

Audit SEO complet

Conte Japonais



Coordonnées :

- Mail : mathieusorriaux@gmail.com
- Téléphone : 07 81 93 50 83

Table des matières

I - État des lieux	4
A. Contexte général.....	4
1. Présentation de Conte Japonais.....	4
2. Objectifs du site.....	4
3. Caractéristiques du site.....	5
B. Situation SEO actuelle.....	5
II - Benchmark de la concurrence	7
A. Identification de 3 concurrents.....	7
B. Analyse des offres et valeurs ajoutées.....	7
C. Estimation du trafic organique mensuel.....	8
D. Mots-clés positionnés sur Google (Top 10).....	8
E. Profil de liens (netlinking).....	8
III - Audit de contenu (on-site)	10
A. Qualité du contenu et sémantique.....	10
B. Optimisation du balisage.....	12
C. Gestion du maillage interne.....	14
D. Optimisation des images.....	15
E. Évaluation de l'arborescence.....	17
IV - Audit technique	19
A. Responsive design.....	19
B. Liens cassés, erreurs 404 et redirections.....	19
C. Fichiers d'exploration (robots.txt, Sitemap).....	20
D. Performances des pages.....	22
E. Sécurité du site (certificat SSL).....	23
F. Accessibilité du site.....	25
G. Intégrations des outils d'analyse.....	26
V - Audit de popularité (off-site)	28
A. Autorité du domaine (DA, DR, TF, CF).....	28
B. Nombre et évolution des backlinks.....	29
C. Répartition des domaines référents (DR).....	29
D. Qualité et toxicité des backlinks.....	29
E. Répartition des ancres.....	30
VI - Stratégie à mettre en place	31
A. Corrections techniques.....	31

B. Stratégie de mots-clés.....	31
C. Calendrier éditorial et briefs.....	32
D. Optimisation du contenu.....	32
E. Stratégie de netlinking.....	32
F. Récapitulatif : priorisation des actions.....	33

I - État des lieux

Avant toute chose, il est important d'établir un état des lieux général en précisant le contexte dans lequel s'inscrit le blog (présentation, objectifs, caractéristiques du site web) et d'analyser la situation SEO actuelle.

A. Contexte général

1. Présentation de Conte Japonais

Nom	Conte Japonais
Date de création	Mai 2023
Marché	Mythologie et culture japonaise
Produits / Services vendus	Pas de vente (<i>mais affiliation Amazon</i>)
Valeurs ajoutées	Diversité d'articles, optimisés pour le SEO & les utilisateurs
Objectifs commerciaux	Monétisation du site via Google Ads (pas de chiffre précis)

2. Objectifs du site

Objectifs forts
<ul style="list-style-type: none">- Amélioration permanente de la visibilité sur Google.- Apparition / citation du site sur les LLM / IA.
Objectifs moyens
<ul style="list-style-type: none">- Augmentation de la durée des sessions et du temps passé sur une page.- Mise en place d'une newsletter.

Objectifs faibles

- Mise en place de nouvelles publications sur Instagram.

3. Caractéristiques du site

Lien	https://contejaponais.fr
Date de création	Mai 2023
CMS	Wordpress
Types de contenus sur le site	<ul style="list-style-type: none">• Articles informatifs à propos des contes, de la mythologie, de la culture japonaise.• Produits Amazon mis en avant dans le cadre d'une affiliation (au sein de certains articles + sur une page dédiée).

B. Situation SEO actuelle

1. Indexation des pages sur Google

Critère	Méthode / Outil(s)	Observations
Nombre de pages indexées sur Google	<ul style="list-style-type: none">• "site:URL"• Google Search Console	<ul style="list-style-type: none">• 84 pages : toutes les pages pertinentes sont indexées (articles, catégories, autres pages), mais d'autres moins pertinentes le sont aussi (politique de cookies, données personnelles, "page 8"...).• 840 images : correspondent aux images mises en avant pour chaque article, ainsi qu'aux images d'illustration contenues dans les articles.
Nombre de pages non indexées sur Google	Google Search Console	<ul style="list-style-type: none">• 165 pages non indexées : Correspondent aux pages bloquées par le robots.txt (pages "personnelles", tags), pages de quiz, pages de redirections anciennes et aux pages introuvables.

2. Trafic organique

Nombre de sessions à M-2	631 sessions
Nombre de sessions avec engagement à M-2	492 sessions avec engagement (- 139)
Nombre de sessions à M-1	581 sessions
Nombre de sessions avec engagement à M-1	436 sessions avec engagement (- 145)
Évolution du trafic organique en 2 mois	- 50 sessions - 56 sessions avec engagement
Total en deux mois	1212 sessions 928 sessions avec engagement (- 284)

Données recueillies depuis Google Analytics

On constate une légère baisse du trafic organique : 50 sessions et 56 sessions engagées en moins entre les mois de janvier et février, par rapport aux mois de décembre à janvier.

Cependant, il ne s'agit pas d'une grosse chute, les chiffres ne sont pas accablants. Le trafic peut en effet varier d'un mois à l'autre, il est rarement en constante augmentation, et cela en fonction de très nombreux facteurs (période de l'année, sujets tendance...).

On remarque également que le nombre de sessions avec engagement reste plutôt bon par rapport au nombre de sessions totales : environ 140 sessions engagées en moins dans le mois, ce qui n'est, là encore, pas dramatique. Néanmoins, cela peut impacter le CTR qui est un bon indicateur à prendre en compte pour gagner en visibilité sur le long terme.

II - Benchmark de la concurrence

Passons désormais à l'analyse des concurrents qui va permettre de définir, ici, trois grands concurrents du blog et de récupérer des données à leur propos. Cela va nous permettre ensuite d'adapter la stratégie en observant la leur.

