

1. Concurrents Directs

Concurrent 2 : KUSMI TEA

Site web : <https://www.kusmitea.com/>

Fondée en **1867** à **Saint-Pétersbourg** et désormais sous l'égide de la société parisienne **Orientis Gourmet**, Kusmi Tea incarne l'excellence et l'audace dans l'univers du thé. Forte d'une **histoire riche et d'un savoir-faire unique**, la marque associe tradition et modernité pour offrir une expérience sensorielle raffinée.

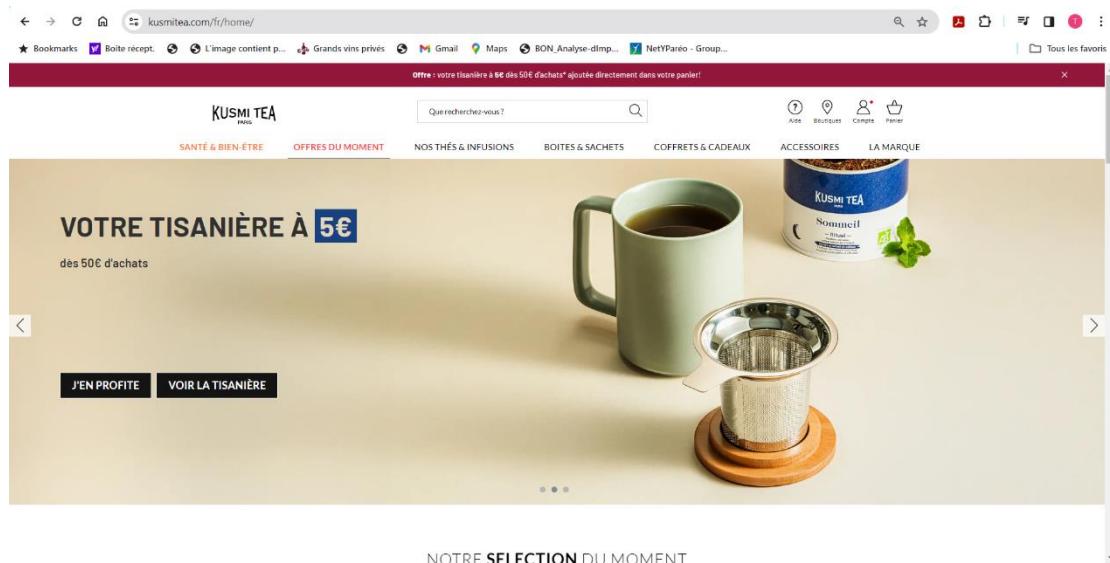


Figure 1: Home Page du site de KUSMI TEA

Audit technique

Outils à utiliser : Wappalyzer (technologies web), Lighthouse (performances), Google Mobile-Friendly Test (adaptabilité mobile)

- **Langages utilisés :**

Front-end : Le site est développé en HTML5, CSS3 et JavaScript, avec l'utilisation du framework React.js pour une interface utilisateur dynamique et réactive.

Back-end : La plateforme repose sur PHP, intégrant le système de gestion de contenu Magento 2, ce qui facilite la gestion des fonctionnalités e-commerce. La base de données utilisée est MySQL, assurant une gestion efficace des données produits et clients.

The screenshot shows the Wappalyzer interface with the following sections:

- Technologies:**
 - Boutique en ligne: Salesforce Commerce Cloud
 - Outil de statistiques: TikTok Pixel, Google Analytics GA4, Contentsquare
 - Framework JavaScript: RequireJS
 - Script de police: Google Font API
- CRM:** Salesforce
- Librairies JavaScript:**
 - Splide
 - Lodash 4.17.21
 - LazySizes
 - jQuery UI 1.13.1
 - jQuery 3.7.1
 - core-js 3.27.0
- Frameworks UI:**

Figure 1: Informations recueillies par Wappalyzer

The screenshot shows the Wappalyzer interface with the following sections:

- Framework JavaScript:**
 - RequireJS
- Script de police:** Google Font API
- Divers:** Open Graph
- CDN:**
 - jsDelivr
 - Cloudflare
- Conformité des cookies:** OneTrust
- A/B testing:** Contentsquare, AB Tasty
- Régie publicitaire:** AdRoll
- Personalisation:** Microsoft Advertising, Adform

Figure 2: Informations recueillies par Wappalyzer

The screenshot shows the Wappalyzer interface with the following sections:

- Gestionnaire de balises:** Google Tag Manager
- Chat en direct:** iAdvize
- Reciblage:** AdRoll
- Avis:** Avis Verifies
- Performance:** LazySizes

Figure 3: Informations recueillies par Wappalyzer

- **Performances :**

Speed Index (4,0 s - Moyen)

Un Speed Index de 4,0 s est à la limite du seuil acceptable. Une réduction en dessous de 2,5 s améliorerait considérablement la fluidité perçue et l'expérience utilisateur.

Largest Contentful Paint (LCP - 2,3 s - Bon)

Un LCP sous les 2,5 s est un excellent résultat, indiquant que le principal élément visuel du site se charge rapidement. Toutefois, une optimisation supplémentaire pourrait encore améliorer le ressenti utilisateur.

First Contentful Paint (FCP - 0,9 s - Très Bon)

Le site affiche son premier élément visible en moins d'une seconde, offrant une bonne perception de réactivité pour l'utilisateur.

Total Blocking Time (TBT - 250 ms - Acceptable)

Un TBT inférieur à 300 ms est un bon indicateur de fluidité, mais une réduction supplémentaire des scripts bloquants améliorerait la réactivité globale.

Cumulative Layout Shift (CLS - 0.599 - Mauvais)

Un CLS élevé (supérieur à 0.1) indique un déplacement important des éléments à l'écran, pouvant nuire à l'expérience utilisateur. Une meilleure stabilisation du contenu (ex. : dimensions définies pour les images et les publicités) est recommandée.

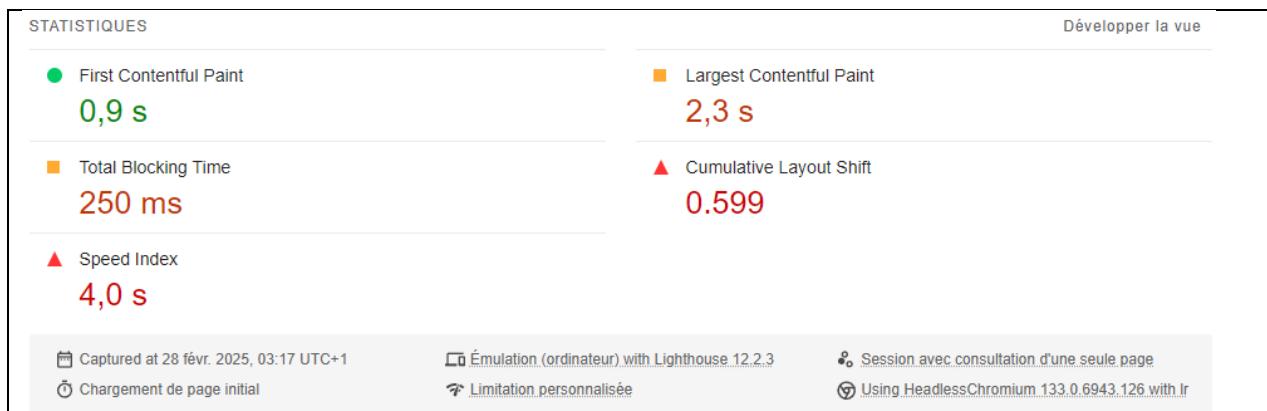


Figure 4: Performances obtenues par Lighthouse (version desktop)

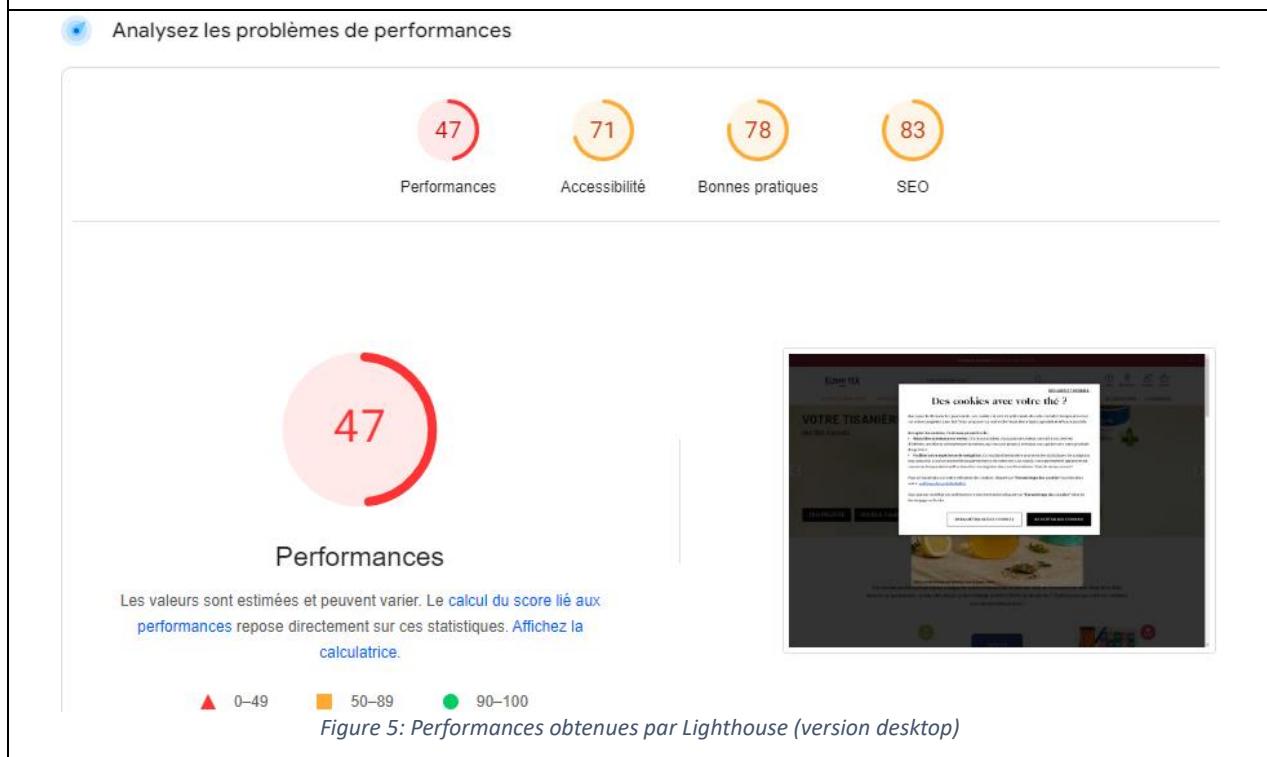


Figure 5: Performances obtenues par Lighthouse (version desktop)

- **Responsive et mobile** : Adapté aux mobiles avec une version responsive fluide et une application dédiée sur iOS et Android.

