



EAT SUSHI  
REFONTE  
RESPONSIVE

# DOSSIER DE PRÉSENTATION



EAT *Sushi*

# ÉTAT DES LIEUX

## Eat Sushi

<http://www.eatsushi.fr>



### Eat Sushi c'est quoi ?

Eat Sushi est une enseigne de restauration japonaise à emporter et en livraison. Ils mettent leurs produits en avant via un site web et une application mobile, que nous avons décidé de retravailler pour les raisons suivantes.

# Audit



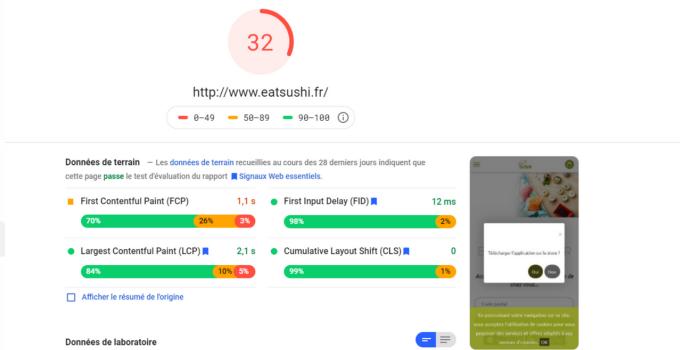
Pourquoi une refonte d'Eat Sushi ? Tout simplement car le site rencontre différents problèmes d'optimisation, qui peuvent être fataux pour l'utilisateur.

Nous avons fait un listing des différents problèmes que nous avons pu constater :

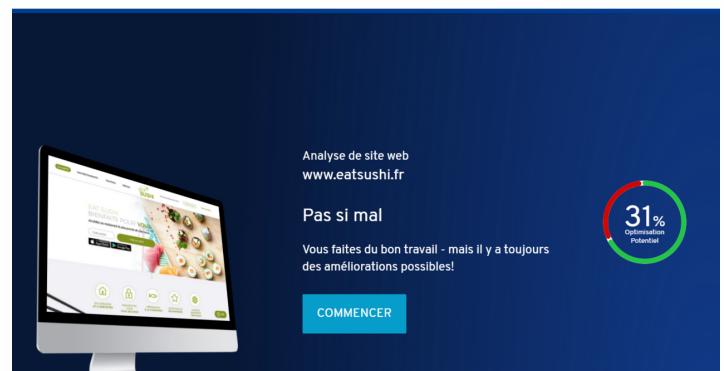
- Ce que l'on voit en premier , c'est le chargement des pages qui sont longs, la page d'accueil à elle seule fait plus de 10 Mo. Ce qui est beaucoup trop, cela est dû a des images trop lourdes, non-optimisées et non-compressées.
- Images (pages d'accueil) : on peut voir que le format PNG est souvent utilisé, alors que celui-ci n'est pas le plus adapté au web.
  - [https://api-apifile.web-caisse.com/uploads/4\[...\]-1920x1000px.png](http://api-apifile.web-caisse.com/uploads/4[...]-1920x1000px.png) (2.1 Mo)
  - <http://www.eatsushi.fr/images/homeBackgrounds/carte.png> (1.8 Mo)
  - <http://www.eatsushi.fr/images/homeBackgrounds/catererImg.png> (1.1 Mo)
  - <http://www.eatsushi.fr/images/homeBackgrounds/engagement2.png> (1.1 Mo)
  - <http://www.eatsushi.fr/images/mix.jpg> (1.1 Mo)
  - <http://www.eatsushi.fr/images/homeBackgrounds/codepostal2.png> (435 ko)
- Fonts (pages d'accueil) L'objectif est d'utiliser le format le plus léger possible pour chaque plateforme(Firefox, Chrome, Safari, Internet Explorer, Opera...) car elles ne supportent pas tous les mêmes formats de fonte.
  - <http://www.eatsushi.fr/fonts/ubuntu/Ubuntu-Regular.ttf> (354ko)
  - <http://www.eatsushi.fr/fonts/ubuntu/Ubuntu-Medium.ttf> (342 ko)
  - <http://www.eatsushi.fr/fonts/ubuntu/Ubuntu-Italic.ttf> (387ko)
- Utilisation du protocole HTTP qui n'est pas sécurisé, surtout pour un site où on effectue un paiement en ligne, ça peut être rédhibitoire pour l'utilisateur. Il faut donc passer sur le protocole HTTPS qui est sécurisé
- Mauvais référencement SEO : pas d'utilisation de la balise `<h1>`, la langue n'a pas été déclarée, le tag est trop long. Il fait 98 caractères et 32 mots, alors qu'il doit être compris entre 10 et 70 caractères pour être le plus optimisé et essayé de ne pas dépasser 12 mots.

