

PROJET N°4

AGENCE LA PANTHÈRE

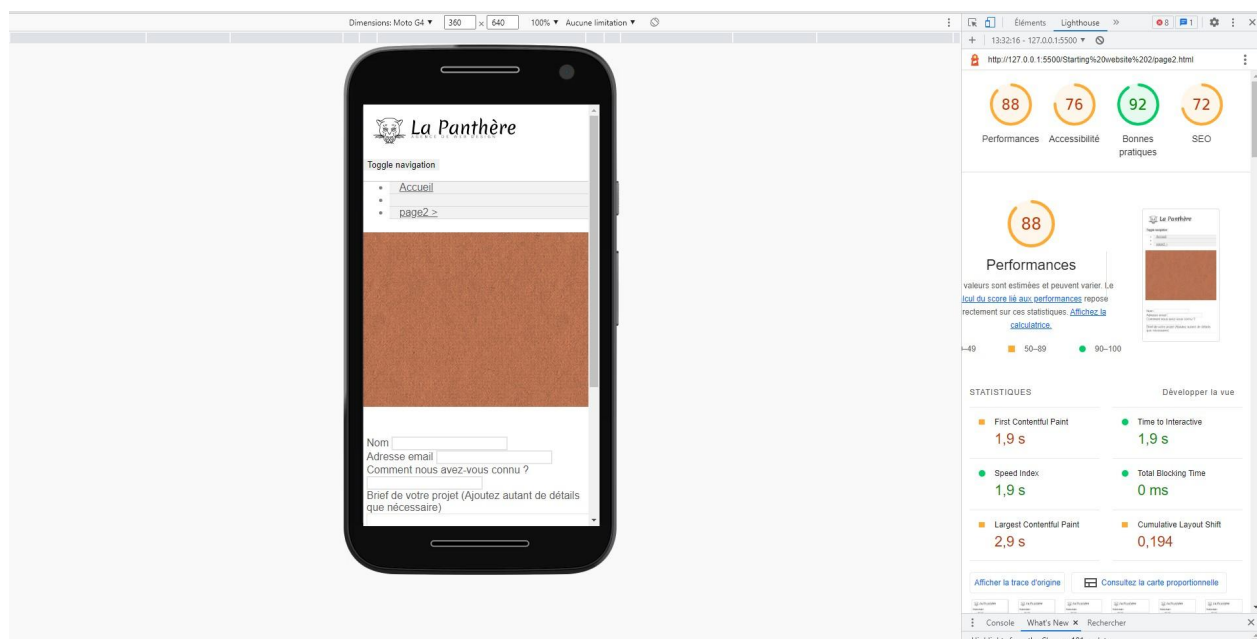
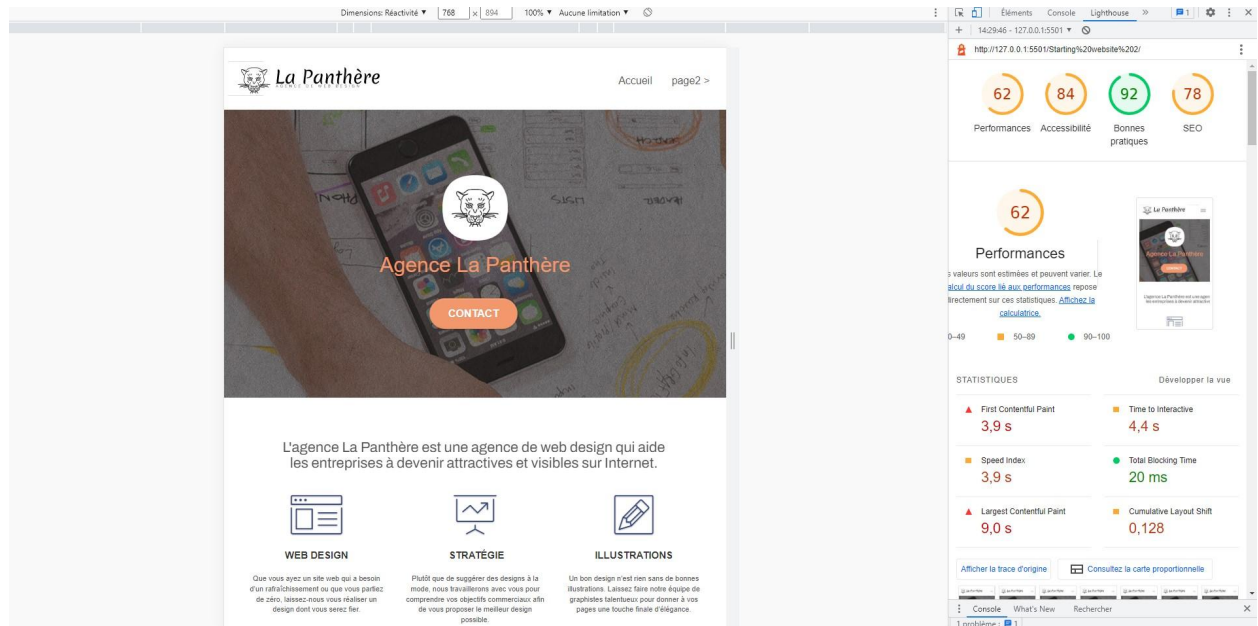
RAPPORT D'OPTIMISATION