The screenshot shows the mobile website for Kusmi Tea. At the top, there is a red banner with white text: "Offre : votre tisanière à 5€ dès 50€ d'achats*, ajoutée directement dans votre panier!" (Offer: your teapot at 5€ from 50€ of purchases*, added directly to your cart!). Below the banner is the Kusmi Tea logo with "PARIS" underneath. To the right of the logo are icons for search, cart, and menu. Below the logo are four circular product images: "Promo Vrac" (loose leaf tea), "Thés" (teas), "Infusions" (infusions), and "Sac" (bags). A large central banner for "KUSMIKLUB" promotes doubling points for the "RITUEL" range. It features two buttons: "JE ME CONNECTE" and "J'EN PROFITE". To the right of the button is a row of tea canisters and spoons. Below this banner is a section titled "NOTRE SELECTION" (Our Selection) with a "DU MOMENT" (Current Moment) heading. A caption at the bottom right of the screenshot reads: "Figure 6: Vue sur Iphone SE (375 x 667)".

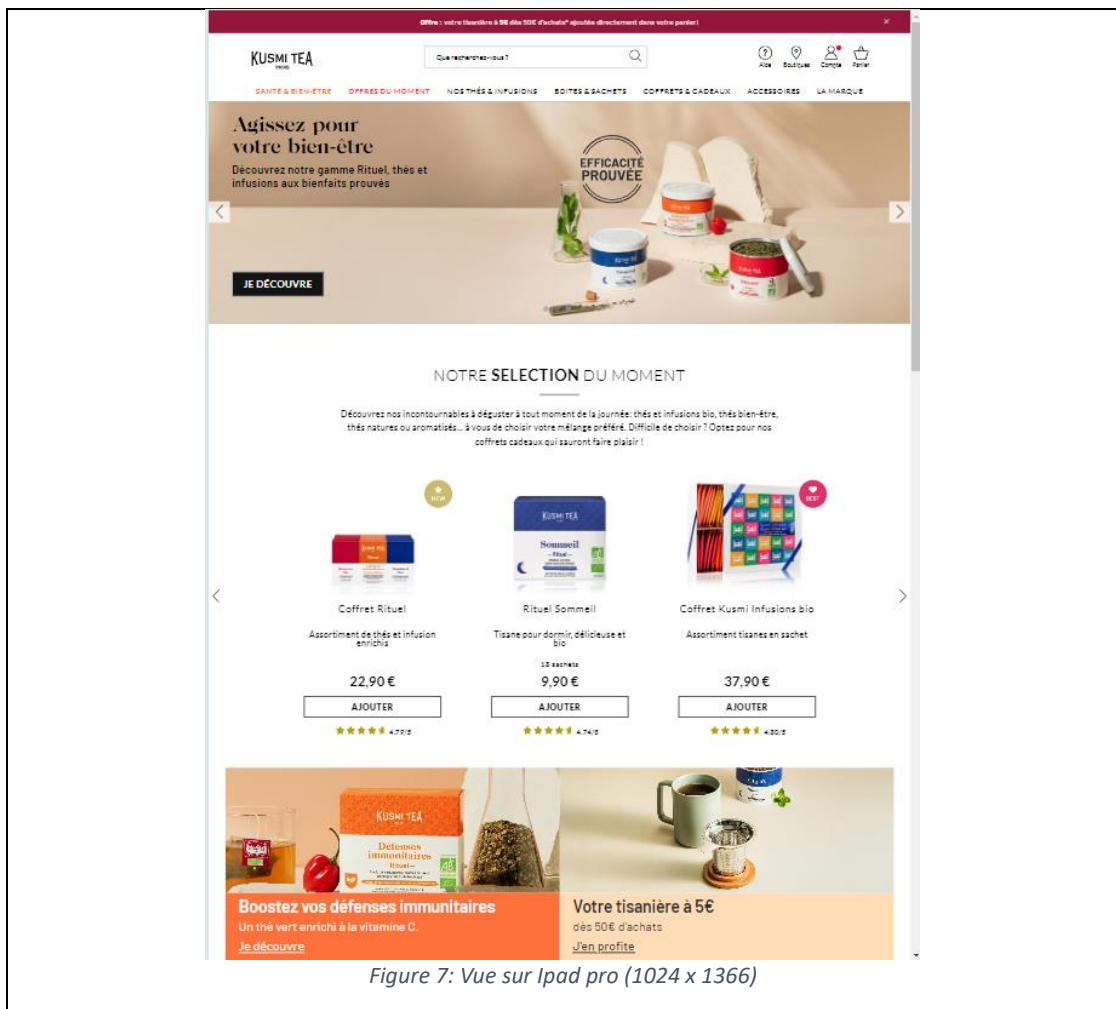


Figure 7: Vue sur Ipad pro (1024 x 1366)

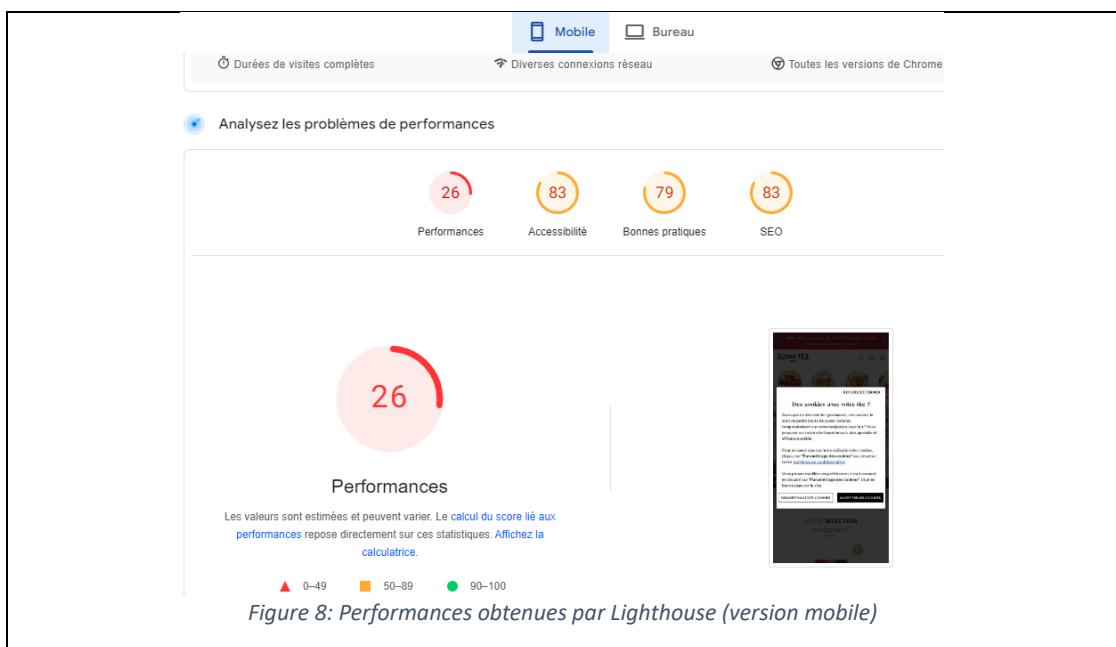


Figure 8: Performances obtenues par Lighthouse (version mobile)

Analyse des indicateurs

- **Performances (26 - Très Faible)**

Temps de chargement très lent, présence probable de scripts bloquants et d'images non optimisées.

- **Accessibilité (83 - Bon)**

Bonne gestion des contrastes et de la navigation, mais une légère baisse indique des problèmes d'accessibilité résiduels.

- **Bonnes pratiques (79 - Correct)**

Sécurisation HTTPS toujours en place, mais des optimisations possibles sur certaines pratiques de développement.

- **SEO (83 - Bon mais Perfectible)**

Bonne structure Hn et sitemap présents, mais score en baisse par rapport à 92.

Audit « Green IT »

Outils utilisés : PageSpeed Insights, GTmetrix, Pingdom Tools

- **Minification CSS/JS** : La minification des fichiers CSS et JavaScript est en place, contribuant à la réduction de la taille des ressources et améliorant ainsi les temps de chargement.
- **Images optimisées** : Les images sont adaptées en fonction de la résolution de l'écran de l'utilisateur, ce qui permet une utilisation efficace de la bande passante et une meilleure performance sur divers appareils.
- **Requêtes serveur** : Le site effectue un nombre considérable de requêtes serveur, principalement en raison de l'intégration de multiples API tierces et de scripts externes. Cette situation peut entraîner une augmentation du temps de chargement et de la consommation de ressources.
- **Utilisation de plugins** : Le site intègre plusieurs modules pour les fonctionnalités e-commerce, ce qui est courant pour une plateforme de vente en ligne. Toutefois, une évaluation régulière de ces plugins est recommandée pour s'assurer de leur efficacité énergétique et de leur pertinence.
- **Print CSS** : Aucune feuille de style spécifique pour l'impression (print CSS) n'a été détectée. L'ajout de cette fonctionnalité pourrait améliorer l'expérience utilisateur lors de l'impression et réduire la consommation de papier en optimisant la mise en page.
- **Typographie** : Le site utilise des polices web standardisées et optimisées, ce qui contribue à une meilleure performance en réduisant le besoin de chargement de polices externes lourdes.