A. Identification de 3 concurrents

1. Univers du Japon : <https://universdujapon.com/>
2. Japanization : <http://japanization.org>
3. Shogun Japon : <https://www.shogun-japon.com/>

B. Analyse des offres et valeurs ajoutées

Concurrent	Produits / services proposés	Types de contenus sur le site	Valeurs ajoutées
Univers du Japon	<ul style="list-style-type: none">• Vêtements• Décoration• Art de table• Papeterie• Accessoires• Porte-bonheurs• Art du thé	<ul style="list-style-type: none">• Fiches produits• Articles de blog• Pages catégories	<ul style="list-style-type: none">• Avis clients• Grande variétés de produits• Articles divers• Affiliation
Japanization	Aucun	<ul style="list-style-type: none">• Articles de blog	<ul style="list-style-type: none">• Articles d'actualité• Catégories variées
Shogun Japon	<ul style="list-style-type: none">• Vêtements• Masques• Accessoires• Décoration• Cuisine• Porte-bonheurs	<ul style="list-style-type: none">• Fiches produits• Articles de blog• Pages catégories	<ul style="list-style-type: none">• Grande variété de produits• Avis clients• Articles divers

C. Estimation du trafic organique mensuel

Concurrent	Trafic organique mensuel estimé
Univers du Japon	167 000
Japanization	12 000
Shogun Japon	14 000

D. Mots-clés positionnés sur Google (Top 10)

Concurrent	Mots-clés principaux positionnés
Univers du Japon	Kintsugi, Samourai, Univers du Japon, Dessin animé, Plat japonais, Geisha, Yakuza, Tatouage Japon, Yokai, Film animation japonais
Japanization	Catawiki, Daimyo yoshii toranaga, Assassination classroom, Blue eye samourai, Netsuke, Glass heart, Le joueur de Go, Tomoaki hamatsu
Shogun Japon	Masque japonais, Tatouage yakuza, Kitsune, Tatouage japonais, Maneki neko, Anime, Goth loli, Uniform japonais

E. Profil de liens (netlinking)

Concurrent	Domaines Référents (DR)	Autorité de Domaine (DA)	Trust Flow (TF)	Citation Flow (CF)
Univers du Japon	1 500	34	17	45
Japanization	1 300	41	16	42
Shogun Japon	858	29	10	39

Pour obtenir ces données, j'ai utilisé les outils Semrush, Haloscan, Moz ainsi que Majestic.

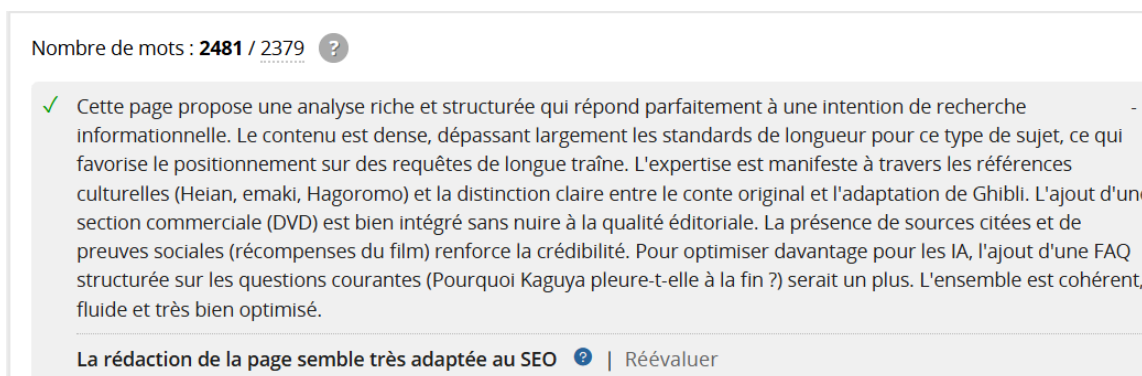
III - Audit de contenu (on-site)


Dans cette troisième partie, nous allons étudier le contenu du blog, le pilier principal : de sa qualité jusqu'à l'évaluation de l'arborescence en passant par l'analyse du maillage interne, du balisage et des images.

A. Qualité du contenu et sémantique


Selon l'outil Alyze, la page d'accueil (<https://contejaponais.fr>) est optimisée pour le SEO : nombre de mots, présentation du blog, signature de l'auteur, catégories diverses, structures. Une section sur l'expertise de l'auteur serait appréciée pour renforcer la confiance et les critères E-E-A-T de Google. Passons maintenant à l'analyse d'un article, plus représentatif du contenu proposé sur le site et plus pertinent à étudier dans un contexte sémantique.

Pour le dernier article publié (21 janvier 2026) : *Le Conte de la princesse Kaguya explication et morale* (<https://contejaponais.fr/conte-princesse-kaguya-ghibli/>), l'outil indique que l'optimisation est bonne, que le nombre de mots est suffisant pour ce sujet et que l'intention de recherche est respectée. La présence de sources renforce l'autorité, mais une FAQ répondant aux questions les plus fréquentes aurait été intéressante à implémenter (bien que la majorité des People Also Asked soient déjà intégrées au contenu naturellement).



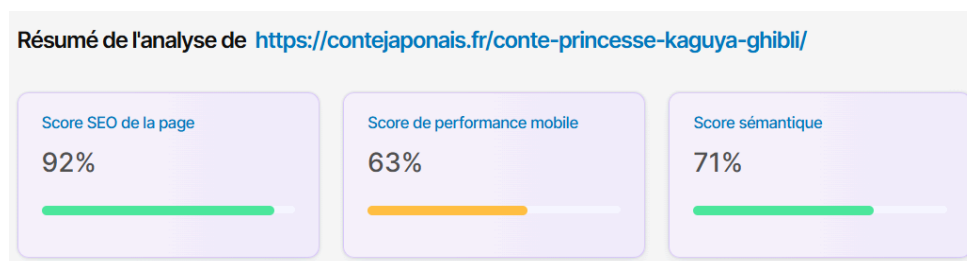
Nombre de mots : **2481** / 2379 

✓ Cette page propose une analyse riche et structurée qui répond parfaitement à une intention de recherche informationnelle. Le contenu est dense, dépassant largement les standards de longueur pour ce type de sujet, ce qui favorise le positionnement sur des requêtes de longue traîne. L'expertise est manifeste à travers les références culturelles (Heian, emaki, Hagoromo) et la distinction claire entre le conte original et l'adaptation de Ghibli. L'ajout d'une section commerciale (DVD) est bien intégré sans nuire à la qualité éditoriale. La présence de sources citées et de preuves sociales (récompenses du film) renforce la crédibilité. Pour optimiser davantage pour les IA, l'ajout d'une FAQ structurée sur les questions courantes (Pourquoi Kaguya pleure-t-elle à la fin ?) serait un plus. L'ensemble est cohérent, fluide et très bien optimisé.

La rédaction de la page semble très adaptée au SEO  | Réévaluer

Capture d'écran de l'outil Alyze

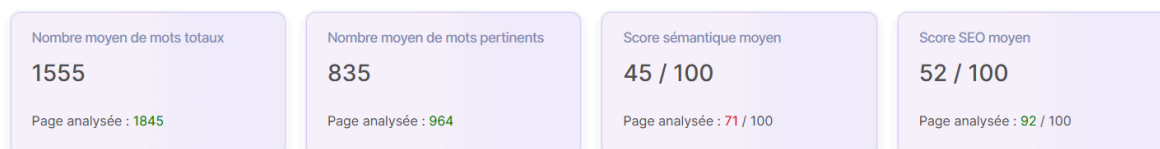
En utilisant cette fois l'outil TextFocus, on peut une fois de plus affirmer que l'article est optimisé pour le SEO. Il affiche un score SEO de 92% et un score sémantique de 71%. Le champ lexical et d'autres mots-clés pertinents sont bien insérés dans l'article.



