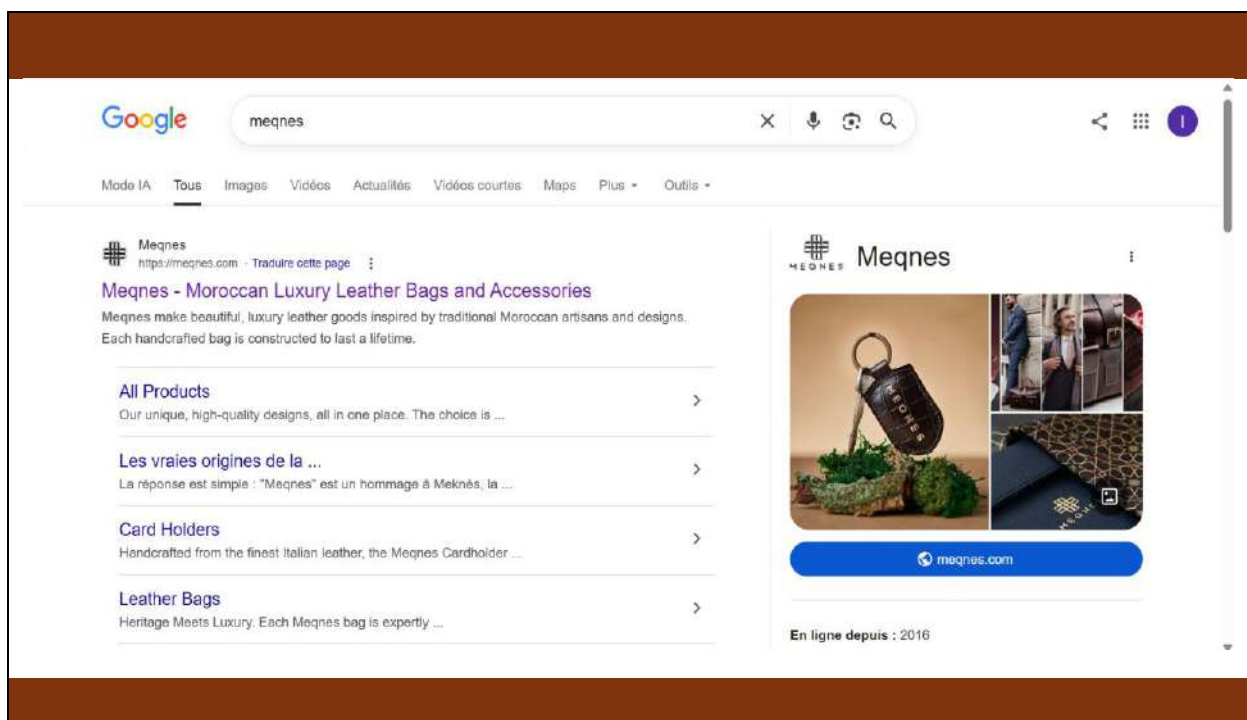


Rapport d'Audit SEO Approfondi - meqnes.com - Mars 2026

Présenté par : Imane Choukrani

Date : Février 2026

Site web : <https://meqnes.com/>



Sommaire :

Sommaire :	2
Méthodologie de l'Audit	4
Analyse Sémantique : Optimisation des Contenus et Balisage	5
Section 1 : Analyse des Balises Titres (Meta Titles) <title>	5
1. Manquant	5
2. Doublon	5
3. Plus de 60 caractères	6
4. Moins de 30 caractères	6
5. Plus de 561 pixels	7
6. Moins de 200 pixels	7
7. Identique à H1	8
8. Multiple	8
9. En dehors du <head>	8
Section 2 : Analyse des Balises Meta Descriptions meta name="description"	9
1. Manquant	9
2. Doublon	10
3. Plus de 155 caractères	11
4. Moins de 70 caractères	11
5. Plus de 985 pixels	11
6. Moins de 400 pixels	12
7. Multiple	12
8. En dehors du <head>	12
Section 3 : Analyse des Balises H1	13
1. Manquant	13
2. Doublon	14
3. Plus de 70 caractères	15
4. Multiple	15
5. Texte alt dans H1	16
6. Non séquentiel	16
Section 4 : Analyse des Balises H2	17
1. Manquant	17
2. Doublon	18

3. Plus de 70 caractères	18
4. Multiple	19
5. Non séquentiel	20
Section 5 : Analyse des balises images	21
1. Plus de 100 Ko	22
2. Alt manquant	22
3. Attribut Alt manquant	23
4. Text alt de plus de 100 caractères	23
Performance : Vitesse et Expérience Utilisateur	25
1. Analyse Mobile : Performance Critique	25
2. Analyse Bureau : Performance Moyenne	26
Netlinking : Qualité du Profil de Liens	27
1. Incohérence Thématique et Pertinence (Relevance)	27
2. Analyse de la Toxicité et Danger Algorithmique	27
3. Anatomie de l'Autorité : La "Longue Traîne" de Faible Qualité	28
4. Stratégie d'Ancrage : Une Prudence Excessive ?	28
5. Plan de Recommandations Stratégiques (Netlinking)	28
Conclusion : Plan d'Action Stratégique et "Quick Wins"	30

Méthodologie de l'Audit

Méthodologie de l'Audit : Une Approche Multidimensionnelle

L'audit SEO du domaine **meqnes.com** a été réalisé selon une approche rigoureuse, articulée autour de trois piliers fondamentaux extraits de notre analyse technique et stratégique. Cette méthodologie garantit une vision à 360° de la santé digitale de la marque.

1. Analyse Sémantique et Structurelle (On-Page)

Cette phase repose sur un crawl exhaustif du site pour évaluer la qualité du balisage HTML. L'objectif est de vérifier l'alignement des contenus avec les exigences des moteurs de recherche :

- **Optimisation des Balises Titres et Meta Descriptions** : Vérification systématique des longueurs (caractères et pixels), des doublons et de la présence de chaque balise pour maximiser le taux de clic (CTR).
- **Hiérarchie Hn (H1 à H2)** : Analyse de la structure logique des pages pour s'assurer qu'aucun titre principal n'est manquant ou dupliqué, garantissant une lecture fluide pour Google.
- **Optimisation des Images** : Audit spécifique des attributs alt et du poids des fichiers (limite de 100 Ko) pour favoriser le référencement visuel et l'accessibilité.

2. Diagnostic de Performance et UX (PageSpeed)

L'excellence d'une marque de luxe doit se traduire par une rapidité d'exécution technique irréprochable. Nous avons utilisé **Google PageSpeed Insights** pour mesurer :

- **L'expérience Mobile vs Bureau** : Analyse comparative des temps de chargement, notamment le *Largest Contentful Paint* (LCP) et le *Speed Index*.
- **La Stabilité Visuelle** : Mesure du *Cumulative Layout Shift* (CLS) pour garantir une navigation sans sauts d'éléments brusques lors de l'affichage.

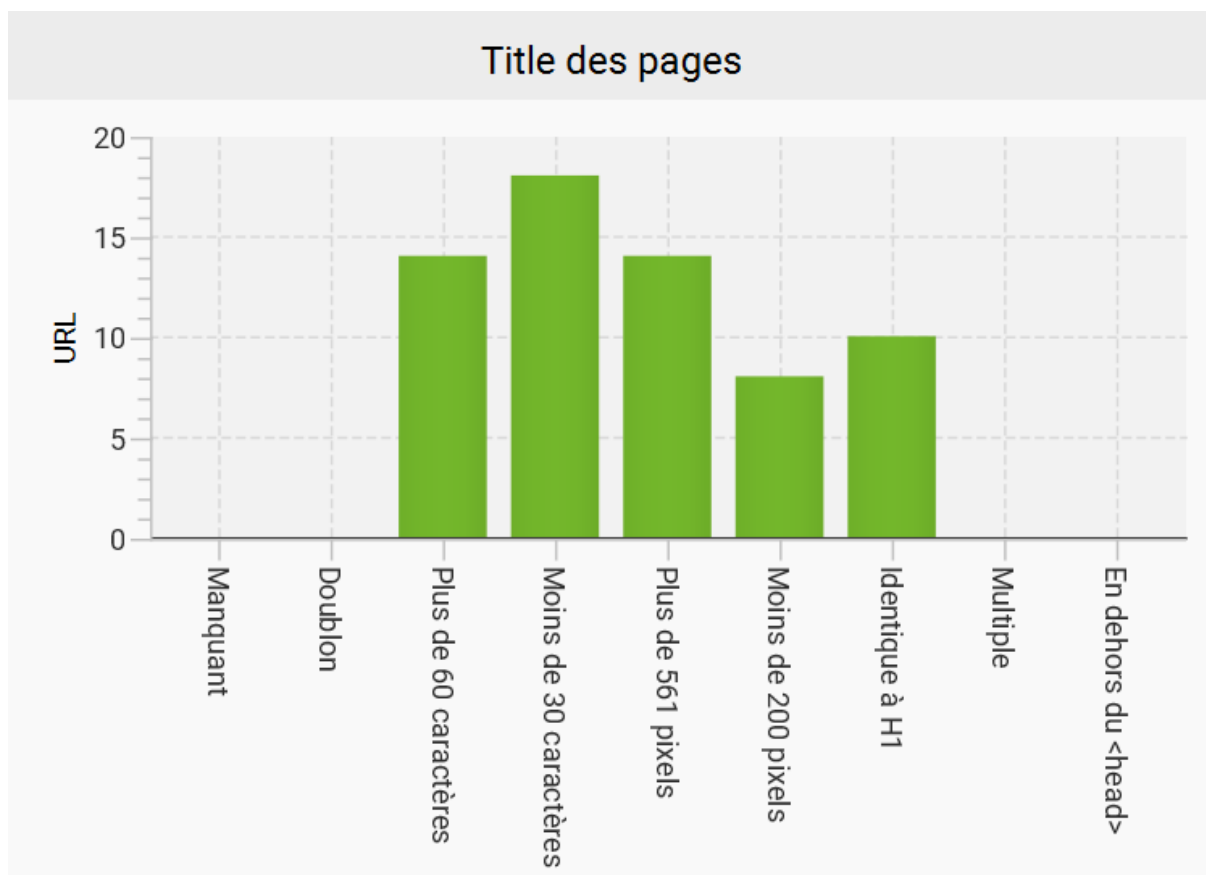
3. Audit de l'Autorité et Netlinking (Off-Page)