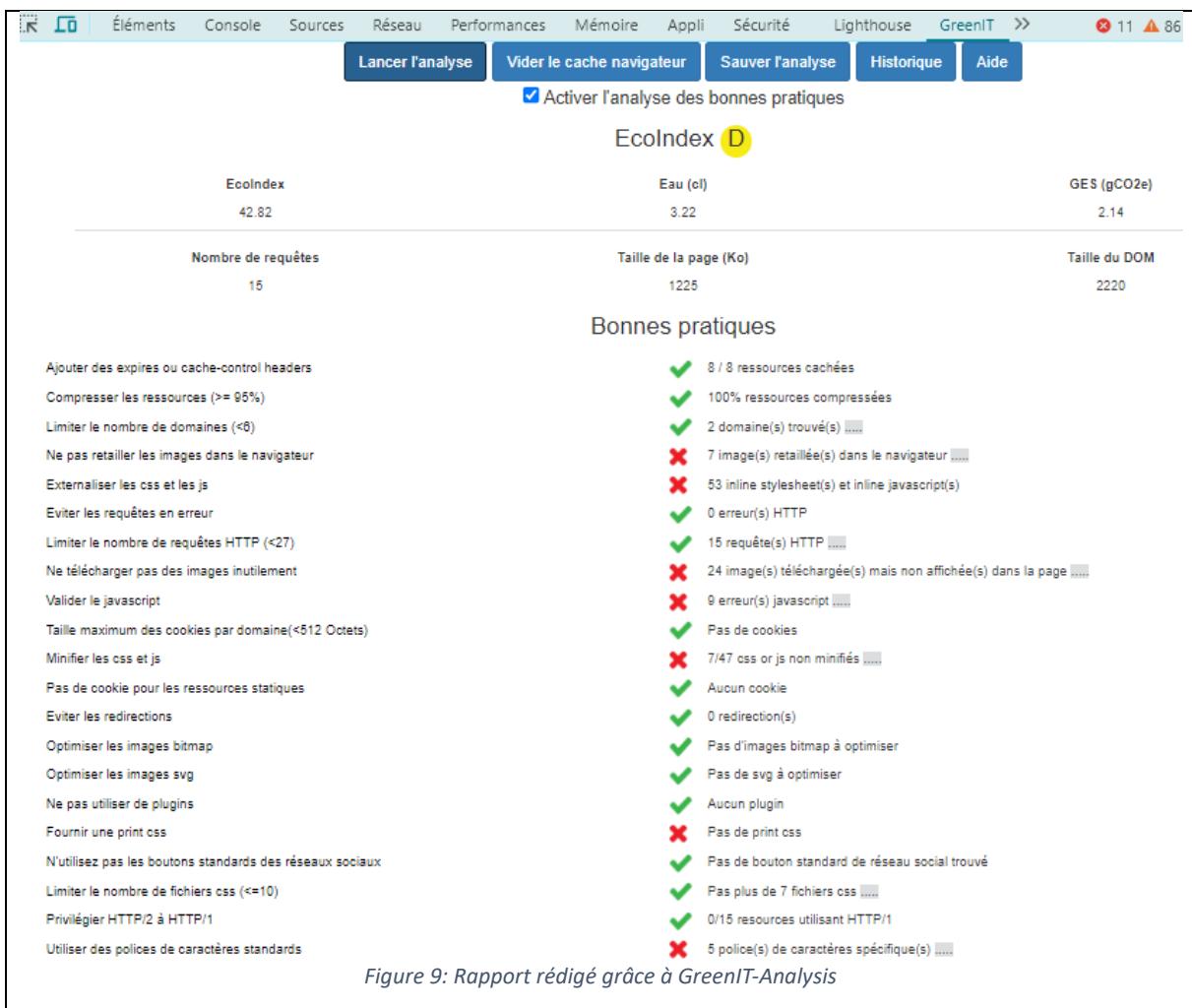


Figure 9: Rapport rédigé grâce à GreenIT-Analysis

Analyse des Résultats Green IT

- EcoIndex (42.82 - Insuffisant)**

L'impact environnemental est moyen-faible, nécessitant une réduction des ressources gourmandes en énergie (optimisation des requêtes et allègement du contenu).

- Consommation d'eau (3.22 cl - Légèrement élevée)**

Une hausse par rapport à 2.95 cl, signe d'un besoin d'optimisation sur la gestion des ressources serveur.

- Émissions de CO₂ (2.14 gCO₂e - Acceptable mais à améliorer)**

Légère augmentation des émissions carbone. Une optimisation du caching et de la compression des ressources pourrait aider à les réduire.

- Nombre de requêtes (15 - À surveiller)**

Augmentation significative (de 1 à 15). Cela impacte la rapidité de chargement et l'efficacité énergétique. Regrouper les requêtes et limiter les appels externes peut améliorer les performances.

- **Taille de la page (1225 Ko - Trop Élevée)**

La taille de la page est conséquente, ce qui ralentit le chargement et augmente la consommation d'énergie. Une minification des fichiers CSS/JS et une compression d'images sont recommandées.

- **Taille du DOM (2220 éléments - Optimisé mais encore dense)**

Réduction du DOM par rapport à 2821 éléments, ce qui est un point positif, mais un DOM plus léger améliorerait encore les performances et la consommation énergétique.

Audit SEO

Outils à utiliser : SEMrush, Screaming Frog, Ahrefs, Google Search Console

- **SEO détaillé** : Bonne optimisation des balises Hn, meta descriptions bien structurées, sitemap et robots.txt présents.
- Structure des Balises Hn** : Les balises de titres (H1, H2, H3, etc.) sont utilisées de manière cohérente, reflétant une hiérarchie logique du contenu. Cela facilite la compréhension du sujet principal et des sous-thèmes par les moteurs de recherche.

The screenshot shows the Screaming Frog interface with the URL <https://www.kusmitea.com/fr/home/> entered. The results table lists 20 H1 tags, each with its address, occurrence count, and content. The content column includes terms like 'The Kusmi Tea', 'Pour Amateur thé noir', and 'Coffrets de thé ou infusion'. The interface has various tabs at the top and a search bar at the bottom.

Adresse	Occurrences	H1-1
1 https://www.kusmitea.com/fr/home/	1	The Kusmi Tea
2 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/pour-qui-/amateur-de-the-noir	1	Pour Amateur thé noir
3 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/notre-selection/la-selection-alain-ducaze	1	La sélection de thé Alain Ducasse
4 https://www.kusmitea.com/fr/boltes-sachets/sachets-de-the/the-vert	1	Sachet de thé vert
5 https://www.kusmitea.com/fr/engagements.html	1	Nos actions pour la planète
6 https://www.kusmitea.com/fr/boltes-sachets/boltes/coffrets	1	Coffrets de boîtes de thé ou infusion
7 https://www.kusmitea.com/fr/notre-raison-d-etre.html	1	Kusmi tea, qual de plus naturel
8 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/les-notes/florales	1	Thé et Infusion aux fleurs
9 https://www.kusmitea.com/fr/programme-fidelite-kusmiklub.html	0	
10 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/types-de-the/the-noir	1	Thé noir
11 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/infusions/toutes-les-infusions	1	Infusions - Toute la sélection
12 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/moment/apres-repas	1	Thé après-repas
13 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/prix/plus-de-60euros	1	Cadeau haut de gamme à plus de 60€
14 https://www.kusmitea.com/fr/boltes-sachets/boltes/the-vert	1	Bolte de thé vert
15 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/pour-qui-/expert	1	Cadeaux pour les experts du thé
16 https://www.kusmitea.com/fr/boltes-sachets/the-en-vrac	1	Thés en vrac - Toute la sélection
17 https://www.kusmitea.com/fr/mentions-legales-gv.html	0	
18 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/notre-selection/thes-natures	1	Thé nature
19 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/types-de-the/the-et-infusion-sante	1	Thé et Infusion santé
20 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/idees-cadeaux/coffrets-de-the-en-vrac	1	Coffrets de thé en vrac

Cellules sélectionnées : 0 Filtrer total : 124

Figure 10: Liste des balises H1 pour le SEO (Screaming Frog)

- Balise Meta Title** : Le titre de la page d'accueil est : "Kusmi Tea | Thés et Infusions Bio de qualité". Ce titre est concis, descriptif et contient des mots-clés pertinents tels que "Thés", "Infusions Bio" et "qualité".

The screenshot shows the Screaming Frog SEO Spider interface. The URL being analyzed is <https://www.kusmitea.com/fr/home/>. The 'Title des pages' tab is selected. The results table lists 20 URLs from the Kusmi Tea website, each with its address, occurrence count, and the meta description text. The meta descriptions are mostly empty or generic, such as 'Kusmi Tea | Thés et Infusions Bio de qualité' or 'Thé vert Sachets | Kusmi Tea'. Some URLs have longer, more descriptive meta descriptions.

Adresse	Occurrences	Title 1
1 https://www.kusmitea.com/fr/home/	1	Kusmi Tea Thés et Infusions Bio de qualité
2 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/pour-qui-/amateur-de-the-noir	1	Nos coffrets de thés noirs bio Kusmi Tea
3 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/notre-selection/la-selection-alain-ducasse	1	La sélection de thés Alain Ducasse
4 https://www.kusmitea.com/fr/boites-sachets/sachets-de-the/the-vert	1	Thé vert Sachets Kusmi Tea
5 https://www.kusmitea.com/fr/engagements.html	1	Nos engagements pour la planète Kusmi Tea
6 https://www.kusmitea.com/fr/boites-sachets/boites/coffrets	1	Coffrets de boîtes de thé ou infusion Kusmi Tea
7 https://www.kusmitea.com/fr/notre-raison-d-etre.html	1	Notre raison d'être Kusmi Tea
8 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/les-notes/florales	1	Thé et infusion aux fleurs : sélection bio Kusmi Tea
9 https://www.kusmitea.com/fr/programme-fidelite-kusmiklub.html	1	Programme de fidélité Kusmi Tea
10 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/types-de-the/the-noir	1	Thé noir : notre sélection bio Kusmi Tea
11 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/infusions/toutes-les-infusions	1	Infusion : notre sélection bio Kusmi Tea
12 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/moment/apres-repas	1	Thé après-repas : sélection pour la digestion Kusmi Tea
13 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/prix/plus-de-60euros	1	Cadeau cher : notre sélection haut de gamme Kusmi Tea
14 https://www.kusmitea.com/fr/boites-sachets/boites/the-vert	1	Thé vert Boîtes Kusmi Tea
15 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/pour-qui-/expert	1	Cadeaux pour les experts du thé Kusmi Tea
16 https://www.kusmitea.com/fr/boites-sachets/the-en-vrac	1	Tous les thés et infusions en vrac Kusmi Tea
17 https://www.kusmitea.com/fr/mentions-legales-cgv.html	1	Mentions légales et conditions générales de vente et d'utilisation Kus.
18 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/notre-selection/thes-natures	1	Thé nature : notre sélection bio Kusmi Tea
19 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/types-de-the/the-et-infusion-sante	1	Thé et Infusion santé
20 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/idees-cadeaux/coffrets-de-the-en-vrac	1	Idée cadeau : coffrets de thé en vrac Kusmi Tea

Figure 10: Titres ajoutés pour SEO (Screaming Frog)

3. Balises Meta Descriptions : Les meta descriptions sont présentes sur la majorité des pages et offrent un résumé clair du contenu, ce qui peut améliorer le taux de clics depuis les résultats de recherche.

The screenshot shows the Screaming Frog SEO Spider interface. The URL being analyzed is <https://www.kusmitea.com/fr/home/>. The 'Meta description' tab is selected. The results table lists 20 URLs from the Kusmi Tea website, each with its address, occurrence count, and the meta description text. The meta descriptions are mostly empty or generic, such as 'Grande maison de thé depuis 1867, Kusmi Tea est une marque française' or 'Envie de faire un cadeau ou de vous faire plaisir ? Découvrez nos coffrets'. Some URLs have longer, more descriptive meta descriptions.

