. Les bonnes pratiques généralement recommandées incluent :

- ✓ Maintenir à jour WordPress, le thème WooVina et tous les plugins (dont WooCommerce).
- ✓ Restreindre l'accès à l'interface d'administration (URL d'admin, double authentification, mots de passe robustes).
- ✓ Mettre en place un plugin de sécurité (pare-feu applicatif, protection contre la force brute, détection des malwares).
- ✓ Configurer les en-têtes HTTP de sécurité (Content-Security-Policy, X-Content-Type-Options, X-Frame-Options, etc.).
- ✓ Gérer correctement les sauvegardes régulières, testées et stockées hors du serveur principal.

À partir de la surface visible, on ne peut pas vérifier tous ces points. Cependant, compte tenu du rôle du site (commerce en ligne, les campagnes de financement, les différents points de vente), il serait judicieux d'effectuer un audit de sécurité régulier et de documenter minimalement ces mesures sur le site (dans la politique de confidentialité et les conditions générales de vente), afin de rassurer les clients sur la protection de leurs données.

6.2 Le Contenu de site web

Le contenu du site reflète bien la raison d'être de Chocolat Lulu : une entreprise régionale de chocolat et de crème glacée, avec une forte identité locale et saisonnière.

✓ **Points forts du contenu :**

- Présence de sections claires : Accueil, Boutique en ligne, Bar laitier, Menu Crèmerie, Campagne de financement, Certificats-Cadeaux, Points de vente.
- Mise en avant de produits vedettes : bleuets frais enrobés de chocolat, cornets au caramel au beurre, fondue au chocolat, paniers cadeaux, chocolats sans sucre ajouté, tous des produits qu'on voit immédiatement lorsqu'on navigue sur le site.
- Contenu informatif sur les succursales (Saguenay, Jonquière, Métabetchouan, Talbot), avec les coordonnées et horaires. On peut donc les retrouver facilement partout où on se trouve dans la région du Saguenay.
- Un ton convivial et orienté plaisir, cohérent avec l'image d'une chocolaterie / crèmerie familiale et accessible.

✓ **Limites et possibilités de faire mieux :**

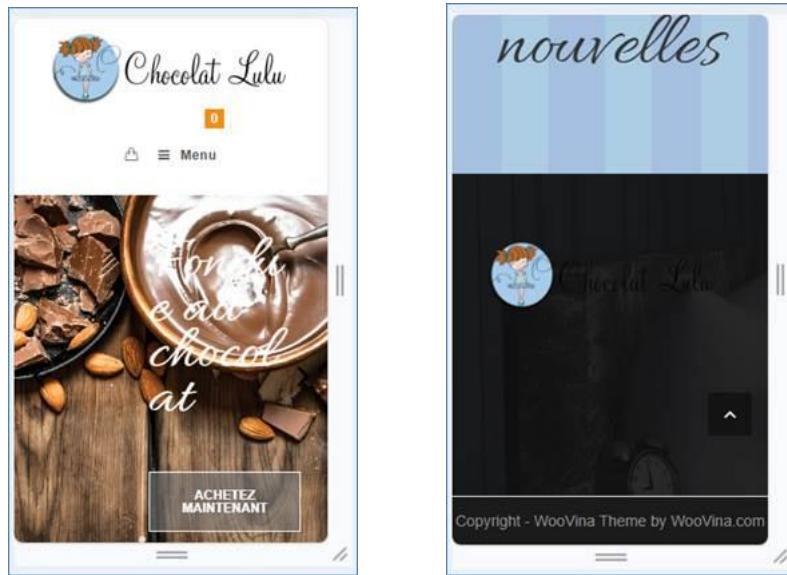
- Le storytelling de la marque (plus de 40 ans d'histoire, rôle dans la région, valeurs, engagement social) est relativement discret. Une page « À propos » plus développée pourrait renforcer le capital de marque.
- Le contenu rédactionnel pourrait être davantage structuré pour le SEO : paragraphes descriptifs plus longs, sous-titres (H2, H3) optimisés autour de mots clés, FAQ axés sur les campagnes de financement, identification des allergènes, produits de conservation, etc.
- Certaines pages sont très minimalistes et reposent beaucoup trop sur les images. Or, un texte clair, descriptif et structuré reste essentiel pour du référencement et les algorithmes de recherche de sites en ligne.

6.3 Accessibilité du site web

Le but des propriétaires est de rendre le site utilisable par le plus grand nombre, y compris les personnes ayant des limitations visuelles, motrices, cognitives ou auditives. Les lignes directrices WCAG 2.2 structurent l'accessibilité autour de quatre principes : Perceptible, Utilisable, Compréhensible et Robuste.

