

La Cuisine Digitale

Une pincée de web pour Papi

Audit digital de communication
Création d'un cahier des charges d'une site web

Année universitaire 2024-2025

À destination de

Christophe Alcantara - Nicolas Esplan

Commanditaire projet

Restaurant Papi

Équipe - Groupe Étudiants

- Benjamin Bridanne
- Arthur Vermander
- Guilhem Villemur
- Calvin Clot
- Gaëtan Bainville





Comprendre votre projet web

Annexe 1 - Aspects juridiques
Annexe 2 - Devis - Coûts réalisation d'un site web
Annexe 3 - Budget - Arrivée d'un 6e partenaire
Annexe 4 - Boost Publication - Meta Business
Annexe 5 - Direction artistique - La cuisine digitale
Annexe 6 - Compte rendu - Réunion 1
Annexe 7 - Compte rendu - Réunion 2
Annexe 8 - Compte rendu - Réunion 3
Annexe 9 - Compte rendu - Réunion 4
Annexe 10 - Plannification des tâches
Annexe 11 - Fiche établissement - Papi
Annexe 12 : Fiche société - MAJ 30.08.23
Annexe 13 - Photographie et visuels Papi
Annexe 14 - Offre du restaurant - Détails des menu
Annexe 15 - Visuels feed - publications
Annexe 16 - SEO Instagram

Annexe 17 - Analyse des avis Google
Annexe 18 - Listing derniers avis Google
Annexe 19 - Moteurs de recherche - Requêtes populaires
Annexe 20 - Apparition chronologique - Mapping
Annexe 21 - Comparatif sites web - Restaurants
Annexe 22 - Recherche mots clés
Annexe 23 - Vérification et réservations - OVH
Annexe 24 : Squelette site web
Annexe 25 : Idée illustration des gérants
Annexe 26 - Squelettes à main levé du site web
Annexe 27 - Structuration du site web
Annexe 28 : Intégration d'un paysage local

NOTE DE CADRAGE - SITE WEB PAPI	1
LA CUISINE DIGITALE	3
RESTAURANT PAPI	4
Informations principales	4
Offre	5
Cible / Prix	5
ANALYSE DU SECTEUR GÉOGRAPHIQUE	6
BENCHMARK QUANTITATIF	7
BENCHMARK QUALITATIF	9
Analyse comparative des sites web des concurrents	9
Chez Loustic : Une inspiration intéressante	10
Recommandations pour votre site web	11
FOCUS SUR LE MARCHÉ LOCAL	12
ANALYSE DE LA PAGE INSTAGRAM	13
Les stratégies de prospection et de fidélisation	13
Indicateurs de performance et stratégies multicanales	14
RECHERCHE DE L'ÉTABLISSEMENT SUR LE WEB	15
Google Search	15
Guides gastronomiques et plateformes d'avis	15
Veille presse et médias	16
Google Maps	16
RÉCAPITULATIF DE L'AUDIT	17
SELECTION DES MOTS CLÉS	18
Déterminer une sélection de mots clés	18
Identifier des longues traines	18
NOM DE DOMAINE	19
Charte graphique utilisée	20
STRUCTURATION DU SITE WEB	20
Page d'accueil	20
Charte graphique utilisée	20
Contenu textuel	20
Squelettes	20
Contenu textuel - Page accueil	21
Header et footer	22
Maquette - Page 1	23
Maquette - Page 2	24

Comprendre votre projet

Annexes

NOTE DE CADRAGE - SITE WEB PAPI

Accompagnement dans la réalisation d'un cahier des charges fonctionnels

Contexte du projet

Le projet s'inscrit dans le cadre d'un module d'enseignement universitaire en conception de site web. Notre objectif principal est d'accompagner une entité, en réalisant un cahier des charges fonctionnel pour la création d'un site web.

Notre équipe étudiante "La Cuisine Digitale" travaille en collaboration avec le restaurant "Papi", une enseigne de restauration locale. L'enjeu est de proposer une solution web adaptée à leurs besoins et aux évolutions du marché.

Objectifs et périmètre du projet

- *Créer un cahier des charges fonctionnel* pour définir les spécifications du futur site.
- *Améliorer la présence digitale* du restaurant et sa visibilité
- *Favoriser la fidélisation* de la clientèle.

- *Identification des besoins* et des attentes du commanditaire.
- *Proposition de maquettes* pour le site web.

Acteurs du projet

Commanditaire : Restaurant Papi

Prestataire : La Cuisine Digitale (Collectif étudiant)

- Bridanne Benjamin - Chef de projet, responsable de la coordination.
- Arthur Vermander - Communicant digital.
- Guilhem Villemur - Rédacteur web / Content manager.
- Calvin Clot - Technicien informatique.
- Gaëtan Bainville - Designer UX/UI, Graphisme.

Identification des besoins

- Communication actuelle via *Instagram*
- Clientèle attirée par la proximité, les *produits locaux* et la *cuisine maison*.
- Environ **20% des clients sont fidèles**.
- *Site web simple et minimaliste*, inspiré de "Chez Loustic".

- Mises à jour limitées du menu via Story Highlight Instagram.
- *Redirection claire* vers le menu sur *Instagram*.
- Objectif : *fidéliser et valoriser le concept local* et les partenaires.
- Contenu : *concept, histoire et engagement local*.

Chronologie du projet

Phase	Période
Démarrage du projet	05/02/2025
Audit et analyse préalable	06/02/2025 - 16/02/2025
Rédaction du cahier des charges fonctionnel	17/02/2025 - 09/03/2025
Livraison des maquettes du site	10/03/2025

Enjeux du projet et indicateurs de réussite

- Offrir à Papi une présence digitale renforcée.
- UX : Conception d'un site *simple, fonctionnel* et *responsive*.
- *Valorisation du concept* du restaurant et de ses *engagements locaux*.
- Garantir un site *fiable* et *évolutif*

- *Analyse du taux de redirection vers instagram*
- *Analyse des taux de clics sur la page "produits locaux"*
- *Satisfaction du client* sur l'adéquation du site avec ses besoins.
- *Respect du calendrier* prévisionnel.

Signatures des parties

Benjamin Bridanne

Benoit Durieux

Notre société est spécialisée dans la stratégie de communication digitale et le développement de sites web sur mesure dans le secteur de la restauration. Nous accompagnons nos clients dans la création d'une présence en ligne optimisée, adaptée à leurs besoins spécifiques et à leurs objectifs gourmands.

Un projet consacré à vos besoins

À travers ce projet universitaire, nous vous proposons un accompagnement personnalisé pour définir les besoins de votre communication digitale, avec la création d'un cahier des charges fonctionnel qui servira de base solide pour la mise en place d'un site web.

Notre objectif est de vous fournir un outil clé en main pour lancer votre projet de site web, qu'il soit développé en interne ou confié à une agence. Ce dossier est l'élément essentiel pour bien comprendre vos canaux de communication, identifier les critères à prendre en compte, et anticiper les défis et risques à surmonter.

- Une analyse et stratégie de communication permet d'**identifier les éléments clés** pour **atteindre vos objectifs**, comme les mots-clés, l'identité visuelle et le contenu.
- **L'optimisation de votre présence en ligne** repose sur des solutions adaptées à vos besoins, en cohérence avec vos valeurs et votre cible.
- La prise en compte des risques permet d'**anticiper les freins au développement** du projet, qu'ils soient liés à la sécurité, au budget ou à la scalabilité.

En bref

Projet gratuit et sans engagement, réalisé dans un cadre universitaire.

Un cahier des charges clair pour structurer et lancer votre site web.

Accompagnement avec analyses et recommandations pour un projet réussi.



Informations principales

Type d'établissement Cantine de quartier, restaurant vino-gastro avec une approche conviviale et moderne. Le restaurant *Papi* offre une expérience gastronomique abordable dans un cadre intime et tendance, avec une forte mise en valeur des produits locaux et un accent particulier sur le vin.

Local et emplacement Situé dans le quartier Saint-Cyprien, 9 rue du Pont Saint-Pierre à Toulouse, cet établissement de petite taille (20-25 couverts) mise sur une atmosphère intime et conviviale.

Philosophie Passion partagée pour la bonne cuisine et le plaisir du vin. La démarche se veut conviviale et éco-responsable, avec un souci constant de qualité et de produits locaux.

Ambiance Chaleureuse et moderne, visant à recréer l'esprit d'une grande tablée de famille ou d'amis.



Description profil instagram

Gérants du restaurant
Benoît Durieux : Chef cuisinier, ex-Bàcaro
Leon Bonnet : Sommelier, ex-Cave de César à Labège



Offre

Cantine de quartier et resto vino-gastro Une cuisine du moment, des assiettes à partager et un accent fort sur le vin naturel.

Produits locaux et saisonnalité 80% de la viande vient du Pays Basque, les légumes et poissons d'Occitanie, avec une carte évolutive.

Expérience accessible et tendance Un menu midi abordable (23-24€), une offre flexible le soir (7-17€/plat), et des vins vivants (60 références).

- Papi adopte **une stratégie digitale minimalist**e mais impactante, avec une présence exclusive sur Instagram et **un feed soigné** mettant en valeur son offre.
- Son **positionnement hybride entre convivialité et gastronomie** attire une clientèle urbaine en quête de **produits authentiques** et **d'expériences autour du vin**.
- Sa différenciation repose sur **une cuisine saisonnière, un sourcing local rigoureux** et **une sélection pointue de vins naturels**, au cœur de l'expérience proposée.

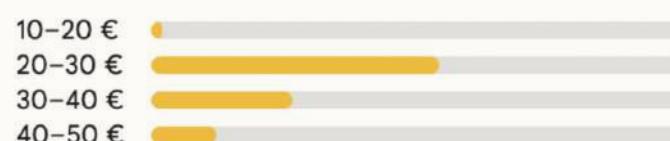
Cible / Prix

Les clients recherchent une expérience culinaire de qualité, avec une spécialisation sur les vins vivants et une atmosphère gastro-conviviale. Ils sont attirés par la recherche d'une expérience unique et esthétique.

Critères	Informations
Âge moyen	30-60 ans
Addition moyenne	32€
Budget estimé	25€ à 40€
Prix moyen / Menu midi	Entrée, plat, dessert : 21€
Prix moyen / Menu soir	Assiettes à partager : 12€
Vin (verre)	À partir de 6€

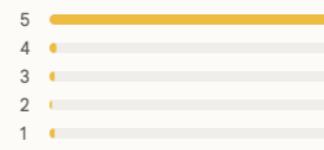
Entretien avec Léon Bonnet - Google Avis - 2025

 **20-30 € par personne**
Communiqué par 66 personnes



Google Avis - 2025

4,9 ★★★★★ (123)  • 20-30 €
Restaurant • 



Annexe 14

Annexe 17-18

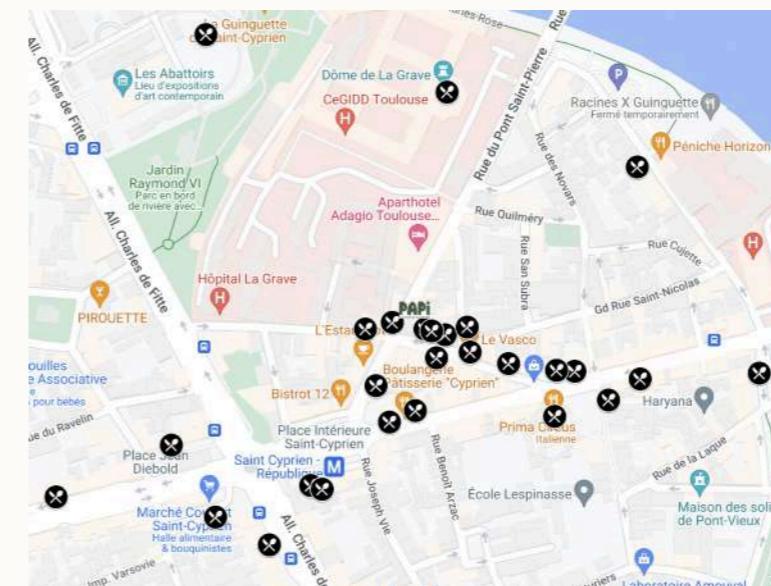
Offre / Menu

Avis Google

ANALYSE DU SECTEUR GÉOGRAPHIQUE

Quartier dynamique avec une forte concurrence.

L'analyse de l'emplacement géographique permet d'évaluer l'attractivité du quartier, son potentiel commercial et son impact sur la fréquentation du restaurant. En étudiant le dynamisme local, la concurrence et le profil de la clientèle, cette analyse aide à adapter l'offre et la stratégie de communication pour optimiser la visibilité de l'établissement.



Restaurants quartier Saint Cyprien - Outil mapping - Google



- Un quartier bien **desservi par les transports en commun** (métro ligne A - station Saint-Cyprien-République, plusieurs lignes de bus).
- Il est **connu pour son offre gastronomique variée**, allant des brasseries traditionnelles aux restaurants spécialisés en cuisine internationale.
- **Plusieurs restaurants de gamme similaire**, comme Chez Loustic, qui proposent une cuisine française ou locale dans une gamme de prix moyenne (20-30€).
- **Un quartier animé**, fréquenté par des jeunes actifs, des familles et des touristes, ce qui favorise une clientèle diversifiée.

Accessibilité	Informations
Métro	Ligne A – Station Saint-Cyprien République
Tramway	Lignes T1 et T2 – Station Fer à Cheval
Bus	Lignes L2, L3, 14, 34, 67, Navette Stadium
Train (TER)	Ligne C – Gare Toulouse-Saint-Cyprien-Arènes
Parking Saint-Cyprien	399 places – 8 PMR – 4 vélos – 7 deux-roues
Parking Arènes	605 places

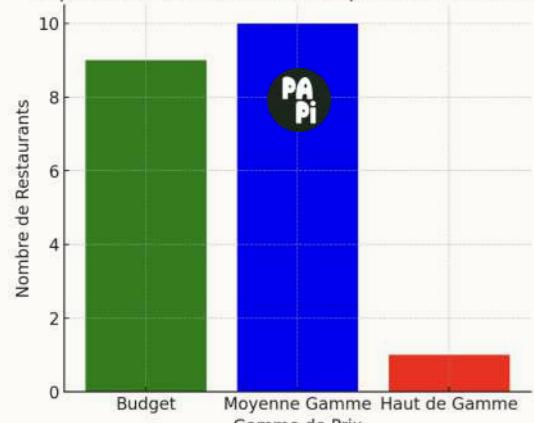
BENCHMARK QUANTITATIF

Un positionnement - Bistro et Vins

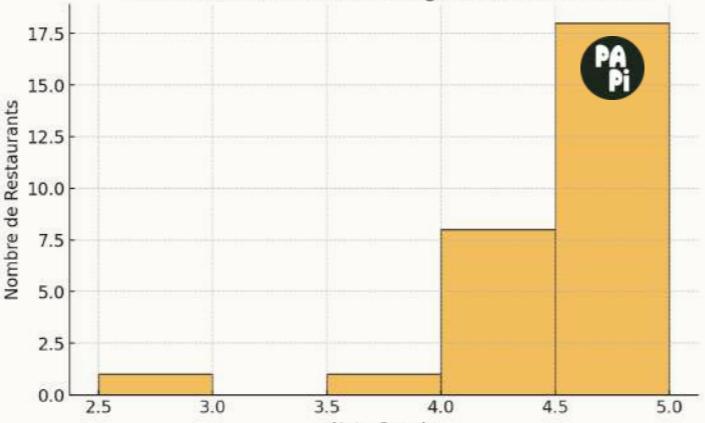
Nom du Restaurant	Type de Cuisine	Adresse	Tarification	Note Google	Cible	Gamme de Prix	Commentaires
Le Court Circuit	Restaurant	4 Rue Reclusane, Toulouse	30-40 €	4,9/5	Haute gastronomie	Haut de Gamme	Très haute qualité, excellent service
Papi - Cantine de Quartier	Français	9 Rue du Pont Saint-Pierre, Toulouse	20-30 €	4,9/5	Bistro / Vins / Cuisine locale	Moyenne Gamme	Service de qualité, bonne ambiance, convivial
La Topina	Restaurant	Arche centrale, 4 Pl. Bernard Lange, Toulouse	20-30 €	4,6/5	Restaurant familial	Moyenne Gamme	Très bon service, cadre agréable
Chez Louistic	Français	19 Rue Reclusane, Toulouse	20-30 €	4,8/5	Cuisine française simple / chic	Moyenne Gamme	Simple et délicieux
Restaurant l'Hémicycle	Français	Jardin Raymond VI, 76 All. Charles de Fitte, Toulouse	20-30 €	4,4/5	Restaurant français / Familial	Moyenne Gamme	Cuisine de saison maison, service chaleureux.
Café Luce	Restaurant	8 Pl. de l'Esrapade, Toulouse	20-30 €	4,4/5	Cliéntèle décontractée	Moyenne Gamme	Service rapide, bonne qualité
Prima Circus	Italienne	3 Pl. Olivier, Toulouse	20-30 €	4,7/5	Amateurs de cuisine italienne	Moyenne Gamme	Cuisine italienne raffinée
La Rosa Negra "Côté Saint-Cyprien"	Viande	5 Pl. Jean Diebold, Toulouse	20-30 €	4,8/5	Spécialités de viande	Moyenne Gamme	Cuisine centrée sur les viandes
Mayumi	Japonaise	57 Rue de la République, Toulouse	20-30 €	4,8/5	Amateurs de sushis	Moyenne Gamme	Cuisine japonaise raffinée
Le Rond de Serviette	Restaurant	14 Pl. Olivier, Toulouse	20-30 €	4,4/5	Cuisine du Sud-Ouest	Moyenne Gamme	Plats typiques du Sud-Ouest
L'Atelier du Pêcheur	Fruits de mer	6 Pl. Lagrange, Toulouse	20-30 €	4,7/5	Fruits de mer raffinés	Moyenne Gamme	Spécialités de fruits de mer
KASHMIR	Indienne	2 Pl. de l'Esrapade, Toulouse	20-30 €	4,2/5	Cuisine indienne	Moyenne Gamme	Cuisine indienne & terrasse
Restaurant Le Mayombe	Africaine	26 Rue de la République, Toulouse	20-30 €	4,5/5	Cuisine africaine	Moyenne Gamme	Savoureuses africaines et côte dansante
Reflets Toulouse	Restaurant	27/29 Rue Charles Viguierie, Toulouse	20-30 €	5,0/5	Cuisine moderne	Moyenne Gamme	Cuisine raffinée et moderne
Les Chimères	Aveyronnais	1 Pl. Intérieure Saint-Cyprien, Toulouse	20-30 €	4,2/5	Spécialités régionales	Moyenne Gamme	Simple, spécialités aveyronnaises
L'Extrapade	Tapas	6 Pl. de l'Esrapade, Toulouse	20-30 €	4,2/5	Clients tapas & vins	Moyenne Gamme	Ambiance tapas & bar à vins
Le Bistrot Des Halles	Bistro	17 Pl. Roguet, Toulouse	20-30 €	4,4/5	Amateurs de bistro	Moyenne Gamme	Plats de bistro classiques
Au Coeur de Tunis St Cyprien	Tunisien	32 All. Charles de Fitte, Toulouse	10-20 €	4,7/5	Cuisine tunisienne	Budget	Cuisine et ambiance chaleureuse
Solaneko	Salon de thé	9 Rue Reclusane, Toulouse	10-20 €	4,7/5	Cantine japonaise	Budget	Cadre cosy, spécialité japonaise
The Fusion Bar & Bistrot	Népalais	53 Rue de la République, Toulouse	10-20 €	5,0/5	Cuisine népalaise	Budget	Fusion népalaise de qualité
Le Ptit Louis	Coréenne	32 Rue de la République, Toulouse	10-20 €	4,9/5	Cuisine coréenne rapide	Budget	Plats rapides et délicieux
SUPERETTE	Hamburger	7 Pl. de l'Esrapade, Toulouse	10-20 €	4,6/5	Fast food & hamburgers	Budget	Fast food de qualité
o'Vok	Restaurant asiatique	44 All. Charles de Fitte, Toulouse	10-20 €	4,6/5	Cuisine asiatique	Budget	Cuisine asiatique variée
ATLAS KEBAB	Kebab	50 Rue de la République, Toulouse	1-10 €	4,0/5	Kebab & restauration rapide	Budget	Sandwich délicieux, pain huilé et épice
Grec And Co	Kebab	36 Rue de la République, Toulouse	1-10 €	4,8/5	Kebab & rapide	Budget	Sandwichs excellents et hygiène parfaite
Le Big Halal	Kebab	10 Pl. Intérieure Saint-Cyprien, Toulouse	1-10 €	3,6/5	Kebab & restauration rapide	Budget	Sandwich de qualité mais service à améliorer
Coffee Bagels	Restaurant	7 Pl. Intérieure Saint-Cyprien, Toulouse	1-10 €	2,9/5	Sandwich & bagels	Budget	Sandwichs au menu, ambiance pas top
Amine Kebab	Kebab	5 Rue du Pont Saint-Pierre, Toulouse	1-10 €	4,3/5	Kebab & rapide	Budget	Sandwichs de qualité, bien fournis et abordables
Bistrot 12	Brasserie	12 Pl. Intérieure Saint-Cyprien, Toulouse	10-20 €	4,2/5	Déjeuner rapide, jeans	Budget	Cuisine simple, rapide
Le Vasco	Bar & Restaurant	1 Pl. de l'Esrapade, Toulouse	10-20 €	4,2/5	Tapas & cuisine simple	Budget	Terrasse agréable, ambiance décontractée