Adresse	Occurrences	Meta Description 1
1 https://www.kusmitea.com/fr/home/	1	Grande maison de thé depuis 1867, Kusmi Tea est une marque française
2 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/pour-qui-/amateur-de-the-noir	1	Envie de faire un cadeau ou de vous faire plaisir ? Découvrez nos coffrets
3 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/notre-selection/la-selection-alain-ducasse	1	Notre gamme de thés d'exception Alain Ducasse BIO Kusmi Tea : le meilleur
4 https://www.kusmitea.com/fr/boites-sachets/sachets-de-the/the-vert	1	Découvrez chez Kusmi Tea nos sachets de thés verts pour accompagner
5 https://www.kusmitea.com/fr/engagements.html	1	Chez Kusmi, nous nous engageons pour des causes qui nous tiennent à cœur
6 https://www.kusmitea.com/fr/boites-sachets/boites/coffrets	1	Notre coffret de thés et infusions en boîte : sélection des meilleures références
7 https://www.kusmitea.com/fr/notre-raison-d-etre.html	1	Nous travaillons en harmonie avec nos collaborateurs, clients et partenaires
8 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/les-notes/florales	1	Notre gamme de thés et infusions aux fleurs BIO Kusmi Tea : jasmin, rose, thé vert
9 https://www.kusmitea.com/fr/programme-fidelite-kusmiklub.html	1	C'est simple : achetez, cumulez, profitez. 1€ dépensé = 1 point 70 point
10 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/types-de-the/the-noir	1	Notre gamme de thés noirs BIO Kusmi Tea : earl grey, english breakfast
11 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/infusions/toutes-les-infusions	1	Toutes les infusions - produits à Kusmi Tea
12 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/moment/apres-repas	1	Notre sélection de thés après-repas BIO : pour une digestion facile ! Achetez
13 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/prix/plus-de-60euros	1	A la recherche d'un cadeau cher et haut de gamme qui marquera les esprits
14 https://www.kusmitea.com/fr/boites-sachets/boites/the-vert	1	Thé vert - produits à Kusmi Tea
15 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/pour-qui-/expert	1	A la recherche d'un cadeau pour un proche amateur de thé ou d'infusions
16 https://www.kusmitea.com/fr/boites-sachets/the-en-vrac	1	Thé en vrac - produits à Kusmi Tea
17 https://www.kusmitea.com/fr/mentions-legales-cgv.html	1	Entdecken Sie unsere rechtlichen Hinweise und allgemeinen Verkaufsbereiche
18 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/notre-selection/thes-natures	1	Notre gamme de thés natures BIO Kusmi Tea : le meilleur du thé en une boîte
19 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/types-de-the/the-et-infusion-sante	1	Thé et infusion santé - produits à Kusmi Tea
20 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/idees-cadeaux/coffrets-de-the-en-vrac	1	A la recherche d'une idée pour faire un cadeau ? Découvrez nos coffrets

Figure 11: Listes des descriptions ajoutées pour SEO (Screaming Frog)

4. Balises Meta Keywords : Le site de Kusmi Tea met en avant plusieurs mots-clés pertinents liés à son activité. Voici une liste non exhaustive des principaux termes utilisés :

- **Types de thés** : thé noir, thé vert, thé blanc, maté, matcha, rooibos
- **Caractéristiques** : thés bio, infusions bio, thés detox, thés bien-être.
- **Formats** : thé en vrac, sachets de thé, coffrets de thé.
- **Saveurs** : thés fruités, thés épicés, thés gourmands, thés aux agrumes, thés floraux.

Screamingfrog https://www.kusmitea.com/fr/home/ Commencer Vider Crawl 100 %

Adresse	Occurrences	H1-1	Longueur du H1-1	H1-2
1 https://www.kusmitea.com/fr/home/	1	The Kusmi Tea	13	
2 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/pour-qui-amateur-de-the-noir	1	Pour Amateur thé noir	21	
3 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/notre-selection/la-selection-alain-ducasse	1	La sélection de thé Alain Ducasse	33	
4 https://www.kusmitea.com/fr/bolites-sachets/sachets-de-the-the-vert	1	Sachet de thé vert	18	
5 https://www.kusmitea.com/fr/engagements.html	1	Nos actions pour la planète	28	
6 https://www.kusmitea.com/fr/bolites-sachets/bolites-coffrets	1	Coffrets de boîtes de thé ou infusion	37	
7 https://www.kusmitea.com/fr/notre-raison-d-etre.html	1	Kusmi tea, quoi de plus naturel	31	
8 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/les-notes/florales	1	Thé et infusion aux fleurs	26	
9 https://www.kusmitea.com/fr/programme-fidelite-kusmiklub.html	0		0	
10 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/types-de-the/the-noir	1	Thé noir	8	
11 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/infusions/toutes-les-infusions	1	Infusions - Toute la sélection	30	
12 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/moment/apres-repas	1	Thé après-repas	15	
13 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/prix-plus-de-60euros	1	Cadeau haut de gamme à plus de 60€	34	
14 https://www.kusmitea.com/fr/bolites-sachets/bolites/the-vert	1	Boîte de thé vert	17	
15 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/pour-qui-expert	1	Cadeaux pour les experts du thé	31	
16 https://www.kusmitea.com/fr/bolites-sachets/the-en-vrac	1	Thés en vrac - Toute la sélection	33	
17 https://www.kusmitea.com/fr/mentions-legales-cgv.html	0		0	
18 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/notre-selection/thes-natures	1	Thé nature	10	
19 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/types-de-the/the-et-infusion-sante	1	Thé et Infusion santé	21	
20 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/idees-cadeaux/coffrets-de-the-en-vrac	1	Coffrets de thé en vrac	23	

Cellules sélectionnées : 0 Filtrer total : 124

Figure 12: Liste des mots utilisés (Screaming Frog)

Screamingfrog https://www.kusmitea.com/ Commencer Vider Crawl 100 %

Adresse	Occurrences	Meta Keywords 1	Longueur des Meta Key... Indexabilité
22 https://www.kusmitea.com/fr/accueils/deguster-le-the/tasses-et-mugs	1		0 Indexable
23 https://www.kusmitea.com/fr/coffrets-cadeaux/pour-qui-amateur-d-infusions-et-tisanes	1		0 Indexable
24 https://www.kusmitea.com/fr/bolites-sachets/sachets-de-the/coffrets	1		0 Indexable
25 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/composition/fruits-rouges	1		0 Indexable
26 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/moment/matin-et-petit-dejeuner	1		0 Indexable
27 https://www.kusmitea.com/fr/coffret-kusmi-infusions-bio-21707A1220.html	1		0 Indexable
28 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/notre-selection/thes-earl-grey	1		0 Indexable
29 https://www.kusmitea.com/fr/rituel-defense-immunitaires-21153A1070.html	1		0 Indexable
30 https://www.kusmitea.com/fr/accessoires/conserver-le-the/bolites-a-the	1		0 Indexable
31 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/composition/orange	1		0 Indexable
32 https://www.kusmitea.com/fr/avantages.html	1	garanties, avantages	20 Indexable
33 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/notre-selection/thes-detox-et-bien-etre	1		0 Indexable
34 https://www.kusmitea.com/fr/notre-marque.html	1		0 Indexable
35 https://www.kusmitea.com/fr/lov-organic-bio-devient-kusmi-tea-kusmi-infusion-bio.html	1		0 Indexable
36 https://www.kusmitea.com/fr/programme-parrainage.html	1		0 Indexable
37 https://www.kusmitea.com/fr/accessoires	1		0 Indexable
38 https://www.kusmitea.com/fr/livraison-retours/	1		0 Indexable
39 https://www.kusmitea.com/fr/nos-thes-infusions/formats/bolites-miniatures	1		0 Indexable
40 https://www.kusmitea.com/fr/bolites-sachets/sachets-de-the	1		0 Indexable
41 https://www.kusmitea.com/fr/conditions-des-offres	1		0 Indexable

Cellules sélectionnées : 0 Filter total : 272

Figure 13: Liste des balises H1 utilisées (Screaming Frog)

Figure 14: Liste des balises H2 utilisées (Screaming Frog)

3. Fichiers Sitemap.xml et Robots.txt : Le fichier sitemap.xml est présent et bien structuré, aidant les moteurs de recherche à indexer efficacement les pages du site. Le fichier robots.txt est également en place, contrôlant l'accès des robots aux différentes sections du site.

Figure 15: Sitemaps (Screaming Frog)

Figure 16: Présence de Robots.txt

- **SEA et publicité** : Campagnes Google Ads et retargeting actif.

Kusmi Tea a mis en place une stratégie de publicité en ligne (SEA) et de marketing digital pour renforcer sa présence sur le marché du thé premium. Voici une analyse des actions entreprises :

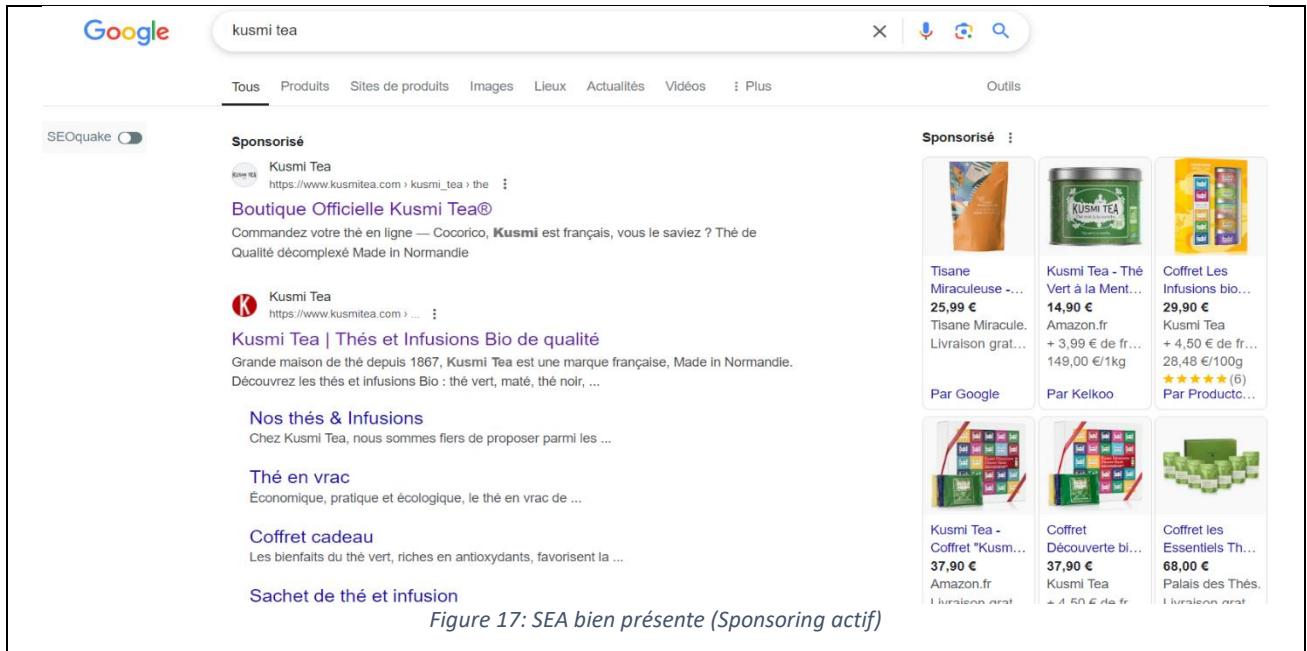
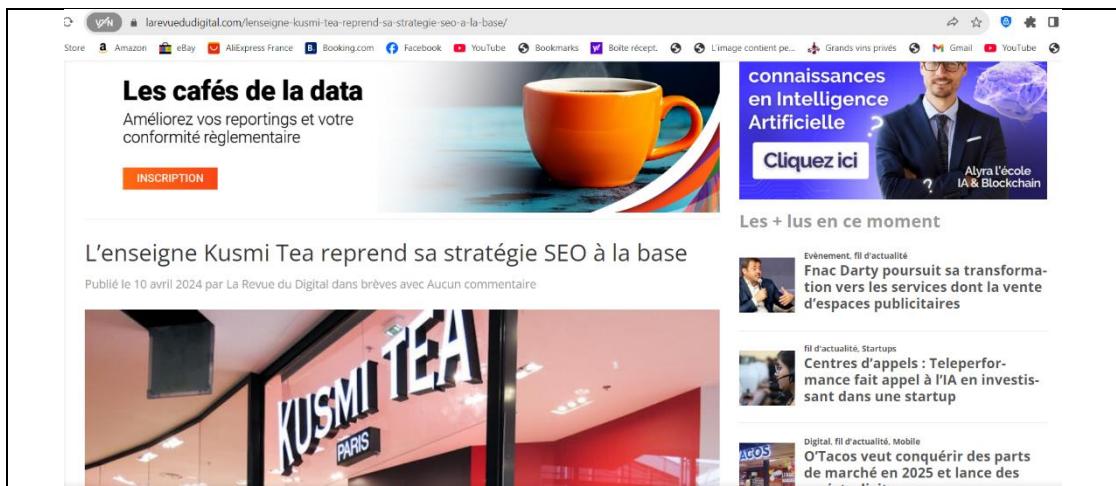