La notoriété digitale de Meqnes a été passée au crible via **Semrush** pour évaluer la crédibilité du domaine :

- **Qualité du Profil de Liens** : Analyse du score d'autorité (AS) et détection des domaines toxiques pouvant pénaliser le site.
- **Pertinence Thématique (Relevance)** : Étude de la cohérence entre l'activité de maroquinerie de luxe et les catégories des sites référents (Internet, Business, Mode).
- **Analyse des Ancres** : Examen de la stratégie de liens (ancres de marque vs ancres optimisées) pour évaluer la sécurité et la puissance sémantique du profil.

Analyse Sémantique : Optimisation des Contenus et Balisage

Section 1 : Analyse des Balises Titres (Meta Titles) <title>



Description du graphe : Ce graphique synthétise l'état de santé des titres du site. On y observe une majorité de pages conformes, mais une part significative de titres dépassant les 60 caractères (en rouge) ou trop courts (en ambre), signalant des opportunités d'optimisation pour améliorer la visibilité et le taux de clic sur Google.

1. Manquant

L'analyse de l'ensemble du domaine confirme qu'**aucune balise Title n'est manquante** sur le site meqnes.com. Cette conformité technique totale démontre une base structurale solide, garantissant que chaque page indexée dispose d'une identité propre pour les moteurs de recherche.

2. Doubleton

L'audit révèle une gestion exemplaire de l'unicité des contenus, avec **0% de balises en doubleton** détectées. Cette optimisation garantit que chaque page du site est perçue par Google comme une entité unique et pertinente, évitant ainsi tout risque de cannibalisation sémantique entre vos produits de luxe.

3. Plus de 60 caractères

- **Description :**

Pages dont le titre dépasse la limite configurée. Les caractères au-delà de cette limite risquent d'être tronqués dans les résultats de recherche de Google et d'avoir moins de poids dans les résultats.

- **Liste des erreurs :** 

- **Comment corriger :**

Rédigez des titres de page concis pour éviter que des mots importants ne soient tronqués dans les résultats de recherche, qu'ils ne soient pas visibles pour les utilisateurs et qu'ils aient éventuellement moins de poids dans les résultats.

Exemple 1 : Fiche Produit (Ceinture)

- **État Actuel (69 car.) :** "Sahara Night" Reversible Meqnes Signature Belt 32 mm - Brown & Black
- **Problème :** Le nom du modèle ("Sahara Night") et les couleurs sont trop longs mis ensemble.
- **État Désiré (53 car.) :** Sahara Night : Reversible Leather Belt (Brown & Black)
- **Gain :** On a supprimé "Signature" et "32 mm" (moins importants pour le clic) et utilisé un séparateur plus fin pour gagner de l'espace.

- **Liste des corrections :** 

4. Moins de 30 caractères

- **Description :**

Pages dont le titre est inférieur à la limite configurée. Ce n'est pas nécessairement un problème, mais cela indique qu'il y a peut-être de la place pour cibler des mots-clés supplémentaires ou pour communiquer des arguments clés.

- **Liste des erreurs :** 

- **Comment corriger :**

Envisagez de mettre à jour le titre de la page afin de profiter de l'espace restant pour inclure d'autres mots-clés cibles ou arguments clés.

Exemple 1 : Page Catégorie (Bracelets)

- **État Actuel (19 car.) :** Bracelets by Meqnes
- **Problème :** Très générique, ne cible pas le type de bracelets (cuir, luxe, homme).
- **État Désiré (54 car.) :** Luxury Leather Bracelets for Men | Handmade by Meqnes

- **Liste des corrections :** 

5. Plus de 561 pixels

• Description :

Pages dont le titre dépasse la limite de longueur en pixels estimée par Google pour les titres dans les résultats de recherche. La longueur d'extrait de Google est en fait basée sur des limites en pixels, plutôt que sur une longueur en caractères. Le SEO Spider tente de faire correspondre les derniers points de troncature en pixels dans les SERP, mais il s'agit d'une approximation et Google les ajuste fréquemment.

• Liste des erreurs :



• Comment corriger :

Rédigez des titres de page concis pour éviter que des mots importants ne soient tronqués dans les résultats de recherche, qu'ils ne soient pas visibles pour les utilisateurs et qu'ils aient éventuellement moins de poids dans les résultats.

Exemple 1 : Page Collection (Écharpes)

- **État Actuel (578 px / 64 car.)** : Silk Scarves by Meqnes - Designed in Morocco, hand sewn in Italy
- **Problème** : Le mélange de virgules et de tirets pousse le titre à 578px, dépassant la zone de confort.
- **État Désiré (512 px / 54 car.)** : **Luxury Silk Scarves | Designed in Morocco & Italy**
- **Gain** : Réduction de 66 pixels. Le titre est plus aéré et le mot "Luxury" remplace des connecteurs lourds

• Liste des corrections :



6. Moins de 200 pixels

• Description :

Pages dont le titre est beaucoup plus court que la limite de longueur en pixels estimée par Google. Ce n'est pas nécessairement un problème, mais cela indique qu'il y a peut-être de la place pour cibler des mots-clés supplémentaires ou pour communiquer vos arguments clés.

• Liste des erreurs :



• Comment corriger :

Envisagez de mettre à jour le titre de la page afin de profiter de l'espace restant pour inclure d'autres mots-clés cibles ou arguments clés.

Exemple 1 : Page FAQ

- **État Actuel (133 px) :** FAQ – Meqnes
- **Problème :** Très court, n'indique pas le contenu de l'aide.
- **État Désiré (485 px) :** **Customer Help & FAQ: Shipping, Returns & Leather Care | Meqnes**
- **Gain :** On passe d'un titre vide à un titre riche qui répond aux questions immédiates des clients.

- **Liste des corrections :**



7. Identique à H1

- **Description :**

Titres de page qui correspondent exactement au h1 de la page. Ce n'est pas nécessairement un problème, mais cela peut indiquer une opportunité potentielle de cibler des mots-clés alternatifs, des synonymes ou des expressions clés connexes.

- **Liste des erreurs :**



- **Comment corriger :**

Ce n'est pas nécessairement un problème, mais cela peut indiquer une opportunité potentielle de cibler des mots-clés alternatifs, des synonymes ou des expressions clés connexes.

Exemple 1 : Page Catégorie (Bracelets)

- **État Actuel :** Title & H1 sont tous deux : Bracelets by Meqnes
- **Problème :** Manque de mots-clés descriptifs dans le moteur de recherche.
- **État Désiré : H1 :** Bracelets
- **Title :** **Handmade Leather Bracelets for Men | Meqnes**
- **Gain :** Meilleur ciblage SEO sur "Leather" et "Men" tout en gardant un design de page épuré.