Capture d'écran de l'outil TextFocus

Si on compare ces données à ceux des concurrents se positionnant en première page, on remarque que l'article de Conte Japonais obtient de meilleurs scores. Ce qui constitue un bon début pour ranker sur Google.

Analyse des concurrents positionnés sur la même expression : conte de la princesse kaguya explication



Capture d'écran de l'outil TextFocus
















Au-delà des outils, on remarque que l'article est bien structuré, autant visuellement que techniquement. Les phrases ne sont pas trop longues, le vocabulaire est adapté et le contenu apporte des informations pertinentes aux internautes.

Quant aux autres articles du blog, il serait trop long de les analyser un par un dans le cadre de cet audit. Pour les articles déjà retravaillés (optimisation de l'existant depuis septembre 2025), on obtiendrait à peu près des résultats similaires puisque les articles sont

retravaillés selon une même méthodologie. Tandis que pour les articles qui ne sont pas encore optimisés, là les outils ne seraient pas aussi cléments. En les observant simplement aussi, on pourrait voir que le contenu manque en terme de quantité mais aussi en qualité.

B. Optimisation du balisage

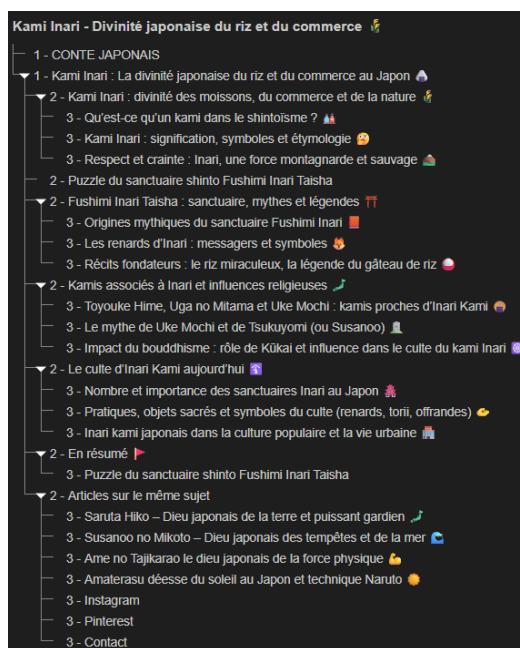
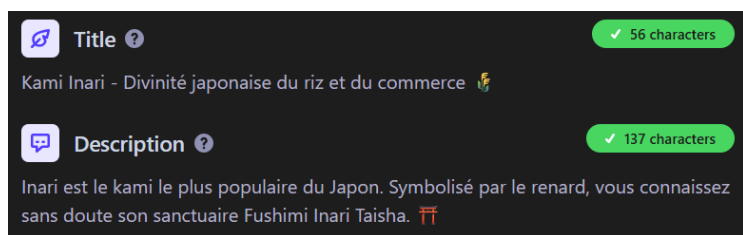
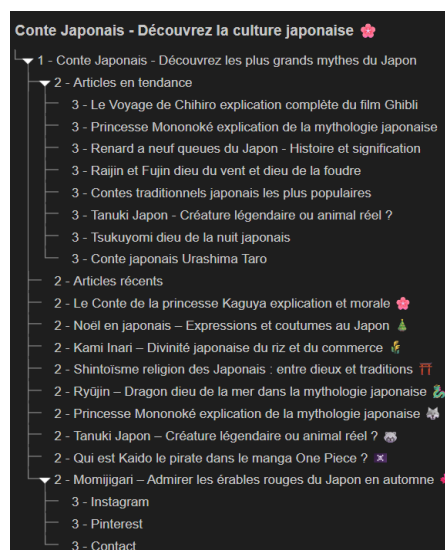
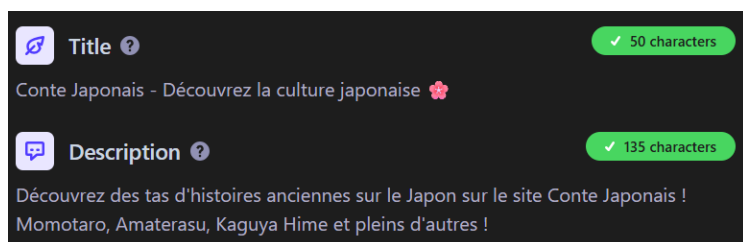
Si on reprend l'analyse du dernier article, on remarque que les balises sont bien présentes et optimisées pour le référencement naturel :

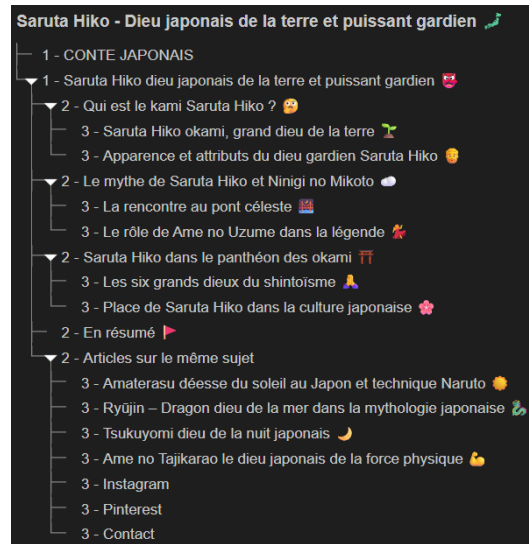
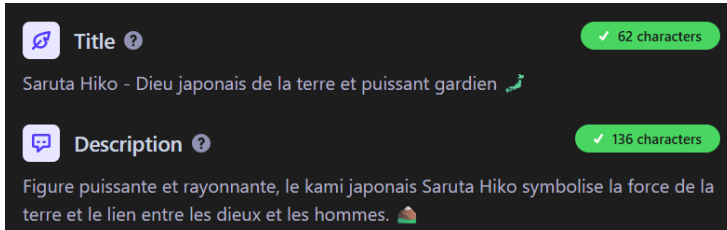
Contenu de l'entête (header HTML)		
contenu de la balise robots	index, follow, max-image-preview:large, max-snippet:-1, max-video-preview:-1 <i>Il n'est pas nécessaire d'indiquer "index,follow" dans la balise robots, car c'est sa valeur par défaut.</i>	
balise "meta title"	Le Conte de la princesse Kaguya explication et morale 🌸 <i>56 caractères, c'est une bonne longueur.</i>	
balise "meta title" proposée par l'IA	Fonctionnalité réservée aux abonnés	
balise "meta description"	Le Conte de la princesse Kaguya explication de la fin, morale, synopsis complet. Découvrez le film d'animation réalisé par Isao Takahata ! 🍡 <i>140 caractères pour 23 mots dans la balise, c'est une bonne longueur (entre 110 et 170 caractères).</i>	
balise "meta description" proposée par l'IA	Fonctionnalité réservée aux abonnés	
balise canonique	https://contejaponais.fr/conte-princesse-kaguya-ghibli/	
balises open graph [voir section]	<i>Les balises open graph sont présentes.</i>	
Balisage HTML		
titre principal (Balise H1)	Le Conte de la princesse Kaguya explication complète et morale du film Ghibli 🍡	
une seule balise H1	Oui	
respect de l'ordre H1 / Hn [voir section]	Ok	
nombre de balises H2 (sous-titres de niveau 2)	6	
nombre de balises H3 (sous-titres de niveau 3)	7	
nombre de balises H2/H3/H4 dans le pied de page	0	
nombre de balises strong	47	
balise "meta title" et H1 différentes	Oui, les balises sont différentes	