Figure 17: SEA bien présente (Sponsoring actif)

- **Partenariats** :

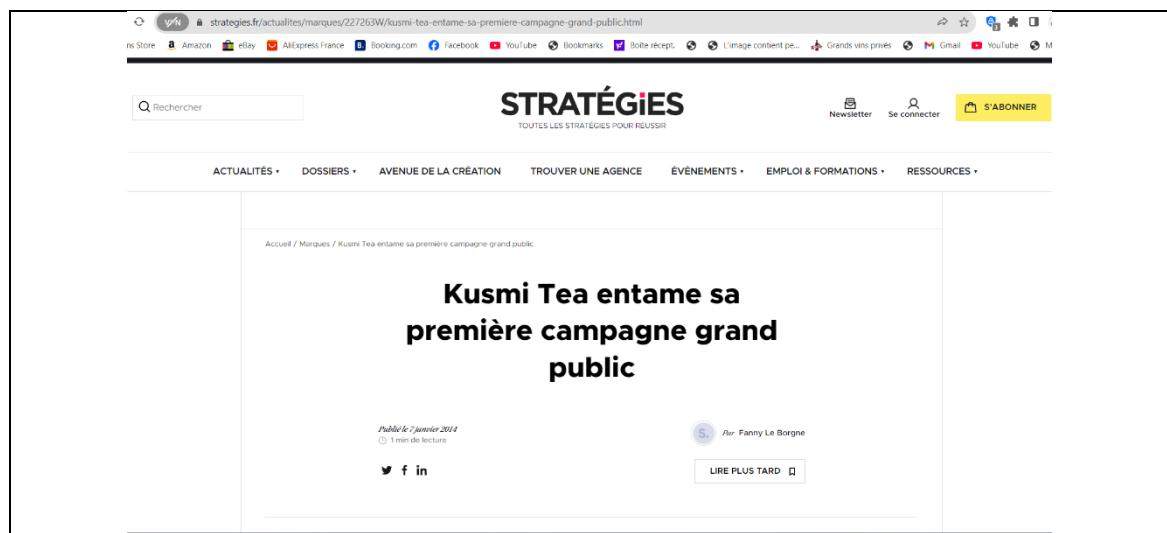
1. Campagnes de Publicité en Ligne (SEA)

- **Publicité sur les Réseaux Sociaux** : Kusmi Tea a collaboré avec l'agence Clustaar pour optimiser sa présence en ligne, notamment à travers des campagnes de publicité sur les réseaux sociaux. Cette collaboration a permis d'améliorer la visibilité de la marque et l'engagement des utilisateurs.



1. Publicité Télévisée et Cinéma :

- Campagne "La Beauté des Mélanges"** : Kusmi Tea a lancé une campagne publicitaire intitulée "La Beauté des Mélanges", diffusée à la télévision, au cinéma et sur les plateformes digitales. Cette campagne met en scène une chorégraphie aquatique symbolisant le mélange des cultures et des saveurs, reflétant l'identité de la marque.



2. Stratégie de Contenu et Partenariats :

- Collaborations avec des Influenceurs** : Bien que des détails spécifiques ne soient pas disponibles dans les sources consultées, il est courant pour des marques comme Kusmi Tea de collaborer avec des influenceurs spécialisés dans le domaine du thé et du bien-être pour promouvoir leurs produits et atteindre une audience plus large.
- Réseaux sociaux** : Présence active (Instagram, Facebook, Twitter), fréquence de publication hebdomadaire.

Kusmi Tea maintient une présence active sur plusieurs réseaux sociaux, notamment Instagram et Facebook. Voici une analyse de leur activité sur ces plateformes :

1. Instagram :

- Compte principal : [@kusmitemea_official](https://www.instagram.com/kusmitemea_official)

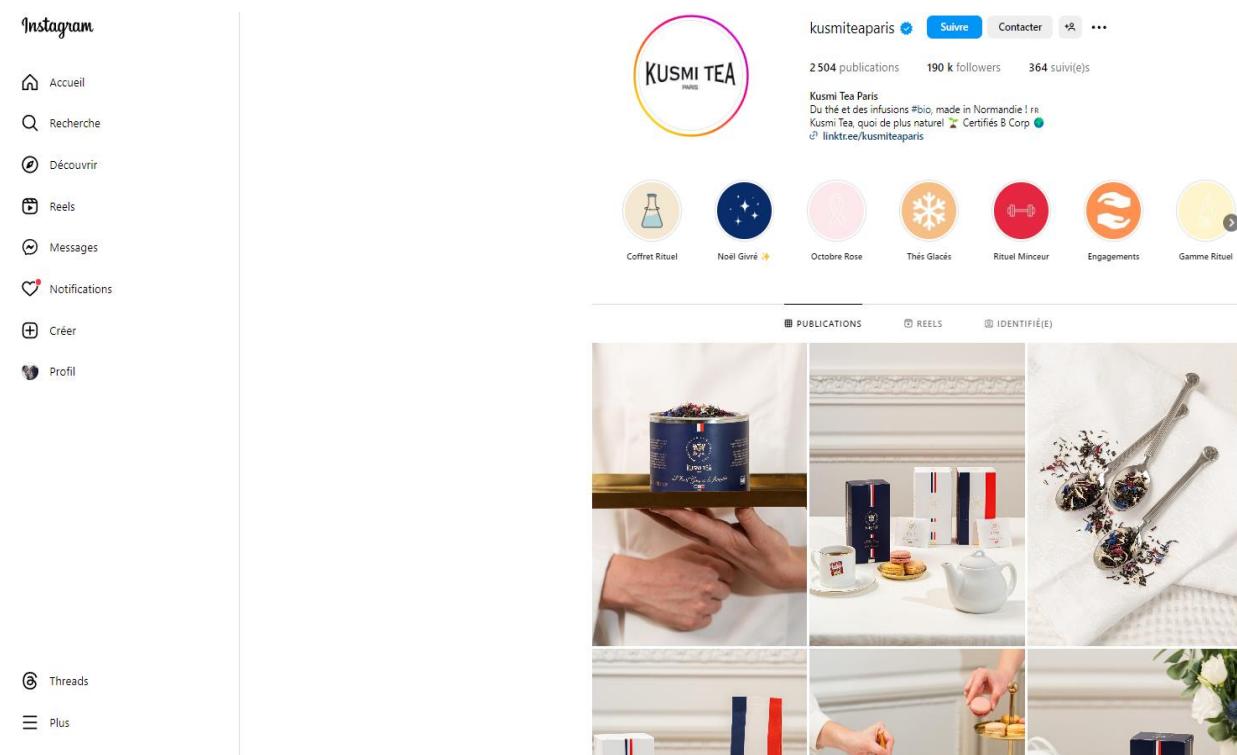


Figure 19: Présence d'un compte Instagram pour Palais des thés (capture du 28.02.2025)

Analyse des chiffres :

- **2 504 publications** indiquent une excellente régularité et une richesse de contenu, témoignant d'une stratégie digitale bien ancrée et d'une volonté de maintenir un engagement fort avec la communauté.
- **190k followers** révèlent une communauté solide et fidèle, renforçant la notoriété de la marque sur Instagram et démontrant un attrait fort pour les produits Kusmi Tea.
- **364 abonnements** montrent un positionnement premium qui priviliege l'engagement organique plutôt qu'un follow-back de masse, illustrant une stratégie centrée sur l'image de marque et la qualité du contenu.
- **Contenu** : Kusmi Tea dispose d'une présence digitale forte et cohérente sur Instagram, alignée avec ses valeurs de qualité, de naturalité et d'engagement environnemental avec un contenu :

- **Photographies et vidéos** mettant en avant les thés bio, leurs bienfaits et leur préparation.
- **Conseils et tutoriels** sur l'infusion parfaite et la découverte de nouvelles saveurs.
- **Collaborations avec influenceurs et institutions culturelles** pour renforcer la crédibilité et élargir l'audience.
- **Engagement écoresponsable** avec des publications axées sur la certification B Corp, la fabrication en Normandie et les valeurs durables de la marque.



- **Fréquence de publication :** Les publications sont régulières, avec plusieurs posts par semaine, reflétant une stratégie de contenu cohérente pour engager leur communauté.



Figure 22: Liste des publications

2. Facebook :

- **Page officielle : [Kusmi Tea](#)**

Figure 23: Présence d'un compte Facebook pour Kusmi Tea (capture du 27.02.2025)

Données clés :

- **490k J'aime** montrant une forte appréciation et un engagement significatif de la communauté, démontrant un intérêt marqué pour la marque et son contenu.
- **406k Followers** indiquant une audience légèrement inférieure aux mentions "J'aime", ce qui indique une bonne fidélisation et un attrait constant pour les publications de Kusmi Tea.
- **Contenu** : Kusmi Tea bénéficie d'une forte notoriété sur Facebook, avec une audience bien engagée. La marque exploite efficacement sa page pour promouvoir ses produits et interagir avec sa communauté.

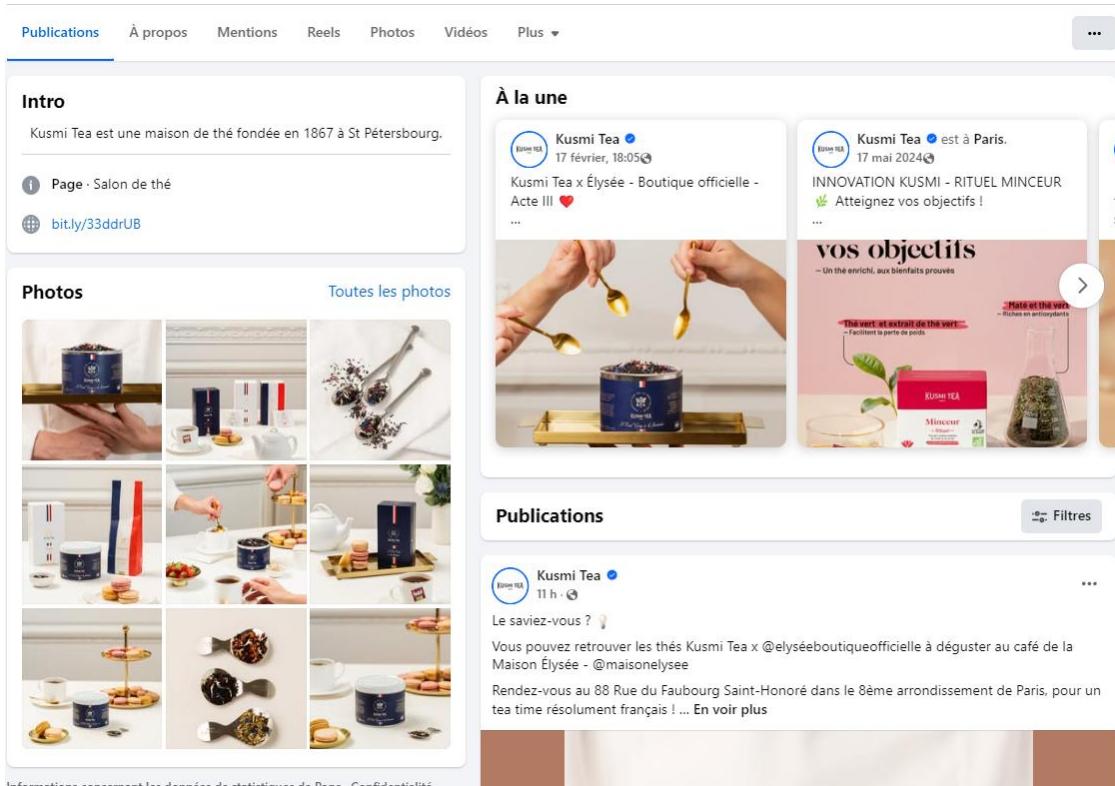


Figure 24: Publication de posts annonçant de nouveaux produits

- **Fréquence de publication** : Des mises à jour sont effectuées plusieurs fois par semaine, assurant une interaction constante avec leurs abonnés.