Apperçu marché de la restauration - Quarter Saint Cyprien

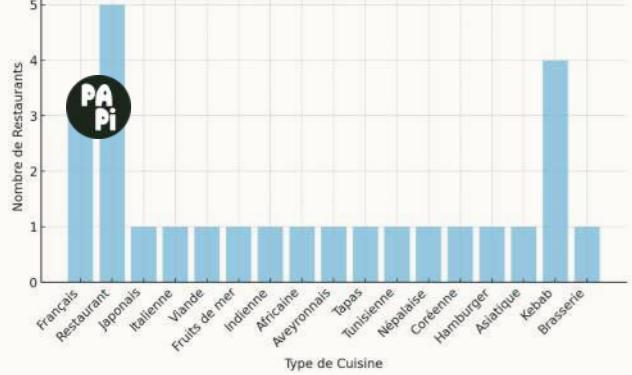
Répartition des Restaurants par Gamme de Prix



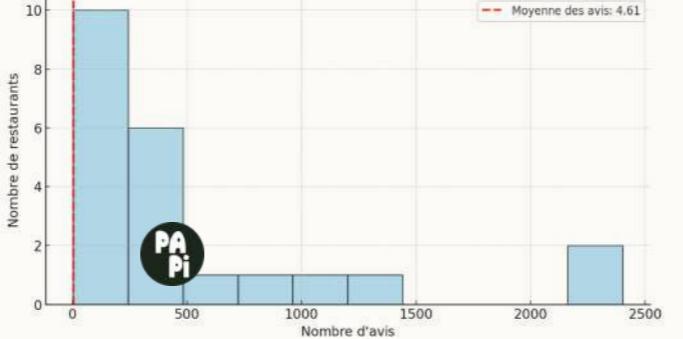
Distribution des Notes Google des Restaurants



Répartition des Restaurants par Type de Cuisine



Répartition du nombre d'avis des restaurants à Saint-Cyprien



Un restaurant ancré dans son quartier Le restaurant Papi appartient à la tranche de prix la plus représentée dans le quartier Saint-Cyprien, avec une gamme moyenne de 20 à 30 € par personne. Toutefois, il se distingue par son cadre intimiste, son engagement envers une cuisine locale et maison, ainsi que par sa sélection de vins soignée.

Une excellente réputation Classé parmi les mieux notés du secteur, il affiche une excellente note de 4,9 sur 123 avis, témoignant d'un très bon rapport entre la qualité perçue et les évaluations des clients. Un gage de confiance pour les potentiels visiteurs.

Un environnement concurrentiel Il convient de souligner que le secteur compte un grand nombre d'établissements bien notés : 25 d'entre eux obtiennent une note comprise entre 4 et 5 sur Google. Cet environnement dynamique favorise l'implantation et l'attractivité des restaurants. Par ailleurs, la restauration dite classique est bien représentée dans la zone, avec huit établissements, dont trois spécialisés dans la cuisine française.

Une identité forte et différenciante Papi a donc tout intérêt à se démarquer grâce à une identité graphique distinctive, oscillant entre tradition et modernité, propre au concept du néo-bistrot. Il propose une cuisine de type "restaurant de quartier", qui séduit par son engagement, la qualité de ses produits locaux et son approche contemporaine. Son dressage soigné et son cadre intimiste renforcent cette identité.

Un emplacement qui peut poser un défi Situé rue du Pont Saint-Pierre, légèrement excentré par rapport au cœur du quartier, le restaurant bénéficie à la fois d'un atout et d'un défi en matière de visibilité. Malgré une forte concurrence dans le secteur, Papi mise sur ses particularités pour attirer et fidéliser une clientèle en quête d'authenticité et de modernité.

- Papi se démarque par son **ambiance chaleureuse**, sa **cuisine faite maison** et son **offre de vins soignée**, obtenant une excellente appréciation avec **une note de 4,9 sur 123 avis**.

- Le secteur de Saint-Cyprien regroupe de **nombreux établissements bien évalués**, créant **un environnement compétitif** où chaque restaurant doit affirmer sa singularité.
- Situé en retrait des zones les plus fréquentées, **Papi doit redoubler d'efforts pour capter l'attention** et construire une clientèle fidèle.



BENCHMARK QUALITATIF

Une opportunité d'affirmer son identité sur le web

Analyse comparative des sites web des concurrents

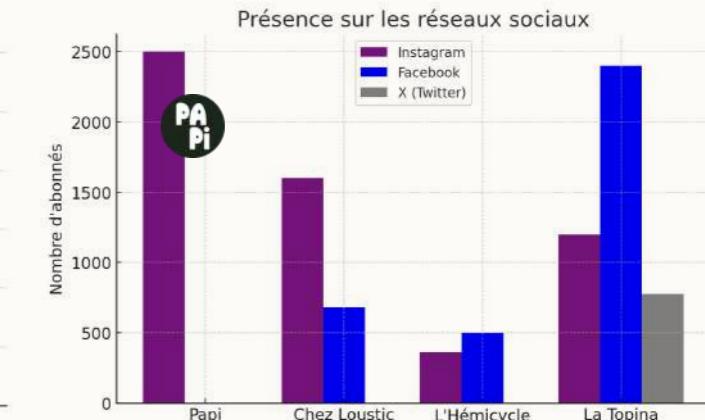
Ce tableau synthétique met en évidence les forces et faiblesses des sites web concurrents directs, en comparant leur ergonomie, navigation, référencement et fonctionnalités clés. Il permet d'identifier les bonnes pratiques et les axes d'amélioration pour une présence en ligne optimale.

Critères	Chez Loustic	L'Hémicycle	La Topina
Type de cuisine	Bistronomique Cantine de quartier	Restaurant Salon de thé	Café Restaurant Culturel
Gamme de prix	20-30€		
Réseaux Sociaux	Instagram (1,6K), Facebook (680)	Instagram (360), Facebook (500)	Instagram (1,2K), Facebook (2,4K), X (775)
Charte Graphique	Identité forte, charte végétale appliquée	Logo mais identité peu marquée	Logo, identité artistique sans charte claire
Référencement	Très bon, premier en recherche	Moyen, nécessite "Toulouse" ou "restaurant"	Très bon, premier en recherche
Nombre de Pages	1 (navigation fluide, réservation en ligne)	6 (structure confuse, erreurs 404)	3 (beaucoup de texte, peu interactif)
Page d'Accueil	Photo + logo, accès rapide aux rubriques	Design peu efficace, menu peu visible	Texte et image, accès aux réseaux sociaux
Navigation	Intuitive et efficace	Problèmes de navigation (erreurs 404)	Peu optimisée, manque d'interactivité
Menu	6 sections, non déroulant, bien structuré	4 sections, déroulant mais peu accessible	7 sections, détaillé mais désorganisé
Contact	Infos complètes + Google Maps interactif	Page contact en erreur 404	Contact complet + newsletter
Réservation en Ligne	Oui	Non	
Responsivité Mobile	Bonne adaptation mobile	Correcte, meilleure que la version PC	Mauvaise, trop de texte, peu ergonomique
Temps de chargement	Rapide	Moyen	Lent, pages lourdes
Interactivité	Forte (réservation, pop-up cadeau, réseaux sociaux)	Moyenne (site informatif, peu d'éléments interactifs)	Faible (beaucoup de texte, peu interactif)

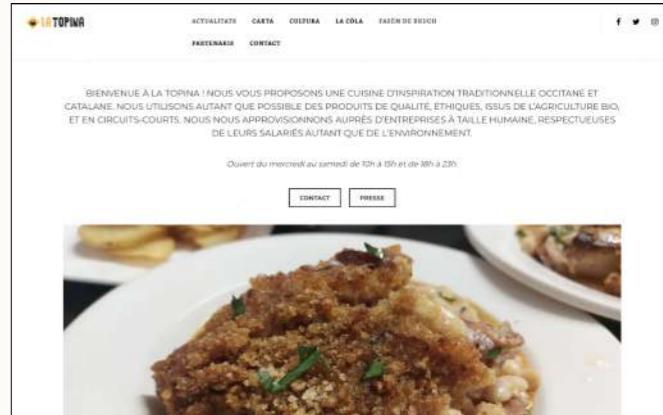
Synthèse - Comparatif sites web - Restaurants

Annexe 21

Comparatif site web - complet



Page d'accueil - [L'hémicycle](#)



Page d'accueil - [La topina](#)

Chez Loustic : Une inspiration intéressante

Simple et efficace Navigation claire et intuitive.

Esthétiquement soigné Identité graphique bien intégrée.

Mobile-friendly Design adapté aux smartphones.

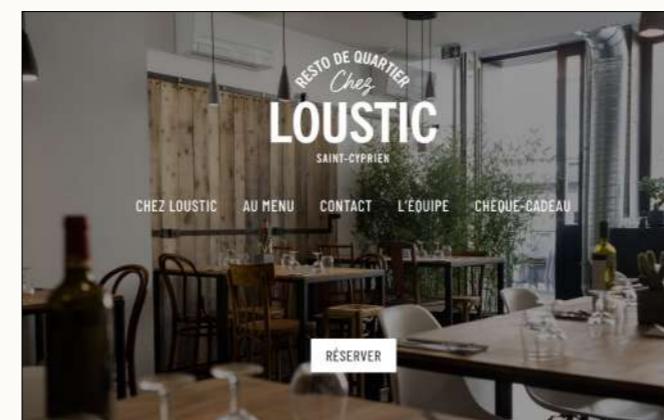
Accessibilité rapide Menu et contacts visibles dès l'arrivée sur le site.

Certaines améliorations doivent être apportées pour mieux répondre à vos besoins

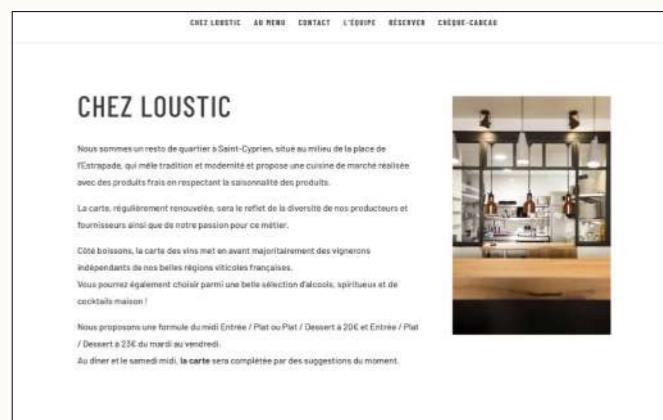
Manque d'informations sur l'origine des produits et la démarche du restaurant.

Absence d'une page supplémentaire pour mettre en avant l'engagement local.

Pas de réservation en ligne.



Page d'accueil - [Chez Loustic](#)



CHEZ LOUSTIC

Nous sommes un resto de quartier à Saint-Cyprien, situé au milieu de la place de l'strapade, qui mêle tradition et modernité et propose une cuisine de marché réalisée avec des produits frais en respectant la saisonnalité des produits.

La carte, régulièrement renouvelée, sera le reflet de la diversité de nos producteurs et fournisseurs ainsi que de notre passion pour ce métier.

Côte boissons, la carte des vins met en avant majoritairement des vignerons indépendants de nos belles régions viticoles françaises.

Vous pourrez également choisir parmi une belle sélection d'alcools, spiritueux et de cocktails maison !

Nous proposons une formule du midi Entrée / Plat ou Plat / Dessert à 20€ et Entrée / Plat / Dessert à 23€ du mardi au vendredi.

Au dîner et le samedi midi, la carte sera complétée par des suggestions du moment.

Recommandations pour votre site web

Dans le cadre du développement digital du restaurant Papi, il est recommandé de concevoir un site web qui reflète l'identité du lieu, en mettant en avant sa philosophie, **son menu et son engagement pour les circuits courts**. Inspiré par l'efficacité du site Chez Loustic, ce site devra être **minimaliste, ergonomique et visuellement impactant**, avec deux pages principales pour une navigation rapide et intuitive.

Objectifs

- **Simplicité** inspirée du site de Chez Loustic (1 à 2 pages maximum).
- **Navigation claire et rapide** pour une expérience utilisateur fluide.
- **Valorisation du marché local** (produits, fournisseurs, circuits courts, vins) pour renforcer l'identité du restaurant et la relation client.
- **Optimisation de la fidélisation** en mettant en avant la transparence et l'engagement local.
- **Collecte d'informations analytiques sur le trafic :**
 - Nombre de visites
 - Taux de rebond
 - Consultation de la page "Nos Produits Locaux"

Idée de sections

Concept - Présentation rapide de l'ambiance et de la philosophie du restaurant.

Menu - Midi, Soir, Boissons

Duo - Mise en avant des fondateurs et de leur vision culinaire.

Lieu - Aperçu immersif du restaurant avec Google Maps interactif.

Nos Produits Locaux

Expérience Utilisateur et Fonctionnalités Recommandées

Menu de navigation fixe pour faciliter l'accès aux sections.

Effet de scroll intelligent : Le header évolue pour simplifier la navigation.

Ergonomie fluide avec peu d'interactions nécessaires pour accéder aux informations.

Autonomie pour les mises à jour : un outil permettant de modifier le menu facilement.

Lien Instagram visible dans le header, pour renforcer la communication digitale.

FOCUS SUR LE MARCHÉ LOCAL

Comprendre le concept initial et les opportunités

Projet de restaurant – Valorisation des produits locaux et du circuit court

Ce projet de restaurant indépendant, porté par deux amis passionnés, repose sur des valeurs fortes : convivialité, ancrage territorial et cuisine locale. Il privilégie une approche de circuit court, en travaillant avec des producteurs et artisans d'Occitanie pour proposer une cuisine authentique et de saison. Sans filiale ni succursale, l'établissement mise sur une relation directe avec ses fournisseurs, garantissant la fraîcheur des produits et une transparence totale sur leur provenance.

Mise en avant du terroir et des producteurs locaux

L'identité du restaurant s'ancre dans son territoire grâce à une sélection rigoureuse de produits régionaux et de saison. L'objectif est de valoriser les fournisseurs locaux, de raconter leur histoire et d'expliquer leur impact sur la qualité des plats.

Les engagements du restaurant

Producteurs régionaux exclusivement.

Proposer une carte évolutive et saisonnière.

Sensibiliser à l'importance du circuit court.

Visibilité et référencement local (SEO)

Utilisation de mots-clés liés aux produits locaux et aux saisons pour renforcer la visibilité du restaurant en ligne.

Création de liens retours (backlinks) en partenariat avec d'autres acteurs du territoire.

Collaboration avec les producteurs pour mutualiser la communication et attirer une clientèle engagée.

Les produits phares à valoriser

くだらぬ Fruits et légumes : Melon du Quercy, Ail rose de Lautrec.

くだらぬ Viandes et volailles : Bœuf Gascon, Canard, Agneau des Pyrénées.

くだらぬ Poissons : Truite des Pyrénées (hiver uniquement).

くだらぬ Fromages : Roquefort, Pélardon des Cévennes.

くだらぬ Vins : Cahors, Gaillac, Fronton.

くだらぬ Son histoire et son lien avec la région.

くだらぬ Sa saisonnalité et ses modes de production.

くだらぬ Des conseils pour le cuisiner.

くだらぬ Les circuits courts pour l'acheter directement.

ANALYSE DE LA PAGE INSTAGRAM

Une expérience gourmande et une base solide intéressante de followers

Les stratégies de prospection et de fidélisation

Positionnement Le compte met en avant **un restaurant gastronomique** avec une cuisine raffinée, tout en intégrant **des valeurs de responsabilité écologique**. Il se veut aussi **un lieu de convivialité de quartier**, bien que l'utilisation du terme "cantine" puisse prêter à confusion, évoquant plutôt **une ambiance familiale** et informelle. Cependant, il s'agit davantage d'un restaurant gastro que d'une cantine traditionnelle.

Publications et activités La dernière publication remonte au 20 novembre 2024, avec un réel de présentation visant à attirer une clientèle ciblée. Depuis, aucun nouveau contenu n'a été ajouté, ni sous forme de publications ni de réels. Toutefois, la story à la une est actualisée régulièrement pour refléter **les mises à jour de la carte**, avec de nouveaux plats proposés **toutes les 4 semaines pour le déjeuner** et **toutes les 10 semaines pour le dîner**, garantissant ainsi une certaine dynamique malgré l'absence de publications récentes.

Objectifs Le compte cherche à offrir une expérience gastronomique unique, notamment autour de **la dégustation de vins**, tout en mettant l'accent sur **l'esthétique visuelle**. Le visuel des plats est travaillé, avec **des photos en gros plan, des dressages élégants et raffinés**, et une **mise en avant des verres** dans le feed Instagram pour attirer les amateurs de bonne cuisine et de belles expériences culinaires.

Ambiance et valeurs L'accent est mis sur **une expérience immersive**, où l'ambiance du lieu et **la qualité de la cuisine** se complètent pour offrir une expérience raffinée et mémorable à ses clients.

- Restaurant gastronomique **raffiné et engagé, alliant écologie et convivialité.**
- Activité Instagram **en veille depuis novembre 2024**, avec seules les stories mises à jour pour présenter la carte.
- Stratégie axée sur **l'esthétique**, valorisant **plats et vins** pour une expérience immersive et élégante.

En recherchant "Papi Restaurant" sur Instagram, trois établissements apparaissent : hors UE, à Londres et à Paris. Sur Google, la fiche Maps du restaurant toulousain est bien positionnée. Cependant, le nom Instagram "papi_tlse" complique la recherche autonome, réduisant la visibilité.



Interactions des posts Le restaurant a gagné en visibilité grâce à des partenariats, des tags clients et des partages par des médias locaux. Les publications les plus engageantes ont mis en avant la devanture, les plats et les verres à pied, renforçant l'attrait pour son esthétique et son expérience gastronomique.

Indicateurs de performance et stratégies multicanales

KPI - Chiffres clés - Mars 2025			
Publications : 15	Abonnés : 2 793	Abonnements : 117	

Publication	Détails	Interactions	Taux d'engagement
Photo de la devanture	Post classique	283	10,1 %
Focus plats ou verres à pied	Post classique	180	6,4 %
Partenariat réel avec LaFoodLocale	Recommandation	2 009 / 66,8K vues	—
Partenariat réel avec DoofMédia	Storytelling	463 / 37,7K vues	—
Tag création logo par la graphiste	Coulisses du logo	39	1,4 %
Moyenne des interactions	—	130	4,7 %

Le restaurant utilise Instagram principalement pour actualiser ses menus, mais en 2024, une réelle volonté d'élargir sa clientèle était perceptible à travers des partenariats et du contenu engageant. Aujourd'hui, avec une clientèle régulière, l'enjeu est de **mieux communiquer sur sa différenciation locale, sa cuisine maison et ses producteurs partenaires**. Pour cela, la création d'un site web apparaît comme un levier stratégique pour **diversifier les canaux de diffusion et améliorer le référencement**, notamment auprès des non-utilisateurs d'Instagram. Il serait également pertinent d'explorer l'usage d'un compte Facebook, facilitant la **publication multi-plateforme et permettant de toucher une cible plus âgée**. Un site web offrirait aussi un espace d'information stable, sans nécessiter une actualisation fréquente

- Renforcer la communication sur l'identité locale, la cuisine maison et les producteurs.
- Créer un site web et explorer Facebook pour élargir la visibilité.