Capture d'écran de l'outil TextFocus

Les balises ne sont pas trop abondantes, le titre H1 est bien différent du <title>, la taille de la meta description et du <title> respectent les normes...

Voici maintenant quelques captures d'écran des extensions Chrome *Detailed SEO* et *HeadingsMap* qui permettent de vérifier le balisage d'une page rapidement :





Le balisage des pages et articles est bien optimisé, autant au niveau des meta descriptions, titres et titres Hn. Seul problème à régler : la présence du titre H1 « CONTE JAPONAIS » présent dans le Header qui fait doublon avec le titre H1 de l'article. La solution : créer un Header spécifique pour les pages d'articles en remplaçant le format titre H1 de « CONTE JAPONAIS » par un simple paragraphe.

C. Gestion du maillage interne

Le maillage interne des articles est travaillé en même temps que leur optimisation sémantique, ce qui améliore le score global de la page pour le SEO. Ci-dessous, on peut voir de quelle manière le maillage interne est organisé.

État	Titre de l'article	Thématique	Nb mots	Nb de liens envoyés	Envoi de liens internes		Reception de liens internes			
					Pages de destination	Ancre envoyées	Nb de liens reçus	Pages expéditrices	Ancre reçues	Priorité
<input checked="" type="checkbox"/>	Le conte de la princesse Kaguya explication	Culture Pop japonaise	1 600	7	1. Le Voyage de Chihiro explication complète du film Ghibli 2. Conte japonais Princesse Kaguya 3. Shintoïsme et bouddhisme - Les deux religions des Japonais 4. Shintoïsme religion des Japonais : entre dieux et traditions 5. Coutume japonaise [catégorie] 6. Princesse Mononoke explication de la mythologie japonaise 7. Princesse Kaguya Naruto	1. Le Voyage de Chihiro 2. Le conte original de la princesse Kaguya (Takéno Monogatari) 3. deux religions du Japon 4. la religion shinto 5. coutumes japonaises 6. Film Princesse Mononoke 7. Kaguya et le manga Naruto	6	1. 2. 3. 4. 5. 6.	1. 2. 3. 4. 5. 6.	Moyenne
<input checked="" type="checkbox"/>	Noël en Japonais - Expressions et coutumes de Noël au Japon	Coutume japonaise	1 200	6	1. Shintoïsme religion des Japonais - Entre traditions et kama 2. Nouvel An Japon - Entre traditions et festivités 3. Shintoïsme et bouddhisme - Les deux religions des Japonais 4. Kodomo no Hi la fête des garçons au Japon 5. Hina Matsuri la fête des filles au Japon 6. Coutume japonaise [catégorie]	1. shintoïstes 2. la fête du Nouvel An (Takéno Monogatari) 3. religions bouddhistes et shintoïstes et leurs différences 4. Kodomo no Hi au Japon 5. Hina Matsuri au Japon 6. tradition au Japon	5	1.x 2.x 3.x 4.x 5.x	1.x 2.x 3.x 4.x 5.x	Moyenne

Capture d'écran du document sur l'optimisation de mon maillage interne

Tout d'abord, selon le nombre de mots que compte un article, un nombre de liens "envoyés" par ce dernier est attribué. Ainsi, l'article *Le conte de la princesse Kaguya explication et morale* doit renvoyer 7 liens en raison de ces 1 500 mots¹. J'indique ensuite les ancres des liens ainsi que les pages (ou catégories) cibles. Cela permet d'avoir une vision d'ensemble sur le maillage interne d'un article.

Ensuite, je définis une priorité en fonction de l'importance de la thématique de l'article ainsi que sa popularité (trafic). Ce paramètre est totalement subjectif. Selon la priorité (forte, moyenne ou faible), je définis ensuite un nombre de liens que l'article doit recevoir d'un autre. Ici, l'article de Kaguya doit recevoir 6 liens² (au moins) depuis d'autres articles du site.

Les articles optimisés du site respectent donc le nombre de liens qu'ils doivent envoyer selon leur nombre de mots, mais pas encore le nombre de liens qu'ils doivent recevoir. Ce travail reste donc à faire pour que le maillage interne soit idéal. Tout en s'assurant que les ancres soient suffisamment variées pour que Google comprenne au mieux de quoi traite l'article cible.