En charge de **l'amélioration du référencement SEO** de votre site vous avez également souhaité en plus du code **HTML** et **CSS** que je veille à :

- La Couleur et les contrastes.
 - La Visibilité des éléments de la page.
 - Le Focus des différentes parties de la page.
 - L'Orientation des pages.
 - La Gestion des états.
 - Les Équivalent textuels.
 - Directives générales.
-

Avant:



Optimisation du code HTML

Toute page HTML est conçue dans une langue qui est interprétée par les navigateurs pour cela on utilise l'étiquette "lang" qui détermine le langage utilisé pour la création du site.

Ici la valeur Défaut a été imbriquée mais n'est pas acceptée car la langue utilisée est la langue française "fr" donc un changement s'impose.

Nous pouvons constater également sur les pages HTML qu'elles sont dotées de titre via la balise <title><title> cela permet d'indiquer les informations importante (nom de l'entreprise, emplacement physique etc)

Ici le titre est un point; cela est problématique car les moteurs de recherches ne pourront pas utiliser une sources inexistante.

Il faut donc utiliser un titre court et également descriptif afin d'être repérer sur les négatifs.

La balise <meta="description" "content="> permet d'informer les moteurs de recherches et les internautes sur le contenu de la page, elle vient compléter la balise <title> car la balise "meta= description" peut contenir des paragraphe de texte descriptif et n'est pas limité dans les caractère contrairement au titre.

Ici la balise n'est pas optimiser pour le référencement car elle est vide il faut donc créer une description qui reflète le contenu de la page pour chacune des pages.

Le balisage sémantique d'une page html est capital pour un site web, en effet ces balises permettent de donner du sens à une page web et facilitent l'interprétation pour les moteurs de recherches. Ici la page web n'a aucun sens car il y a qu'une balise sémantique <nav> Toute les autres balise sont remplacés par des div il faut donc imbriquer les balises: Main, Header, Section, Footer et Article.

PS: A elles seules les balises sémantiques ne jouent pas un grand rôle dans le référencement mais elles y contribuent tout de même très bien.

Une URL doit contenir **un nom court qui informe sur son contenu** cela permet un meilleur référencement car il en informe sur son contenu qui est scruté par les moteurs de recherche ou même par l'internaute. Ici la page contact n'informe en rien sur le contenu de la page et utilise **un nom générique** cette pratique est à bannir.

Etant donné que le nom d'URL est amené à changer il faudra prévoir une redirection afin de réorienter les internautes également privilégier le HTTPS pour plus de sécurité car Google les référence mieux.

Les liens utilisés ne renvoient vers aucun site fonctionnel il faudrait donc les supprimer car la réputation d'un site peutrejaillir sur un autre si celui-ci est mal conçu, ces liens dégradent fortement la qualité du site.