RECHERCHE DE L'ÉTABLISSEMENT SUR LE WEB

Un nom idéal, des avis positifs et des correctifs à planifier

Google Search

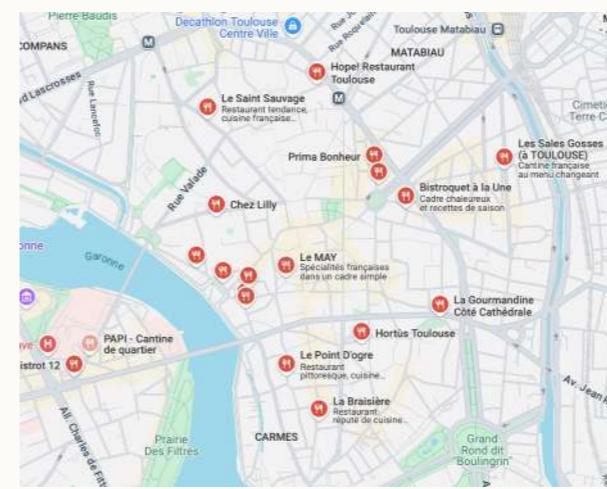
L'optimisation du référencement (SEO) est un enjeu clé pour assurer la visibilité d'un établissement sur le web. Cependant, Papi n'ayant pas encore de site web, une analyse SEO approfondie via des outils comme Google Search Console ou Semrush n'est pas possible en l'absence de nom de domaine propre. Néanmoins, il reste intéressant d'examiner l'ordre d'apparition des résultats sur Google (90 % des recherches) afin d'évaluer la manière dont les informations associées à Papi sont indexées et accessibles aux internautes.

Mots clés recherchés	Position	Freins prioritaires	Type de contenu
Papi Restaurant	1-4	https://www.papirestaurant.fr 6e	Restaurant Paris 9 ^e
Papi	Aucune mention Page 1 à 10	https://www.papirestaurant.fr 7e	Restaurant Paris 9 ^e
Chez Papi	1e	https://chezpapi-toulouse.eatbu.com/?lang=fr	Ancien resto snack dans le quartier du Mirail - Nom du restaurant Chez Papi
Papi Saint Cyprien	1e	/	/
Restaurant Toulouse Saint Cyprien	6 ^e	Fiche Google Maps - Chez Loustic 1e	Concurrent direct
Restaurant Bistro Toulouse	Dernière position Page 3	Positionnement mot clé "Bistro" non affilié au concept (Article presse ou référencements restaurants)	/
Restaurant Quarier Toulouse	1e	/	/

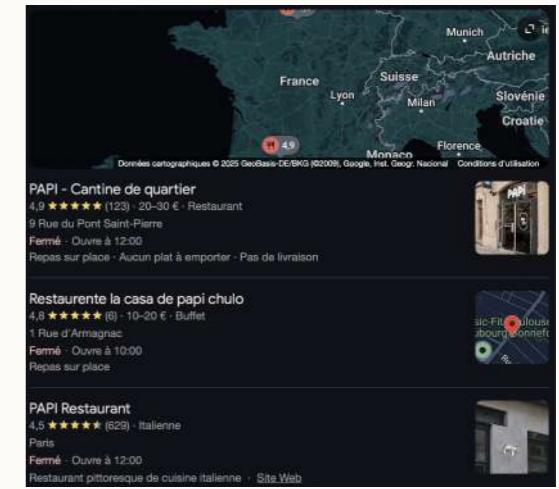
Guides gastronomiques et plateformes d'avis

Nom	Score	Nom	Score
Michelin	/	TripAdvisor	/
Gault & Millau	/	Google	4,9/5 123 avis
Restaurant Guru	4,9 106 avis	Yelp	/
Mapstr	5 213 avis	The Fork	/

Google Maps



Recherche "Restaurant Quartier Toulouse"



Recherche "Restaurant Papi"

Veille presse et médias

Description	Lien
Titre : Papi, le néobistrot toulousain qui réchauffe la rive gauche . Thème : Une adresse bistronomique incontournable à Toulouse, portée par une cuisine créative et des vins nature.	Fooding Google Page 1, 2^e
Titre : Papi, le nouveau repaire gourmand du quartier Saint-Cyprien. Thème : Un restaurant convivial où le partage est au cœur de l'expérience culinaire, avec une cuisine moderne et des produits locaux.	Actu Toulouse Google Page 1, 7^e
Titre : Papi, une cuisine de saison à partager au cœur de Toulouse. Thème : Un bistrot moderne mettant à l'honneur les produits frais et les vins naturels, dans une ambiance conviviale et intime.	Toulouse Tourisme Google Page 1, 9^e
Titre : Papi, le nouveau spot gastro-vino qui enchanterait Toulouse . Thème : Un restaurant convivial et raffiné, né de l'amitié de deux passionnés, où la gastronomie rencontre les vins vivants.	Le Bonbon Google Page 1, 10^e
Titre : Papi, le nouveau temple du gastro-vino qui séduit Toulouse . Thème : Une cuisine conviviale et raffinée, inspirée des repas d'antan, avec une belle sélection de vins nature au cœur du quartier Saint-Cyprien.	La dépêche Google Page 2, 1^e

- Renforcer la communication sur l'identité locale, la cuisine maison et les producteurs.
- Créer un site web et explorer Facebook pour élargir la visibilité.



Annexe 17-18

Avis Google

Annexe 19

Recherches populaires

Annexe 20

Mapping et SEO Google maps

RÉCAPITULATIF DE L'AUDIT 🔎

Les forces et faiblesse de Papi

Forces Vigilances Non souhaité par Papi Projet site web

Critères	Description	KPIs	Recommandations
Réputation Google	Analyse Actuelle	Note Google, Nombre d'avis	Encourager les avis clients via QR code / incitations
Positionnement Nom	"Cantine de quartier" vs cuisine gastro moyenne gamme	Notoriété de la marque	Clarifier la communication (site, bio Instagram)
Présence Google Maps	Très bonne, bien référencé localement	Classement dans les résultats, CTR	Maintenir et optimiser via avis et photos régulières
Présence Instagram	2 753 abonnés, mise en avant de l'expérience gastronomique	Abonnés, taux d'engagement	Augmenter la fréquence de posts, diversifier contenus
Engagement Instagram	Faible (dernière publication nov. 2024)	Taux d'interaction	Publier 1-2x/semaine, utiliser stories et réels
Actualisation carte	Uniquement en stories	Fréquence de mise à jour	Partager en feed et en stories
Fréquence de publication	Manque de régularité	Nombre de publications/mois	Fixer un calendrier éditorial
Taux de conversion clients	Bonne réputation mais trafic limité	Réservations/semaine, taux de remplissage	Stimuler la réservation via site web ou Instagram DM
Visibilité locale	Bonne sur Google Maps, mais façade peu visible	Taux de passage vs entrées	Améliorer la signalétique extérieure
Accessibilité	Quartier concurrentiel, peu de parking	Nombre de réservations / provenance clients	Travailler le bouche-à-oreille et les partenariats
Capacité d'accueil	20-25 couverts	Taux d'occupation moyen	Optimiser les créneaux de réservation
Services de livraison	Absence Uber Eats / Deliveroo	Nombre de commandes livraison	Tester un service de livraison indépendant
Stratégie digitale	Présence uniquement sur Instagram et Google Maps	Trafic site web, engagement social	Créer un site web Redirection instagram
Taux de fidélisation	Bonne satisfaction mais suivi limité	% de clients réguliers	Mettre en place une base clients (newsletter, offres)

Annexe 22

Mots clés - Tableau complet

SELECTION DES MOTS CLÉS 🔎

Analyse sémantique et identification du champs lexical

Déterminer une sélection de mots clés

Catégorie	Strucuration sémantique - Mots clés utilisés dans le contenu textuel du site
Type de restaurant	Cantine de quartier Toulouse, Restaurant à partager, Restaurant local Toulouse
Cuisine	Restaurant cuisine de saison Toulouse, Cuisine locale et vins Toulouse, Cuisine du moment, Cuisine de marché, Cuisine faite maison Toulouse, Cuisine toulousaine, Cuisine de produits locaux Toulouse, Plat de saison Toulouse
Vins	Restaurant vins naturels Toulouse, Belle sélection de vins, Vins bio Toulouse, Sélection de vins artisanaux, Vins bio et naturels Toulouse, Vin d'exception, Vins du terroir, Vins de producteurs locaux, Vins sélectionnés Toulouse
Ambiance	Restaurant ambiance chaleureuse Toulouse, Quartier Saint-Cyprien, Ambiance conviviale, Atmosphère familiale, Lieu chaleureux Toulouse
Proximité	Restaurant quartier Saint-Cyprien, Restaurant Saint-Cyprien centre, Restaurant accessible en transport Toulouse
Caractéristiques spécifiques	Restaurant fait maison Toulouse, Cuisine innovante Toulouse, Restaurant écoresponsable Toulouse, Restaurant créatif Toulouse, Concept culinaire original Toulouse
Nouveautés et tendances	Nouveau restaurant Saint-Cyprien Toulouse
Qualité des produits	Produits frais, Assiettes à partager, Cuisine de saison, Cuisine du moment, Produits locaux, Gastronomie locale, Plats faits maison, Produits de producteurs locaux, Cuisine du marché, Qualité des produits Toulouse, Cuisine de terroir, Produits fermiers Toulouse, Fraîcheur des produits Toulouse, Saveurs locales Toulouse, Produits bio Toulouse

Identifier des longues traines

Catégorie	Strucuration sémantique - Dimension performative et ciblée des recherches
Type de restaurant	Où manger un bon os à moelle à Toulouse, <i>Restaurant convivial avec cuisine locale Toulouse</i> , Bistrot cosy et cuisine de saison Toulouse, Restaurant convivial Toulouse
Cuisine	<i>Restaurant cuisine raffinée et vins naturels Toulouse</i> , <i>Restaurant plats originaux et vins naturels Toulouse</i> , Où manger une cuisine du moment à Toulouse,
Vins	Restaurant vins naturels Toulouse, <i>Vins naturels et cuisine locale Toulouse</i> , Sélection de vins naturels Toulouse
Ambiance	<i>Bistrot cosy et cuisine de saison Toulouse</i> , Restaurant convivial Toulouse, Ambiance chaleureuse Toulouse, <i>Lieu convivial à Toulouse pour dîner</i>
Proximité	<i>Restaurant à Toulouse centre</i> , <i>Bistrot moderne Toulouse</i> , <i>Restaurant Saint-Cyprien Toulouse</i> , Restaurant près de moi Toulouse
Caractéristiques spécifiques	<i>Restaurant plats originaux et vins naturels Toulouse</i> , Restaurant cuisine raffinée Toulouse, Cuisine du moment Toulouse, <i>Restaurant avec produits frais Toulouse</i>
Nouveautés et tendances	Adresse incontournable pour un dîner gourmand à Toulouse, Restaurant en vogue Toulouse, <i>Nouveau restaurant Saint-Cyprien Toulouse</i> .
Qualité des produits	<i>Bistrot moderne avec produits frais Toulouse</i> , Cuisine du moment Toulouse, <i>Produits frais et cuisine de saison Toulouse</i> , <i>Plats faits maison à Toulouse</i>

NOM DE DOMAINE

Une opportunité à saisir

Le domaine **Restaurantpapi.fr** est le choix optimal, offrant un nom court, mémorisable et directement en lien avec l'identité du restaurant, ce qui est idéal pour le référencement SEO. Il y a cependant un léger risque que les utilisateurs inversent l'ordre des mots ("papi restaurant") lors de la recherche. De plus, étant très proche d'un restaurant parisien avec un nom similaire, il pourrait y avoir des confusions, bien que l'ajout de "Toulouse" dans les recherches résolve cette problématique.

Papitoulouserestaurant.fr est aussi une option valable. Il mentionne clairement "Toulouse", ce qui permet d'éviter la confusion avec Paris. Cependant, le nom est long, ce qui le rend moins mémorisable et moins efficace en termes de SEO.

Papirestauranttoulouse.fr est une option qui précise bien l'emplacement, mais le double "t" dans "restaurattoulouse" pourrait nuire à la lisibilité et rendre le domaine difficile à taper. Il manque de fluidité et pourrait poser des problèmes d'ergonomie.

Papitoulouse.fr est court et directement lié à la localité, mais il existe un risque de confusion avec l'ancien site "Chezpapitoulouse.fr", même si ce dernier est inactif. Cela pourrait entraîner des erreurs dans les recherches locales.

Papi3l.fr est une option simple et liée au département de Toulouse, mais il manque de contexte sur l'activité, ce qui le rend moins spécifique et moins pertinent pour un restaurant. C'est une option trop générique.

Enfin, **Papi-restaurant.fr** est disponible, mais il présente des risques de confusion avec "Papirestaurant.fr" (restaurant Paris 9^e identifier dans les recherches Google). La différence n'est que dans l'ajout du tiret, ce qui peut prêter à confusion visuellement et réduire la mémorisation du nom.

À Reserver en priorité - Éviter les erreurs et le cybersquatting

Tout les noms de domaines ci-dessous sont disponibles, nous vous conseillons de reserver ceux selectionnés

Choix 1

restaurantpapi.fr, restaurant-papi.fr, restaurant_papi.fr, restuarantpapi.fr, restaurentpapi.fr, restaurapapi.fr, restaurantpapi.fr, restaurapapi.fr, restau_rantpapi.fr, restaurapapi.fr, restauranteppapi.fr, restaurant_papi.fr, resto_papi.fr, restauranteppapi.fr, rest_aurantpapi.fr, restauran_papi.fr, restaur_papi.fr, res_taurantpapi.fr, restauran_papi.fr, restau_papi.fr, rest_papi.fr

Choix 2

Papitoulouse.fr, papi-toulouse.fr, papi_toulouse.fr, papi3l.fr papitou_louse.fr, papitoulou.se.fr, papi-toulou.se.fr, **papi-toulouse3l.fr, papitoulouse3l.fr**, papitoulou.se3l.fr, papitoulouse-restaurant.fr, papi_toulou.se.fr, papitoulouse_restaurant.fr, papi_toulouse_3l.fr, papi_toulouse_r.fr, papitoulous.fr, papi_toulouse_resto.fr

STRUCTURATION DU SITE WEB

Analyse sémantique et identification du champs lexical

Charte graphique utilisée

Vectorisation du logo - Variante en fonction des couleurs de la charte



#112919 #FCFBF8 #C8B8A8

Utilisation des iconographies réalisée par le restaurants



Page d'accueil

Version 1

Contenu textuel - Page accueil

CONCEPT

Bienvenue chez Papi, une cantine de quartier située dans le quartier St Cyprien à deux pas du Dôme de la Grave. Chez nous vous retrouverez une cuisine du moment faite de produits frais acheminés quotidiennement par nos producteurs locaux.

Au-delà d'une simple promesse, la localité et la saisonnalité de nos mets sont au cœur de notre réflexion pour concocter des menus tant originaux que locaux. Côté boissons, nous avons tout ce qu'il faut pour parfaire votre expérience culinaire en notre compagnie.

Ici, pour accompagner une cuisine à la fois simple et élaborée, nous mettons à votre disposition les vins les plus fins et les bières les plus goûteuses de la région et du Sud-Ouest.

CONTACT

9 Rue du Pont Saint-Pierre, 31300 Toulouse

Horaires

Lundi : 19h30 à 21h30

Mardi au vendredi : 12h à 14h et 19h30 à 21h30

Arrêt St Cyprien-République

Ligne A (métro) / Ligne 13 et L14 (bus)

Instagram : papi_tlse

0610185678

MENU

La saisonnalité étant au cœur de notre démarche !
Ici pas de carte permanente.

Chaque semaine le menu est adapté au gré des arrivages et de nos envies.

Formule du mardi au vendredi

Entrée / Plat ou Plat / Dessert - 21 euros

Entrée / Plat / Dessert - 24 euros

Plat seul - 17 euros

100% local : L'authenticité de nos terroirs

Chez Papi nous croyons que la meilleure cuisine naît du respect du produit. En privilégiant des circuits courts, nous construisons des partenariats solides avec nos fournisseurs locaux qui garantissent fraîcheur, qualité et amour à chaque assiette servie. Découvrez nos produits phares qui incarnent l'excellence du Sud-Ouest.

Boudin noir de Bigorre

Issu d'une tradition culinaire dans les Hautes-Pyrénées, notre boudin noir de Bigorre est issu d'un élevage respectueux des valeurs paysannes. Venez le déguster accompagné des légumes de saison.

PROFIL

La cuisine a toujours été une évidence pour moi. Après mes premières expériences en apprentissage dans des restaurants toulousains, notamment au Bacàro, j'ai appris le métier sur le terrain, en gravissant les échelons petit à petit. Travailler aux côtés de chefs expérimentés m'a permis d'affiner ma technique et de développer mon propre style, inspiré des saveurs du Sud-Ouest.

Aujourd'hui, à 26 ans, j'ai réalisé mon rêve : ouvrir mon propre restaurant avec mon ami Léon Bonnet. Ici, je propose une cuisine sincère et gourmande, qui met en valeur les producteurs locaux et le terroir toulousain.

Chaque service est un défi, mais aussi une immense satisfaction : voir les clients se régaler est la plus belle des récompenses. L'aventure ne fait que commencer, et je compte bien faire évoluer ma cuisine tout en restant fidèle à ma vision : partager du plaisir dans l'assiette

Benoit Durieux,

Lentilles du Lot-et-Garonne

Cultivées dans les terres fertiles du Lot-et-Garonne, nos lentilles au goût et à la texture riche font la fierté de notre cuisine. Vous les retrouverez dans vos assiettes entre septembre et décembre, là où leur saveur se révèle.

La bonite de Saint-Jean-de-Luz

Pêchée dans les eaux du Pays basque, la bonite de Saint-Jean-de-Luz apporte une fraîcheur et une saveur iodée à notre carte. Elle est le reflet du lien fort qui unit l'Occitanie et la pêche.

Butternut

Récolté dans les sols riches du Tarn-et-Garonne, notre butternut se distingue par sa douceur et sa saveur subtile, parfaite pour sublimer nos viandes ou à déguster en pièce maîtresse de nos soupes en entrée.

Et pour la soif ?

Parmi notre cinquantaine de références en cave, le Château Colombière est un vin d'exception. Il incarne la finesse de notre terroir. Ce millésime se distingue par une robe élégante et des arômes subtils de fruits rouges rehaussés de touches épicées. En bouche, sa texture harmonieuse et ses tanins souples en font le compagnon idéal pour sublimer une viande rouge.

Header et footer

Header



Redirection

Sections

Menu

Ligne de flotaison

Contenu - Page d'accueil

Footer



Doublon

Annexe 24

Squelette Affinity

Annexe 25

Illustration - Idée persona

Réservez
Régalez vous

Marché local
Savoureux !