Nous avons utilisé différentes applications web pour nous faire un audit du site Eat Sushi, notamment PageSpeed Insight , Lighthouse, Google Test My Site, Dareboost , etc. Les notes qu'a reçues Eat sushi sont plutôt basses, arrivant peu souvent à la moyenne.

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=fr&url=http%3A%2F%2Fwww.eatsushi.fr%2F>



<https://www.ionos.fr/marketing/rankingcoach-result>

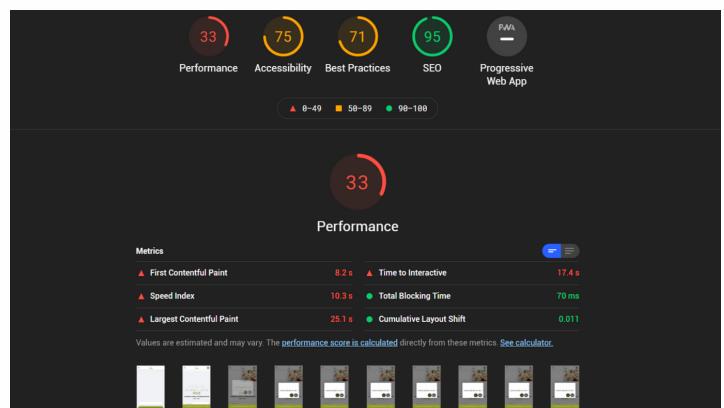


[https://www.dareboost.com/fr/report/a\\_25ff5a0d9f1d12e455ffeacb3?reportIds=a\\_25ff5a0d9f1d12e455ffeacb3](https://www.dareboost.com/fr/report/a_25ff5a0d9f1d12e455ffeacb3?reportIds=a_25ff5a0d9f1d12e455ffeacb3)



<https://www.ludosln.net/10-outils-seo-gratuits-pour-auditer-votre-site-internet/>

<https://www.codeur.com/blog/meilleurs-outils-google-tester-site-web/>



# PERSONAS

## Public cible

 <p><b>Nom</b> Jean Dupont</p> <p><b>Âge</b> Entre 25 et 34 ans</p> <p><b>Réseaux sociaux</b></p> <p>    </p> <p><b>Secteur d'activité</b> Vente</p> <p><b>Taille de l'entreprise</b> 11 à 50 salariés</p>	<p><b>Outils nécessaires au quotidien</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Ordinateur</li><li>Smartphone</li><li>Connexion Internet</li></ul> <p><b>Objectifs</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Gain de temps</li><li>Augmentation des performances</li></ul> <p><b>Contraintes</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Pas de "cantine" au seins de son entreprise</li><li>Un temps de repas limité</li></ul>	<p><b>Moyen de communication préféré</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Téléphone</li><li>E-mail</li><li>Réseaux sociaux</li></ul> <p><b>Centres d'intérêt</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>La culture Japonaise</li><li>Les nouvelles technologies</li></ul>
--	---	---