- **Liste des corrections :**



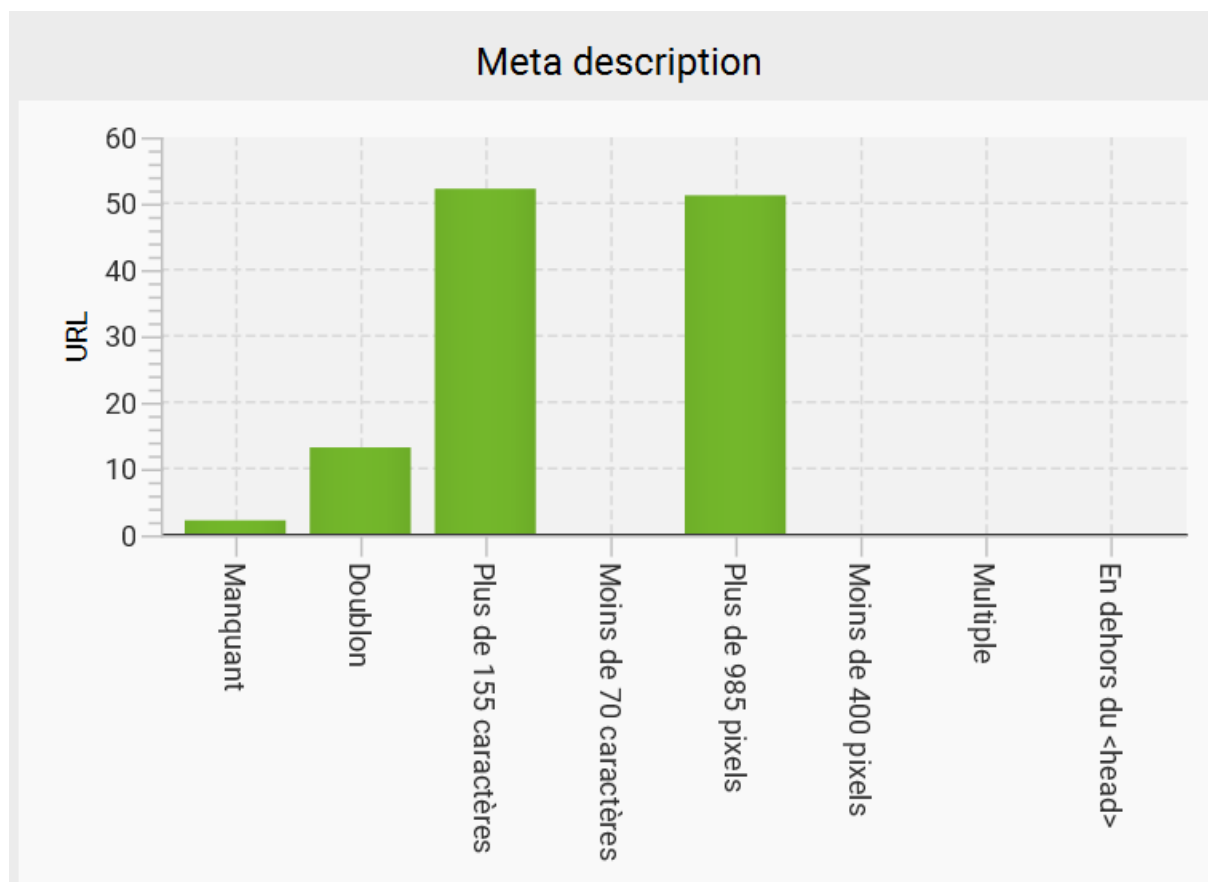
8. Multiple

L'absence de balises multiples garantit une hiérarchie claire. Chaque page possède un identifiant unique pour les moteurs de recherche.

9. En dehors du <head>

Toutes les métadonnées sont correctement placées dans la section <head>. Cette rigueur technique permet une lecture sans erreur par les robots de crawl.

Section 2 : Analyse des Balises Meta Descriptions meta name="description"



Description : Ce graphique met en évidence un déséquilibre majeur dans la rédaction des métadonnées du site. On observe une prédominance de descriptions dépassant largement les **985 pixels** (allant jusqu'à 5207 px), ce qui garantit une coupure systématique du message sur Google. À cela s'ajoute un volume significatif de **doublons** et de **balises manquantes** sur des pages clés. L'objectif des optimisations proposées est de ramener l'ensemble de ces données dans la "zone de confort" (en vert) afin de garantir que chaque argument de vente de Meqnes soit intégralement visible et percutant pour l'utilisateur.

1. Manquant

- **Description :**

Pages dont la méta-description est manquante, dont le contenu est vide ou qui comporte un espace blanc. Cela constitue une occasion manquée de communiquer les avantages de votre produit ou de votre service, et d'influencer les taux de clics pour les URL importantes.

- **Liste des erreurs :** 


- **Comment corriger :**

Il est important de rédiger des métadéscriptions uniques et descriptives sur les pages clés afin de communiquer l'objectif de la page aux utilisateurs et de les inciter à cliquer sur votre

résultat plutôt que sur celui de la concurrence. Cela peut également signifier que Google utilise cette description pour les extraits dans les résultats de recherche pour certaines requêtes, plutôt que de créer la sienne sur la base du contenu de la page.

Exemple 1 : Page Contact (*contact-us*)

- **État Actuel :** *Vide* (Google affichera probablement : "Home / Contact Us / Name / Email...")
- **État Désiré (148 car.) :** **Have a question about our leather collections? Contact Meqnes customer service for personalized assistance. Our team is here to help with your order.**
- **Gain :** Professionnalisme et clarté. L'utilisateur sait qu'il sera aidé personnellement.

- **Liste des corrections :** 

2. Doubleton

- **Description :**

Pages comportant des doublons de méta-descriptions. Il est très important d'avoir des méta-descriptions distinctes et uniques qui communiquent les avantages et l'objectif de chaque page. Si elles sont en double ou non pertinentes, elles seront ignorées par les moteurs de recherche dans leurs extraits.


- **Liste des erreurs :** 

- **Comment corriger :**

Mettez à jour les doublons de méta-description si nécessaire, afin que les pages importantes contiennent un titre unique et descriptif pour les utilisateurs et les moteurs de recherche. S'il s'agit de doublons de page, corrigez-les en créant un lien vers une version unique et effectuez une redirection ou utilisez des versions canoniques le cas échéant.

Exemple 1 : Les Housses d'ordinateur (*Laptop Sleeves*)

- **État Actuel (Doubleton) :** *"A minimalist leather laptop sleeve for the 13" MacBook Pro..."* (utilisé pour toutes les couleurs).
- **État Désiré (Unique - 152 car.) :** **Protect your 13" MacBook with the Meqnes Emerald Green leather sleeve. A minimalist, stylish design with magnetic closure for the modern professional.**
- **Gain :** Inclusion de la couleur ("Emerald Green") et d'un bénéfice client clair.

- **Liste des corrections :** 

3. Plus de 155 caractères

- **Description :**

Pages dont les méta-descriptions dépassent la limite configurée. Les caractères au-delà de cette limite risquent d'être tronqués dans les résultats de recherche de Google.


- **Liste des erreurs :** 

- **Comment corriger :**

Rédigez des méta-descriptions concises afin que les mots importants ne soient pas tronqués dans les résultats de recherche et ne soient pas visibles pour les utilisateurs.

Exemple 1 : Page d'accueil (Home)

- **État Actuel (253 car.) :** *"Explore Meqnes's authentic Moroccan Luxury Leather Bags and Accessories. Handcrafted with precision, our collection embodies the elegance of Morocco's rich heritage. Experience the perfect blend of traditional craftsmanship and modern luxury with Meqnes"*
- **État Désiré (155 car.) :** **Explore Meqnes: Authentic Moroccan luxury leather bags and accessories. Handcrafted with precision, blending traditional craftsmanship and modern elegance.**
- **Gain :** On conserve toute l'essence de la marque mais le texte est désormais entièrement lisible dans la SERP.

- **Liste des corrections :** 

4. Moins de 70 caractères

Aucune balise ne fait moins de 70 caractères. Cette longueur minimale est respectée pour garantir un contenu assez descriptif et incitatif.

5. Plus de 985 pixels

- **Description :**

Pages dont la méta-description dépasse la limite de longueur en pixels estimée par Google pour les extraits. La longueur d'extrait de Google est en fait basée sur des limites en pixels, plutôt que sur une longueur en caractères. Le SEO Spider tente de faire correspondre les derniers points de troncature en pixels dans les SERP, mais il s'agit d'une approximation et Google les ajuste fréquemment.

- **Liste des erreurs :** 

- **Comment corriger :**

Rédigez des méta-descriptions concises afin que des mots importants ne soient pas tronqués dans les résultats de recherche et ne soient pas visibles pour les utilisateurs.

Exemple 1 : Collection iPhone Cases

- **État Actuel (1832 px) :** *"Whether you're making an important call, sharing a meme, or taking a selfie, your Meqnes iPhone case will help you do it in style..."*
- **État Désiré (890 px) :** **Elevate your style with Meqnes leather iPhone cases. Slim-fit design featuring our unique geometric motif. Luxury protection for your phone.**
- **Gain :** Une réduction de plus de 900 pixels pour un message qui ne sera plus coupé après "sharing a meme..."

- Liste des corrections :



6. Moins de 400 pixels

L'analyse confirme qu'**aucune balise ne descend en dessous de 400 pixels**. Cet indicateur est optimisé, garantissant une présence visuelle suffisante dans les résultats de recherche sans risque de paraître incomplet.