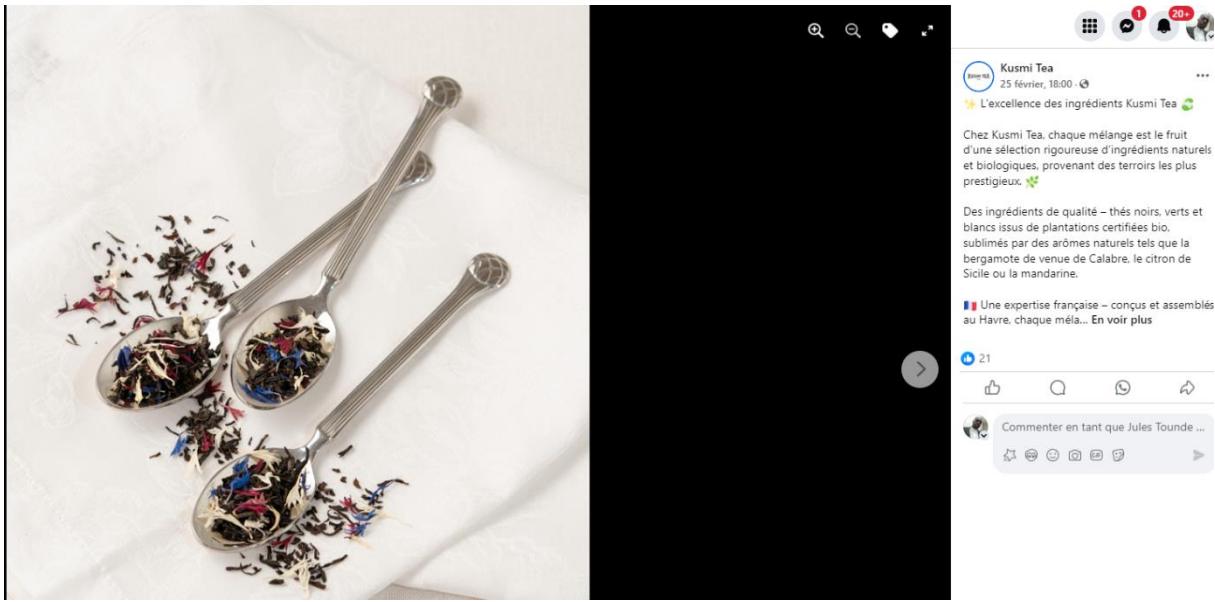


Figure 25: Publication montrant les interactions avec les abonnés

3. X :

- **Page officielle : [@KusmiTea](#)**

Figure 23: Présence d'un compte X pour Kusmi Tea (capture du 27.02.2025)

Données clés :

- **14.9K Followers** montrant une communauté fidèle et engagée, bien que plus restreinte par rapport aux autres plateformes, ce qui reflète un positionnement plus ciblé.

- **3,135 Following** indiquant une stratégie de suivi plus ouverte, Kusmi Tea suit activement d'autres comptes, probablement des influenceurs, partenaires et passionnés de thé, favorisant l'interaction et l'engagement.
- **Contenu** : Kusmi Tea entretient une présence active et authentique sur Twitter/X, bien que la communauté y soit plus restreinte que sur Instagram et Facebook. Un renforcement des interactions et des campagnes SEA pourrait accroître la visibilité et l'engagement sur cette plateforme. Le contenu diversifié se présente comme suit :
 - ✓ **6,722 posts**, une activité régulière démontrant une communication constante.
 - ✓ **Mises en avant des nouveaux produits**, promotions et événements spéciaux.
 - ✓ **Publications sur l'univers du thé**, avec des conseils de préparation et des anecdotes sur les saveurs.
 - ✓ **Engagement écoresponsable**, mettant en avant la certification bio, le Made in France et les valeurs durables.

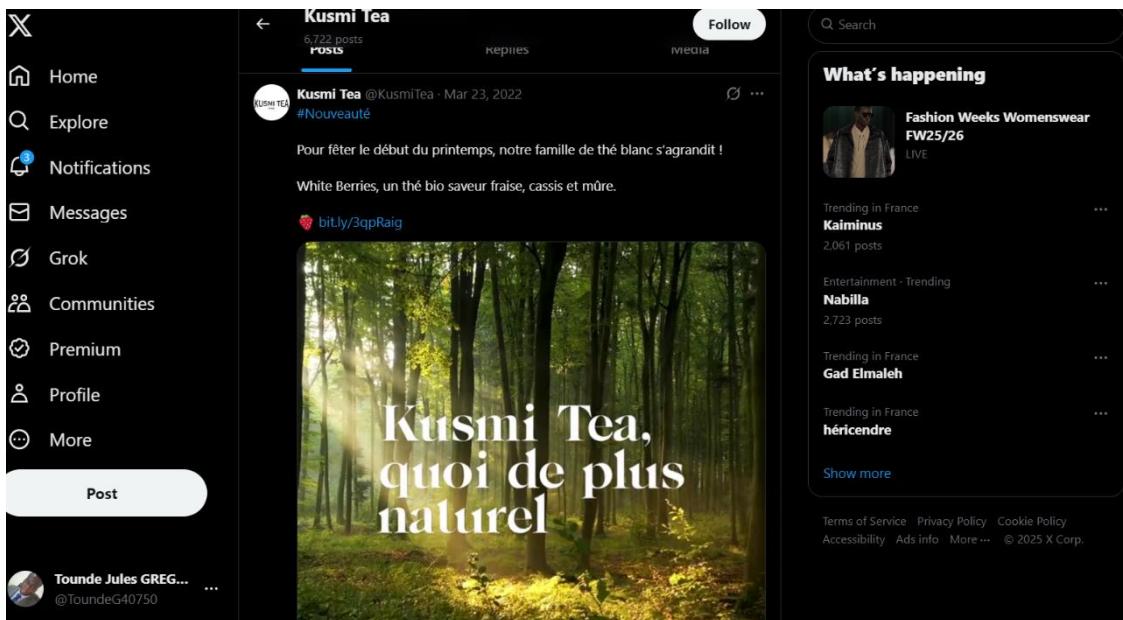


Figure 24: Publication de posts annonçant de nouveaux produits

- **Fréquence de publication** : Des mises à jour sont effectuées plusieurs fois par semaine, assurant une interaction constante avec leurs abonnés.

Cette présence active sur les réseaux sociaux permet à Kusmi Tea de renforcer sa notoriété, d'engager sa communauté et de promouvoir efficacement ses produits et événements.

- **Méthode AIDA** : Bonne utilisation du modèle avec un appel à l'action clair.

Etape 1	A	Attirer l'attention des consommateurs dès les premières secondes 1. Design épuré et attractif : Utiliser des visuels de grande qualité mettant en avant les thés et infusions bio. 2. Bannière d'accueil engageante : Mise en avant des collections populaires : Coffrets cadeaux, thés bien-être, éditions limitées 3. Publicité sur la certification bio et engagement RSE
Etape 2	I	Donner envie d'en savoir plus sur les produits et la marque 1. Sections dédiées aux bienfaits du thé : Articles de blog et guides sur les bienfaits des différents types de thé (thé vert, noir, rooibos...). 2. Avis et témoignages clients : Intégrer des avis certifiés sous chaque produit pour renforcer la crédibilité. 3. Comparatif avec d'autres marques : Mettre en avant les avantages des thés Kusmi (bio, sans arômes artificiels, fabriqués en France, etc.).
Etape 3	D	Donner une raison irrésistible d'acheter 1. Éditions limitées et coffrets exclusifs : Souligner l'aspect premium et rare de certains produits. 2. Personnalisation de l'expérience d'achat : Suggestions de thés selon les goûts du client. 3. Engagement RSE et valeurs éthiques : Kusmi Tea étant B Corp, il est essentiel de mettre en avant cet engagement pour séduire une clientèle soucieuse de l'écoresponsabilité. 4. Utilisation d'éléments de réassurance : "Livraison rapide et offerte dès 40€ d'achat !", "Satisfait ou remboursé pendant 30 jours."
Etape 4	A	Transformer l'intérêt en conversion (achat, inscription, engagement) 1. Boutons d'appel à l'action (CTA) clairs et visibles : "Ajouter au panier", "Commander maintenant", "Découvrir la collection". 2. Facilitation de l'achat : Options de paiement rapide (Apple Pay, PayPal, CB en un clic). 3. Réduction pour la première commande : "-10% sur votre première commande avec le code WELCOME10 !"

Audit de design et d'ergonomie

Outils à utiliser : Adobe Color, FontJoy (couleurs et typographies), Heurix (analyse heuristique)

- **Logo** : Le logo de Kusmi Tea est un élément central de son identité visuelle. Il présente le nom de la marque accompagné de la mention "Paris", soulignant son héritage français. Ce logo combine tradition et modernité, reflétant l'histoire riche de la marque tout en s'adaptant aux tendances contemporaines. La simplicité et l'élégance du design renforcent la reconnaissance de la marque.



- **Couleurs et typographies :**

La palette de couleurs de Kusmi Tea est soigneusement sélectionnée pour évoquer la fraîcheur et le raffinement. Elle mêle des teintes telles que le rose poudré, le vert profond et le turquoise pastel. Ces choix chromatiques apportent une touche contemporaine tout en restant fidèles à l'identité de la marque. Cette combinaison de couleurs crée une ambiance apaisante et attrayante pour les visiteurs du site.

- Rose poudré : #E6B8C2
- Vert profond : #00563F

- Turquoise pastel : #A0D6D3

La palette de couleurs de Kusmi Tea est conçue pour évoquer la fraîcheur et le raffinement, mêlant des teintes telles que le rose poudré, le vert profond et le turquoise pastel.

Les typographies utilisées par Kusmi Tea, notamment les polices Calluna et Calluna Sans, offrent un équilibre parfait entre tradition et modernité. Ces polices apportent une touche d'élégance et de lisibilité, renforçant l'image haut de gamme de la marque. L'utilisation cohérente de ces typographies sur l'ensemble du site assure une expérience utilisateur harmonieuse.

- **Ergonomie** : Interface intuitive et respect des critères heuristiques de Nielsen.