CONCEPT

CARTE

NOTRE DUO

LE QUARTIER

MARCHÉ LOCAL

les viandes

Les fruits
Légumes

les vins

les viandes

Les fruits
Légumes

les vins

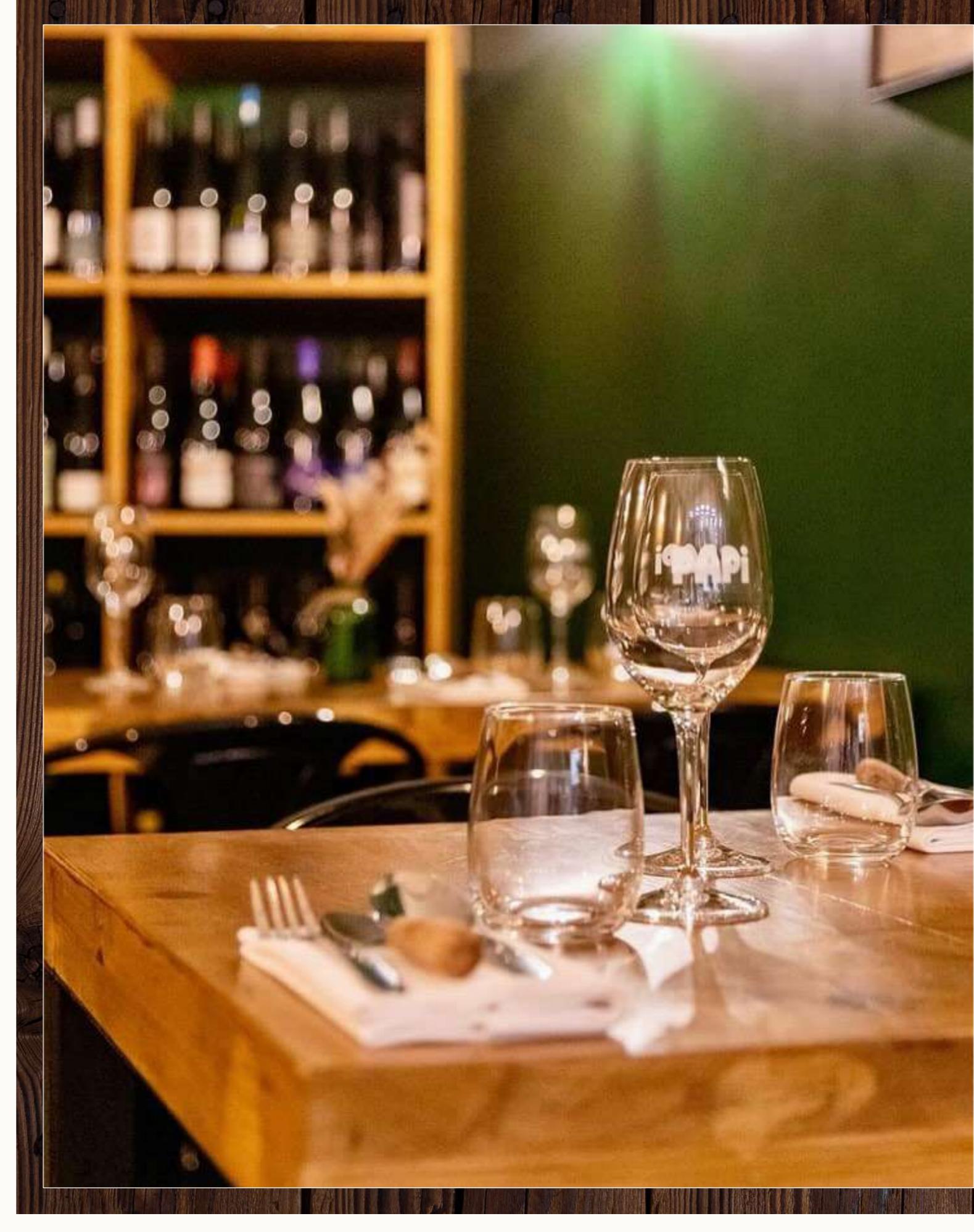
CONCEPT

Bienvenue chez Papi, une cantine de quartier située dans le quartier St Cyprien à deux pas du Dôme de la Grave. Chez nous vous retrouverez une cuisine du moment faite de produits frais acheminés quotidiennement par nos producteurs locaux.

Au-delà d'une simple promesse, la localité et la saisonnalité de nos mets sont au cœur de notre réflexion pour concocter des menus tant originaux que locaux. Côté boissons, nous avons tout ce qu'il faut pour parfaire votre expérience culinaire en notre compagnie.

Ici, pour accompagner une cuisine à la fois simple et élaborée, nous mettons à votre disposition les vins les plus fins et les bières les plus goûteuses de la région et du Sud-Ouest.

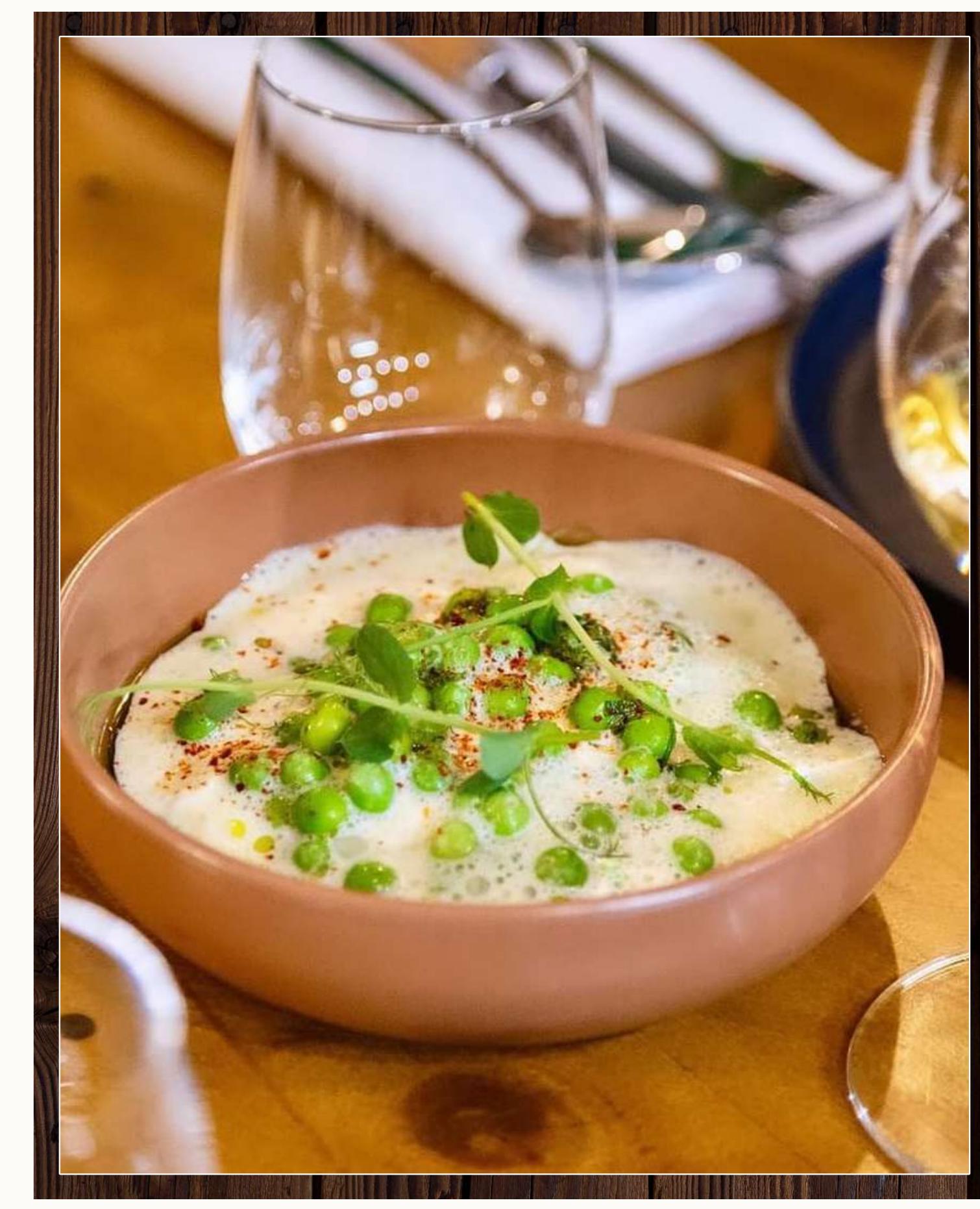
« De l'assiette au verre chez Papi c'est le local qui règne »



100% LOCAL

En privilégiant des circuits courts, nous construisons des partenariats solides avec nos fournisseurs locaux qui garantissent fraîcheur, qualité et amour à chaque assiette servie. Découvrez nos produits phares qui incarnent l'excellence du Sud-Ouest.

“Chez Papi nous croyons que la meilleure cuisine naît du respect du produit”



LES PRODUITS

Boudin noir de Bigorre

Issu d'une tradition culinaire dans les Hautes-Pyrénées, notre boudin noir de Bigorre est issu d'un élevage respectueux des valeurs paysannes. Venez le déguster accompagné des légumes de saison.



Lentilles du Lot-et-Garonne

Cultivées dans les terres fertiles du Lot-et-Garonne, nos lentilles au goût et à la texture riche font la fierté de notre cuisine. Vous les retrouverez dans vos assiettes entre septembre et décembre, là où leur saveur se révèle.



La bonite de Saint-Jean-de-Luz

Pêchée dans les eaux du Pays basque, la bonite de Saint-Jean-de-Luz apporte une fraîcheur et une saveur iodée à notre carte. Elle est le reflet du lien fort qui unit l'Occitanie et la pêche.



Butternut

Recolté dans les sols riches du Tarn-et-Garonne, notre butternut se distingue par sa douceur et sa saveur subtile, parfaite pour sublimer nos viandes ou à déguster en pièce maîtresse de nos soupes en entrée.

NOTRE DUO

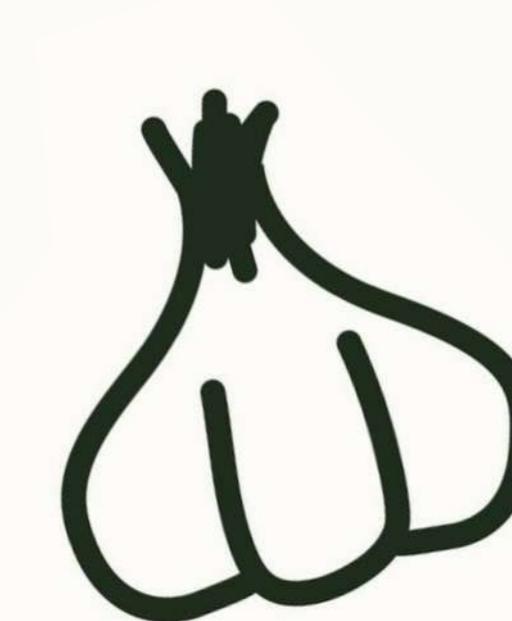
Amis de longue date et toulousains de naissance, rien n'était plus naturel pour nous que de lancer notre première affaire dans notre quartier de résidence et de cœur, St Cyprien.

La cuisine a toujours été une évidence pour moi. Après mes premières expériences en apprentissage dans des restaurants toulousains, notamment au Bacaro, j'ai appris le métier sur le terrain, en gravissant les échelons petit à petit. Travailler aux côtés de chefs expérimentés m'a permis d'affiner ma technique et de développer mon propre style, inspiré des saveurs du Sud-Ouest.

Aujourd'hui, à 26 ans, j'ai réalisé mon rêve : ouvrir mon propre restaurant avec mon ami Léon Bonnet. Ici, je propose une cuisine sincère et gourmande, qui met en valeur les producteurs locaux et le terroir toulousain.

Chaque service est un défi, mais aussi une immense satisfaction : voir les clients se régaler est la plus belle des récompenses. L'aventure ne fait que commencer, et je compte bien faire évoluer ma cuisine tout en restant fidèle à ma vision : partager du plaisir dans l'assiette

Benoit Durieux,



LES VINS

Et pour la soif ?

Parmi notre cinquantaine de références en cave, le Château Colombière est un vin d'exception. Il incarne la finesse de notre terroir.

Ce millésime se distingue par une robe élégante et des arômes subtils de fruits rouges rehaussés de touches épices.

En bouche, sa texture harmonieuse et ses tanins souples en font le compagnon idéal pour sublimer une viande rouge.



CONTACT

9 Rue du Pont Saint-Pierre, 31300 Toulouse

Horaires

Lundi : 19h30 à 21h30

Mardi au vendredi : 12h à 14h et 19h30 à 21h30

Arrêt St Cyprien-République

Ligne A (métro) / Ligne I3 et I14 (bus)

Instagram : papi_tlse

0610185678

Nous sommes là !

CONTACT

9 Rue du Pont Saint-Pierre, 31300 Toulouse

Horaires

Lundi : 19h30 à 21h30

Mardi au vendredi : 12h à 14h et 19h30 à 21h30

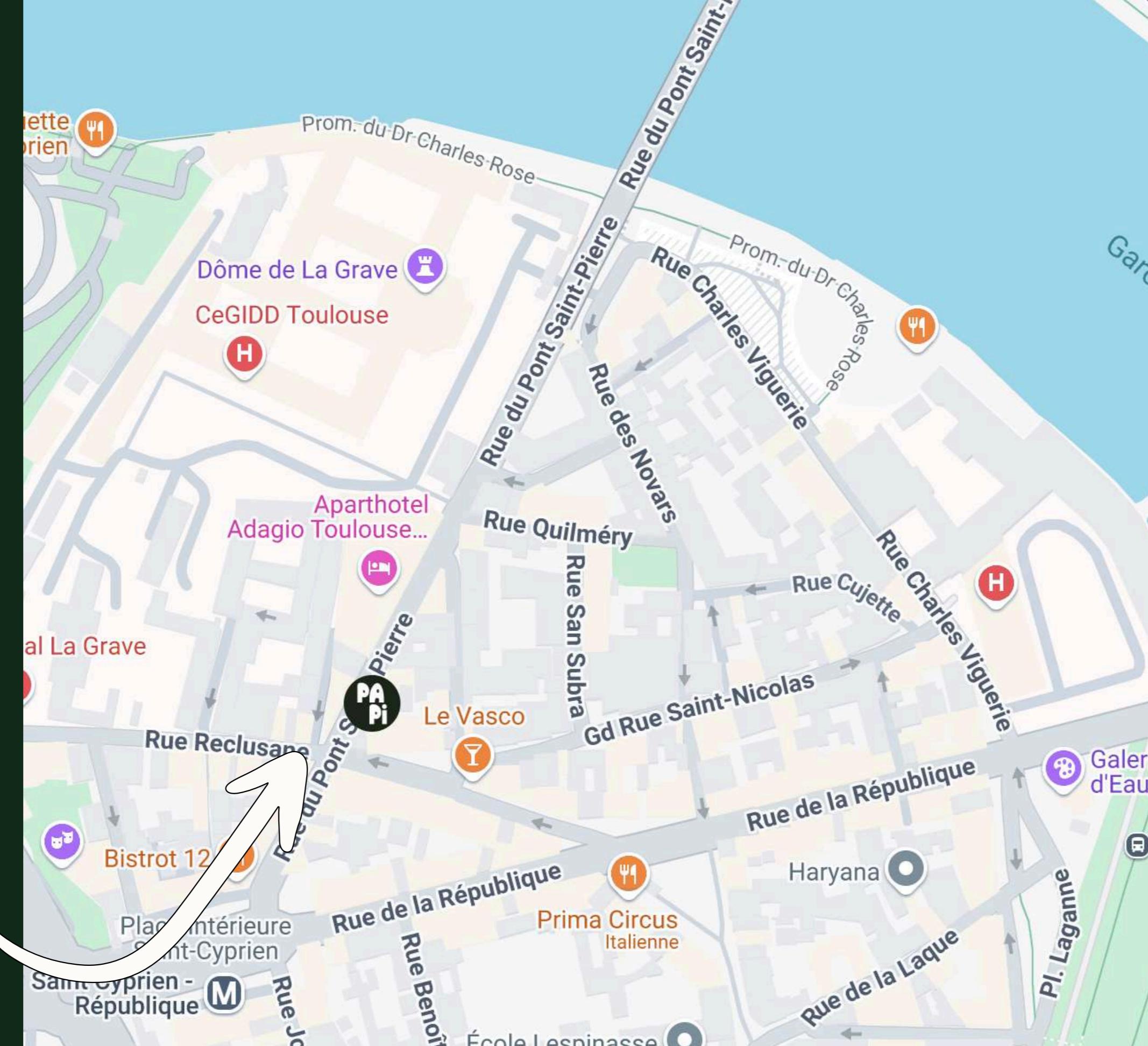
Arrêt St Cyprien-République

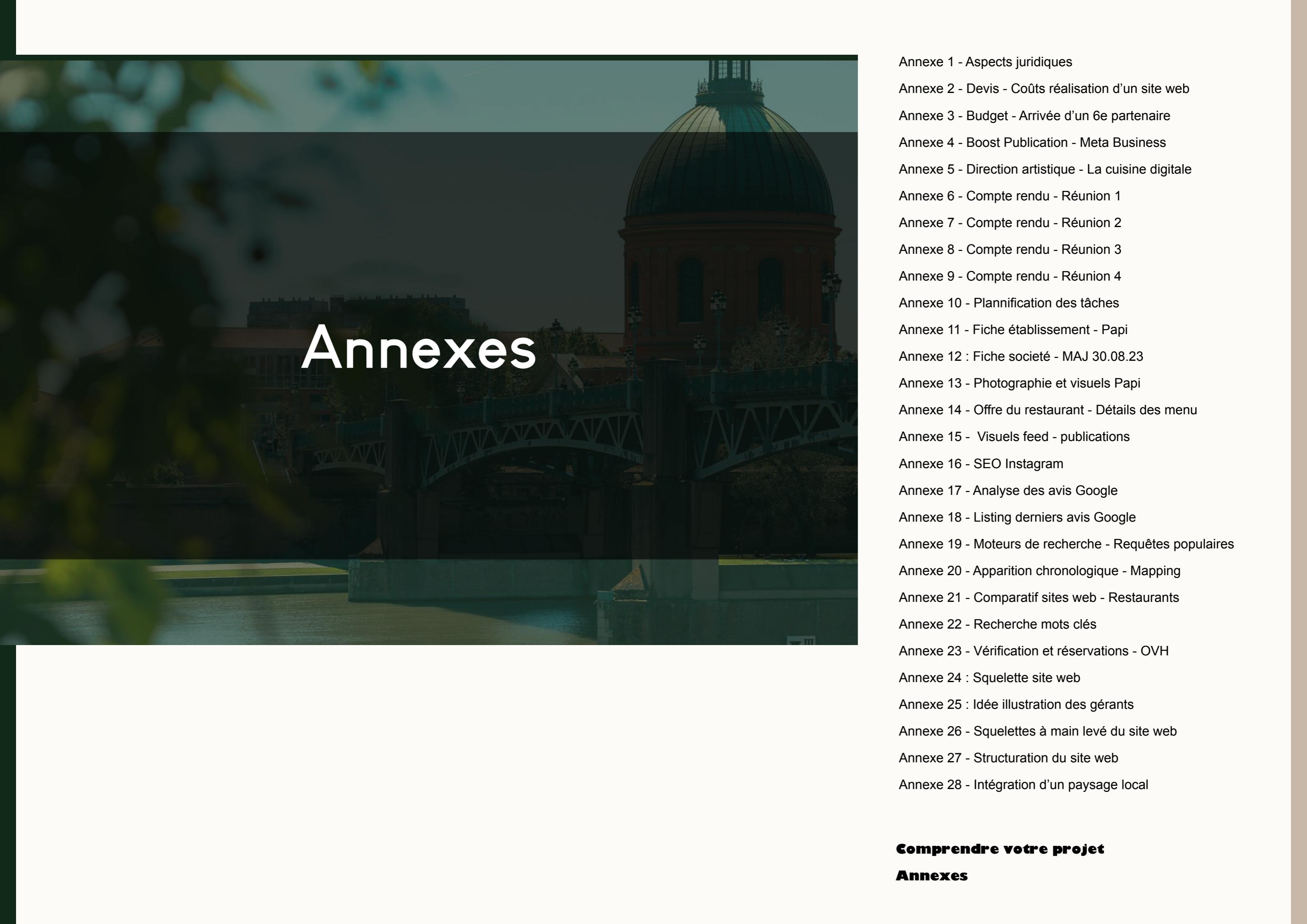
Ligne A (métro) / Ligne I3 et I14 (bus)

Instagram : papi_tlse

0610185678

Nous sommes là !





Annexes

- Annexe 1 - Aspects juridiques
- Annexe 2 - Devis - Coûts réalisation d'un site web
- Annexe 3 - Budget - Arrivée d'un 6e partenaire
- Annexe 4 - Boost Publication - Meta Business
- Annexe 5 - Direction artistique - La cuisine digitale
- Annexe 6 - Compte rendu - Réunion 1
- Annexe 7 - Compte rendu - Réunion 2
- Annexe 8 - Compte rendu - Réunion 3
- Annexe 9 - Compte rendu - Réunion 4
- Annexe 10 - Plannification des tâches
- Annexe 11 - Fiche établissement - Papi
- Annexe 12 : Fiche société - MAJ 30.08.23
- Annexe 13 - Photographie et visuels Papi
- Annexe 14 - Offre du restaurant - Détails des menu
- Annexe 15 - Visuels feed - publications
- Annexe 16 - SEO Instagram
- Annexe 17 - Analyse des avis Google
- Annexe 18 - Listing derniers avis Google
- Annexe 19 - Moteurs de recherche - Requêtes populaires
- Annexe 20 - Apparition chronologique - Mapping
- Annexe 21 - Comparatif sites web - Restaurants
- Annexe 22 - Recherche mots clés
- Annexe 23 - Vérification et réservations - OVH
- Annexe 24 : Squelette site web
- Annexe 25 : Idée illustration des gérants
- Annexe 26 - Squelettes à main levé du site web
- Annexe 27 - Structuration du site web
- Annexe 28 - Intégration d'un paysage local

Comprendre votre projet

Annexes

Annexe 1 - Aspects juridiques

Mentions légales

Le site doit afficher certaines informations obligatoires, notamment :

- Identité de l'éditeur : nom, raison sociale, adresse, numéro SIRET du restaurant.
- Nom du responsable de publication (souvent le propriétaire du restaurant).
- Hébergeur du site : nom, adresse, contact.
- Numéro de TVA intracommunautaire (si applicable).
- Coordonnées de contact.