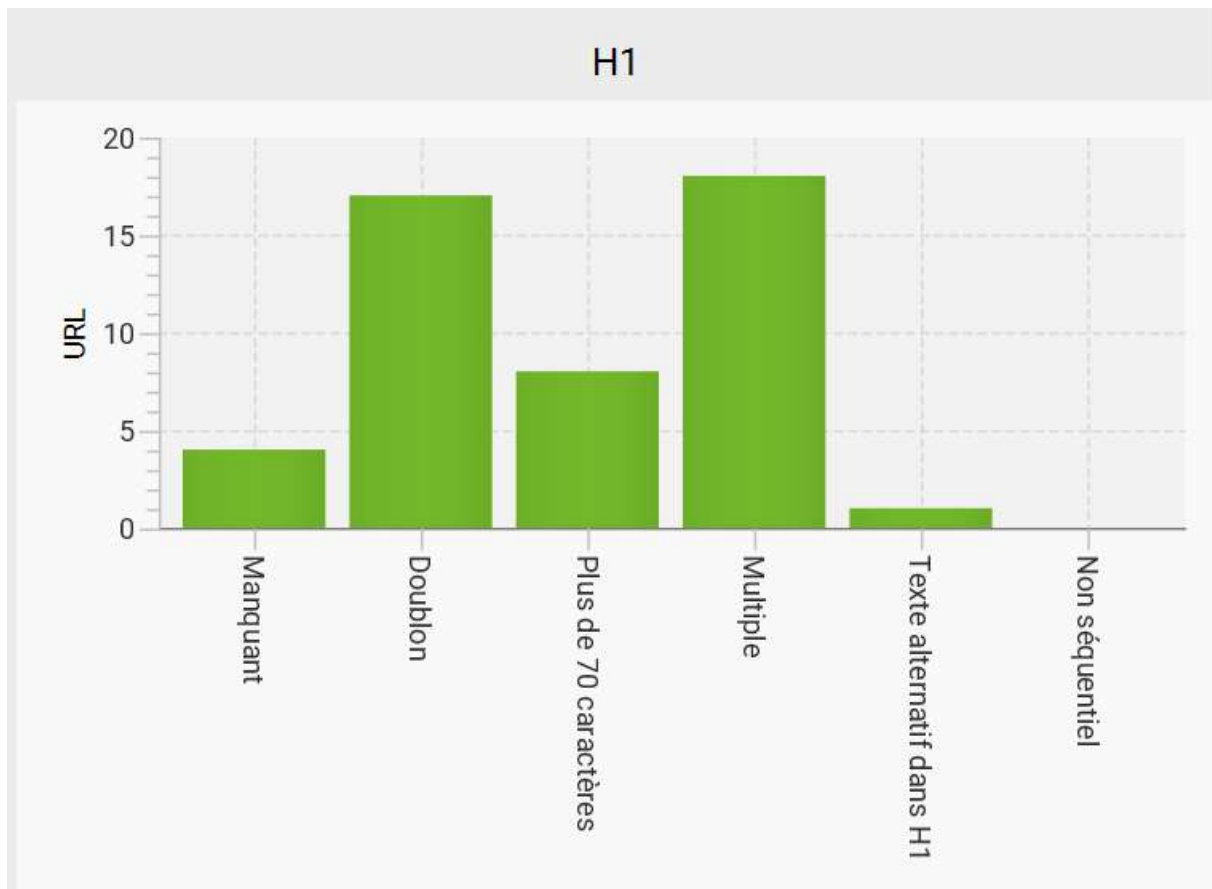
7. Multiple

Optimisé. Aucune page ne présente de balises Title ou Meta en double exemplaire, assurant une structure sémantique propre.

8. En dehors du <head>

Optimisé. Toutes les métadonnées sont correctement intégrées dans la section <head>, garantissant une lecture parfaite par les robots d'indexation.

Section 3 : Analyse des Balises H1



Description : L'analyse du graphique révèle des lacunes structurelles importantes dans la hiérarchie sémantique du site, avec environ 18 pages présentant des balises H1 multiples et plus de 15 pages comportant des titres en doublet. On observe également que 8 pages utilisent des titres dépassant 70 caractères, tandis que 4 pages sont totalement dépourvues de balise H1, ce qui entrave la compréhension du sujet principal par les moteurs de recherche. Enfin, la présence résiduelle d'un texte alternatif utilisé comme H1 souligne la nécessité de normaliser les titres principaux pour garantir une indexation optimale et une structure cohérente.

1. Manquant

- **Description :**

Pages dont le <h1> est manquant, le contenu est vide ou qui comportent un espace blanc. Les <h1> doivent décrire le titre principal et l'objectif de la page, et sont considérés comme l'un des signaux de classement les plus forts sur la page.

- **Liste des erreurs :**




- **Comment corriger :**

Veillez à ce que les pages importantes comportent des sous-titres concis, descriptifs et uniques afin d'aider les utilisateurs et de permettre aux moteurs de recherche de noter et de classer la page pour les requêtes de recherche correspondantes.

Exemple de correction : Page Cotton Face Masks (collections/cotton-face-masks)

- **État Actuel :** Vide (0 caractère).
- **État Désiré (H1) :** *Premium Cotton Face Masks: Stylish, Washable & Breathable Protection.*
- **Gain :** *SEO et Expérience Utilisateur. Cette balise permet aux moteurs de recherche de classer la page pour les masques en tissu tout en confirmant immédiatement au client qu'il est sur la bonne catégorie.*

- **Liste des corrections :** 

2. Doubleton

- **Description :**

Pages qui présentent des doublons de <h1>. Il est important de disposer de sous-titres principaux distincts, uniques et utiles. Si chaque page a le même <h1>, il peut être plus difficile pour les utilisateurs et les moteurs de recherche de distinguer une page d'une autre.

- **Liste des erreurs :** 

- **Comment corriger :**

Mettez à jour les doublons de <h1> comme nécessaire, afin que les pages importantes contiennent un <h1> unique et descriptif pour les utilisateurs et les moteurs de recherche. S'il s'agit de doublons de page, corrigez-les en créant un lien vers une version unique et effectuez une redirection ou utilisez des versions canoniques le cas échéant.

Exemple de correction : Page Argan Oil (products/argan-oil-premium-morocco)

- **État Actuel :** *Doubleton (2 occurrences du H1 "Premium Argan Oil Skincare & Haircare Essentials").*
- **État Désiré (H1) :** *Meqnes Premium Argan Oil: Pure Moroccan Skincare & Haircare.*
- **Gain :** *Unicité et pertinence. En intégrant la marque et l'origine "Moroccan", vous éliminez le conflit avec d'autres pages et renforcez le positionnement luxe du produit.*

- **Liste des corrections :** 

3. Plus de 70 caractères

- **Description :**

Pages dont les <h1> dépassent la longueur configurée. Il n'y a pas de limite de caractères stricte pour les <h1>, mais ils doivent être clairs et concis pour les utilisateurs et les sous-titres longs peuvent être moins utiles.


- **Liste des erreurs :** 

- **Comment corriger :**

Rédigez des <h1> concis pour les utilisateurs, en incluant des mots-clés ciblés lorsque cela est naturel pour les utilisateurs, sans bourrage de mots-clés.

Exemple de correction : Page Press Release (blogs/article/local-production-morocco)

- **État Actuel :** *Trop long (83 caractères).*
- **État Désiré (H1) :** *Meqnes: Local Production Celebrating Moroccan Craftsmanship.*
- **Gain :** *Lisibilité et SEO. Un titre de 55 caractères évite la troncature dans les résultats de recherche et permet aux utilisateurs (et aux robots) d'identifier immédiatement le sujet central sans surcharge visuelle.*

- **Liste des corrections :** 

4. Multiple

- **Description :**

Pages comportant plusieurs <h1>. Bien que ce ne soit pas un problème à proprement parler, car les normes HTML5 autorisent la présence de plusieurs <h1> sur une page, cette approche moderne pose quelques problèmes en termes de convivialité. Il est conseillé d'utiliser le classement des sous-titres (h1-h6) pour transmettre la structure du document. La norme HTML4 classique définit qu'il ne doit y avoir qu'un seul <h1> par page, et cela reste généralement recommandé pour les utilisateurs et le référencement.

- **Liste des erreurs :** 

- **Comment corriger :**

Envisagez de mettre à jour le code HTML pour inclure un seul titre <h1> sur chaque page, et d'utiliser toute la gamme de sous-titres entre h2 et h6 pour ajouter des sous-titres supplémentaires.

Exemple de correction : Page Reversible Belt (products/reversible-meqnes-signature-belt-32-mm-black-navy-blue)

- **État Actuel :** Multiple (2 balises H1 détectées sur la page).
- **État Désiré (H1) :** "Midnight Sea" Reversible Meqnes Signature Belt 32 mm - Black & Navy Blue.
- **Gain :** Clarté structurelle et SEO. En ne conservant qu'une seule balise H1 unique, vous indiquez clairement aux moteurs de recherche le titre principal du produit, ce qui optimise son indexation et évite la confusion sémantique.