L'ergonomie du site de Kusmi Tea est conçue pour offrir une navigation fluide et intuitive. Les menus sont bien structurés, permettant aux utilisateurs de trouver rapidement les informations ou produits recherchés. Les appels à l'action sont clairement visibles, facilitant le parcours d'achat. De plus, le site est optimisé pour différents appareils, garantissant une expérience cohérente sur mobile, tablette et ordinateur. Cette approche centrée sur l'utilisateur témoigne de l'engagement de la marque à fournir une expérience en ligne de qualité.

1. GUIDAGE	2. CHARGE DE TRAVAIL	3. CONTRÔLE EXPLICITE	4. ADAPTABILITÉ
<p>Incitation : Le site offre un guidage efficace via des boutons bien contrastés, des CTA clairs et des animations subtiles qui orientent l'utilisateur.</p> <p>Feedback immédiat : Lorsqu'un utilisateur ajoute un produit au panier, une animation et une confirmation s'affichent immédiatement, garantissant une interaction fluide.</p>	<p>Simplification des tâches : Les catégories de produits sont bien organisées et accessibles en un minimum de clics.</p> <p>Amélioration possible : Le filtrage des produits pourrait être amélioré en ajoutant davantage d'options pour réduire le nombre de produits affichés.</p>	<p>L'utilisateur peut revenir en arrière ou modifier ses actions : La navigation est intuitive, et la suppression d'un article du panier est simple.</p> <p>Amélioration possible : Un bouton "Annuler" devrait être ajouté pour certaines actions, comme les filtres appliqués.</p>	<p>Site responsive et bien optimisé sur mobile : La version mobile est fluide et bien adaptée à différentes tailles d'écran.</p> <p>Amélioration possible : Certains éléments, comme les pop-ups promotionnels, pourraient être optimisés pour éviter d'encombrer l'écran mobile.</p>
5. GESTION DES ERREURS	6. HOMOGÉNÉITÉ / COHÉRENCE	7. SIGNIFICATION DES CODES	8. COMPATIBILITÉ
<p>Messages d'erreurs compréhensibles : En cas d'erreur de saisie dans un formulaire, le message est clair et spécifique.</p> <p>Amélioration possible : Ajouter des suggestions de correction lorsque les erreurs surviennent (ex. : correction automatique d'adresse de livraison).</p>	<p>Design uniforme : Le site respecte une cohérence visuelle et fonctionnelle sur toutes les pages, avec une identité graphique claire (palette de couleurs harmonisée, typographie uniforme, mise en page constante).</p> <p>Naviguation intuitive et prévisible : Les éléments de navigation sont placés de manière cohérente sur l'ensemble du site (menu principal, icônes de panier et de recherche, filtres produits).</p> <p>Structure des pages standardisée : Les fiches produits suivent un modèle homogène, avec une présentation claire des informations</p>	<p>Libellés clairs et explicites : Les noms des catégories ("Thés noirs", "Thés verts", "Infusions", "Coffrets cadeaux") sont explicites et facilement compréhensibles. Les boutons d'action comme "Ajouter au panier", "Découvrir" ou "En savoir plus" sont bien formulés et incitent à l'interaction.</p> <p>Icones intuitives : L'icône panier est bien reconnaissable, l'icône de recherche (loupe) est standard et placée en haut à droite, conformément aux habitudes des utilisateurs.</p>	<p>Le site est compatible avec les principaux navigateurs et dispositifs. Une attention particulière a été portée à l'optimisation mobile, offrant une expérience utilisateur satisfaisante sur smartphones et tablettes.</p>

Audit d'accessibilité

Outils à utiliser : WAVE by WebAIM, axe DevTools, ara.numerique.gouv.fr

- **Contrastes de couleurs** : Respect des normes WCAG.
- **Navigation** : Accessible et fluide, bien balisée.
- **Présence de plugins d'accessibilité** : Aucun détecté.
- **Sémantique et ARIA** : Mise en place correcte.
- **Formulaires** : Clairs, bien labellisés, erreurs bien signalées.

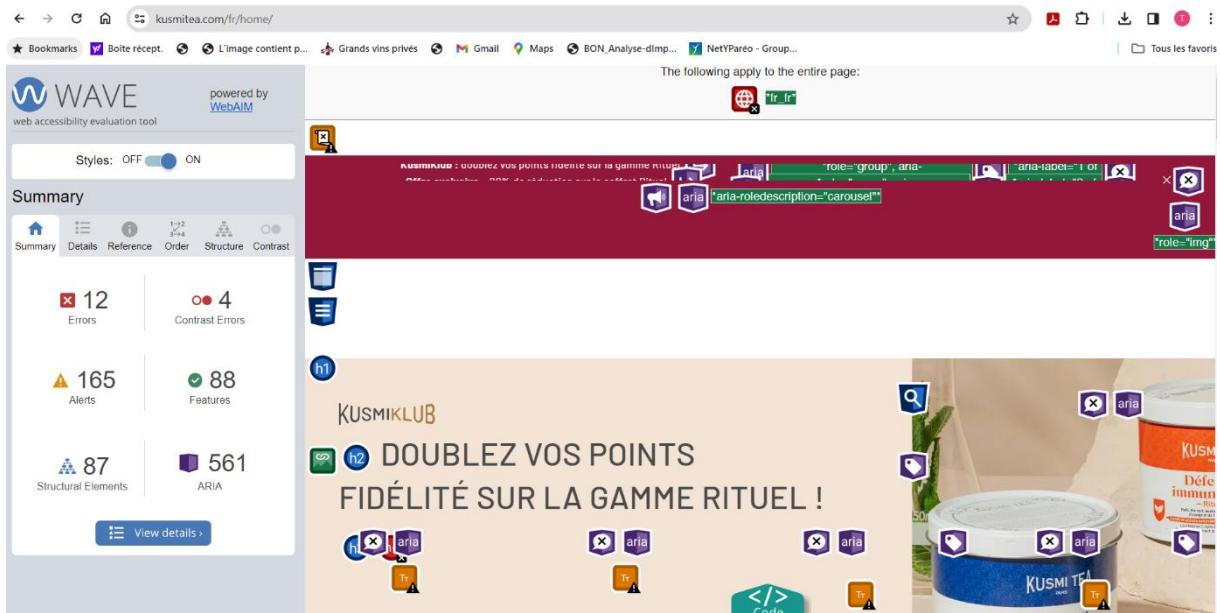


Figure 1: audit réalisé par WAVE by WebAIM

L'audit d'accessibilité est basé sur les quatre principes fondamentaux du WAI (Perceptible, Utilisable, Compréhensible, Robuste) :

1. Perceptible

- **Contrastes de couleurs** : Les textes et éléments graphiques présentent généralement un contraste suffisant avec l'arrière-plan, facilitant la lecture pour les utilisateurs malvoyants. Cependant, certains textes en gris clair sur fond blanc pourraient bénéficier d'un contraste accru pour une meilleure lisibilité.

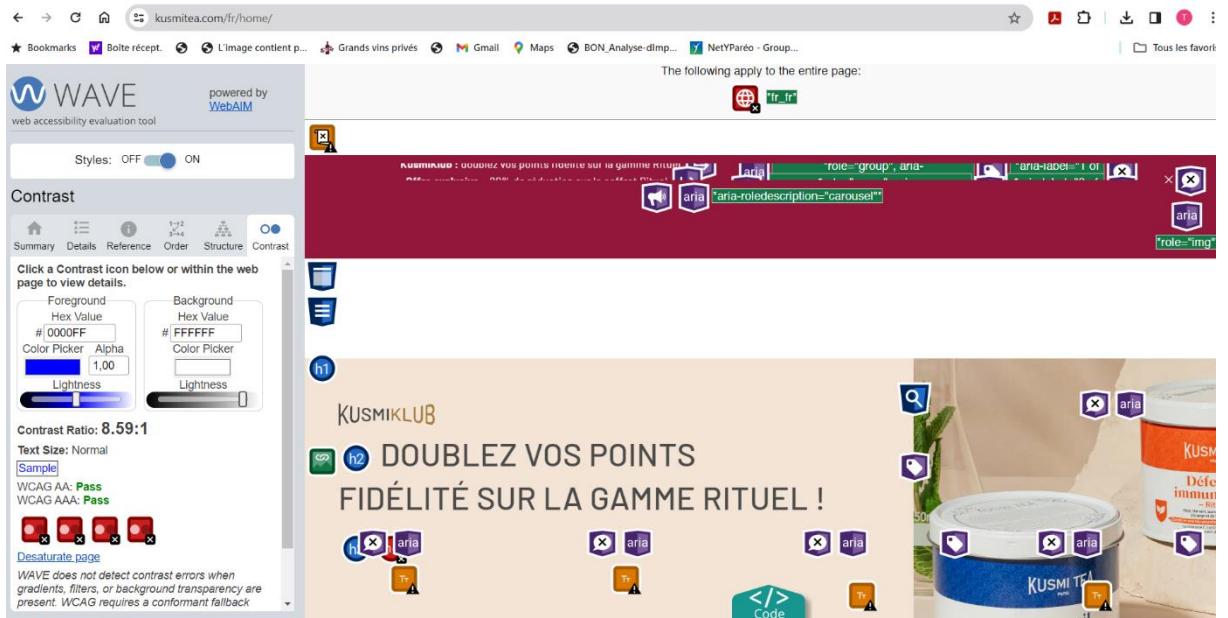


Figure 2: Contraste (réalisé par WAVE by WebAIM)

- Textes alternatifs** : Les images décoratives et fonctionnelles disposent majoritairement de descriptions alternatives (attributs alt) appropriées, permettant aux technologies d'assistance de transmettre l'information visuelle aux utilisateurs. Il serait toutefois judicieux de vérifier que toutes les images pertinentes possèdent des descriptions détaillées.

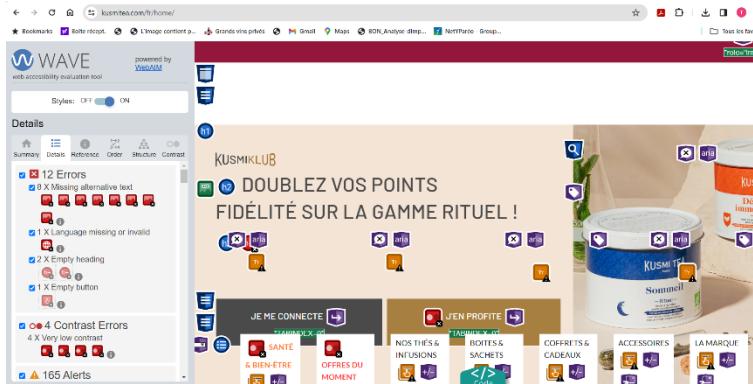


Figure 3: Textes alternatifs (réalisé par WAVE by WebAIM)

- Structure des titres** : L'utilisation des balises de titres (h1, h2, h3, etc.) est cohérente et reflète correctement la hiérarchie du contenu, aidant ainsi les utilisateurs à naviguer efficacement à travers les sections du site.