Base légale : *Article 6 de la loi pour la Confiance dans l'Économie Numérique (LCEN)*.

RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données)

Le site doit respecter le RGPD si des données personnelles sont collectées (réservations, newsletter, formulaire de contact, cookies). Cela implique :

- Informer l'utilisateur sur les données collectées et leur usage.
- Obtenir son consentement (ex. : case à cocher pour les newsletters).
- Droit d'accès, de rectification et de suppression des données personnelles.
- Mise en place d'une politique de confidentialité détaillant ces points.

Base légale : *Règlement (UE) 2016/679 du 27 avril 2016*.

Gestion des cookies

Si le site utilise des cookies (statistiques, publicitaires, réseaux sociaux), il faut :

- Informer les visiteurs de leur utilisation.
- Obtenir leur consentement explicite (via une bannière avec options d'acceptation/refus).
- Permettre aux utilisateurs de modifier leurs choix à tout moment.

Base légale : *Directive ePrivacy + RGPD*.

Droit d'auteur et propriété intellectuelle

- Images et contenus : Ne pas utiliser d'images, textes, musiques ou vidéos sans autorisation.
- Crédits des photographes et graphistes (sauf si c'est une création propre ou libre de droit).
- Charte graphique et logo : Propriété du restaurant ou accord écrit avec un graphiste.
- Respect du droit d'auteur sur le code source (si un développeur externe crée le site).

Base légale : *Code de la propriété intellectuelle (Articles L111-1 et suivants)*.

Droit de la consommation

Si le site permet de commander en ligne, il faut respecter :

- Affichage des prix TTC (sans frais cachés).
- Conditions Générales de Vente (CGV) précisant :
- Modes de paiement acceptés.
- Délais de livraison et frais éventuels.
- Droit de rétractation (ou son absence pour les produits alimentaires périssables).
- Informations sur les allergènes (obligatoire).

Base légale : *Code de la consommation, articles L221-1 et suivants*.

Accessibilité du site web

- Les sites web doivent être accessibles aux personnes en situation de handicap (notamment si le restaurant a une mission de service public ou reçoit des aides publiques).
- Cela inclut la compatibilité avec les lecteurs d'écran, des contrastes adaptés, des textes alternatifs pour les images.

Base légale : *Loi n° 2005-102 du 11 février 2005 + Référentiel RGAA*.

Responsabilité du contenu

Le propriétaire du site est responsable des contenus publiés :

- Avis clients : Doivent être authentiques, sans modification.
- Publicités et promotions : Pas de publicité mensongère.
- Contenus générés par les utilisateurs (ex : commentaires) doivent être modérés pour éviter la diffamation ou l'incitation à la haine.

Base légale : *Loi LCEN et Code de la consommation*.

Conclusion

Il est recommandé d'avoir :

- Des mentions légales bien rédigées.
- Une politique de confidentialité claire.
- Une bannière de consentement aux cookies.
- Des CGV complètes si vente en ligne.
- Un respect strict du RGPD et du droit d'auteur.

Vérifier aussi si le site doit se conformer à des obligations spécifiques locales (par exemple, affichage des licences d'alcool, normes d'hygiène).

Annexe 2 - Devis - Coûts réalisation d'un site web

Agence : La Cuisine Digitale
Client : Restaurant Chez PAPI
Date : 07/03/2025

Présentation du projet

Création d'un site web pour le restaurant Chez PAPI :

- Une page d'accueil immersive et intuitive.
- Une page dédiée aux produits et aux fournisseurs locaux
- Un design soigné et responsive, adapté aux mobiles et aux ordinateurs.
- Une navigation fluide et ergonomique avec un menu déroulant.
- Une intégration d'un module de réservation en ligne.

Répartition du travail et coûts associés

Poste	Taux journalier (€)	Temps estimé	Coût total (€)
Chef de projet	450 €	4 demi-journées (2 jours)	900 €
Designer graphique	700 €	3 demi-journées (1,5 jours)	1050 €
Rédacteur	500 €	3 demi-journées (1,5 jours)	750 €
Technicien informatique	350 €	3 demi-journées (1,5 jours)	525 €
Communicant digital	500 €	3 demi-journées (1,5 jours)	750 €

Détails des prestations

Gestion de projet (Chef de projet - 900 €)

- Coordination de l'équipe.
- Définition des besoins et du cahier des charges.
- Suivi du planning et validation finale du projet.

Design graphique (Designer - 1 050 €)

- Création de la maquette du site web.
- Intégration de la charte graphique de Chez PAPI.
- Design responsive pour une bonne expérience mobile et desktop.

Rédaction des contenus (Rédacteur - 750 €)

- Rédaction des textes de présentation du restaurant et du concept.
- Rédaction de la page sur l'origine des produits et des boissons.
- Optimisation SEO des contenus.

Développement et intégration technique (Technicien - 525 €)

- Développement du site en HTML/CSS/WordPress.
- Mise en place du module de réservation.
- Tests et optimisation des performances.

Communication digitale (Communicant - 750 €)

- Intégration des liens vers les réseaux sociaux.
- Stratégie de référencement SEO.
- Rédaction de balises meta pour le référencement Google.

Options complémentaires (non incluses)

- Hébergement et maintenance annuelle : 300 €/an.
- Gestion des réseaux sociaux : sur devis.
- Ajout d'un blog ou d'une boutique en ligne : sur devis.

Le site web réalisé se donne comme principal objectif d'être un outil performant pour valoriser l'identité du restaurant et fidéliser davantage de clients grâce à une mise en avant des produits locaux. (enjeux de captation, renforcement de la présence digital)

- ☒ Total HT : 3 975 €
- ☒ TVA (20 %) : 795 €
- ☒ Total TTC : 4 770 €

📅 Délai de réalisation estimé : 3 semaines

Si ce devis vous convient, merci de nous retourner un bon pour accord.

✉ Contact : contact@lacuisinedigitale.com

Signature du client

Signature de l'agence

La cuisine digitale, le 07/03/2025

Annexe 3 - Budget - Arrivée d'un 6^e partenaire

Jane Doe, nouvellement diplômée, rejoint notre équipe. Afin d'anticiper les coûts et pouvoir ajuster nos futurs devis pour assurer la bonne santé économique de l'équipe, nous avons dressé un inventaire des postes de dépenses liés à son arrivée. Pour évaluer ces coûts, nous nous sommes basés sur les données d'EDF ainsi que sur les dépenses moyennes des PME.

Coût salarial

Salaire net mensuel : 2 000 €

Salaire brut mensuel : ~ 2 600 €

Charges patronales (~42% du salaire brut mensuel) : ~ 1 092 €

Coût annuel : 3 692 € x 12 = 44 304 €

À cela, nous ajoutons que la productivité de Jane lors de sa première année ne sera pas optimale. Nous estimons qu'elle travaillera à 80 % de sa productivité maximale.

80 % de productivité soit un surcoût de 25 % :

$$44\,304 \text{ €} \times 1,25 = 55\,380 \text{ €}.$$

Charges mensuelles récurrentes

Ces charges couvrent les éléments suivants :

- Tickets restaurant (50-50)
- Transports (en commun, donc 50-50 sur l'abonnement)
- Consommation d'eau et d'électricité
- Fournitures de bureau
- Loyer supplémentaire lié à son arrivée
- Mutuelle
- Formation continue
- Déplacements professionnels

Au total, nous arrivons à un montant mensuel estimé à 622 € (conformément aux prix du marché toulousain en centre-ville), soit **un coût annuel de 7 470 €**.

Équipements et abonnements

Les coûts suivants sont étalés selon deux amortissements :

- Les équipements informatiques seront amortis sur 3 ans.
- Les équipements et le mobilier sont amortis sur 5 ans.

À noter qu'ici, nous avons préféré opter pour des abonnements mensuels plutôt que d'acheter les licences sur 1 an. En effet, une nouvelle salariée peut potentiellement décevoir, et sa période d'essai peut être écourtée. Les abonnements annuels ne sont pas remboursables.

Poste	Coût d'achat	Amortissement	Coût annuel
Ordinateur	1 000€	Sur 3 ans	1000/3 ~ 333 €
Téléphone professionnel	300€	Sur 3 ans	300/3 = 100 €
Souris & clavier	50€	Sur 3 ans	50/3 € 17€
Casque (accessoire audio)	50€	Sur 3 ans	50/3 € 17€
Bureau	250€	Sur 5 ans	250/5 = 50€
Chaise de bureau	150€	Sur 5 ans	150/5 = 30€
Abonnement Internet		Abonnement mensuel	40 €/mois → 480€
Abonnement ligne téléphonique		Abonnement mensuel	20 €/mois → 240 €
Licence logiciel initial (ex : suite bureautique)		Abonnement mensuel	30 €/mois → 360 €
Consommables additionnels	-	Forfait mensuel	20 €/mois → 240 €
Licence Adobe Creative Cloud		Abonnement mensuel	60 €/mois - 720 €
Licence Microsoft Office 365		Abonnement mensuel	10 €/mois → 120€

Le total est donc d'environ **2 707 € annuel**.

Conclusion

Au total, Jane Doe nous coûterait donc :

- 55 380 € de salaire ajusté à sa productivité
- 7 470 € de charges mensuelles récurrentes
- 2 707 € de matériel et équipements

Son total annuel est donc de 65 557 € par an.

Ce total pourrait également être ajusté à la venue d'une secrétaire afin de nous aider avec la paperasse administrative que nous n'aurions plus le temps de traiter. La venue d'une secrétaire multiplie généralement le coût d'un salarié par 1,2.

Jane Doe représenterait alors :

$$65\,557 \text{ €} \times 1,2 = 78\,667 \text{ € par an.}$$

Tous les coûts liés à l'arrivée de Jane ont été calculés hors taxes. En France, le taux de TVA standard est de 20%, sauf exception pour certaines fournitures ou services soumis à un taux réduit. Il faudrait alors ajouter à chaque poste de dépenses les 20% manquants.

En supposant que Jane travaille 218 jours dans l'année, **son coût journalier TTC sera de 381 €. Nous nous réservons donc de faire une marge de 120 €/jour liée à son activité.**

Annexe 4 - Boost Publication - Meta Business

Instagram

1. Diffusion de l'information sur le média

Prévenir la communauté de la mise en place du site web

- Mettre un lien dans la BIO
- Création d'une publication ou réel (éphémère ou non)
- Annonce : Réalisé des story pendant une période donnée pour introduire la mise en place du site.

Capacité	Actions prospectives
2800 Abonnés 120 suivis	Envoie des messages privés personnalisés (aux structures partenaires, aux relations de proximité) pour solliciter le partage d'un reel ou d'une publication.
Budget : 0€	

2. Crédit d'une publicité pour un réel de présentation de Papi (utilisation d'un réel existant) :

Volonté de capter de l'audience / Augmenter la visibilité et le trafic de la page web (couverture organique par réseau)

- Idéalement, la structure met à jour régulièrement son compte Instagram.
- Plus positionner sur une volonté de promouvoir l'introduction du site web.
- Actuellement, les menus sont actualisés une fois par mois.
- Nous avons réalisé un récapitulatif des prix moyens pratiqués ainsi que des indicateurs de performance. Le taux moyen de visites sur le profil varie entre 5 et 10 %, selon la qualité du réel (performatif, dynamique et incitant au clic en moins de 3 secondes).

Déterminer l'action envisagée

Consulter votre profil	Renforcer la notoriété de la marque et gagner des followers
Consulter votre site Web	Stimuler les ventes en ligne, encourager les réservations, et aider à mieux vous connaître
Vous écrire	Bâtir une relation de confiance

Budget et durée

Budget quotidien (€)	Durée (jours)	Frais (€)	Couverture estimée
3€	2	6€	2,700 - 7,100
3€	4	12€	5,400 - 14,000
3€	6	18€	8,100 - 21,000
6€	4	24€	6,300 - 16,000
6€	6	36€	9,400 - 25,000

Source : Meta Business Suite.

Annexe 5 - Direction artistique - La cuisine digitale

Le logo de La Cuisine Digital repose sur une métaphore visuelle forte : une poêle, symbole de préparation minutieuse, d'élaboration et de créativité. Tout comme un chef assemble soigneusement ses ingrédients pour réussir une recette, notre collectif spécialisé en stratégie de communication dans la restauration accompagne ses clients avec précision et expertise.

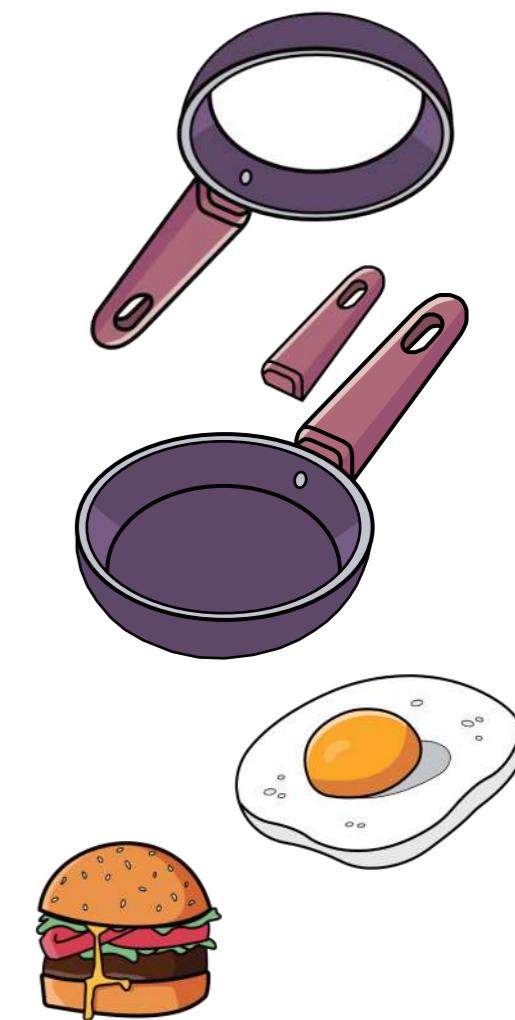
Chaque élément de cette poêle représente une étape essentielle de notre approche :

▢ Les ingrédients → Audit de marché, collecte d'informations stratégiques.

🔥 Le feu doux → Analyse rigoureuse, veille constante pour affiner la stratégie.

👨‍🍳 La préparation → Élaboration d'un projet solide, cohérent et pérenne.

Mais ce n'est pas tout ! Lorsque l'on retire le fond et que l'on retourne la poêle à 180°, elle révèle une loupe, symbole d'investigation et de recherche. Cette transformation incarne notre engagement dans une analyse approfondie du marché, une veille stratégique active et une chasse aux informations clés pour bâtir des stratégies de communication efficaces et durables. 🔎



Annexe 6 - Compte rendu - Réunion 1

Compte Rendu de Réunion n°1

Planification et répartition des tâches

Nom du projet : Accompagnement dans la réalisation d'un site web (Cahier des charges fonctionnel)

Date de la réunion : 5 février 2024

Lieu : Université Toulouse Capitole

Début : 10:30 / Fin : 11:30

Présents : BRIDANNE BENJAMIN / GUILHEM VILLEMUR / GAETAN BAINVILLE / CALVIN CLOT

Excusés : ARTHUR VERMANDER

Objectifs de la réunion

- Valider collectivement le commanditaire
- Attribution des rôles des membres de l'équipe
- Identifier les tâches à réaliser durant le projet (veille, analyse, création, préconisation, RDV)

Points abordés / Discussions

- Organisation du groupe : Définir le cadre initial de travail.
 - Proposition de structures / Validation collective par vote
 - Sélection de l'organisation : *Papi*
 - Attribution des rôles au sein de l'équipe de travail.
 - Création du nom de notre structure fictive dans le secteur de la communication
- Planification des étapes clés du projet : Lister et répartir les tâches dans le temps
 - Les grandes étapes : Analyse de l'existant, identification des caractéristiques et des enjeux techniques, construction de la maquette/wireframe, mise en page et présentation des idées.
 - Liste non exhaustive des tâches à planifier :
 - Veille stratégique et concurrentielle
 - Analyse de l'existant
 - Analyse des contenus
 - Analyse du secteur et de la cible
 - Définition des mots-clés et de la stratégie SEO
 - Choix et vérification du nom de domaine
 - Stratégie de référencement (SEO)
 - Conception de la structure du site web
 - Conception du design UX/UI
 - Définition des usages et des attentes de la cible
 - (Hors projet - Aspect Technique) Tests d'utilisabilité (UX)
 - (Hors projet - Aspect Technique) Mise en place d'une stratégie de suivi et d'analyse
 - (Hors projet - Aspect Technique) Préparation à la mise en œuvre et maintenance
- Construction de la note de cadrage : Définir les éléments à transmettre au commanditaire
 - Quelles sont les informations qui doivent être mentionnées pour introduire le projet ?
 - Comment décrire au mieux nos actions tout en mesurant nos réelles compétences ?

Actions à mener

Définir notre image : Création d'une identité visuelle évoquant la communication digitale spécialisée dans la restauration

- Explication de notre structure
- Création d'une charte graphique et d'un logo

Rencontre avec le client : Est ce qu'une rencontre physique pour l'analyse des besoins est essentielle ou le projet peut rester fictif ?

Utilisation d'outil marketing pour analyse le marché et le restaurant : Audit communication / Veille comparative / SWOT du marché

Annexe 7 - Compte rendu - Réunion 2

Compte Rendu de Réunion 2

Audit / Veille / Analyse de la communication digitale

Nom du projet : Accompagnement dans la réalisation d'un site web (Cahier des charges fonctionnel)

Date de la réunion : 14 février 2024

Lieu : Université Toulouse Capitole

Heure de début : 11:30 / Heure de fin : 13:00

Présents : / BRIDANNE BENJAMIN / GUILHEM VILLEMUR / GAËTAN BAINVILLE / CALVIN CLOT / ARTHUR VERMANDER

Objectifs de la réunion :

1. Démarche vers le client : comprendre et évaluer les besoins pour le futur site web.
2. Démarrer l'audit du marché de la restauration et du secteur artisanal.
3. Esquisse de la charte graphique pour la structure spécialisée fictive en communication (logo, visuels, prospectus, mailing, carte de visite).

Points abordés / Discussions :

Point 1 : Analyse du secteur de la restauration et de la cible

- **Résumé de la discussion :** Nous avons discuté de l'importance d'effectuer une analyse préalable sur le secteur de la restauration, en particulier dans la région toulousaine, avant d'aborder la création du site web. Bien que le client ("PAPI" restaurant à Toulouse) n'ait pas encore été rencontré, il est important de bien comprendre le marché local, les attentes des consommateurs et les tendances actuelles en matière de services digitaux dans la restauration.
- **Décisions prises / Actions à entreprendre :**
 - Mener une analyse détaillée du marché de la restauration à Toulouse, avec un focus sur les restaurants similaires.
 - Identifier les besoins en termes de visibilité digitale pour le restaurant "PAPI" une fois le premier contact établi.

Point 2 : Préparation de la rencontre avec le client et évaluation de ses besoins

- **Résumé de la discussion :** Bien que nous n'ayons pas encore rencontré le client, il est essentiel de définir les points clés à aborder lors de la rencontre : ses attentes en termes de présence digitale, son niveau actuel de compétence numérique, et ses besoins spécifiques pour le site web et autres supports de communication.
- **Décisions prises / Actions à entreprendre :**
 - Préparer un questionnaire ou une liste de questions pour guider la première rencontre avec le client.
 - Clarifier les priorités possibles pour le site web (réseaux sociaux, SEO, référencement local, etc.).

Point 3 : Crédit de la charte graphique et supports de communication pour la structure fictive

- **Résumé de la discussion :** En attendant de rencontrer le client, le groupe a démarré la réflexion sur la charte graphique pour une structure fictive spécialisée en communication. Cela inclut des éléments visuels comme un logo, des visuels pour la communication, des prospectus, et des cartes de visite, afin de préparer la présentation à notre client futur.
- **Décisions prises / Actions à entreprendre :**
 - Proposer plusieurs idées de logo et de slogans pour la structure fictive.
 - Concevoir des premiers visuels pour les prospectus et les cartes de visite.
 - Travailler sur la cohérence visuelle et le message à transmettre avant de rencontrer le client.