D. Optimisation des images

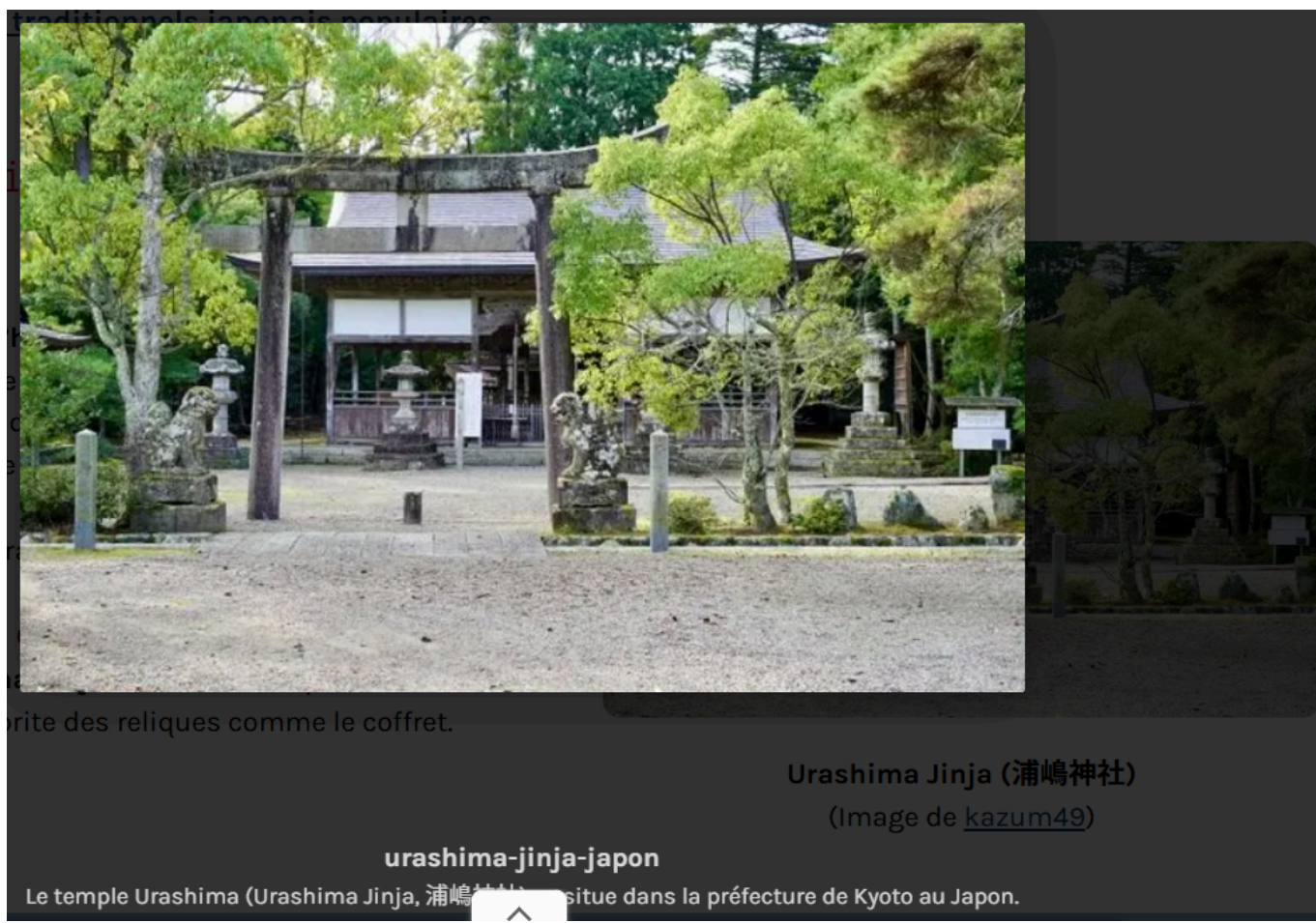
Avec l'optimisation sémantique et l'optimisation du maillage interne des articles, les images aussi sont retravaillées. Certaines restent, d'autres sont supprimées et remplacées par des images plus adaptées au texte (générées par IA ou pas). Dans la majorité des cas, d'autres images sont ajoutées à l'article car il est plus long.

¹ Je pars du principe que pour 200 mots je dois faire 1 lien interne (soit 5 liens pour 1 000 mots).

² Chaque niveau de priorité comporte un nombre de liens que doit recevoir un article :

- faible : de 3 à 5
- moyenne : de 5 à 8
- élevée : de 8 à 12

Dans tous les cas, les images sont compressées pour réduire leur poids et converties au format WEBP, adapté au web et à Google. Leur nom est réécrit si besoin, avec le mot-clé principal au début pour certaines d'entre elles. La description et l'attribut ALT sont également renseignés, à la fois pour les internautes et pour Google.



Capture d'écran de l'article *Urashima Taro conte japonais traditionnel*

Avec cet exemple, on remarque que l'image comporte une légende descriptive et la source dans le corps de l'article. En cliquant dessus, on peut observer le titre de l'image et la description juste en-dessous. Quant à la balise ALT, elle apparaît bien dans le code source de la page, aux côtés des autres balises :

```
data-elementor-lightbox-title="urashima-jinja-japon" data-elementor-lightbox-description="Le temple Urashima (Urashima Jinja, 浦嶋神社) se situe dans la préfecture de Kyoto au Japon." data-srcset="https://contejaponais.fr/wp-content/uploads/2025/10/urashima-jinja-japon.webp 600w, https://contejaponais.fr/wp-content/uploads/2025/10/urashima-jinja-japon.webp 1200w" data-size="attachment-large size-large wp-image-5454 lazyload" alt="Urashima Jinja (浦嶋神社)"/>
```

Capture d'écran du code source de l'article

De plus, l'URL de l'image est propre et ne comporte pas de caractères spéciaux ou autre chose étrange : <https://contejaponais.fr/wp-content/uploads/2025/10/urashima-jinja-japon.webp>

E. Évaluation de l'arborescence

L'arborescence n'est ni trop petite ni trop volumineuse, elle convient tout à fait à un blog. On distingue deux catégories principales qui sont « Contes japonais » et « Culture nippone » qui contiennent elles-mêmes des sous-catégories.

Les termes utilisés ont été analysés d'un point de vue SEO, tout en pensant à l'UX. C'est-à-dire qu'ils sont à la fois compréhensibles des visiteurs, et à la fois pertinents quant à leur volume de recherche, difficulté ou encore concurrence.

Certaines catégories ont été optimisées avec une structure Hn et des paragraphes associés en cliquant sur le bouton « Lire plus ». Néanmoins, certaines ne le sont pas encore. Il faudrait donc y travailler afin qu'elles soient plus visibles sur les moteurs de recherche.



Arborescence du blog (réalisé avec Gloomaps)

IV - Audit technique

Dans cette quatrième partie de l'audit, nous allons examiner la technique du site, en particulier les performances, les erreurs rencontrées, les fichiers d'exploration, la sécurité, le responsive design ou encore l'accessibilité. Nous allons aussi voir les outils intégrés pour récupérer de la donnée.