À partir des éléments visibles :

- Le thème WooVina (utilisé pour la production de ce site) est responsive et donc adapté aux mobiles, ce qui répond au principe « utilisable sur différents écrans ».



- La navigation principale est relativement simple (menu global, sous-menus pour les succursales, accès au panier et au compte), ce qui va dans le sens du principe « Utilisable ».
- Lorsqu'on lance une recherche erronée, on peut confirmer la présence d'éléments clés tels que : des messages d'erreur correctement annotés.

Accueil Boutique en ligne Menu Crèmeerie Campagne de financement Certificats-cadeaux

— 0 SEARCH RESULTS FOUND —

You searched for: "rchyjbk"

Accueil > Vous avez cherché rchyjbk

Sorry, but nothing matched your search terms. Please try again with different keywords.

Recommendations:

- Améliorer systématiquement les textes alternatifs des images (alt) pour qu'ils décrivent la scène ou l'information spécifique importante et non "Chocolat Lulu" qui est déjà évident.

- Vérifier le contraste de couleur entre les div cliquables et l'arrière-plan, notamment sur les boutons d'appel à l'action. Sur la page principale cela n'est pas très perceptible. C'est toutefois un peu au goût de chacun.
- Tandis que certaines pages sont dotées d'une très belle interface visuelle (comme la page principale), d'autres comme [CORNETS CARAMEL](#) laissent un peu à désirer.
- S'assurer que toutes les fonctionnalités (menu, panier, formulaires de commande) sont utilisables entièrement au clavier.
- Ajouter, si nécessaire, un lien « Passer au contenu », des titres de section cohérents, et des indications claires dans les formulaires (erreurs, champs obligatoires).

Au-delà de la conformité, l'accessibilité est un levier d'inclusion et un facteur de qualité globale de l'expérience utilisateur.

6.4 URL Descriptives

Le site utilise globalement des URL propres et descriptives :
 - /menu-cremerie/
 - /chicoutimi/
 - /jonquiere/
 - /metabetchouan/
 - /points-de-vente/
 - /categorie-produit/chocolat-a-lunite/

Ces URL sont :
 - Lisibles par les humains.
 - Riches en mots clés géographiques ou produits (Chicoutimi, Jonquière, Métabetchouan, chocolat à l'unité, etc.).
 - Conformes aux bonnes pratiques SEO, qui recommandent d'éviter les paramètres complexes et d'utiliser des tirets pour séparer les mots.

Points à surveiller :

- Éviter les pages techniques ou temporaires sans titre explicite (par exemple les identifiants du type « #2907 (pas de titre) » qui apparaissent dans certains menus internes).
- S'assurer que les redirections sont correctement configurées en cas de renommage d'URL, afin de ne pas perdre le bénéfice SEO acquis.
- Cohérence des URL entre la version française et la version anglaise du site (éviter les doublons inutiles ou les chemins incohérents).

6.4 Analyse des Liens entrant et sortant

i. Les liens entrants (backlinks)

Chocolat Lulu bénéficie d'un ensemble de liens entrants provenant de sites crédibles de la région et de médias thématiques :

- Tourisme Saguenay–Lac-Saint-Jean : la marque y est présentée comme une véritable institution régionale, avec plusieurs adresses et une description détaillée des produits (bleuets enrobés, bar laitier, casse-croûte).
- Bleuets du Québec : Chocolat Lulu figure parmi les points de vente recommandés pour se procurer des bleuets sauvages, Ce qui renforce l'association avec le terroir local.
- Blogs et médias lifestyle (par exemple des listes de « meilleures chocolateries au Québec » ou « meilleures crèmeries du Saguenay–Lac-Saint-Jean ») mentionnent régulièrement la marque comme référence.
- Annuaires et plateformes de type Pages Jaunes, la carte menu ou autres guides de restaurants.

Ces backlinks sont précieux car ils :

- Proviennent de domaines thématiquement proches (tourisme, terroir, gastronomie).
- Sont souvent géolocalisés (Saguenay–Lac-Saint-Jean, Chicoutimi, Métabetchouan).
- Contribuent à la crédibilité et à l'autorité du domaine dans les résultats de recherche.

ii.

Liens

sortants

Sur le site Chocolat Lulu, les liens sortants identifiés sont principalement :

- Les boutons de partage vers Facebook et Twitter sur certaines pages de succursales.
- Les liens vers les politiques légales (confidentialité, remboursements, conditions de vente), éventuellement hébergées sur le même domaine.

Il n'y a pas, a priori, d'excès de liens sortants vers des sites tiers commerciaux, ce qui est positif pour la concentration de l'autorité SEO. Il pourrait toutefois être intéressant de créer quelques liens sortants de qualité vers des partenaires clés (tourisme régional, producteurs locaux, événements), dans une logique d'écosystème numérique.