Annexe 8 - Compte rendu - Réunion 3

Compte Rendu de Réunion 3

Sélection des outils / SEO / Analyse sémantique

Construction du squelette

Nom du projet : Accompagnement dans la réalisation d'un site web (Cahier des charges fonctionnel)

Date de la réunion : 20 février 2024

Lieu : Université Toulouse Capitole

Heure de début : 14:00 / **Heure de fin :** 15:00

Présents : / BRIDANNE BENJAMIN / GUILHEM VILLEMUR / GAËTAN BAINVILLE / CALVIN CLOT / ARTHUR VERMANDER

Objectifs de la réunion

1. Définir les mots-clés et la stratégie SEO.
2. Valider le choix du nom de domaine et sa disponibilité.
3. Déterminer la structure du site web et le design UX/UI.

Points abordés / Discussions

Point 1 : Recherche de mots-clés et stratégie SEO

- Recherche des mots-clés principaux, secondaires et longue traîne.
- Choix des outils pour l'optimisation SEO.

Point 2 : Vérification et choix du nom de domaine

- Vérification de la disponibilité et protection contre le cybersquatting.
- Valider rapidement le nom de domaine et sécuriser les extensions.

Point 3 : Structure du site et design UX/UI

- Définir l'architecture du site et créer des wireframes.
- Élaborer un plan de site avec navigation intuitive et design responsive.

Actions à mener

- Réaliser la recherche de mots-clés et longue traîne.
- Vérifier la disponibilité du nom de domaine et sécuriser les extensions.
- Créer le plan du site et les maquettes wireframes.

Annexe 9 - Compte rendu - Réunion 4

Compte Rendu de Réunion 4

Validation des visuels / Retours et ajustement

Construire le budget / Comprendre les enjeux législatifs

Nom du projet : Accompagnement dans la réalisation d'un site web (Cahier des charges fonctionnel)

Date de la réunion : 28 février 2024

Lieu : Université Toulouse Capitole

Heure de début : 14:00 / **Heure de fin :** 15:00

Présents : / BRIDANNE BENJAMIN / GUILHEM VILLEMUR / GAËTAN BAINVILLE / CALVIN CLOT / ARTHUR VERMANDER

Objectifs de la réunion

1. Présenter et valider le budget détaillé du projet.
2. Discuter des contraintes juridiques liées au site.
3. Valider les visuels du site et prévoir des retours et modifications.

Points abordés / Discussions

Point 1 : Aspects financiers - Budget détaillé

- Présentation de l'estimation des coûts pour chaque phase : audit, conception, développement, et maintenance.
 - Validation des coûts pour chaque phase.
 - Prévoir des marges pour les imprévus et ajustements.

Point 2 : Contraintes juridiques

- Discussion sur les contraintes légales concernant la propriété des noms de domaine, la sécurité des données et le respect des normes.
 - Ex. Vérifier la conformité du site avec le RGPD
 - Ex. S'assurer que le site respecte les normes de sécurité (SSL, certifications).

Point 3 : Validation des visuels du site

- Retour sur les maquettes et visuels proposés pour le site.
 - Apporter des modifications sur la mise en page et les éléments visuels.
 - Validation après ajustements.

Actions à mener

- Finaliser le budget avec les marges prévues / Estimation
- Vérifier la conformité du site avec le RGPD et les normes de sécurité.
- Apporter les modifications nécessaires sur les visuels du site et les valider.

Annexe 10 - Plannification des tâches

[Accès Gantt - Google Sheet](#)

Tâches	3 février 2025 - 9 février 2025	10 février 2025 - 16 février 2025	17 février 2025 - 23 février 2025	24 février 2025 - 02 mars 2025	3 mars 2025 - 9 mars 2025	10 mars 2025 - 16 mars 2025
validation collective	Validation collective (Nom, organisation commanditaire)					
Repartition des tâches et des rôles	Repartition des tâches et des rôles					
Rédaction cachier des charges			Rédaction cachier des charges	Rédaction cachier des charges	Rédaction cachier des charges	Rédaction cachier des charges
Veille stratégique et concurrentielle	- Suivre les tendances du marché et les innovations. - Identifier les concurrents directs et indirects. - Analyser les forces et faiblesses des concurrents. - Suivre les prix et offres des concurrents.					
Analyse de l'existant	- Analyse du canal Instagram - Recherche Moteur de recherche / Veille médiatique					
Analyse des contenus	Analyse des contenus (KPI insta, Feed Instagram) Analyser la qualité et la pertinence des contenus actuels. - Identifier les types de contenus populaires chez les concurrents.					
Analyse du secteur et de la cible	Analyse du secteur et de la cible					
Définition des mots-clés et de la stratégie SEO			Définition des mots-clés et de la stratégie SEO Effectuer une recherche de mots-clés en lien			
Choix et vérification du nom de domaine			Choix et vérification du nom de domaine			
Stratégie de référencement (SEO)			Stratégie de référencement (SEO) Définir une stratégie de contenu pour améliorer le référencement.			
Conception de la structure du site web				Conception de la structure du site web		
Conception du design UX/UI				Conception du design UX/UI Créer des wireframes pour les pages principales. - Définir une charte graphique (couleurs, typographies, etc.). - Concevoir des interfaces intuitives et esthétiques pour l'utilisateur.		
Définition des usages et des attentes de la cible		Définition des usages et des attentes de la cible			Réalisation des deux devis	
Aspects juridiques/économiques					Aspects juridiques/économiques	
Réalisation de la maquette				Réalisation de la maquette		
Rendu final dossier				Squelette	Wireframes	Rendu final dossier

Annexe 11 - Fiche établissement - Papi



Nom : PAPI - Cantine de Quartier
Adresse : 9 Rue du Pont Saint-Pierre, 31300 Toulouse
Type : Cantine de quartier, restaurant vino-gastro
Spécialité culinaire : Cuisine française / Produits locaux, avec un accent sur le vin
Capacité : 20-25 couverts
Réservations : Acceptées
Paiement : Cartes de crédit, espèces
Lieu : Quartier Saint-Cyprien, à proximité de la place de l'Esplanade

Boissons : Alcools, bière, cafés, cocktails et apéritifs, spiritueux, vin
Plats et menus : Petites portions à partager, produits sains
Repas : Déjeuner, dîner, desserts

Ambiance et Philosophie

Ambiance chaleureuse et moderne, recréant l'esprit d'une grande tablée familiale ou entre amis / Approche conviviale et éco-responsable, avec une attention particulière portée à la qualité des produits et à leur provenance locale / Expérience gastronomique abordable dans un cadre intime et tendance

Clientèle et Expérience

Convient aux groupes / Cadre agréable et décontracté

Descriptif

PAPI - Cantine de Quartier incarne une philosophie axée sur le partage et le plaisir de la bonne cuisine, avec une mise en avant des produits du terroir et du vin, dans une atmosphère conviviale et chaleureuse.

Annexe 12 : Fiche société - MAJ 30.08.23

Ensemble des informations publiques et légales sur l'entreprise PAPI

Nom commercial : **PAPI**
Forme juridique : **Société à responsabilité limitée (SARL)**
Date de création : **28 août 2023**
Adresse : **9 Rue du Pont Saint-Pierre, 31300 Toulouse, France**
Numéro SIREN : **978 802 783**
Numéro SIRET : **978 802 783 00016**
Numéro TVA intracommunautaire : **FR 14 978802783**
Numéro RCS : **Toulouse B 978 802 783**
Greffé : **Greffé de Toulouse, Tribunal de commerce**
Code APE (NAF) : **5610A - Restauration traditionnelle**
Activité principale : **Exploitation d'un fonds de commerce de restauration rapide et traditionnelle, sur place et à emporter, vente de boissons, activité de traiteur et salon de thé**
Convention collective applicable : **Hôtels Cafés Restaurants (1979)**
Capital social : **15 000 €**
Effectifs : **4**
Statut RCS : **Inscrite depuis le 28 août 2023**
Statut INSEE : **Inscrite depuis le 22 août 2023**
Statut RNE : **Inscrite depuis le 28 août 2023**
Procédure collective : **Aucune**
Publication des comptes : **Non disponible**

Dirigeants

Léon BONNET (Gérant) – depuis le 30 août 2023

Benoit DURIEUX (Gérant) – depuis le 30 août 2023

Informations financières

Pas encore de bilan publié

Autres informations

Secteur d'activité : **Restauration traditionnelle**
Nombre d'établissements : **1 établissement actif (Siège social)**
Marques déposées : **Aucune**

Annexe 13 - Photographie et visuels Papi



Annexe 13

Photographie et visuels - Papi

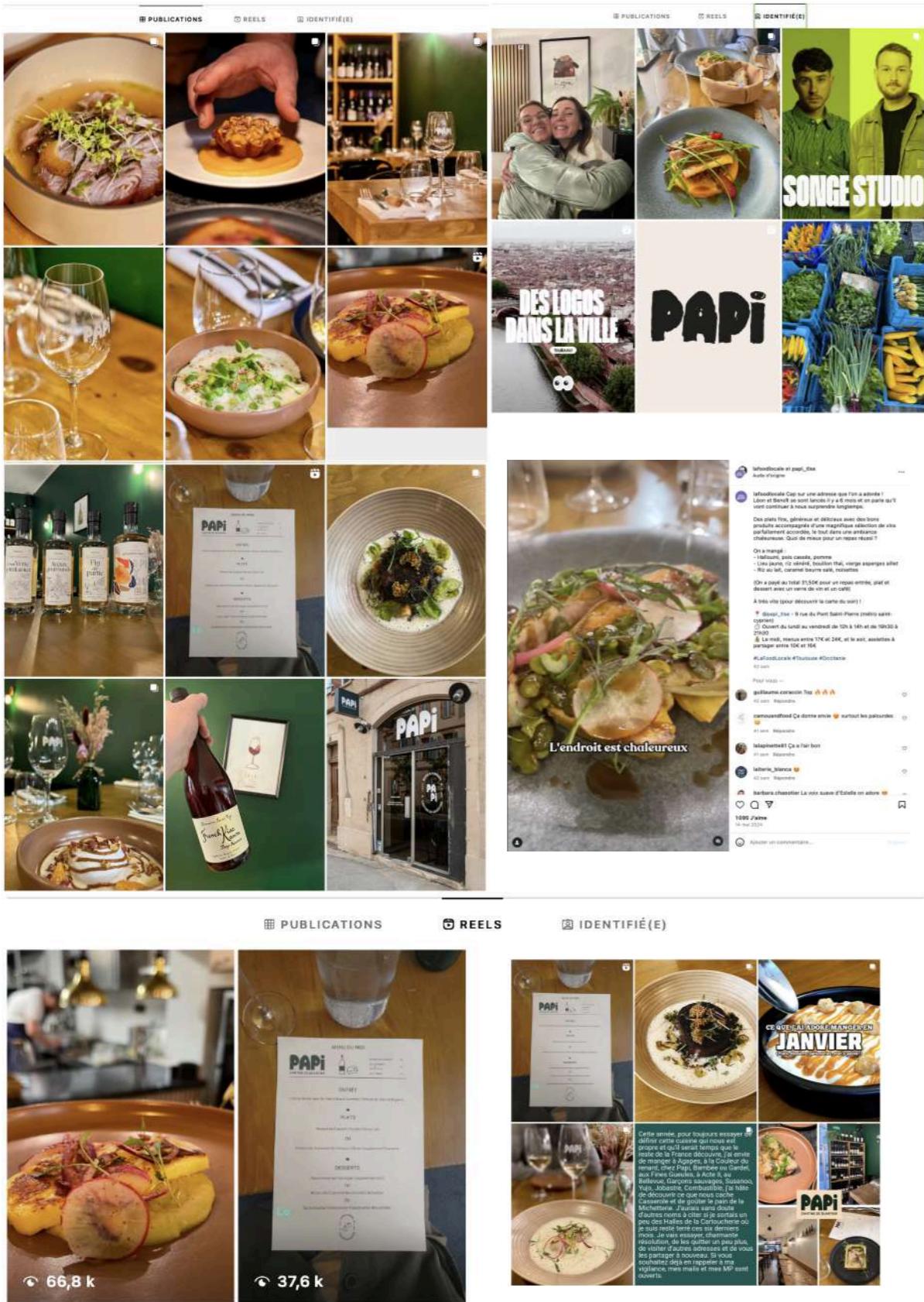
Annexe 14 - Offre du restaurant - Détails des menu

Type de Menu	Désignation des Plats / Boissons	Tarif (€)
Menu du Midi	Entrée, Plat & Dessert	24
	Plat & Dessert	21
	Entrée & Plat	21
	Plat seul	17
Entrées Midi	Poireaux/Sauce Tartare/Oeuf de Truite/Estragon	
Plats Midi	Côte de Porc Manex/Pleurotes/Carotte/Miel/Jus de Viande ou Risotto/Chou de Bruxelles/Epinard/Radis/Sarrasin	
Desserts Midi	Crème aux œufs/Main de Bouddha/Cacahuètes/Miso ou Riz au lait/Caramel beurre salé/Noisettes	
Carte du Soir	Assiettes à Partager	
	Saucisson Brioché Maison/Pickles	10
	Poireaux/Aigrelette/Anchois de Cantabrie/Olives Taggiasche/Shiso	11
	Tartelette Butternut/Noix/Parmesan	10
	Croustillant de Pomme de Terre/Ketchup Tomate Verto/Parmesan 48 mois/Oeufs de Truite	11
	Aubergine/Citron Confit/Miso/Crumble Sarrasin	10
	Bonite de Ligne/Brocolis/Nori/Bouillon Thaï	14
	Cœurs de Canard/Haricots Tarbais/Soupe de Poisson/Chorizo Ibérique	14
	Os à Moelle/Persil/Pickles/Jus de viande	10
	Cèpes/Persillade/Guanciale de Noir de Bigorre	15
Desserts Soir	Assiette de Fromages	10
	Riz au lait/Caramel beurre salé/Noisettes	
	Prunes/Streusel Avoine/Miel de Châtaigner/Praliné Tournesol	8
Boissons	Accord Whisky Français Benjamin Kuents (2cl)	6
	Accord Clairette du Languedoc Rancio Moelleux 2015 (6cl)	8

Annexe 14

Offre / Menu

Annexe 15 - Visuels feed - publications



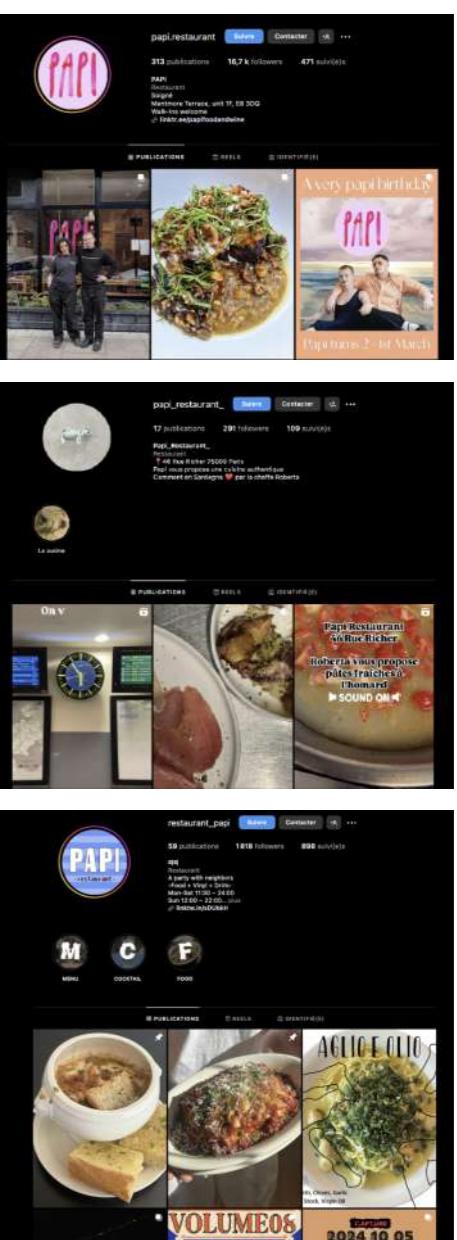
[CRÉATION DU LOGO](#)
[PUBLI / LAFOODLOCAL](#)

Annexe 15

Feed - Instagram

Annexe 16 - SEO Instagram

Recherche Instagram	Position
Papi restaurant	Non référencé
Papi Toulouse	Non référencé
Papi tl	2e position
Papi-tl	2e position
Papi_tl	1e position
Papi t	Non référencé
Papi-t	Non référencé
Papi_to	Non référencé



.../papi.restaurant/

Annexe 16

SEO - Instagram

Annexe 17 - Analyse des avis Google

Analyse des derniers avis Google (Échantillon de 40 avis)

Analyser les attentes, les axes d'amélioration et les suggestions des retours clients, en particulier concernant l'expérience de convivialité, la satisfaction client, la qualité des produits, etc

Éléments/Termes	Fréquence	Avis associés
Cuisine	27	Mentionné dans des avis comme "cuisine divine", "cuisine inventive", "cuisine raffinée"
Service	20	Apparaît fréquemment comme "service impeccable", "accueil chaleureux", "service rapide"
Ambiance	9	"Ambiance chaleureuse", "ambiance conviviale", "ambiance agréable"
Plats	8	"Plats délicieux", "plats raffinés", "plats savoureux", "plats à partager"
Vins	7	"Sélection de vins", "vins naturels", "carte de vins", "vins de qualité"
Accueillant / Accueil	6	"Accueil chaleureux", "accueil parfait", "accueil sympathique"
Qualité	5	"Qualité des produits", "qualité des plats"
Saveurs	4	"Saveurs originales", "saveurs bien travaillées"
Originalité	3	"Originalité des plats", "cuisine originale"
Tapas	2	"Tapas à partager"
Produits	2	"Produits frais", "produits de qualité"
Revisité	1	"Plats revisités de manière délicieuse"
Rapport qualité/prix	1	"Bon rapport qualité/prix"
Quantité	1	"Quantités insuffisantes", "quantités décevantes"
Produits de saison	1	"Carte qui change avec les saisons"
Terrasse	1	"Petite terrasse agréable"

Les avis soulignent principalement **la qualité de la cuisine et du service**, ces deux termes étant les plus fréquemment mentionnés. La **cuisine est souvent décrite comme inventive, raffinée ou divine**, et le service est généralement perçu comme **chaleureux et professionnel**. L'ambiance revient aussi régulièrement, qualifiée de chaleureuse, conviviale et agréable.

Bien que les plats et les vins soient également appréciés, ils sont moins souvent évoqués que la cuisine et le service. Quelques termes spécifiques comme tapas, quantités et rapport qualité/prix apparaissent moins fréquemment, suggérant une **préférence pour une expérience culinaire soignée**, accompagnée d'un service de qualité et d'une ambiance agréable.

Toutefois, **le manque de terrasse, qui pourrait être un frein pour certains clients**, est un point mentionné, de même qu'un potentiel **manque de communication interne concernant la localisation des produits**, comme l'indiquent certains retours.