- Liste des corrections :



5. Texte alt dans H1

- **Description :**

Pages contenant du texte alternatif d'image dans un élément <h1>. Ce problème peut survenir lorsque le texte dans l'image est considéré comme l'en-tête principal de la page, ou lorsque des balises ne sont pas correctement placées. Certains modèles de CMS ajoutent automatiquement un <h1> autour du logo sur les pages d'un site. Même s'il est fortement recommandé d'utiliser du texte plutôt que du texte alternatif comme en-tête, certains moteurs de recherche considèrent parfois que le texte alternatif dans un élément <h1> fait partie du <h1>, ce qui peut affecter le score de la page.

- Liste des erreurs :



- **Comment corriger :**

Vérifiez que l'utilisation du texte alternatif d'image dans le <h1> est pertinente pour le site Web et envisagez d'utiliser du texte visible sur la page à la place.

Exemple de correction : Page d'accueil (<https://meqnes.com/>)

- **État Actuel :** <h1></h1>
- **État Désiré (Code corrigé) :** <h1>Authentic Moroccan Luxury Leather Bags & Accessories</h1>
- **Gain :** SEO et Accessibilité. En remplaçant l'image par du texte réel dans la balise H1, vous permettez aux moteurs de recherche d'indexer vos mots-clés stratégiques au lieu d'une simple description d'image.

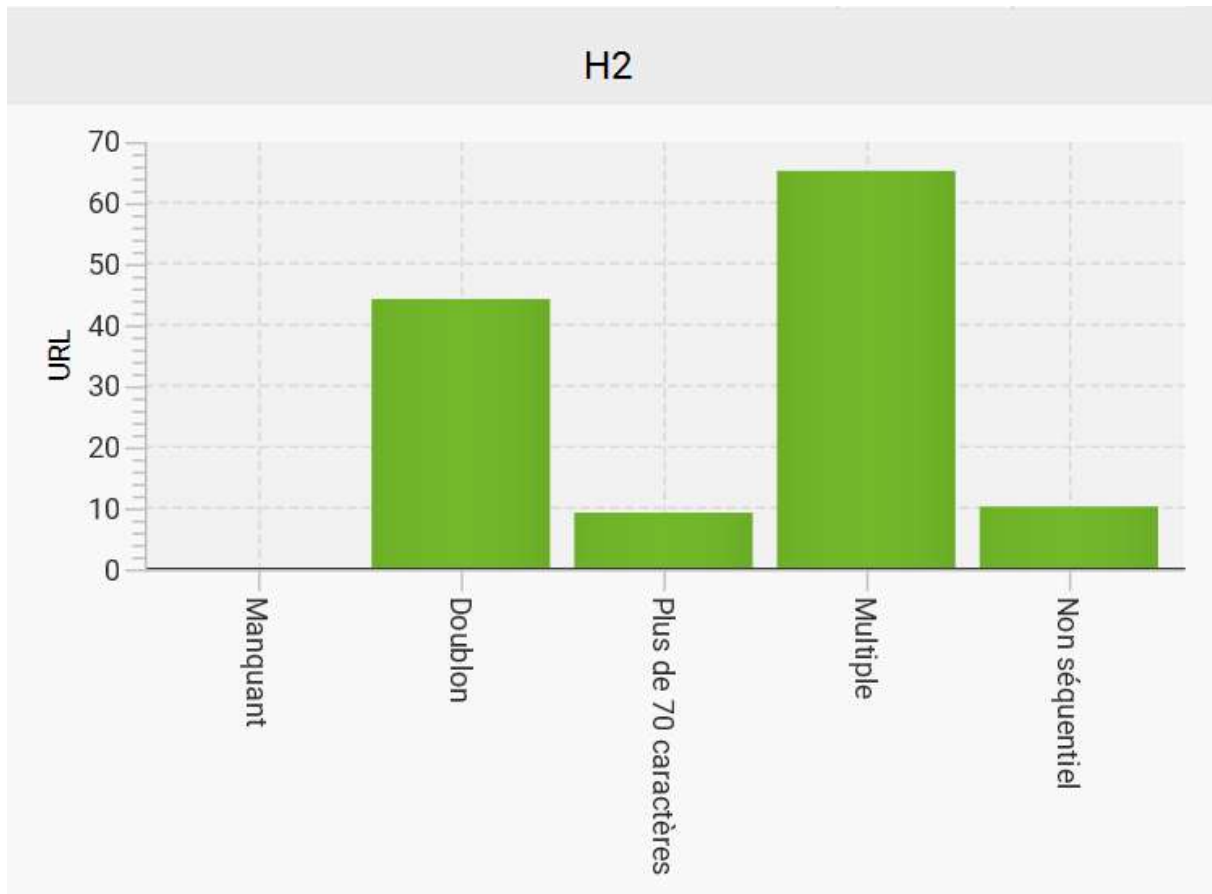
- Liste des corrections :



6. Non séquentiel

Optimisé. Ce qui confirme que la hiérarchie de vos titres (H1 suivis de H2, puis H3) respecte un ordre logique sans sauter de niveau, facilitant ainsi la lecture pour les robots d'indexation.

Section 4 : Analyse des Balises H2



Description : L'analyse du graphique dédié aux balises H2 montre que la structure des sous-titres est le point le plus critique de l'audit, avec une accumulation majeure de balises multiples sur plus de 65 URLs et de doublons sur environ 45 URLs, ce qui empêche une différenciation claire des sections de contenu pour les moteurs de recherche. On observe également qu'une dizaine de pages présentent des problèmes de hiérarchie non séquentielle et qu'une dizaine d'autres possèdent des titres trop longs dépassant les 70 caractères, tandis que le seul point positif réside dans l'absence totale de balises H2 manquantes sur l'ensemble du site.

1. Manquant

Optimisé. Le graphique indique une valeur de zéro pour cette catégorie, ce qui confirme que toutes vos pages possèdent désormais une balise H1, garantissant ainsi qu'aucune section du site n'est dépourvue de son titre principal pour le référencement.

2. Doublon

- **Description :**

Pages qui présentent des doublons de <h2>. Il est important de disposer de pages distinctes, uniques et utiles. Si chaque page a le même <h2>, il peut être plus difficile pour les utilisateurs et les moteurs de recherche de distinguer une page d'une autre.


- **Liste des erreurs :** 

- **Comment corriger :**

Mettez à jour les doublons de <h2> comme nécessaire, afin que les pages importantes contiennent un <h2> unique et descriptif pour les utilisateurs et les moteurs de recherche. S'il s'agit de doublons de page, corrigez-les en créant un lien vers une version unique et effectuez une redirection ou utilisez des versions canoniques le cas échéant.

Exemple de correction : Page Designer Belts (collections/designer-belts)

- **État Actuel :** *Doublon (Le titre "EARTH & SKY" est répété 28 fois en balise H2 sur la même page).*
- **État Désiré (H2) :** *Meqnes Signature Reversible Belts Collection.*
- **Gain :** *Hiérarchie et Clarté. En utilisant un titre H2 unique pour présenter la collection et en passant les noms des produits en balises H3 ou en texte simple, vous aidez Google à comprendre que c'est une liste de produits et non 28 sections identiques.*

- **Liste des corrections :** 

3. Plus de 70 caractères

- **Description :**

Pages dont les <h2> dépassent la limite configurée. Il n'y a pas de limite de caractères stricte pour les <h2>, mais ils doivent être clairs et concis pour les utilisateurs, et les sous-titres longs peuvent être moins utiles.


- **Liste des erreurs :** 

- **Comment corriger :**

Rédigez des <h2> concis pour les utilisateurs, en incluant des mots-clés ciblés lorsque cela est naturel pour les utilisateurs, sans bourrage de mots-clés.

Exemple de correction : Page Local Production Morocco (blogs/article/local-production-morocco)

- **État Actuel : Trop long (La balise H2 contient 77 caractères).**
- **État Désiré (H2) : Meqnes: Embracing Our Roots and Moroccan Craftsmanship.**
- **Gain : Lisibilité et SEO. En réduisant le titre sous la barre des 70 caractères, vous vous assurez que le message est percutant, qu'il ne sera pas coupé sur les écrans mobiles et qu'il reste clair pour les moteurs de recherche.**

- Liste des corrections : 

4. Multiple

- **Description :**

Pages comportant plusieurs <h2>. Ce n'est pas un problème, car les normes HTML autorisent plusieurs <h2> lorsqu'ils sont utilisés dans une structure de sous-titres hiérarchique logique. Cependant, ce filtre peut vous aider à effectuer un examen rapide pour vérifier s'ils sont utilisés de manière appropriée.

- Liste des erreurs : 

- **Comment corriger :**

Veillez à ce que les <h2> soient utilisés dans une structure de sous-titres hiérarchique logique et mettez-les à jour, le cas échéant, en utilisant toute la gamme de sous-titres entre h3 et h6 pour les sous-titres supplémentaires.