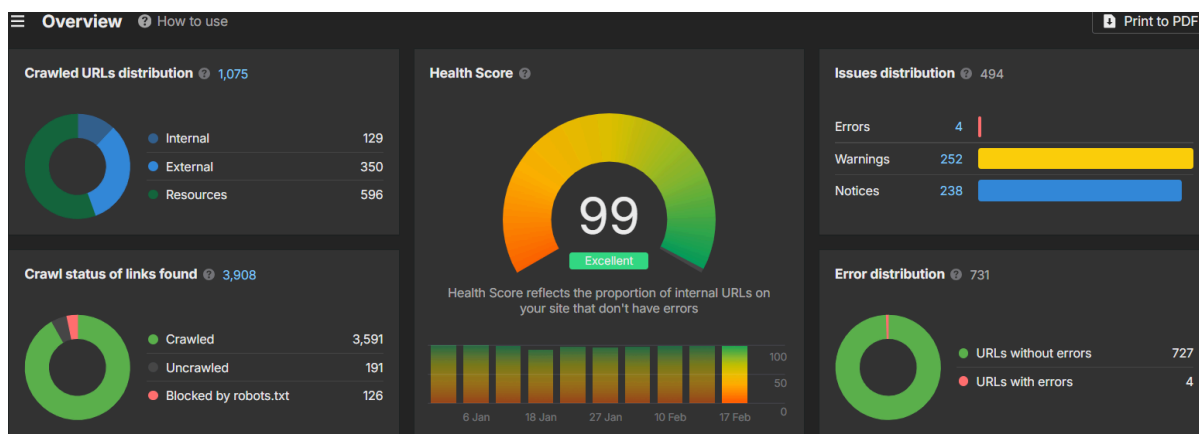
A. Responsive design

Après avoir essayé plusieurs tailles d'écran sur ordinateur et smartphone, le responsive général du blog est correct mais pas encore parfait. Voici quelques corrections à apporter :

- Quand on scinde son écran d'ordinateur en deux, on remarque que les images de la page d'accueil, des catégories et des articles suggérés à la fin d'un article sont trop grandes par rapport au reste. Les paragraphes de la page d'accueil sont trop « collés » aux bords de l'écran aussi.
- Sur tablette, on retrouve le texte de la page d'accueil collé à l'écran.
- Sur mobile en format paysage, la page d'accueil et les catégories sont à revoir : largeur des paragraphes, taille des images notamment (en format portrait, rien à signaler).
- Problème général lié aux catégories : le texte se colle trop aux bords de l'écran.

B. Liens cassés, erreurs 404 et redirections

Après un audit lancé avec l'outil en ligne *Ahrefs*, on obtient un score de 99/100. Seules quelques petites erreurs sont présentes, rapides à corriger :



Capture d'écran de l'audit réalisé avec Ahrefs

Deux erreurs sont liées à des pages de l'extension *Mail Poet*, donc pas importantes. Une troisième erreur concerne un commentaire laissé sur l'article du renard à neuf queues qui contient un lien vers mon profil d'auteur en HTTP (mais dans tous les cas, le HTTP redirige vers le HTTPS). La dernière erreur est un lien externe (une source) présent sur l'article du kami Inari qui n'est plus accessible. La page a dû changer d'URL sans qu'il y ait de redirection.

En ce qui concerne les redirections, certaines sont encore présentes suite à l'optimisation d'articles, et donc, à leur potentiel changement d'URL. Il faut attendre que la nouvelle page se positionne sur Google au détriment de l'ancienne avant de retirer la redirection. Cela permet aussi de rediriger tous le « jus SEO » de l'ancienne page vers la nouvelle. D'autres redirections concernent les catégories, beaucoup citées dans les articles pas encore optimisés. Mais une fois tous les articles optimisés, il ne devrait plus y avoir besoin de ces redirections.

C. Fichiers d'exploration (robots.txt, Sitemap)

Les fichiers d'exploration sont bien présents et correctement configurés. Le robots.txt indique que les pages les moins importantes comme les pages réservées à l'administration ou encore à la politique des cookies sont bloquées. C'est également le cas des pages relatives au portfolio qui n'ont pas vocation à être indexées. Elles sont uniquement accessibles via l'URL directe du portfolio.

```
User-agent: *
Disallow: /contejaponais.fr/?s=
Disallow: /contejaponais.fr/wp-admin
Disallow: /contejaponais.fr/tag/
Disallow: /contejaponais.fr/wp-includes
Disallow: /contejaponais.fr/wp-login.php
Disallow: /contejaponais.fr/page
Disallow: /contejaponais.fr/portfolio
Disallow: /contejaponais.fr/donnees-personnelles
Disallow: /contejaponais.fr/politique-de-cookies-ue
Disallow: /contejaponais.fr/mentions-legales
Disallow: /contejaponais.fr/?mailpoet_page=captcha

Allow: /contejaponais.fr/wp-content/uploads

Sitemap: https://contejaponais.fr/sitemap_index.xml
```

Capture d'écran du fichier robots.txt

Lien : <https://contejaponais.fr/robots.txt>

Quant au sitemap, c'est l'extension Wordpress *Yoast SEO* qui le prend en charge. Il génère les liens du sitemap XML automatiquement. C'est un plug-in intéressant qui permet de gagner du temps et de vérifier quelles pages sont prises en compte. Il suffit ensuite de fournir les pages souhaitées à l'outil Google Search Console pour s'assurer de leur bonne indexation.

XML Sitemap

Generated by **Yoast SEO**, this is an XML Sitemap, meant for consumption by search engines.

You can find more information about XML sitemaps on sitemaps.org.

This XML Sitemap Index file contains 4 sitemaps.

Sitemap	Last Modified
https://contejaponais.fr/post-sitemap.xml	2026-02-16 11:31 +00:00
https://contejaponais.fr/page-sitemap.xml	2026-02-03 17:18 +00:00
https://contejaponais.fr/mailpoet_page-sitemap.xml	2026-01-16 19:19 +00:00
https://contejaponais.fr/category-sitemap.xml	2026-02-16 11:31 +00:00

Capture d'écran du sitemap XML

Lien : https://contejaponais.fr/sitemap_index.xml

On remarque que les articles (post), les pages (page) et les catégories (category) sont bien pris en compte et explorés récemment (janvier - février 2026). On retrouve aussi les pages relatives à l'extension *Mail Poet* mais qui n'ont pas d'importance.

D. Performances des pages

La performance d'un site / d'une page n'est pas un critère de ranking mais de deranking. Il s'agit de l'un des critères importants que Google prend en compte pour son classement sur la SERP, mais que prennent aussi en compte les internautes. Si un site web met plus de 3 secondes à charger, l'utilisateur aura envie de quitter la page. Ce qui augmente énormément le taux de rebond et envoie des signaux négatifs à Google.

En analysant plusieurs pages du blog, on se rend compte que les performances ne sont pas tellement au rendez-vous, tant sur mobile que sur ordinateur. Voici quelques données avec les codes couleurs identiques à ceux de l'outil :

Pages du site	Mobile				Bureau (PC)			
	Score	LCP	TBT	CLS	Score	LCP	TBT	CLS
Accueil	62	10,8s	210 ms	0,093	87	2,4s	60 ms	0
Article 1*	36	7,4s	1 330 ms	0	61	1,3s	960 ms	0,008
Article 2**	56	5,4s	510 ms	0,052	69	1,2s	740 ms	0,048
Page cadeaux	60	13,1s	270 ms	0	69	1,5s	180 ms	0,42
Catégorie Yokai	59	11,9s	310 ms	0,059	69	0,7s	210 ms	0,049

* : *Le Conte de la princesse Kaguya explication et morale*

** : *Tamamo no Mae le kitsune japonais le plus dangereux*

On remarque que ce qui pose le plus problème sur la version mobile c'est le LCP, soit le contenu le plus large de la page. Il s'agit notamment des images mises en avant. Dans un deuxième temps, c'est le TBT (Total Blocking Time), soit le chargement des fichiers de code, qui pose problème malgré la présence d'extension pour les compresser et les charger en différé. Quant au CLS, rien à dire !