 <p><b>Nom</b> Alice Binel</p> <p><b>Âge</b> Entre 18 et 24 ans</p> <p><b>Niveau d'études</b> Licence d'art</p> <p><b>Réseaux sociaux</b></p> <p>    </p>	<p><b>Outils nécessaires au quotidien</b></p> <p>Ordinateur Smartphone Connexion internet</p> <p><b>Objectifs</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Gagner en expérience</li><li>Optimiser son temps de travail et de loisirs</li></ul> <p><b>Contraintes</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Horaires strictes à respecter</li><li>Déplacements difficiles (pas de moyen de locomotion personnel)</li></ul>	<p><b>Moyen de communication préféré</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>SMS</li><li>Réseaux sociaux</li><li>Téléphone</li></ul> <p><b>Centres d'intérêt</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>L'art</li><li>La gastronomie et la culture Japonaise</li></ul>
---	--	---

 <p><b>Nom</b> André Lavine</p>	<p><b>Moyen de communication préféré</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Téléphone</li> <li>• E-mail</li> <li>• SMS</li> </ul>	<p><b>Outils nécessaires au quotidien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordinateur</li> <li>• Smartphone</li> <li>• Connexion internet</li> </ul>
<p><b>Âge</b> Entre 35 et 44 ans</p> <p><b>Niveau d'études</b> Inférieur au baccalauréat</p> <p><b>Réseaux sociaux</b></p>  <p><b>Secteur d'activité</b> Publicité</p> <p><b>Taille de l'entreprise</b> Travailleur indépendant</p>	<p><b>Objectifs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gain de temps</li> <li>• Privilégier la qualité lors de ses déplacements</li> </ul>	<p><b>Centres d'intérêt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Création visuelle</li> <li>• Gastronomie Japonaise</li> <li>• Calligraphie</li> </ul>
<p><b>Contraintes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se déplace fréquemment</li> <li>• Souhaite retrouver ses marques dans les différents lieux où il se déplace</li> </ul>		

**Jean** a des journées bien remplies, il gagne sa vie modestement et fait attention à son portefeuille. Il priorise le gain de temps.

Il aura besoin d'une visualisation claire des produits et de leurs prix, ainsi que d'effectuer des commandes simplement et rapidement pour gagner du temps.

**Alice**, en tant qu'étudiante, a des journées bien remplies, mais ne gagne pas sa vie. Elle a des horaires scolaires strictes à respecter, et a donc peu de temps pour manger le midi. Elle ne peut pas se déplacer sur de longues distances de façon autonome.

Elle aura besoin, tout comme Jean, d'une visualisation claire des produits et de leurs prix, ainsi que d'effectuer des commandes simplement et rapidement pour gagner du temps. Mais également, si elle se trouve loin d'un restaurant, de se faire livrer car il est difficile pour elle de se déplacer.

**André** a des journées bien remplies, il gagne bien sa vie mais se déplace très fréquemment. Il est sensible à la qualité des produits qu'il consomme et aime le contact humain.

Il aura besoin d'une visualisation claire de l'emplacement des différents restaurants pour en avoir un accès facilité, et appréciera de pouvoir naviguer dans la carte des restaurants avec les nouvelles options de tri par prix et catégories de produits.

# NOS PROPOSITIONS D'AMÉLIORATION

---

## Pages et fonctionnalités

### **Pourquoi choisir de faire une refonte de ce site ?**

Comme dit précédemment, le site actuel de l'enseigne "Eat Sushi" rencontre des problèmes d'optimisation qui peuvent brider son utilisation. L'utilisateur, en plus de son désir d'esthétique et d'ergonomie, a besoin d'une navigation rapide et claire pour optimiser son temps, c'est pourquoi il se tourne vers une enseigne de vente à emporter ou en livraison.

La priorité pour nous est donc de proposer une optimisation de la fluidité du site web, (en allégeant les images par exemple), ainsi que son ergonomie.

- **Page d'accueil :**

Au-delà de l'aspect graphique, la page d'accueil d'Eat Sushi a été simplifiée d'un point de vue contenu. En effet, elle indique désormais l'essentiel des services que fournit le restaurant de manière simple et centrée.