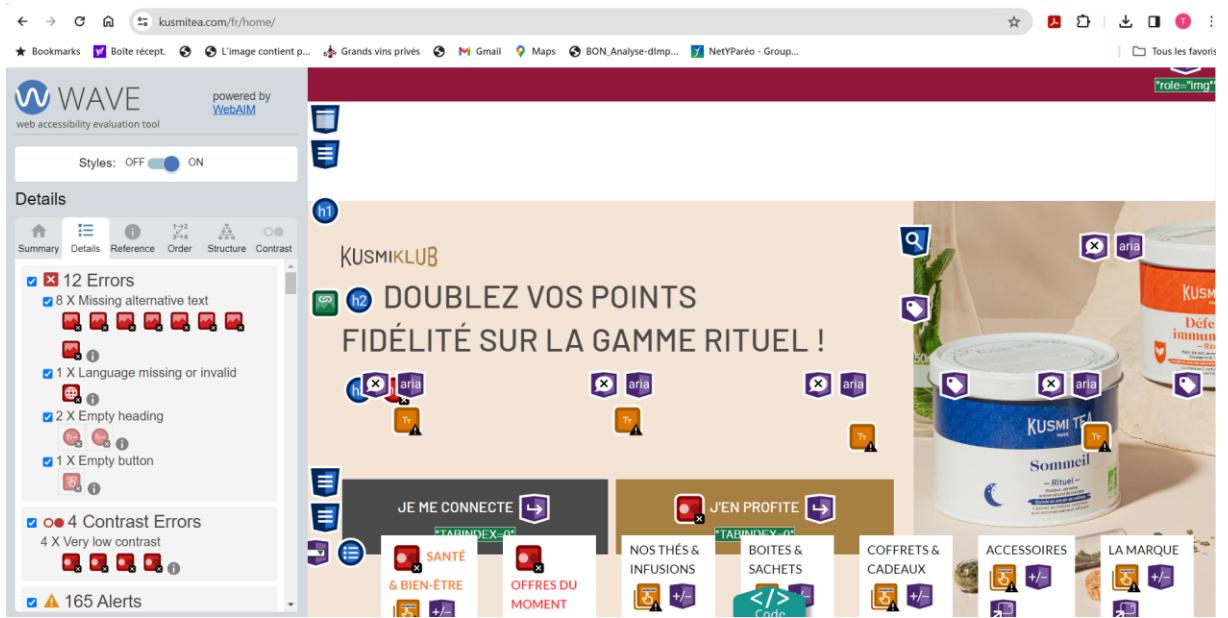


Figure 4: Structures de titres (réalisé par WAVE by WebAIM)

2. Utilisable

- Navigation au clavier** : Le site est entièrement navigable via le clavier, permettant aux utilisateurs ayant des limitations motrices d'accéder à toutes les fonctionnalités sans recours à une souris. Les éléments interactifs, tels que les liens et les boutons, sont accessibles et reçoivent le focus de manière logique.
- Temps de réponse** : Les interactions utilisateur, comme l'ajout d'un produit au panier, reçoivent des retours immédiats, confirmant que l'action a été prise en compte. Cette réactivité améliore l'expérience utilisateur en réduisant l'incertitude.

3. Compréhensible

- Langage clair** : Les descriptions de produits et les informations sur le site sont rédigées dans un langage simple et direct, rendant le contenu accessible à un large public. Les termes techniques spécifiques au domaine du thé sont généralement expliqués ou contextualisés.
- Instructions explicites** : Les formulaires, tels que ceux utilisés pour la création de compte ou la finalisation d'une commande, fournissent des indications claires sur les informations requises, minimisant ainsi les risques d'erreurs de saisie.

4. Robuste

- Compatibilité multi-navigateurs** : Le site fonctionne correctement sur les principaux navigateurs web (Chrome, Firefox, Safari, Edge), assurant une expérience cohérente pour tous les utilisateurs.

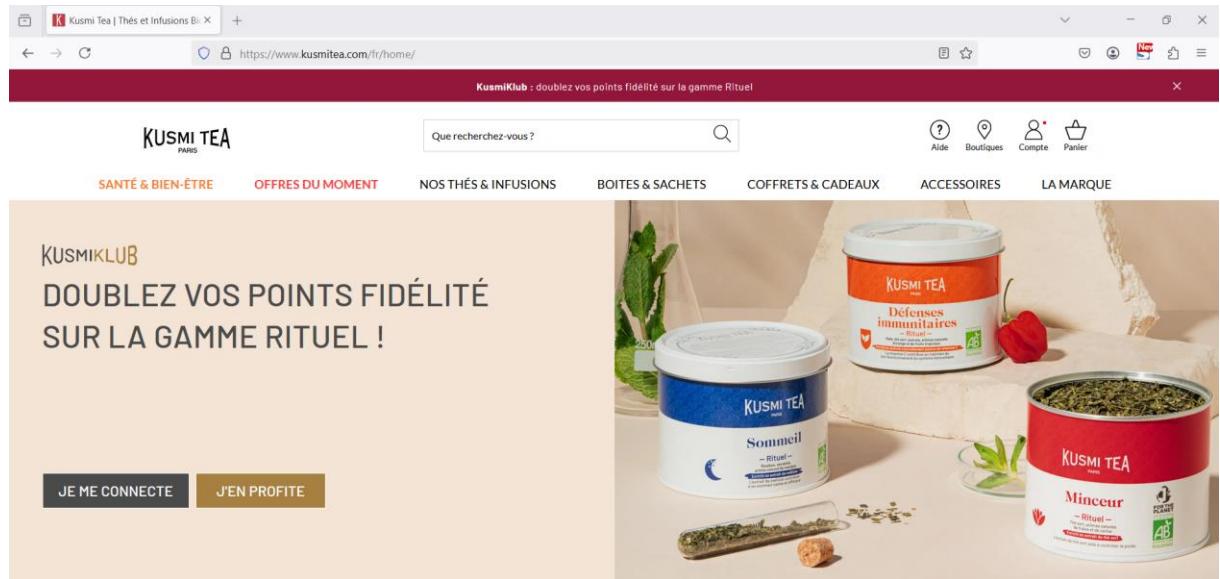


Figure 2: Vue sur Firefox

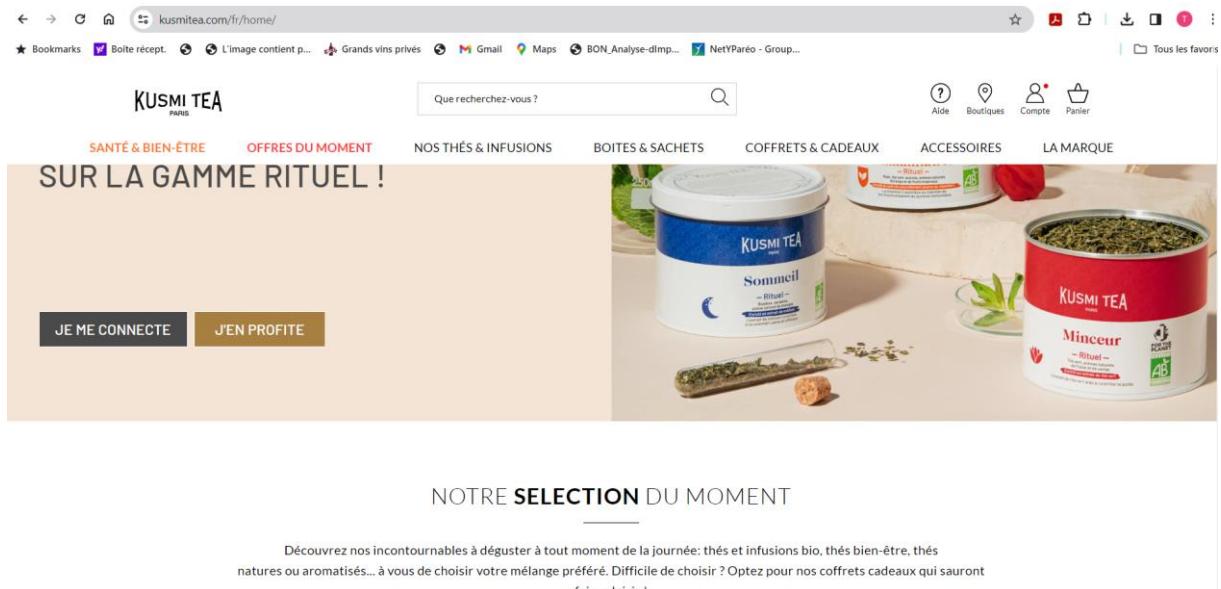


Figure 3: Vue sur Chrome

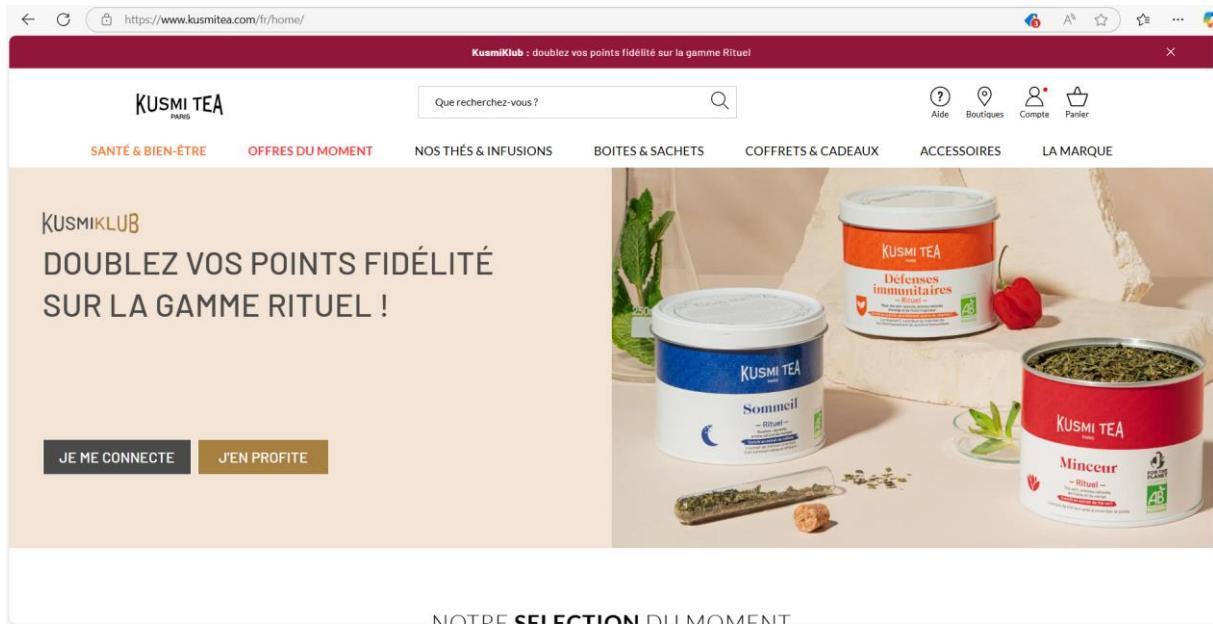


Figure 4: Vue Microsoft Edge

- **Standards du web :** Le code source du site respecte les standards actuels du web, garantissant une compatibilité avec diverses technologies d'assistance, telles que les lecteurs d'écran.

En conclusion, Le site de Kusmi Tea démontre une attention notable aux principes d'accessibilité, offrant une expérience utilisateur inclusive. Les améliorations suggérées, telles que l'augmentation du contraste pour certains textes et la vérification des descriptions alternatives pour toutes les images, visent à renforcer cette démarche et à garantir un accès optimal pour tous les visiteurs.