Pour ce qui est de la version PC (bureau), les scores sont meilleurs, mais on peut voir que le TBT n'est pas parfait encore une fois et que le LCP pourrait être légèrement amélioré pour augmenter le score total de la page.

En revanche, l'outil n'est pas fiable à 100% car les données changent pour une même page analysée quand on reclique sur le bouton « Analyser »... On peut passer d'un score de 46 à 67, d'un CLS de 0,1 à 0 sans rien toucher.

E. Sécurité du site (certificat SSL)

Avant de passer à une analyse plus poussée, il faut noter que le blog est bien en HTTPS (version sécurisée) et que les liens en HTTP redirigent automatiquement vers la version HTTPS. C'est un point important à la fois pour les internautes, Google et les propriétaires de site web puisque Google va bientôt pénaliser les sites en HTTP encore existants.


Maintenant, passons à une étude plus approfondie de la sécurité du site en mobilisant trois outils en ligne : [SSL Labs](#), [Sucuri](#) et [Validator W3](#).

Avec le premier (SSL Labs), on obtient la note parfaite de A concernant le serveur sur lequel le blog est hébergé (OVH). Cela indique que le certificat de sécurité est valide et qu'il est conforme vis-à-vis des moteurs de recherche.

SSL Report: contejaponais.fr

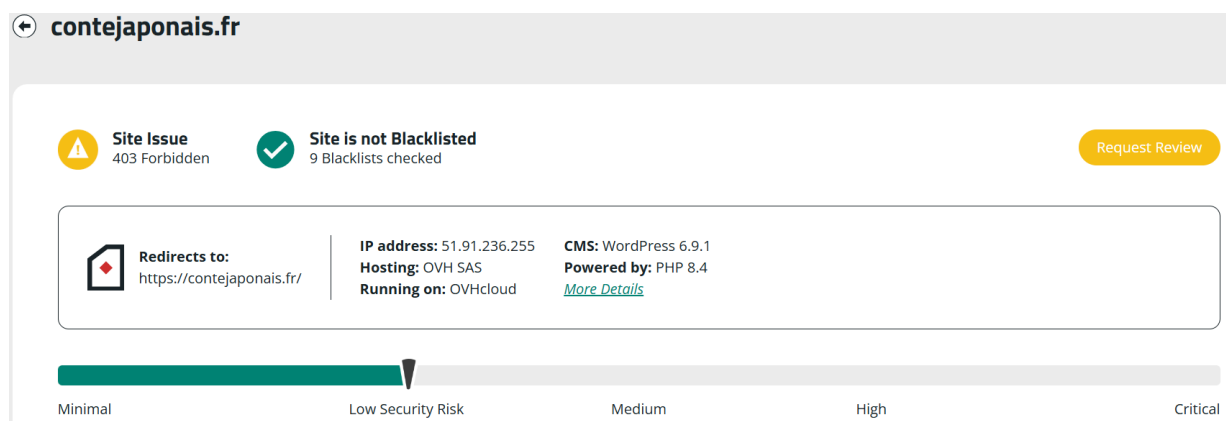
Assessed on: Tue, 17 Feb 2026 18:52:16 UTC | [Hide](#) | [Clear cache](#)

[Scan Another >>](#)

	Server	Test time	Grade
1		Tue, 17 Feb 2026 18:49:45 UTC Duration: 75.387 sec	A
2	Ready	Tue, 17 Feb 2026 18:51:00 UTC Duration: 75.398 sec	A

Capture d'écran du résultat de l'analyse de SSL Labs

Le deuxième (Sucuri) est un peu plus stricte quant aux problèmes (de niveau “moyen”) détectés. Or, le site web ne fait pas partie de la blacklist de Google, ce qui est quand même une bonne nouvelle, et est considéré comme comportant de faibles risques liés à la sécurité.



Capture d'écran du résultat de l'analyse de Sucuri

Les problèmes de sécurité détectés ne sont pas critiques mais concernent l'absence du pare-feu (permettant de bloquer les potentielles attaques de DDoS ou de hack) et d'un outil de surveillance des performances serveur. Il serait en effet intéressant d'installer un firewall pour éviter toute tentative malveillante à l'avenir.

Enfin, le dernier outil utilisé (Validator W3) remonte surtout de nombreuses suggestions (126) pour améliorer le code (HTML et CSS notamment) et quelques erreurs (8) liées à ces mêmes langages. Aucune erreur critique détectée, le site web est correctement sécurisé si on oublie le pare-feu manquant (mais pas obligatoire) !

91. **Info** Trailing slash on void elements [has no effect](#) and [interacts badly with unquoted attribute values](#).
 From line 16, column 1; to line 16, column 822
 ntainer"></div>

92. **Error** Element `h2` not allowed as child of element `span` in this context. (Suppressing further errors from this subtree.)
 From line 24, column 43; to line 24, column 105
 eparator"><h2 class="elementor-divider_text elementor-divider_element"><Article
 Content model for element `span`:
 If the element is a descendant of an `option` element: Zero or more `option element inner content elements`, except `div` elements.
 Otherwise: [Phrasing content](#).

93. **Info** Trailing slash on void elements [has no effect](#) and [interacts badly with unquoted attribute values](#).
 From line 28, column 1; to line 28, column 850
 oopener">