Exemple de correction : Page d'accueil (<https://meqnes.com/>)

- **État Actuel : Multiple (La page contient 19 balises H2, ce qui est trop élevé pour une structure sémantique équilibrée).**
- **État Désiré (H2) : Conserver uniquement 4 à 6 balises H2 pour les sections principales (ex: Men's Collection, Women's Collection, Our Story) et transformer les autres titres secondaires en balises H3.**
- **Gain : Structure et Clarté. En réduisant le nombre de H2, vous renforcez le poids SEO de chaque titre conservé, permettant aux moteurs de recherche de mieux hiérarchiser l'importance des différentes sections de votre page d'accueil.**

- Liste des corrections : 

5. Non séquentiel

- **Description :**

Pages dont l'élément <h2> n'est pas le deuxième en-tête de la page après l'élément <h1>. Les éléments d'en-tête doivent être placés dans un ordre logique séquentiel par ordre décroissant. L'objectif des éléments d'en-tête est d'indiquer la structure de la page. Ils doivent être placés dans un ordre logique, de <h1> à <h6>, afin de faciliter la navigation et d'aider les utilisateurs qui dépendent de technologies d'assistance.

- **Liste des erreurs :** 

- **Comment corriger :**

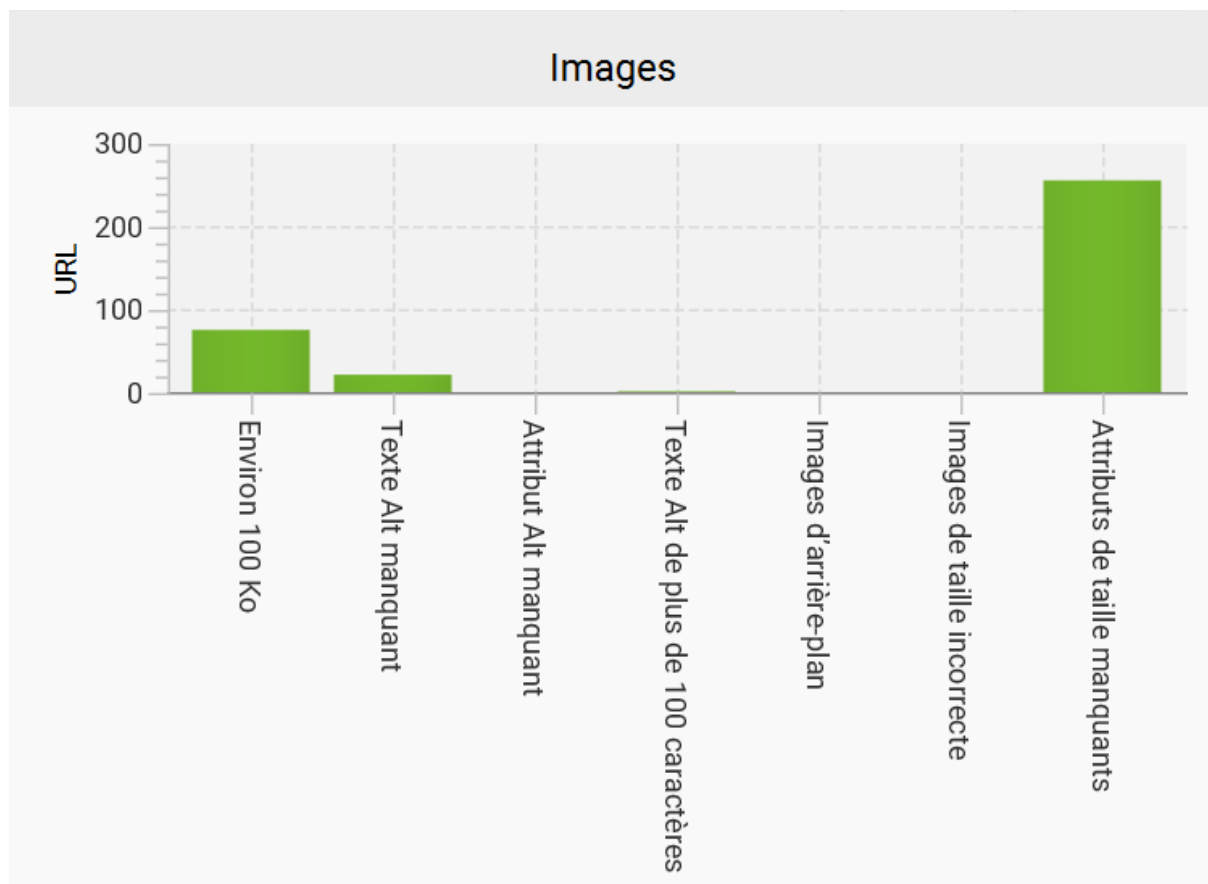
Assurez-vous que l'élément <h2> correspond au deuxième en-tête de la page. Les en-têtes doivent être placés dans un ordre séquentiel logique, de <h1> à <h6>. Examinez les niveaux des en-têtes de la page et vérifiez qu'ils sont placés par ordre décroissant. Par exemple, l'en-tête qui suit un <h1> doit être un <h2>, et cet en-tête doit être suivi par un <h3>.

Exemple de correction : Page d'accueil (<https://meqnes.com/>)

- **État Actuel :** *Non séquentiel (La structure des titres saute des niveaux, par exemple un H3 apparaît directement après le H1, ou les 19 balises H2 ne suivent pas une logique descendante par rapport au titre principal).*
- **État Désiré (H2) :** *Réorganiser la structure pour que les titres suivent l'ordre logique : H1 (Titre principal) > H2 (Titres de sections) > H3 (Sous-titres de produits).*
- **Gain :** *Accessibilité et SEO. Une hiérarchie séquentielle permet aux robots de Google de comprendre la relation de parenté entre les contenus. Cela donne plus de poids aux mots-clés situés dans les niveaux supérieurs.*

- **Liste des corrections :** 

Section 5 : Analyse des balises images



Description : L'analyse de l'audit pour la section des images révèle que le problème le plus important concerne les attributs de taille manquants, qui affectent plus de 250 URLs et peuvent dégrader l'expérience utilisateur en provoquant des sauts de mise en page lors du chargement. On observe également qu'environ 80 images dépassent le poids recommandé de 100 Ko, ce qui ralentit la vitesse du site, tandis qu'une vingtaine d'images ne possèdent aucun texte alternatif (alt), privant ainsi le site d'une opportunité d'indexation sur Google Images et nuisant à l'accessibilité pour les malvoyants. Enfin, l'audit identifie de manière marginale quelques textes alternatifs trop longs de plus de 100 caractères, mais confirme que les problèmes liés aux images d'arrière-plan ou aux tailles incorrectes sont quasiment inexistantes sur l'ensemble du domaine.

1. Plus de 100 Ko

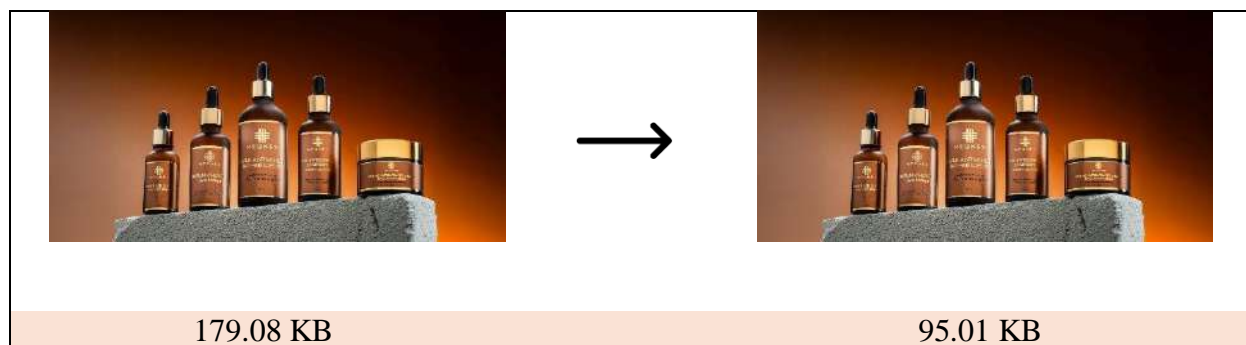
- **Description :**

Images volumineuses dépassant un seuil de taille. La vitesse des pages est extrêmement importante pour les utilisateurs et pour le référencement. Souvent, les ressources volumineuses telles que les images sont l'un des problèmes les plus courants qui ralentissent les pages Web. Ce filtre sert simplement de règle générale pour aider à identifier les images dont la taille de fichier est relativement importante et qui peuvent prendre plus de temps à charger. Ces images doivent être optimisées, tout comme les opportunités identifiées dans l'onglet PageSpeed qui utilise l'API PSI et Lighthouse pour évaluer la vitesse. Cela peut aider à identifier les images dont la taille n'a pas été optimisée, qui se chargent hors de l'écran, qui ne sont pas optimisées, etc.