Annexe 18 - Listing derniers avis Google

Nom	Note	Date	Avis	Thèmes abordés
Léa Lebon	★★★★★	il y a un mois	Petit restaurant à Saint-Cyprien, excellent service, très convivial avec vue sur la cuisine.	Service, ambiance, cuisine ouverte
Laurent Della-Nora	★★★★★	il y a 8 mois	Testé en groupe de 10 personnes, super repas avec des tapas et des conseils avisés du serveur.	Tapas, service
Clément Peronne	★★★★★	il y a un mois	Cuisine divine, personnel professionnel et cadre agréable.	Cuisine, service, cadre
Elsa Guiance	★★★★★	il y a un an	Mets et vins de qualité, ambiance chaleureuse, cuisine ouverte.	Mets, vins, ambiance
Génichon Peggy	★★★★★	il y a un mois	Très bonne expérience culinaire avec une découverte des textures et saveurs des plats.	Qualité des produits, originalité
Hue-Quan Huynh	★★★★★	il y a 7 mois	Cuisine inventive, très savoureuse dans un petit restaurant avec une terrasse agréable.	Saveurs, inventivité
Charlotte Steu	★★★★★	il y a 2 semaines	Plats délicieux avec des produits de qualité et explications détaillées sur les mets.	Produits, explication des plats
Melanie L.	★★★★★	il y a un mois	Serveur accueillant et passionné, plats raffinés et surprenants.	Service, cuisine, vins
Louisliane Lebas	★★★★★	il y a 2 mois	Restaurant très agréable pour les repas du midi, plats toujours délicieux et service efficace.	Service, cuisine
Laetitia Delrieu	★★★★★	il y a un an	Service rapide pour un grand groupe, excellente découverte des plats du début à la fin.	Service, découverte culinaire
Claire Grd	★★★★★	il y a un an	Cuisine authentique, excellents conseils en matière de vin.	Cuisine, service, vin
Pierre DURIEUX	★★★★★	il y a un an	Belle découverte culinaire avec des assiettes à partager dans un cadre agréable.	Cuisine, ambiance
Sabrina D	★★★★★	il y a 9 mois	Très bon repas, avec un excellent rapport qualité/prix.	Qualité des plats, présentation
Jules BACH	★★★★★	il y a un an	Cuisine savoureuse avec des produits frais et accueil chaleureux.	Cuisine, accueil
Théo SIMEON	★★★★★	il y a un an	Cuisine subtile et raffinée, carte qui change avec les saisons.	Cuisine, produits de saison
Stéphane Gribaldo	★★★★★	il y a un an	Produits frais, bon accueil, et ambiance chaleureuse.	Produits, accueil
Emilie Daudet	★★★★★	il y a un an	Très bonne ambiance, service attentif et une expérience culinaire de qualité.	Service, cuisine
Manuelle Pascau	★★★★★	il y a un mois	Super moment gustatif avec une belle sélection de vins naturels.	Vins, service, ambiance
Mathilde Hurcet Bleux	★★★★★	il y a 2 semaines	Très bon dîner avec un accueil impeccable et une cuisine délicieuse.	Cuisine, accueil
Zoe Sei	★★★★★	il y a un an	Plats délicieux et originaux, mention spéciale pour le riz au lait au caramel au beurre salé.	Plats, dessert
Mallorie ROCHE QUARRE	★★★★★	il y a un an	Ambiance conviviale, plats excellents et revisités de manière délicieuse.	Plats, ambiance
Dominique Belli	★★★★★	il y a 3 mois	Plats aux saveurs originales, excellent service et présentation.	Saveurs, service
Maud Lacko	★★★★★	il y a 7 mois	Repas très fin et bien présenté, très bon rapport qualité-prix.	Cuisine, rapport qualité-prix
Audrey Moreno	★★★★☆	il y a 2 mois	Première visite enchantée, mais déçue par les quantités lors de la seconde visite.	Quantités, expérience
Jo Krom	★★★★★	il y a un an	Cuisine soignée et salle agréable, service sympathique.	Cuisine, service
Caroline Valle	★★★★★	il y a 11 mois	Plat savoureux à partager et belle carte de vins, à recommander !	Plats, vins
Aquacel77 Arthur	★★☆☆☆	il y a 10 mois	Très déçu par les quantités insuffisantes, même si la cuisine était bonne.	Quantités, cuisine
CFBM Toulouse	★★★★★	il y a 10 mois	Excellent qualité des plats et des vins, service impeccable.	Plats, vins, service
Virginie Romeu	★★★★★	il y a 10 mois	Cuisine délicieuse et originale, excellent service.	Cuisine, service
Frederic Teixeira	★★★★★	il y a un an	Très agréable expérience culinaire avec des saveurs bien travaillées et un accueil chaleureux.	Cuisine, accueil
Pauline Amat	★★★★★	il y a un an	Restaurant avec des plats de qualité et un service impeccable.	Cuisine, service
Gilbert Casamatta	★★★★★	il y a 11 mois	Cuisine raffinée, accueil agréable et prix abordables.	Cuisine, prix
Marina S	★★★★★	il y a 11 mois	Accueil parfait et plats raffinés, ambiance conviviale.	Cuisine, accueil
Selma Lebrec	★★★★★	il y a un an	Cuisine variée et excellente avec des tapas à partager.	Tapas, cuisine
Adtap Velo	★★★★★	il y a un an	Cuisine régionale et accueil très sympathique.	Cuisine régionale, accueil
Annick Ortega	★★★★★	il y a un an	Plats sublimes, pour les yeux et le palais. Ambiance agréable.	Plats, ambiance
Claudie Cezard	★★★★★	il y a un an	Cuisine inventive, accueil parfait, excellente sélection de vins.	Cuisine, accueil, vins
Michel BATTAGLIA	★★★★★	il y a 6 mois	Très bel endroit avec une excellente connaissance des vins et plats raffinés.	Vins, ambiance, cuisine
Florence Battaglia	★★★★★	il y a 6 mois	Plats raffinés et accueil de qualité, expérience agréable.	Plats, accueil
Vincent Blandin	★★★★★	il y a un an	Cuisine sérieuse et précise avec des produits de qualité.	Cuisine, produits

Annexe 19 - Moteurs de recherche - Requêtes populaires



Recherche Ecosia



Recherche Bing



Annexe 20 - Apparition chronologique - Mapping



Annexe 21 - Comparatif sites web - Restaurants

Critères	Chez Loustic	L'Hémicycle	La Topina
Type de cuisine	Bistronomique / Cantine de quartier	Bistronomique / Cantine de quartier	Restaurant et salon de thé
Gamme de prix		20-30€	
Réseaux Sociaux	Instagram (1,6K), Facebook (680)	Instagram (360), Facebook (500)	Instagram (1,2K), Facebook (2,4K), X (775)
Charte Graphique	Logo et charte graphique végétale appliquée aux supports du restaurant (menus, cartes de visite, chèques cadeaux)	Logo mais pas de charte graphique spécifique, identité liée au musée des Abattoirs	Logo mais pas de charte graphique spécifique, identité artistique liée à la vente d'œuvres d'art
Référencement	Très bon, premier lorsqu'on recherche "Chez Loustic"	Moyen, nécessite d'ajouter "Toulouse" ou "restaurant" pour apparaître en premier (nom trop générique)	Très bon, premier lorsqu'on recherche "La Topina"
Nombre de Pages	1 page unique, navigation fluide, accès aux rubriques via scroll ou clic, popup pour les chèques cadeaux, nouvel onglet pour la réservation	6 pages : accueil, menu, salon de thé, boissons, privatisation, contact (problèmes de navigation)	3 pages : accueil (actualités et événements), carte complète du restaurant, contact et partenaires (5 sections : Carta, Cultura, La Cola, Partenaris, Contact)
Page d'Accueil	Photo du restaurant en fond avec logo, accès rapide aux rubriques via un menu fixe, réservation et chèque cadeau en accès direct	Bandéau divisé en deux avec texte et image, menu déroulant peu visible en haut à droite, espace vide en bas de page	Bandéau avec menu, liens vers les réseaux sociaux, texte de présentation, onglet presse, photo d'un plat (mal intégrée, coupée en deux)
Navigation	Intuitive, accès rapide aux informations, possibilité de réserver en un clic	Problèmes de navigation : erreurs 404 sur la page Contact, certaines pages accessibles uniquement depuis l'accueil	Navigation non optimisée, sections nombreuses mais peu interactives, certaines redirections ouvrent des onglets séparés
Menu	Non déroulant, présent sur la page d'accueil et accessible en scrollant, 6 onglets	Déroulant mais disparaît en scrollant, 4 onglets, certaines rubriques moins accessibles (ex. carte des boissons uniquement via l'accueil)	Non déroulant, visible en scrollant, 7 onglets, très détaillé mais manque d'organisation
Contact	Informations en bas de page avec adresse, email, téléphone, horaires et plan Google Maps interactif	Page Contact affiche une erreur 404, horaires et email visibles sur la page d'accueil, accès en transports en commun mentionné	Adresse, téléphone, email, accès à la presse et newsletter, informations bien organisées
Réservation en Ligne	Oui, réservation disponible directement sur le site		Non Non
Responsivité Mobile	Bonne, seul manque le bouton réservation sur la version mobile	Bonne adaptation mobile, moins d'espaces vides que sur PC, visuels bien intégrés	Mauvaise adaptation mobile, beaucoup de texte, manque d'interactivité, mise en page peu optimisée
SEO (Mots-clés et Positionnement)	Optimisation forte, bon référencement naturel, site bien structuré pour les moteurs de recherche	Référencement moyen, améliorable par une meilleure structuration des mots-clés et des titres	Référencement efficace mais souffre d'un manque de structuration SEO sur les pages secondaires
Temps de chargement	Chargement rapide, site optimisé	Chargement moyen, certaines pages mettent du temps à s'afficher	Chargement lent, pages longues et lourdes en contenu
Interactivité	Haute : réservation en ligne, chèque cadeau interactif en pop-up, accès direct aux réseaux sociaux	Moyenne : site principalement informatif, peu d'éléments interactifs	Faible : beaucoup de texte, peu d'éléments interactifs mis en avant
Particularités	Réservation en ligne, chèques cadeaux en pop-up, site bien optimisé, menu clair et structuré	Conseils d'accès aux transports en commun, carte des boissons séparée du menu principal, bon responsive design mais navigation perfectible	Contenu intéressant sur l'histoire et les événements du restaurant, mise en avant des producteurs et fournisseurs partenaires

Annexe 22 – Recherche mots clés

Catégorie	Strucuration sémantique
Type de restaurant	Cantine de quartier Toulouse, Bistrot convivial Toulouse, Restaurant bistro-nomique Toulouse, Restaurant néobistrot, Restaurant original Toulouse, Restaurant à partager, Bistro moderne, Restaurant décontracté Toulouse, Restaurant gastronomique Toulouse, Restaurant branché Toulouse, Restaurant tendance Toulouse, Restaurant casual Toulouse, Restaurant créatif Toulouse, Bistrot chic Toulouse, Table conviviale Toulouse, Restaurant local Toulouse
Cuisine	Restaurant cuisine de saison Toulouse, Cuisine locale et vins Toulouse, Cuisine du moment, Cuisine de marché, Cuisine faite maison Toulouse, Cuisine toulousaine, Cuisine créative, Cuisine traditionnelle, Cuisine authentique Toulouse, Cuisine de terroir Toulouse, Cuisine contemporaine Toulouse, Cuisine artisanale Toulouse, Plat de saison Toulouse, Recettes maison Toulouse, Cuisine végétarienne Toulouse, Cuisine de produits locaux Toulouse
Vins	Restaurant vins naturels Toulouse, Belle sélection de vins, Vin naturels, Cuisine et vins Toulouse, Vins bio Toulouse, Sélection de vins artisanaux, Vins bio et naturels Toulouse, Vin d'exception, Vins du terroir, Vins de producteurs locaux, Vins toulousains, Vins gastronomiques, Vins rares Toulouse, Accords mets et vins Toulouse, Vins exclusifs Toulouse, Vins sélectionnés Toulouse, Cave à vin Toulouse, Sommellerie Toulouse
Ambiance	Restaurant ambiance chaleureuse Toulouse, Restaurant Toulouse centre, Quartier Saint-Cyprien, Restaurant cosy Toulouse, Restaurant décontracté, Ambiance conviviale, Atmosphère familiale, Ambiance moderne Toulouse, Atmosphère intime Toulouse, Lieu chaleureux Toulouse, Décoration soignée Toulouse, Cadre agréable Toulouse, Ambiance festive Toulouse, Restaurant avec terrasse Toulouse, Lieu convivial Toulouse, Ambiance conviviale Saint-Cyprien

Catégorie	Strucuration sémantique
Proximité	Restaurant près de moi, Nouveau restaurant Saint-Cyprien Toulouse, Où manger à Toulouse, Restaurant dans le centre de Toulouse, Restaurant accessible Toulouse, Restaurant local Toulouse, Restaurant quartier Saint-Cyprien, Restaurant Saint-Cyprien centre, Restaurant à proximité Toulouse, Restaurant accessible en transport Toulouse, Restaurant proche du centre-ville Toulouse, Restaurant Toulouse centre historique, Restaurant près de la gare Toulouse, Lieux tendance Saint-Cyprien, Restaurant à deux pas Toulouse
Caractéristiques spécifiques	Restaurant Toulouse original, Restaurant néo bistrot, Restaurant fait maison Toulouse, Cuisine innovante Toulouse, Restaurant écoresponsable Toulouse, Restaurant créatif Toulouse, Concept culinaire original Toulouse, Restaurant familial Toulouse, Expérience gastronomique Toulouse, Restaurant haut de gamme Toulouse, Table d'hôte Toulouse, Restaurant éthique Toulouse, Plat signature Toulouse
Nouveautés et tendances	Restaurant tendance Toulouse, Excellent restaurant, Nouveau restaurant Saint-Cyprien Toulouse, Restaurant en vogue Toulouse, Nouveaux spots à Toulouse, Tendances gastronomiques Toulouse, Restaurant nouveau concept Toulouse, Restaurant moderne Toulouse, Nouvelles ouvertures Toulouse, Restaurant pop-up Toulouse, Lieu gastronomique tendance Toulouse, Restaurant prisé Toulouse, Restaurants à découvrir Toulouse, Lieux gastronomiques Toulouse, Nouveaux restaurants incontournables Toulouse
Qualité des produits	Produits frais, Assiettes à partager, Cuisine de saison, Cuisine du moment, Produits locaux, Gastronomie locale, Plats faits maison, Assiette de saison, Produits de producteurs locaux, Cuisine du marché, Qualité des produits Toulouse, Cuisine de terroir, Produits fermiers Toulouse, Cuisine traditionnelle Toulouse, Plats faits maison Toulouse, Fraîcheur des produits Toulouse, Saveurs locales Toulouse, Produits bio Toulouse, Plats du jour Toulouse

Annexe 23 - Vérification et réservations - OVH

[restaurantpapi.fr](#) ⓘ
1 an offert pour tout enregistrement de 3 ans et plus
Disponible

5,59 €
puis 7,79 €/an
[Voir les conditions](#) [Acheter](#)

[papitoul...urant.fr](#) ⓘ
1 an offert pour tout enregistrement de 3 ans et plus
Disponible

5,59 €
puis 7,79 €/an
[Voir les conditions](#) [Acheter](#)

[papirest...louse.fr](#) ⓘ
1 an offert pour tout enregistrement de 3 ans et plus
Disponible

5,59 €
puis 7,79 €/an
[Voir les conditions](#) [Acheter](#)

[papi31.fr](#) ⓘ
1 an offert pour tout enregistrement de 3 ans et plus
Disponible

5,59 €
puis 7,79 €/an
[Voir les conditions](#) [Acheter](#)

[papi-restaurant.fr](#) ⓘ
1 an offert pour tout enregistrement de 3 ans et plus
Disponible

5,59 €
puis 7,79 €/an
[Voir les conditions](#) [Acheter](#)

[papicant...tier.com](#)
Disponible

10,29 €
puis 13,49 €/an [Acheter](#)

[papicant...rtier.fr](#) ⓘ
1 an offert pour tout enregistrement de 3 ans et plus
Disponible

5,59 €
puis 7,79 €/an
[Voir les conditions](#) [Acheter](#)

[papirestaurant.fr](#)
Indisponible

[papirestauranttoulouse.fr](#) = disponible

[papirest...louse.fr](#) ⓘ
1 an offert pour tout enregistrement de 3 ans et plus
Disponible

5,59 €
puis 7,79 €/an
[Voir les conditions](#) [Acheter](#)

[papitoulouserestaurant.fr](#) = disponible

[papitoul...urant.fr](#) ⓘ
1 an offert pour tout enregistrement de 3 ans et plus
Disponible

5,59 €
puis 7,79 €/an
[Voir les conditions](#) [Acheter](#)

[pappirestaurant.fr](#) = disponible

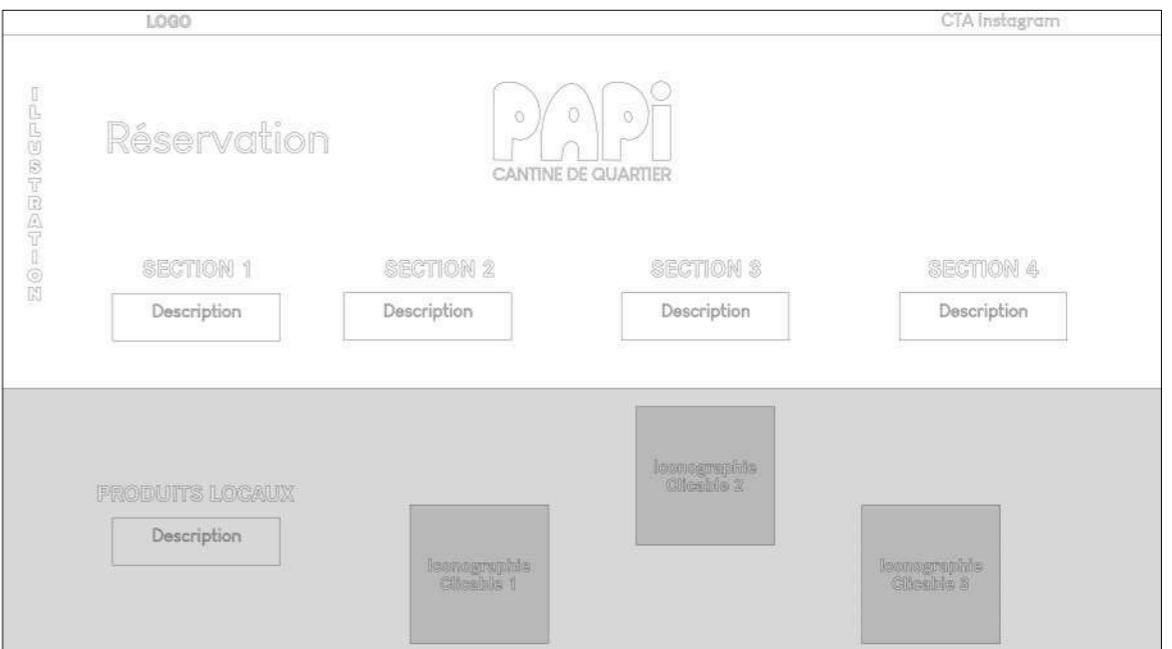
[pappirestaurant.fr](#) ⓘ
1 an offert pour tout enregistrement de 3 ans et plus
Disponible

5,59 €
puis 7,79 €/an
[Voir les conditions](#) [Acheter](#)

[papyrestaurant.fr](#) = réserver
Ce nom de domaine est déjà réservé. Il s'agit du vôtre ? **5,59 € 4,59 €**
puis 7,79 €/an [Transférer](#)