6.5 Portrait de l'entreprise sur les sites de commentaires

L'image de Chocolat Lulu sur les plateformes de commentaires et les sites d'avis est globalement très positive;

Sur certaines fiches touristiques, la note moyenne Google dépasse 4,5/5, ce qui indique une forte satisfaction de la clientèle. Les commentaires évoquent la qualité des chocolats, la générosité des portions de crème glacée, l'originalité des produits (bleuets enrobés, balais à la guimauve) et l'ambiance conviviale des succursales.

Sur des annuaires ou des sites de type « carte des restaurants », Chocolat Lulu est présenté comme un arrêt incontournable de la région. Ces avis jouent un rôle clé dans :

- La décision des touristes de s'arrêter chez Chocolat Lulu lors d'un passage au Saguenay–Lac-Saint-Jean.
- La crédibilité perçue par les nouveaux clients potentiels qui découvrent la marque en ligne.
- Le référencement local, car Google prend en compte la quantité et la qualité des avis pour classer les commerces.

Points d'amélioration possibles :

- Encourager de manière systématique les clients satisfaits à laisser un avis (en succursale, dans les confirmations de commande, sur les réseaux sociaux).
- Répondre publiquement aux avis, surtout en cas de commentaire négatif ou mitigé, afin de montrer que l'entreprise écoute et s'améliore.
- Harmoniser la présence sur différentes plateformes : Google Business Profile, Facebook, Pages Jaunes, TripAdvisor/équivalents locaux, etc.

Conclusion et recommandations générales

Cet audit de la présence numérique de Chocolat Lulu a permis de mettre en lumière une entreprise solidement ancrée dans son territoire, bénéficiant d'un héritage historique fort, d'un savoir-faire artisanal reconnu et d'une excellente réputation auprès de sa clientèle locale. Dans un contexte où les consommateurs valorisent de plus en plus les produits locaux, authentiques et de qualité, Chocolat Lulu dispose d'atouts majeurs pour se démarquer durablement sur son marché.

L'analyse du macroenvironnement démontre que les tendances démographiques, socioculturelles et écologiques sont globalement favorables à l'entreprise. Toutefois, les pressions économiques, notamment la hausse des coûts de production et la sensibilité accrue des consommateurs aux prix, exigent une communication claire de la valeur ajoutée des produits offerts. Dans ce contexte, le marketing numérique devient un levier stratégique essentiel pour soutenir la compétitivité de l'entreprise.

Sur le plan organisationnel et concurrentiel, Chocolat Lulu se distingue par son authenticité et sa proximité avec la clientèle, mais elle fait face à des concurrents parfois plus avancés sur le plan numérique. L'analyse comparative révèle que certaines entreprises concurrentes bénéficient d'une meilleure structuration de leur stratégie digitale, notamment en matière de réseaux sociaux et de visibilité en ligne. Cette situation souligne l'importance pour Chocolat Lulu de renforcer sa présence numérique afin de maintenir et développer sa part de marché.

L'évaluation du site web met en évidence une base fonctionnelle et cohérente avec l'image de marque. La navigation est globalement claire, le contenu est pertinent et l'identité visuelle reflète bien l'univers gourmand et artisanal de l'entreprise. Néanmoins, plusieurs améliorations sont possibles, notamment en matière d'ergonomie, de hiérarchisation de l'information, de performance et de crédibilité perçue. L'optimisation du menu, du pied de page, de la structure des textes et de l'expérience mobile contribuerait à améliorer significativement l'expérience utilisateur.

Sur le plan du référencement naturel (SEO), l'analyse démontre une présence partielle, mais perfectible. Bien que Chocolat Lulu soit visible localement, son positionnement dans les résultats organiques demeure inférieur à celui de certains concurrents. L'optimisation des titres, des métadonnées, des mots-clés locaux, des textes alternatifs des images et du contenu rédactionnel représente une opportunité majeure pour accroître la visibilité du site de manière durable, tout en réduisant la dépendance aux résultats sponsorisés.

L'analyse des réseaux sociaux révèle également un potentiel sous-exploité. Malgré une communauté existante, le manque de régularité, la faible diversification des formats et l'absence sur certaines plateformes stratégiques limitent l'impact de ces canaux. Une stratégie plus structurée, axée sur la régularité, le contenu visuel et le storytelling, permettrait de renforcer l'engagement, de toucher une clientèle plus jeune et de soutenir indirectement le référencement naturel.