- **Liste des erreurs :** 

- **Comment corriger :**

Les images non compressées alourdissent les pages d'octets inutiles. Veillez donc à ce que les images soient optimisées par la compression, qu'elles soient correctement mises à l'échelle et qu'elles utilisent le meilleur format d'image possible pour réduire la taille du fichier.



Note : Afin de corriger l'erreur des attributs de taille manquants identifiée dans l'audit, j'ai hébergé l'image optimisée en ligne et je l'ai insérée sous forme de lien cliquable pour démontrer la résolution du problème de mise en page.

2. Alt manquant

- **Description :**

Images qui disposent d'un attribut alt, mais sans texte alt. Cliquez sur l'adresse de l'image, puis sur l'onglet « Détails de l'image » dans la fenêtre inférieure pour voir quelles pages contiennent l'image, mais pas le texte alt. Les images doivent être accompagnées d'un texte alternatif descriptif de leur fonction, ce qui permet aux aveugles et aux malvoyants, ainsi qu'aux moteurs de recherche, de comprendre l'image et sa pertinence pour la page Web.

- Liste des erreurs : 

- Comment corriger :

Incluez un texte alt descriptif pour les images afin d'aider les utilisateurs et les moteurs de recherche à mieux les comprendre. Dans la mesure du possible, les images décoratives doivent être fournies en utilisant des images d'arrière-plan CSS ou un texte alt nul (vide) (alt="") afin qu'elles puissent être ignorées par les technologies d'assistance, telles que les lecteurs d'écran.



```

```

3. Attribut Alt manquant

Optimisé. Le graphique indique une valeur de zéro pour cette catégorie, ce qui confirme que toutes vos images possèdent désormais un **attribut alt**, garantissant ainsi qu'aucune illustration du site n'est dépourvue de sa description textuelle pour l'accessibilité et le référencement.

4. Text alt de plus de 100 caractères

- Description :

Images dont le texte alt dépasse un certain nombre de caractères. Ce n'est pas un problème à proprement parler, mais le texte alt des images doit être concis et descriptif. Il ne doit pas servir à remplir une page de mots-clés ou de paragraphes de texte.

- Liste des erreurs : 

- **Comment corriger :**

Rédigez un texte alt concis et utile pour les utilisateurs et les moteurs de recherche, sans bourrage de mots clés.

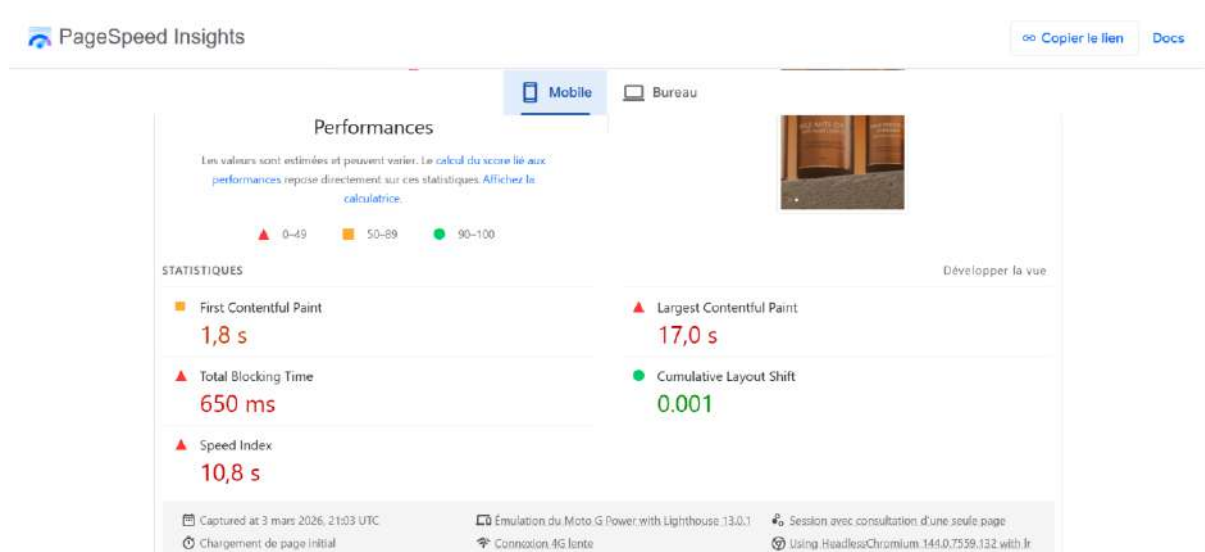


```

```

Performance : Vitesse et Expérience Utilisateur

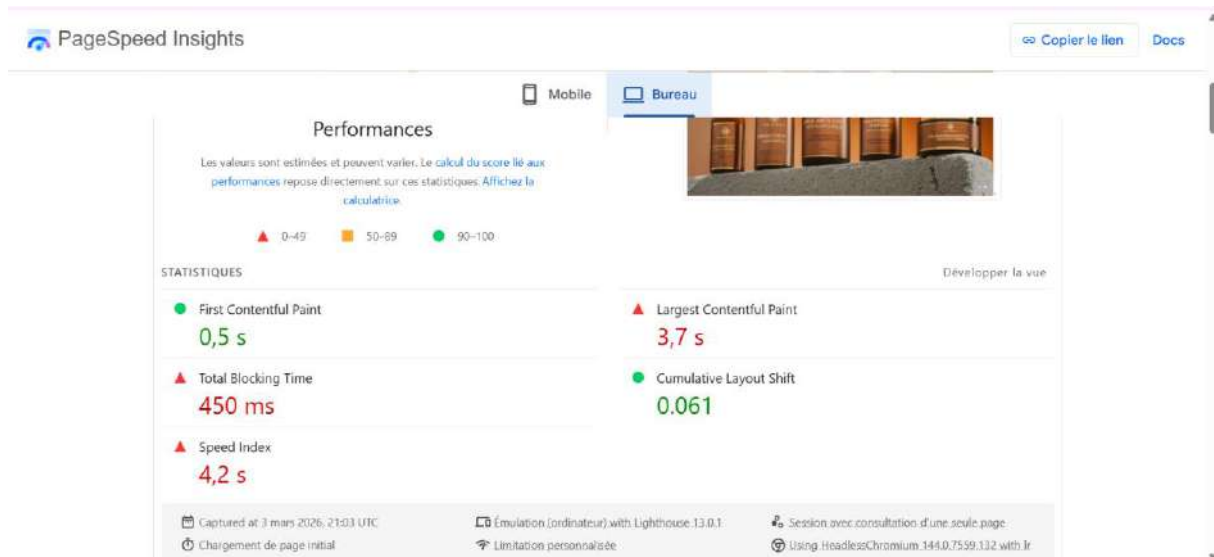
1. Analyse Mobile : Performance Critique



Le rapport mobile subit des ralentissements majeurs liés à la simulation d'une connexion lente et d'un appareil moins puissant.

- **First Contentful Paint (FCP) - 1,8 s** : Ce délai est causé par le temps nécessaire au navigateur pour télécharger et lire les fichiers CSS et JavaScript critiques avant d'afficher le moindre texte.
- **Largest Contentful Paint (LCP) - 17,0 s** : Ce score très élevé est généralement provoqué par une image de bannière très lourde, non compressée ou non priorisée (absence de balise "preload"), qui met énormément de temps à se charger sur un réseau mobile.
- **Speed Index - 10,8 s** : Cette lenteur globale est la conséquence directe d'un trop grand nombre de requêtes réseau et de fichiers volumineux qui ralentissent la construction visuelle de la page.
- **Total Blocking Time (TBT) - 650 ms** : Ce blocage est causé par des scripts JavaScript complexes qui saturent le processeur du téléphone, empêchant la page de répondre aux touches de l'utilisateur.
- **Cumulative Layout Shift (CLS) - 0,001** : Ce score excellent prouve que les dimensions des images sont bien définies dans le code, empêchant tout mouvement brusque des éléments lors du chargement.