Les équivalents textuels :

Les images comportent des textes alternatifs par l'attribut "Alt" pour permettre aux malvoyants d'avoir une accessibilité, un équivalent si les images ne s'affichent pas. Ici les textes alternatifs ne correspondent pas aux images choisies il faut personnaliser chaque texte pour chaque image et utiliser des titres d'image qui ont un rapport direct avec leur contenu.

Certaines images utilisées comportent du texte et ne conviennent pas à la charte (check list) privilégier les paragraphes pour les textes écrits.

Les balises <label> se trouvant dans le formulaire ne comportent pas d'étiquette pour la mise en relation entre l'input et le label il faut utiliser l'attribut "for" sur le label en appelant à l'id concerné (vers l'input.) exemple:

```
<div class="preference">

  <label for="cheese">Do you like cheese?</label>

  <input type="checkbox" name="cheese" id="cheese">

</div>
```

Directives générales:

La hiérarchie des titres est importante car elle permet d'informer l'internaute et les moteurs de recherches sur l'importance d'un titre H1>H2>H3>H4>H5>H6

Passer d'une importance de H1 à H3 n'est pas une bonne pratique car la hiérarchie n'est pas respectée et étant interprété par les moteurs de recherches cela peut créer des erreurs voir des incohérences. Il faut donc remplacer la balise H3 par H2.

- Dans le CSS des images lourdes (bmp) ont été chargées et doivent être converties, le Webp, le jpg, et png allègent énormément le poids des images et sont donc meilleures pour leur référencement.

La couleur :

- La couleur de fond et du: (texte, des boutons et des icônes) ne répondent pas aux exigences du niveau AA du WCAG (un contraste dont le ratio est de 4.5:1 pour les textes normaux (dont la fonte est inférieure à 18 points ou 14 points en gras) ici le ratio est de 2.2 donc insuffisant. Il faudrait changer les couleurs du texte ou l'arrière-plan afin que cela corresponde.

Le focus :