- **La carte :**

La carte d'Eat Sushi a elle aussi été simplifiée et adaptée en accord avec la nouvelle charte graphique. Des options de tri par prix et par catégories de produits simplifient sa navigation.

- **Détail du produit :**

Eat Sushi propose désormais des pages dédiées aux produits et non des pop-ups. Cela permet une navigation simplifiée et un accès à des produits similaires en bas de page. Un système de notation de produit discret a été mis en place et la composition du produit et les éventuels allergènes sont affichés en accord avec la nouvelle identité visuelle d'Eat Sushi.

- **Panier :**

Le panier se voit offrir une nouvelle page détaillant les différents tarifs inclus dans le prix total.

- **Nos engagements :**

Du respect de l'environnement à la qualité des produits en passant par les livraisons, Eat Sushi indique sur une nouvelle page d'engagements les valeurs que l'enseigne souhaite partager avec ses clients.

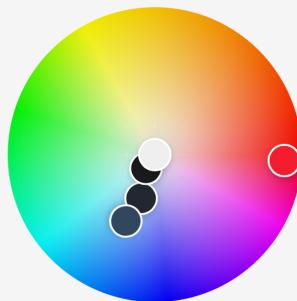
---

# CHARTE GRAPHIQUE

---

## Couleurs

- 
- #EFEFEF
  - #222831
  - #30475e
  - #181A1B
  - #F21D2F



#EFEFEF                  #222831                  #30475E                  #181A1B                  #F21D2F

Après analyse et étude de ses concurrents, nous nous sommes rendu compte que le problème d'Eat sushi est qu'il dispose d'une image (son site internet du moins) de restaurant de sushi bas de gamme, n'inspirant pas spécialement confiance avec des tarifs pourtant élevés.

Nous avons décidé de changer les couleurs afin de se rapprocher de ce qu'est le sushi, c'est-à-dire un art culinaire japonais traditionnel.

Nous avons donc utilisé un rouge un peu plus clair que celui du drapeau japonais afin de distinguer la marque de ses concurrents tout en rappelant l'authenticité des méthodes de fabrication et de respect du produit inspiré des chefs au Japon.

Les nuances de bleus foncés sont là pour rappeler la mer, l'eau, élément indispensable à la création d'un sushi.

L'ensemble forme une palette de couleurs discrète montrant la qualité du produit et de ses chefs.

---

# Typographie



## Roboto - Archivo

- **Calligraphie Japonaise :**  
[https://www.dafont.com/hiroshima-4.font?  
text=Eat+sushi](https://www.dafont.com/hiroshima-4.font?text=Eat+sushi)
- **Archivo Black** : Gros titre  
<https://fonts.google.com/specimen/Archivo+Black>
- **Archivo** : Titre  
<https://fonts.google.com/specimen/Archivo>
- **Roboto** : Textes  
[https://fonts.google.com/specimen/Roboto?  
preview.text=Eat%20sushi&preview.text\\_ty  
pe=custom&query=robot](https://fonts.google.com/specimen/Roboto?preview.text=Eat%20sushi&preview.text_type=custom&query=robot)

Eat sushi ABCDEFG

Regular 400

**Eat Sushi**

Regular 400

**Eat Sushi**

Regular 400

**Eat sushi**

## Taille des textes mobile

- H1 - 30px
- H2 - 26px
- H3 - 20px
- Paragraphe - 16px
- Placeholder - 16px

## Explication des typographies :

Calligraphie japonaise : Rappelle l'authenticité et la qualité des produits et du savoir-faire

Archivo : Typographie sans-sérif pour les gros titres. Lisible et créant un contraste moderne avec l'univers japonisant.

Roboto : Typographie sans-sérif pour le contenu du site. Facile de lecture, universelle et se mariant bien avec Archivo.

# Design - Ergonomie