Recommandations globales

À la lumière de cet audit, il est recommandé que Chocolat Lulu adopte une stratégie de marketing numérique plus intégrée et structurée, articulée autour des axes suivants :

- Renforcer le SEO local et l'optimisation du site web afin d'améliorer la visibilité organique.
- Enrichir le contenu rédactionnel et visuel, en mettant davantage en valeur l'histoire, le savoir-faire et l'ancrage régional de l'entreprise.
- Améliorer l'expérience utilisateur sur le site, tant sur ordinateur que sur mobile.
- Structurer et dynamiser la présence sur les réseaux sociaux, en misant sur la régularité, les vidéos et les contenus authentiques.
- Exploiter davantage les avis clients et le profil Google Business comme leviers de crédibilité et de visibilité locale.

En conclusion, Chocolat Lulu dispose de bases solides et d'un capital de marque fort. En investissant de manière progressive et cohérente dans le marketing numérique, l'entreprise pourrait non seulement renforcer sa visibilité en ligne, mais aussi consolider sa relation avec sa clientèle, attirer de nouveaux segments et assurer une croissance durable, tout en demeurant fidèle à son identité artisanale et régionale.

Références

Agriculture et Agroalimentaire Canada. (2023). *Survey on consumer perceptions of food – Wave VI* [Rapport de recherche]. Gouvernement du Canada.

<https://agriculture.canada.ca/>

Agri-Food Analytics Lab. (2024). *Canada's Food Price Report 2025* [Rapport]. Dalhousie University.

[Canada's Food Price Report 2025 - Agri-Food Analytics Lab - Dalhousie University](https://www.dal.ca/agrifood/research-and-publications/canadas-food-price-report.html)

Bord Bia. (2024). *Cocoa production trends report* [Rapport]. Bord Bia – Irish Food Board.

<https://www.bordbia.ie/>

CISSS du Saguenay–Lac-Saint-Jean. (2024). *Portrait de santé régional 2024* [Rapport]. Gouvernement du Québec.

<https://www.saguenaylacstjean.ca/>

Coface. (2025). *Cocoa market analysis: Risks and global trends* [Rapport économique]. Coface Research.

[Les prix du cacao fondent plus vite que le chocolat dans votre poche | Coface](https://www.coface.com/fr/actualites/les-prix-du-cacao-fondent-plus-vite-que-le-chocolat-dans-votre-poche)

Éco Entreprises Québec. (2024). *Responsabilité élargie des producteurs : Guide 2024* [document administratif].

<https://www.eeq.ca/>

Institut de la statistique du Québec. (2024). *Les régions administratives du Québec en 2024 : fiches démographiques — Saguenay–Lac-Saint-Jean.* Gouvernement du Québec.

<https://statistique.quebec.ca/>

J.P. Morgan. (2025). *Global Cocoa market outlook* [Rapport financier]. J.P. Morgan Research.

<https://www.jpmorgan.com/>

MAPAQ — ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. (2025). *La vente locale de produits alimentaires au Canada (Bioclips, 33(6))*. Gouvernement du Québec.

<https://www.mapaq.gouv.qc.ca/>

Mass Market Retailers. (2025). *From shortages to surplus: Cocoa market recovers* [Analyse de marché].

<https://www.massmarketretailers.com/>

MELCCFP — ministère de l'Environnement, de la Lutte contre les changements climatiques, de la Faune et des Parcs. (2024). *Modernisation de la collecte sélective et de la consigne* [Page web]. Gouvernement du Québec.

<https://www.environnement.gouv.qc.ca/>

Observatoire de la consommation responsable. (2025). *Baromètre 2025 de la consommation responsable* [Rapport annuel]. Université de Sherbrooke.

<https://www.usherbrooke.ca/ocr/>

Roberge, M. (2025). *Description du travail de session — Audit marketing numérique* [Document de cours 2MAR210]. Université du Québec à Chicoutimi.

Roberge, M. (2025). *Introduction au marketing numérique* [Notes de cours 2MAR210]. Université du Québec à Chicoutimi.

Roberge, M. (2025). *Le plan d'action en marketing numérique* [Document de cours 2MAR210]. Université du Québec à Chicoutimi.

Statistique Canada. (2025). *Le chocolat : quelques statistiques à croquer*. Gouvernement du Canada.

<https://www.statcan.gc.ca/>

Ville de Saguenay. (2024). *Populations et statistiques – Ville et arrondissements*.

<https://ville.saguenay.ca/services-aux-citoyens/urbanisme/populations-et-statistiques>

EVALUATION DES PAIRES

NOM DE L'ÉQUIPE : Équipe No. 6

Noms des membres de l'équipe	% attribué	Signatures
Moustapha	10	M
Mamadou Adama	10	M.A
Rassid Diallo	18.33	R.D
Mamadou Sanoussy Bah	18.34	M.S.B
Carmene Dolores Nyanse	25	C.D.N
Joel Sande	18.33	J.S