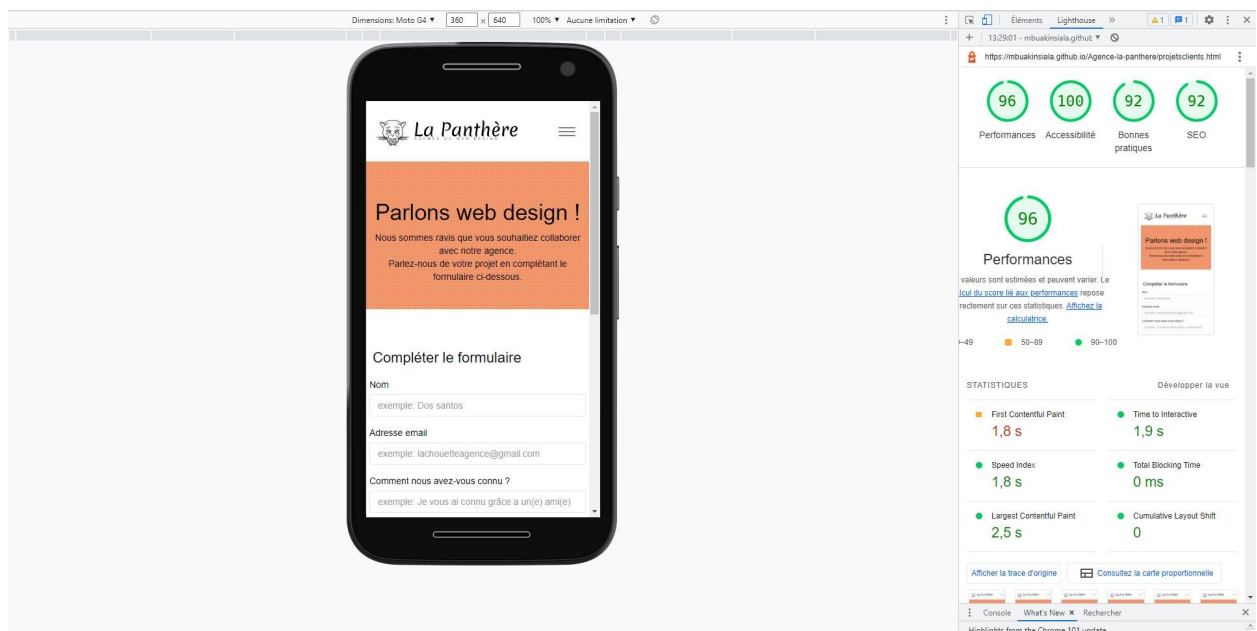
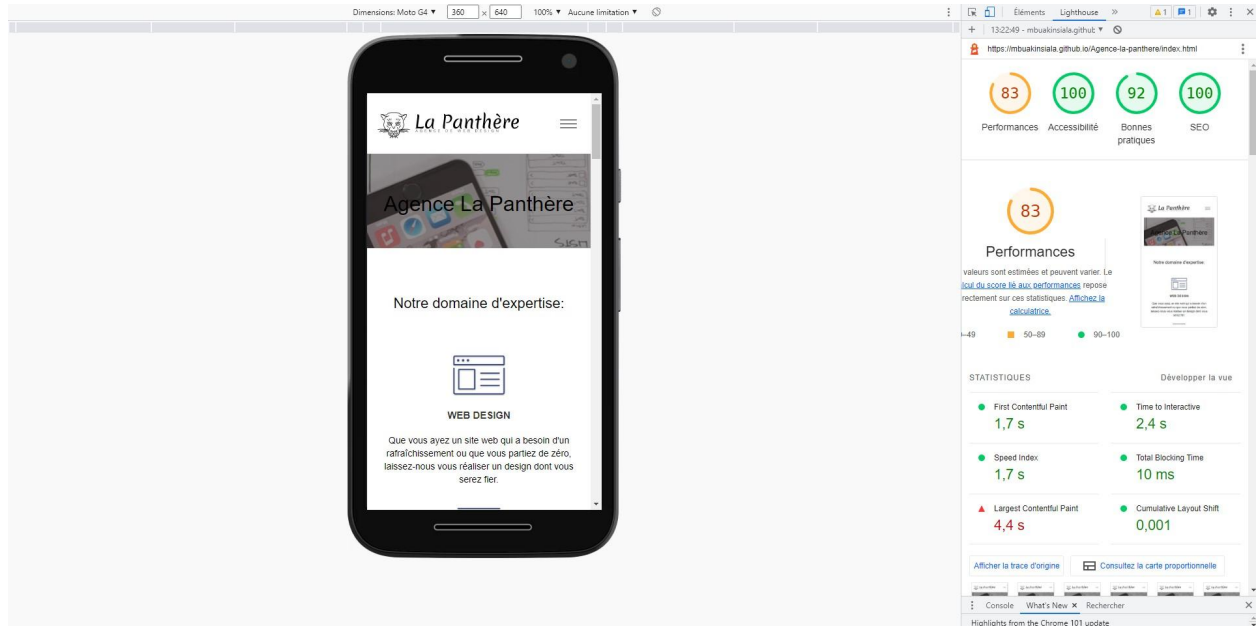
- Pour l'accessibilité le focus par la touche tabulation est important afin de naviguer uniquement avec le clavier ; ici le focus est désactivé. Il faut donc supprimer la propriété **outline:none** afin de pouvoir retrouver le focus.
-

L'orientation:

- L'orientation quant à elle a été respectée car certains éléments ou blocs de page sont soit en paysage soit en portrait en fonction de la largeur de l'écran.