[papyrestaurant.fr](#)
Déjà réservé

Annexe 24 : Squelette site web



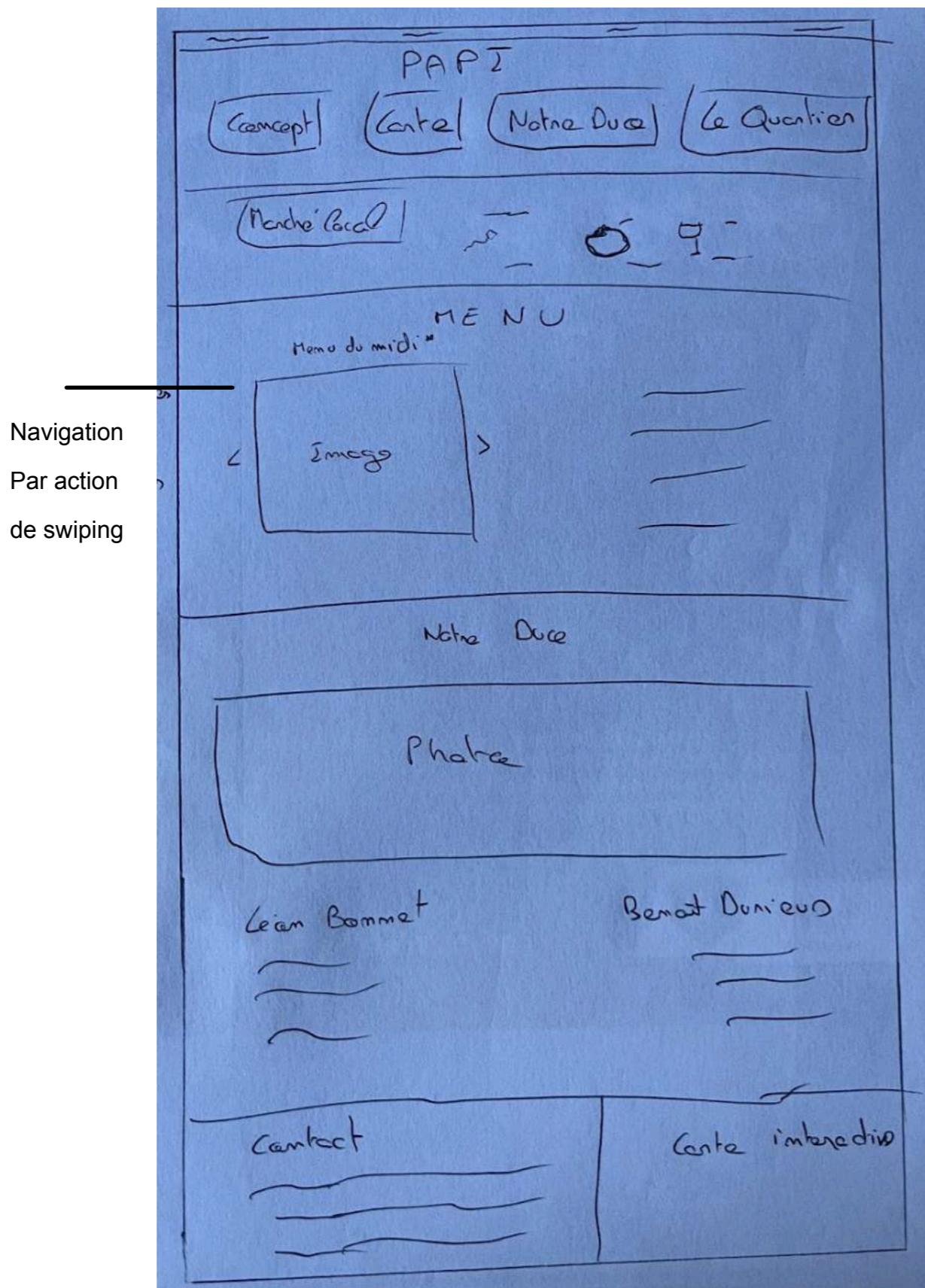
Squelette logiciel - Affinity Publisher

Annexe 25 : Idée illustration des gérants

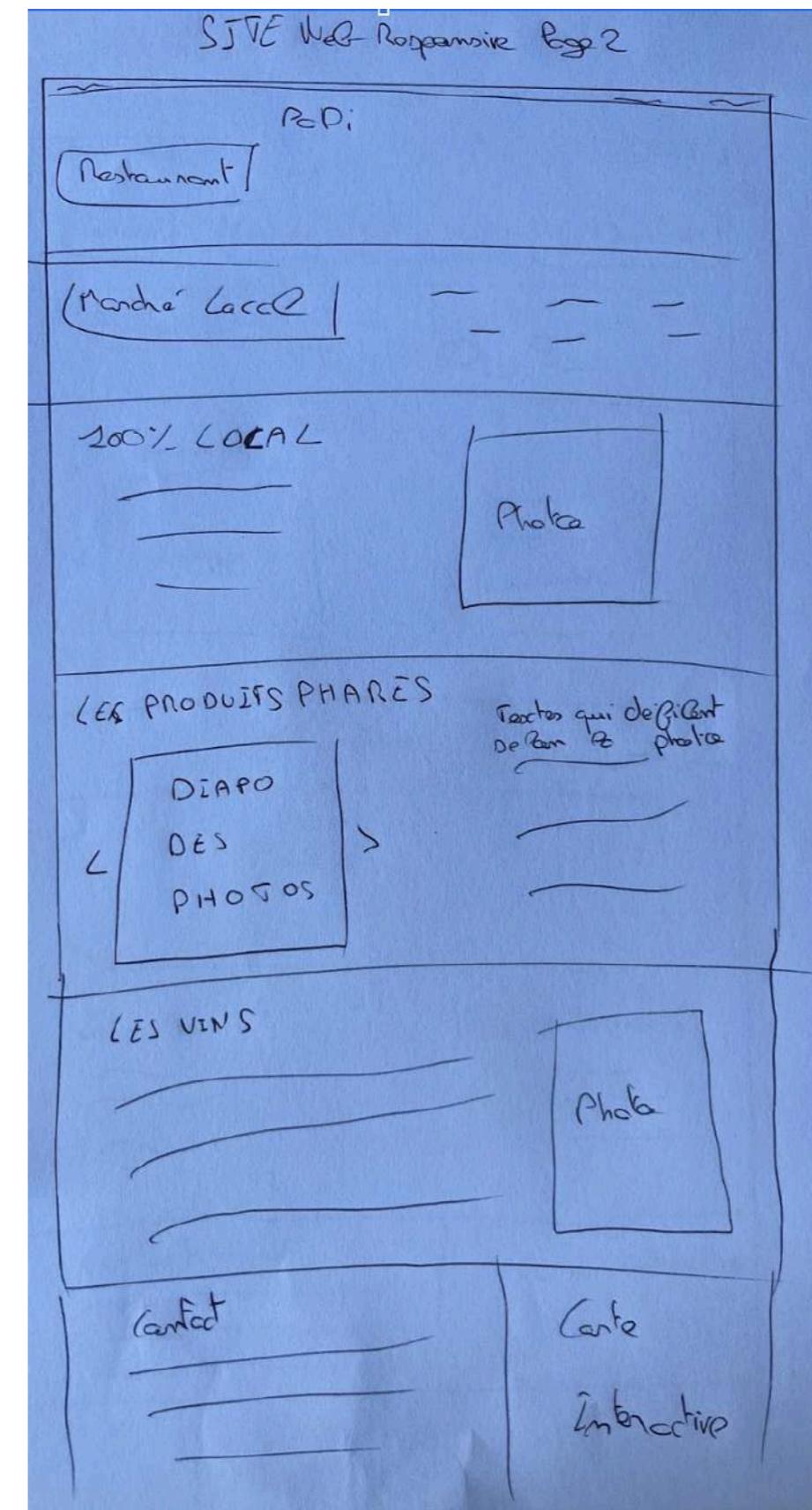


Annexe 26 - Squelettes à main levé du site web

Page 1



Page 2



Annexe 27 - Structuration du site web

Objectifs du Site

- Simplicité & efficacité inspirées du site de Chez Loustic (1 à 2 pages maximum).
- Navigation claire et rapide pour une expérience utilisateur fluide.
- Valorisation du marché local (produits, fournisseurs, circuits courts, vins) pour renforcer l'identité du restaurant et la relation client.
- Optimisation de la fidélisation en mettant en avant la transparence et l'engagement local.

- Collecte d'informations analytiques sur le trafic :

- Nombre de visites
- Taux de rebond
- Consultation de la page "Nos Produits Locaux"

Page d'Accueil – Structure et Navigation

Header (Bandeau supérieur fixe et interactif)

- Logo Papi (haut gauche, cliquable pour revenir à l'accueil).
- Lien Instagram (haut droite, redirection directe vers le feed Insta).
- Menu de navigation fluide (fixe et visible en scrollant) :

Sections

- Concept
- Menu (Action clicable : Midi, Soir, Boissons)
- le Duo (Présentation de l'équipe et de leur vision)
- Contact (Lieu, informations pratiques)
- Nos Produits Locaux (renvoi vers la seconde page du site)

Page "Nos Produits Locaux" – Contenu et Expérience Utilisateur

Mise en avant des Produits Locaux et Fournisseurs

- Introduction concise sur l'engagement du restaurant envers les circuits courts
- Origine des produits clairement affichée (inspiré de La Topina, mais plus synthétique).
- Cartes et visuels des producteurs locaux pour illustrer leur proximité.

Navigation ergonomique et intuitive

- Iconographies cliquables pour filtrer les produits par catégorie :
- Viandes
- Vins
- Légumes & Fruits
- Chaque catégorie affiche :
- Nom du producteur
- Localisation sur une carte interactive
- Type de produit fourni

Renvois et Navigation entre les Pages

- Accès retour vers l'Accueil :
- En haut de page (via le header fixe en scroll)
- En bas de page (bouton clair ou texte incitatif)

Footer (Pied de Page) – Présent sur toutes les pages

- Mentions légales & crédits (section discrète en bas de page)
- Lien Instagram (rappel visuel avec icône cliquable)

Fonctionnalités et Outils pour les Propriétaires

Mise à jour simplifiée du menu :

- Boîte de dialogue / éditeur de texte permettant de modifier uniquement le menu sans intervention technique.

Site autonome et durable :

- Pas besoin d'actualisations fréquentes (contenu statique, sauf le menu).
- Optimisé pour mobile et desktop (site responsive et fluide).

- ◆ En résumé : Un site minimalist, ergonomique et visuellement impactant
- ◆ Navigation intuitive avec scroll intelligent et accès rapide aux sections essentielles.
- ◆ Valorisation du circuit court et des producteurs locaux avec des visuels attractifs et interactifs.
- ◆ Autonomie totale des propriétaires pour modifier le menu sans contrainte technique.
- ◆ Une expérience immersive et fidèle à l'identité Papi (iconographies, design épuré, ambiance chaleureuse).

Un site clair, fonctionnel et pensé pour retranscrire le concept Papi (en accord avec leurs besoins identifiés durant l'échange). L'objectif est d'optimiser l'expérience utilisateur tout en valorisant l'authenticité et les engagements du restaurant.

Annexe 28 - Intégration d'un paysage local de la production occitane

Intégration d'un paysage local à travers la production occitane

Pour ancrer le restaurant dans son territoire et valoriser son identité régionale, il est essentiel de mettre en avant les produits locaux et de saison. Cette approche permet non seulement de proposer une cuisine authentique, mais renforce également la connexion avec les producteurs d'Occitanie.

Stratégies de mise en valeur des produits régionaux:

- Utilisation de mots-clés spécifiques :** Intégrer des termes liés aux produits locaux, aux saisons et aux producteurs occitans pour améliorer la visibilité du restaurant dans les recherches locales. Nous renforçons ainsi le SEO local de Papi.
- Explication des provenances :** Détalier l'origine des aliments, mettre en avant les circuits courts et présenter les producteurs partenaires pour renforcer la transparence et l'authenticité de l'offre du restaurant.
- Établissement de partenariats locaux :** Collaborer avec des producteurs et artisans régionaux permet de développer une dynamique de soutien mutuel, tout en favorisant les liens retours (backlinks) vers le site du restaurant, ce qui constitue un atout pour notre SEO.

Outils et formats à mettre en place :

- Création d'un calendrier interactif des produits locaux qui indiquerait les aliments disponibles selon les saisons.
- Mise en place d'un format visuel attractif et téléchargeable, comme un PDF intitulé "Manger de saison en Occitanie", qui offrirait une ressource pratique aux clients et visiteurs du site.
- Inscription de liens directs vers des producteurs locaux et des initiatives régionales pour promouvoir le dynamisme du territoire dans lequel évolue Papi.
- Mise à disposition d'articles complémentaires tels que "Pourquoi manger de saison ?" ou "5 recettes pour le mois de Février" afin d'enrichir le contenu du site et capter l'attention des visiteurs. Cela jouerait également pour le temps de rebond du client qui pourrait être curieux de découvrir des trucs et astuces.

Ci-dessous une idée du calendrier que le restaurant pourrait mettre à disposition :

Mois	Fruits	Légumes	Produits de la mer	Viandes & fromages
Janvier	Kiwi, Pomme	Chou, Carotte	Maire, Huitre	Magret de canard, Roquefort
Février	Poire, Orange	Poireau, Betterave	Dorade, Moule	Saucisse de Toulouse, Péardon
Mars	Fraise, Citron	Asperge, Épinard	Merlu, Encornet	Agneau des Pyrénées, Bleu des Causses
Avril	Cerise, Rhubarbe	Radis, Artichaut	Sardine, Bar	Cabécou, Jambon Noir de Bigorre
Mai	Fraise, Abricot	Petit pois, Fenouil	Rouget, Thon	Tomme des Pyrénées, Veau fermier
Juin	Melon, Pêche	Courgette, Haricot vert	Anchois, Seiche	Brebis des Cévennes, Magret séché
Juillet	Pastèque, Figue	Aubergine, Poivron	Espadon, Trevette	Rocamadour, Boudin noir

Choix et coût de l'hébergement.

- Hébergement mutualisé :** Bonne option pour une quantité de stockage, bande passante et bases de données raisonnable. Le prix est fixe sans option caché à 5€/mois. Le support est 100% français et sera réactif. Le certificat SSL, la sauvegarde et le nom de domaine sont inclus dans le prix.
Site officiel : <https://www.o2switch.fr/> > Bon pour notre restaurant si on veut faire un site simple et fiable.
- Hébergement VPS :** Plus de puissance qu'un mutualisé, sans être trop cher. Serveur dédié virtuel : ressources garanties > bonne option si le site doit évoluer. Possibilité d'installer un CMS (Wordpress, Joomla) librement.
Site officiel : <https://www.ovhcloud.com/fr/vps/> > 7,20€/mois : Idéal si le site veut évoluer avec plus de fonctionnalités (commandes en ligne, blog, vidéos, ...).
- Hébergement Cloud :** Ultra-flexible et adaptatif (on paye en fonction de la consommation réelle). Cela convient aux sites avec des fluctuations de trafic (pas mal pour un restaurant qui peut proposer des offres uniques pour des événements de Saint-Valentin, de Noël, 3,50€/mois en moyenne pour un petit site).
Site officiel : <https://aws.amazon.com/fr/lightsail/> > Bonne option si le site devient populaire ou bénéficie d'un peu de trafic à l'international.

Type d'hébergement	Meilleur choix	Prix annuel (HT)	Pourquoi ?
Mutualisé	o2switch	72 € (5 €/mois)	Tout illimité, support français, idéal pour un site vitrine
VPS	OVH VPS Essential	86 € (7,20 €/mois)	Plus de ressources et de flexibilité si le site évolue
Cloud	AWS Lightsail	~42 € + (3,50 €/mois, selon usage)	Flexible, évolutif, mais pas forcément nécessaire au départ

Nous opterions pour un serveur mutualisé car il offre le meilleur rapport qualité/prix. Notre restaurant a besoin d'un site vitrine avec des pages simples (menu, contact, réservation, horaires) ce qui ne nécessite pas de grandes ressources serveurs. L'hébergeur o2switch est fiable, économique (5€/mois) et facile à gérer, tout en incluant des performances correctes, un certificat SSL gratuit pour la sécurité du site et surtout un support technique en français. A moins que le site ne devienne très complexe (commandes en ligne massives, très forte affluence) cela semble être la meilleure solution.

Maintenance du site internet

Une bonne maintenance est essentielle. Le site doit rester fonctionnel, sécurisé mais surtout optimisé pour le SEO. On peut distinguer 3 types de maintenances pour les sites internet. D'abord la maintenance interne si l'équipe en a les compétences, l'avantage est qu'elle n'aura pas de coût supplémentaire mais elle ne sera peut-être pas optimale en fonction du travail au restaurant. On peut également passer par un intermédiaire en freelance, le service sera plus cher mais sera mieux suivi et par un professionnel. Dernière option que nous n'envisageons pas est l'appel à une agence web, ces agences proposent un service premium mais beaucoup trop cher et peu adapté à notre projet (150-300€/mois pour WPSeur et WPEngine). Ces agences sont réservées aux sites d'e-commerce ou il y a de nombreuses réservations en ligne et un gros trafic national et international.

Pour un restaurant avec un site vitrine simple, une gestion en interne si elle est possible est suffisante ou si elle n'est pas possible une supervision freelance est une bonne option.

Ci-dessous un tableau qui résume nos deux options avec les outils dont disposent chacune des options.

Type de maintenance	Fournisseur / Option	Prix mensuel	Prix annuel
Basique (auto-gestion)	Plugins gratuits (ex: UpdraftPlus, Wordfence)	0 €	0 €
Intermédiaire (freelance)	Prestataire indépendant (ex: Malt, Fiverr, Freelance.com)	30-80 €/mois	-360-960 €/an

Nom de domaine

Tout d'abord il s'agit de choisir l'extension du nom de domaine.

- .fr : idéal pour un restaurant en France, il sera favorisé par Google pour les recherches locales.
- .com : International, pas spécifique à la France. Peut être trop ambitieux pour une cantine de quartier
- .restaurant : Très spécifique et peu connu. Il est précis mais trop cher (40-50€/an).
- .net ou .org : pas recommandable pour un restaurant.

Ensuite on se concentre ou achète-t-on nos noms de domaine. Nous pensons que même si le .com n'est pas parfaitement adapté, il est pertinent de réserver 5 noms de domaine, 3 en .fr et 2 en .com. Nous nous penchons donc sur les **registrars** qui proposent des tarifs variables : sous forme de tableau ici une comparaison entre les 3 registrars que nous avons choisi.

Registrar	Prix .fr / an	Prix .com / an
OVH	8,39 €	11,99 €
Gandi	14,40 €	16,50 €
IONOS	1 € la 1 ^{re} année, puis 12 €	12 €

Réserver 3 .fr et 2 .com est un bon compromis entre protection et économie pour Papi. Le coût reste raisonnable (environ 45€/an)

1. Le SEO pour un restaurant.

- Le SEO on-page. Cela désigne l'optimisation de la page internet. Il est essentiel pour notre restaurant de détailler les informations principales (menu, horaires, événements). Il faudra optimiser les titres ainsi que les métadonnées. Chaque page doit avoir un titre optimisé avec des mots-clés pertinents. Les URL doivent être claires, courtes et contenir les mots-clés. Il faudra utiliser des balises : des titres ainsi que des sous-titres structurés pour aider google à comprendre et référencer le contenu de la page. Enfin, si nous utilisons des images, celle-ci doivent être nommées à l'aide de mots-clés pour qu'elles puissent être pertinentes pour le référencement et ne pas laisser la description de base que google lui attribue.
- Le SEO local pour la localisation géographique du restaurant. Il faudra d'abord s'inscrire sur Google Map Business, cela est crucial pour un restaurant. Cette manœuvre permettra au restaurant de s'afficher sur Google Maps et dans les résultats locaux (recherche restaurant à proximité par exemple).
- Le SEO technique. La vitesse de chargement du site améliore le SEO. Il faudra utiliser des outils comme Google Page Sheets Insights pour vérifier la vitesse du site et apporter des améliorations. Il faudra également nous assurer que le site est responsive, il doit être adapté aux mobiles car une grande partie des utilisateurs aujourd'hui consulteront le site via leurs smartphones. Il faudra enfin s'assurer que le site soit sécurisé, avoir un certificat SSL (<https://>) est indispensable pour la sécurité et pour améliorer le SEO.

Les outils recommandés pour un restaurant

- Google search console :** Cela permet de suivre le positionnement du restaurant dans le SEO local et l'outil dresse des rapports d'erreurs potentielles. **Gratuit**
- Google analytics :** Il analyse quantitativement le trafic web ainsi que les comportements des utilisateurs. Il permet de contrôler notre taux de rebond. **Gratuit**.
- Google my business :** Permet de répondre aux avis, poster des photos, contrôler le résultat de la recherche google pour le restaurant. **Gratuit**
- Yoast SEO :** uniquement si le site est fait sur wordpress. Il optimise le contenu, contrôle les titres, les métadonnées. **Gratuit** avec une option premium à 89€/an.
- SEMrush :** Analyse de la concurrence, benchmark, recherche de mots-clés pertinents. **100€/mois** > destiné à une grosse structure peut être pas pour notre restaurant d'autant plus que la recherche de mots-clés est comprise dans notre livrable.

Coût d'une stratégie SEO pour un restaurant.

- SEO en interne. Si un membre de l'équipe est compétent en SEO, il pourra gérer les éléments de base par lui-même. Cela prendra du temps mais le coût au-delà du salaire de l'employé sera nul.
- Seo avec un freelance. On délègue la tâche à un professionnel. Les tarifs varient en fonction de la complexité de la stratégie demandée. 2 exemples de plateformes pour trouver un freelance. **Malt** : C'est une plateforme très populaire pour trouver un freelance spécialisé dans différents domaines dont le SEO. On publie notre projet (par exemple optimisation SEO pour un restaurant) et on reçoit des propositions de freelance. **Fiverr** utilise la même stratégie mais est plus mondialisée, les freelances sont donc parfois moins chers mais jouissent d'une réputation moindre. On peut néanmoins estimer le coût moyen de 4 opérations en fonction des deux prestataires avec le tableau ci-dessous.

Service SEO	Malt (freelance expérimenté)	Fiverr (freelance budget)
Audit SEO	200 € - 600 €	50 € - 200 €
Optimisation SEO sur-page	300 € - 800 €	150 € - 500 €
Stratégie et rédaction SEO	250 € - 1 000 €/mois	150 € - 500 €/mois
Maintenance SEO mensuelle	300 € - 800 €/mois	100 € - 300 €/mois

La différence entre les deux : sur Malt on cherche un service très professionnel et plus personnalisé puisque c'est le restaurant qui publie son besoin. Sur Fiverr on sélectionne directement une prestation donc peut-être moins exactement ce que l'on veut mais cela se répercute sur le prix : c'est un service moins personnalisé mais à moindre coût.