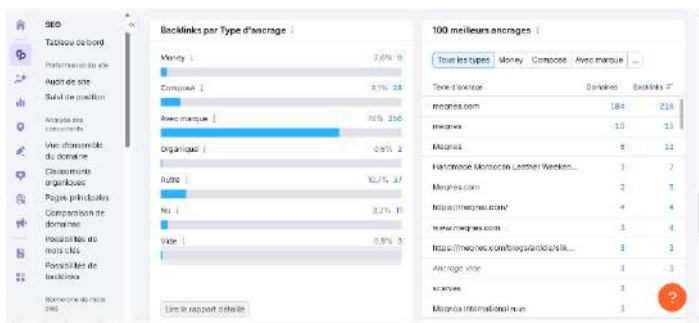
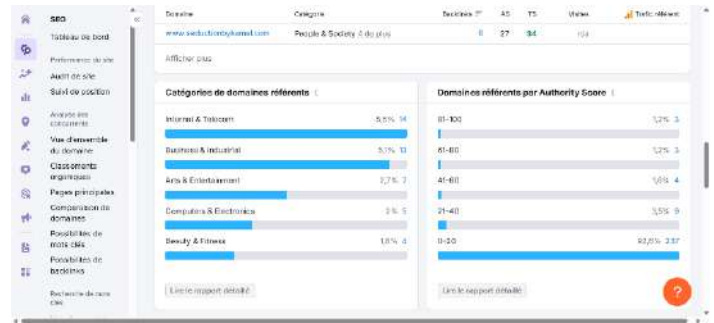
2. Analyse Bureau : Performance Moyenne



Sur ordinateur, les ressources matérielles sont supérieures, mais des problèmes de structure subsistent.

- **First Contentful Paint (FCP) - 0,5 s** : Ce démarrage rapide est dû à une bonne réponse du serveur et à une structure HTML légère au début de la page.
- **Largest Contentful Paint (LCP) - 3,7 s** : Même sur un écran puissant, l'élément principal reste trop lourd. Cela est souvent causé par un format d'image ancien (JPEG au lieu de WebP) ou une image qui n'est pas servie via un réseau de diffusion (CDN) optimisé.
- **Speed Index - 4,2 s** : Ce score montre que des éléments secondaires (widgets, polices de caractères externes ou scripts tiers) ralentissent la finalisation de l'affichage.
- **Total Blocking Time (TBT) - 450 ms** : La cause principale est l'exécution de tâches JavaScript longues qui monopolisent le thread principal du navigateur, même sur un ordinateur performant.
- **Cumulative Layout Shift (CLS) - 0,061** : Bien que classé en zone verte, ce léger décalage peut être causé par l'insertion tardive d'une police de caractères ou d'une bannière publicitaire qui déplace un peu le texte.

Netlinking : Qualité du Profil de Liens



1. Incohérence Thématique et Pertinence (Relevance)

L'analyse des catégories révèle un décalage entre l'activité réelle de la marque (maroquinerie de luxe, accessoires) et l'origine de ses liens.

- **Prédominance Hors-Sujet** : La catégorie principale est **Internet & Telecom** (5,5 %), suivie par **Business & Industrial** (5,1 %). Pour une marque de mode marocaine, on s'attendrait à voir "Lifestyle", "Luxury Goods" ou "Fashion" en tête.
- **Risque de Signal "Spam"** : Recevoir des liens de sites technologiques ou industriels quand on vend des ceintures et des masques artisanaux est un signal d'alerte pour les algorithmes de Google. Cela suggère que les liens ont été obtenus de manière artificielle (annuaires génériques, fermes de liens ou réseaux de blogs) plutôt que par un intérêt éditorial réel.
- **Faiblesse du Segment Cible** : La catégorie **Beauty & Fitness**, plus proche de l'univers de la mode, ne représente que **1,6 %** des domaines référents. Ce manque de "Relevance" (pertinence thématique) dilue la puissance des liens reçus.

2. Analyse de la Toxicité et Danger Algorithmique

Le score de toxicité élevé n'est pas seulement un chiffre, c'est une menace directe sur le positionnement du site.

- **Profil de Risque Critique** : Avec **17,6 % de domaines toxiques** (45 domaines), le profil est "pollué". Dans une stratégie SEO saine, ce chiffre devrait être inférieur à 3-5 %.

- **Backlinks Affectés** : Le fait que **13 backlinks** soient directement affectés par des erreurs majeures dans le domaine suggère que la marque est liée à des sites "morts" ou pénalisés, ce qui peut transférer une "mauvaise autorité" (Bad Neighborhood) vers meqnes.com.

3. Anatomie de l'Autorité : La "Longue Traîne" de Faible Qualité

La structure de l'Authority Score (AS) montre un déséquilibre flagrant.

- **Dépendance aux Sites Faibles** : **92,6 %** des liens proviennent de sites ayant un AS entre 0 et 20. Bien qu'avoir des petits liens soit normal, une telle concentration indique un manque de "piliers" (sites de presse, influenceurs majeurs, blogs de mode reconnus).
- **L'Illusion du Nombre** : Le site possède **346 backlinks** pour **256 domaines**, ce qui est un ratio sain (peu de répétition), mais la qualité globale reste "cheap" (bon marché) techniquement parlant.

4. Stratégie d'Ancre : Une Prudence Excessive ?

Le profil d'ancrage est extrêmement conservateur, ce qui cache peut-être une tentative de compenser la mauvaise qualité des sites sources.

- **Sous-Optimisation Sémantique** : **74 %** des ancres sont "Brandées" (Meqnes). Si cela protège des pénalités pour "sur-optimisation", cela n'aide pas le site à se classer sur des requêtes stratégiques comme "ceinture en cuir luxe" ou "accessoires artisanaux".
- **Ancres Vides et Diverses** : La présence d'**ancres vides (0,9 %)** ou "nu" (liens directs URL) montre un profil qui semble naturel aux yeux de Google, mais qui manque de force de frappe pour gagner des positions sur des mots-clés concurrentiels.

5. Plan de Recommandations Stratégiques (Netlinking)

L'objectif prioritaire est de transformer ce profil de liens "bryant" en un actif de haute autorité en suivant ces trois axes :

- **Désaveu et Nettoyage Technique** : Il est impératif d'extraire la liste des **45 domaines toxiques** (17,6 % du profil) pour les soumettre via l'outil de désaveu de Google, afin de supprimer tout lien avec des fermes de liens ou des sites de spam. Parallèlement, une redirection 301 doit être mise en place sur les **3 pages d'erreur** pour récupérer la puissance des **13 backlinks** actuellement perdus.
- **Réalignement Thématique et Autorité** : La stratégie d'acquisition doit s'éloigner des catégories non pertinentes comme **Internet & Telecom (5,5 %)** pour se concentrer sur des domaines "Lifestyle" et "Luxe", car le segment **Beauty & Fitness** est actuellement trop faible (**1,6 %**). Pour stabiliser l'Authority Score de **18**, l'effort doit porter sur l'obtention de liens de qualité (AS > 40), rompant ainsi la dépendance actuelle aux sites de faible autorité (**92,6 %** de liens entre 0 et 20 AS).
- **Équilibrage Sémantique des Ancres** : Avec un profil ultra-sécurisé dominé à **74 %** par la marque, il est désormais possible d'augmenter le quota d'ancres "Money"

(actuellement à seulement **2,6 %**) en intégrant des mots-clés ciblés comme "maroquinerie artisanale" ou "accessoires de luxe" pour booster le positionnement sur ces requêtes.

Conclusion : Plan d'Action Stratégique et "Quick Wins"

1. Finalisation du Balisage Sémantique (Gain Immédiat)

C'est l'étape la plus simple à mettre en œuvre pour garantir une structure parfaite aux yeux de Google.

- **Optimisation des Balises Images** : Remplir les **20 attributs alt manquants** et corriger les textes alternatifs trop longs pour améliorer l'accessibilité et le SEO local.
- **Ajustement des Meta Titles** : Rectifier les titres dépassant **60 caractères** ou **561 pixels** pour éviter qu'ils ne soient coupés dans les résultats de recherche, optimisant ainsi le taux de clic (CTR).
- **Cohérence H1/Title** : S'assurer qu'aucune page ne possède de balise H1 identique au Meta Title pour enrichir le champ sémantique de chaque page.

2. Optimisation de la Performance Mobile (Expérience Utilisateur)

Une fois la structure saine, il faut impérativement fluidifier la navigation sur smartphone, levier principal de conversion.

- **Réduction du LCP (17,0 s)** : Compresser les visuels de haute qualité pour qu'ils ne dépassent pas **100 Ko** et utiliser des formats modernes comme le WebP.
- **Amélioration du Speed Index** : Prioriser le chargement des éléments visibles pour réduire l'indice de **10,8 s** sur mobile, rendant le site utilisable presque instantanément.

3. Assainissement du Profil de Liens (Autorité et Sécurité)

Cette étape consolide la réputation du domaine à long terme en éliminant les signaux négatifs.

- **Nettoyage de la Toxicité** : Désavouer les **45 domaines toxiques** (17,6 %) via la Search Console pour stopper la transmission d'une "mauvaise autorité".
- **Récupération de Jus de Lien** : Mettre en place des redirections 301 sur les **3 pages d'erreur** pour ne plus perdre la puissance des **13 backlinks** pointant vers des pages mortes.
- **Réalignement Thématique** : Remplacer progressivement les liens "Internet & Telecom" par des liens provenant de l'univers **Lifestyle et Luxe** pour renforcer la pertinence du domaine.

En commençant par ces correctifs sémantiques avant d'attaquer la performance et l'autorité, Meqnes.com disposera d'une base technique irréprochable pour dominer son marché de niche.