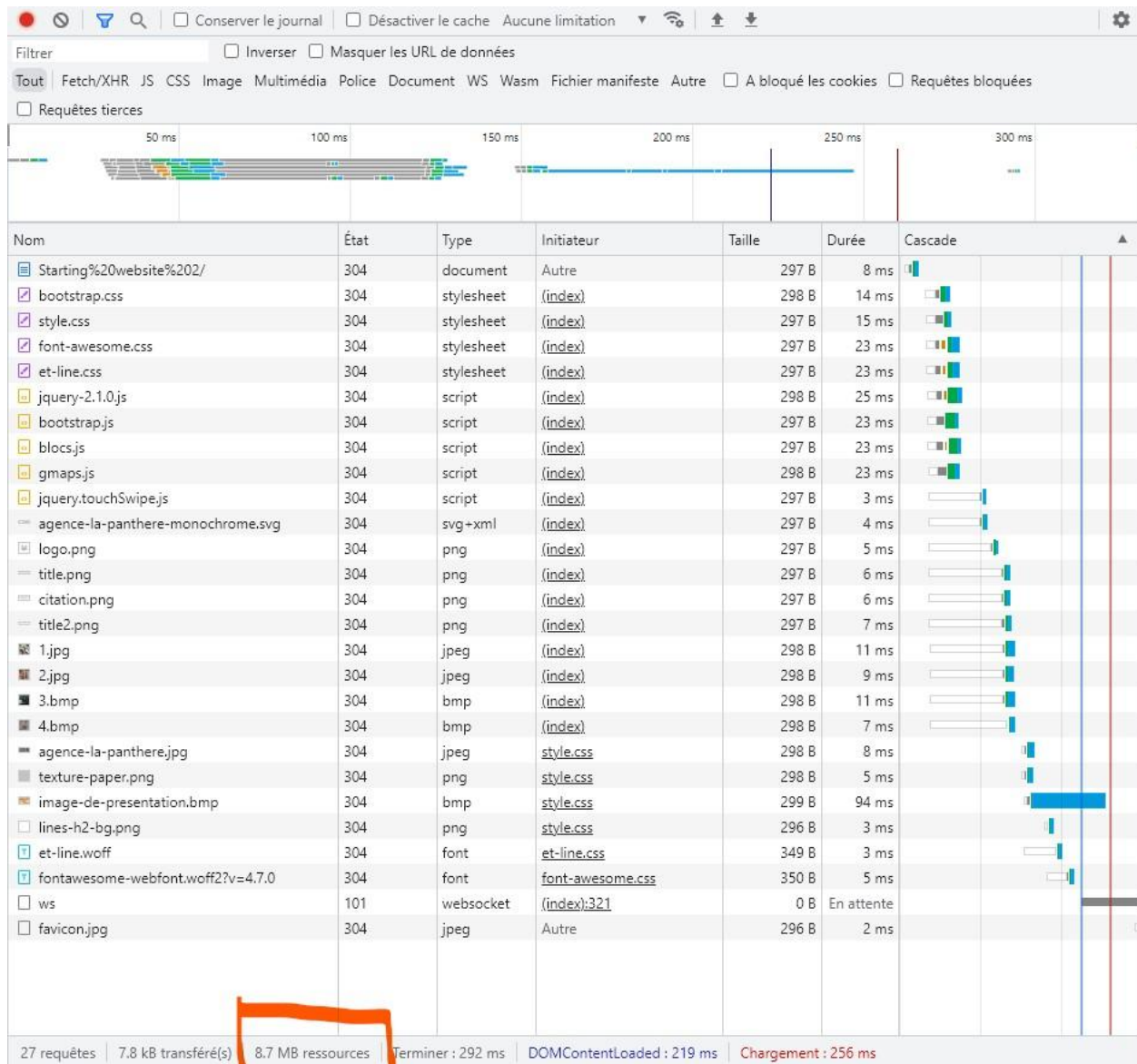
Après

Nous pouvons remarquer que tous les éléments sont impactés, de la performance jusqu'à l'accessibilité également la vitesse du site a été améliorée par ces changements.



Le Poids:

Nous pouvons également constater que le poids initial était de **8.7MB** avant optimisation.



Et que finalement le poids retombe à **1.2MB**, une baisse considérable qui profitera sans doute à booster le référencement du site.