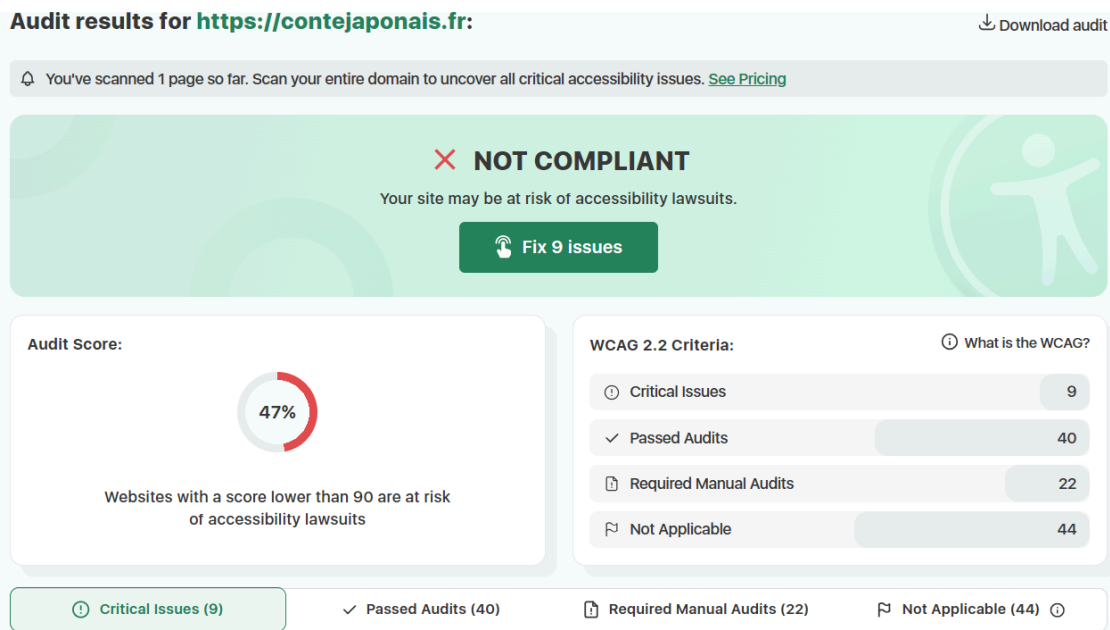
Capture d'écran du résultat de l'analyse de Validator W3 (lignes 91 à 93)

F. Accessibilité du site

Outre les performances, la sécurité, le responsive ou encore les fichiers d'exploration, il est important de prendre en compte l'accessibilité. C'est ce qui permet aux personnes porteuses d'un handicap par exemple de pouvoir accéder et naviguer simplement sur un site web malgré leurs difficultés. Pour une personne malvoyante, il s'agit notamment de la description des éléments d'une page, tandis que pour un daltonien, il faut notamment prêter attention aux couleurs.

Pour mesurer l'accessibilité de contejaponais.fr, on peut une nouvelle fois utiliser l'outil Google Page Speed Insights ainsi que l'outil en ligne [Accessibility Checker](#).

On remarque ci-dessous que la page d'accueil du blog n'est pas du tout accessible (47%) en France selon les critères du deuxième outil cité. On observe notamment 9 erreurs critiques à corriger absolument, qui concernent divers éléments.



Capture d'écran de l'analyse de Accessibility Checker

Outre la page d'accueil, en analysant le dernier article publié à ce jour (*Le Conte de la princesse Kaguya explication et morale*), on obtient un score encore pire : 35% et 15 erreurs critiques. Il faut donc travailler sur le critère de l'accessibilité, souvent oublié, tout en prenant du recul. Cet outil est très strict, il faut donc savoir faire la part des choses sans ignorer pour autant ses recommandations et les erreurs qu'il remonte.

Si on analyse la page d'accueil et l'article sur le conte de la princesse Kaguya avec l'outil de Google cette-fois, on peut voir que les scores sont largement meilleurs qu'avec l'outil précédent : 90/100 et 88/100. Il y a donc quelques ajustements à faire de ce côté-là.

G. Intégrations des outils d'analyse

Dans le but de mesurer le trafic et les performances des pages visitées, plusieurs outils Google sont connectés au blog. C'est le cas de :

- Google Search Console,
- Google Analytics,

- Google Ads (*surtout pour la publicité*).

Gratuits et disponibles pour tous, ces outils Google sont très utiles pour suivre les données importantes et les KPI's associés aux objectifs définis lors d'une stratégie de référencement naturel (SEO).

V - Audit de popularité (off-site)

Cette partie de l'audit permet de connaître la popularité globale du site web, c'est-à-dire s'il est plutôt fiable aux yeux de Google mais aussi des visiteurs grâce aux citations et/ou liens présents sur d'autres sites ou sur les réseaux sociaux.

A. Autorité du domaine (DA, DR, TF, CF)

Éléments analysés	Autorité de domaine	Domaines référents	Trust Flow	Citation Flow
Données	5	18	0	19

Avec ces données, on peut constater que la fiabilité et l'autorité du blog n'est pas du tout optimale. Cette partie est à travailler d'urgence pour améliorer les positions globales des articles ainsi que pour donner confiance aux visiteurs et aux robots de Google. Le Citation Flow (CF) est à 19 mais il ne vaut rien en quelque sorte si le Trust Flow (TF) reste à 0. C'est ce dernier qui compte le plus pour évaluer la fiabilité.

Bien entendu, il ne faut pas s'arrêter à de simples données, mais examiner également les contenus du site et les pages présentes. Notamment, les citations à la fin des articles qui permet de vérifier d'où viennent les informations; mais aussi les pages légales comme la page RGPD, des mentions légales, des cookies, ou encore la page dédiée à la présentation du blog et à son auteur (« À propos », « Qui sommes-nous ? » etc.).

B. Nombre et évolution des backlinks

Au niveau des backlinks, on en compte 15, ce qui reste plutôt faible. Cette partie, qui influe sur les données précédentes, est donc à travailler d'urgence également. De plus, plusieurs backlinks proviennent du même domaine (*Sens Critique* notamment), ce qui n'est pas le plus optimal. Il faudrait diversifier un maximum les domaines, car 100 liens de 100 domaines différents valent mieux que 100 liens d'un seul domaine. C'est aussi plus pertinent pour les visiteurs qui peuvent cliquer sur un lien d'un site extérieur, et pour Google qui observera une diversité de liens et jugera que le blog est présent sur plusieurs plans dans sa niche

Quant à l'évolution, 5 liens ont été obtenus en 2023, 6 en 2024, 2 en 2025 et 2 en 2026 pour le moment. Le nombre reste très faible comme indiqué plus haut, il faudrait en obtenir davantage d'ici la fin d'année, sans pour autant en abuser, ce qui paraîtrait louche.

C. Répartition des domaines référents (DR)

Le blog contient 7 domaines référents réels (d'où proviennent les backlinks), les autres sont sûrement dû aux spams. Il est important de les diversifier également car 7 domaines pour 15 backlinks c'est un peu juste.

D. Qualité et toxicité des backlinks

Les liens toxiques ont été désavoués via la Google Search Console. Quant aux autres, ils proviennent de sites fiables, avec des données et un trafic plutôt bon, aucun mauvais signe en tout cas. Les ancres sont variées, elles ne sont pas sur optimisées, elles restent naturelles.

E. Répartition des ancrés

Certaines ancrés contiennent le mot-clé exact (ex : « Urashima Taro »), quand d'autres intègrent d'autres mots (ex : « l'histoire complète de Momotaro »), ce qui fait davantage naturel. Il faut faire attention à ne pas tomber dans la sur optimisation et à varier les types d'ancrés.

VI - Stratégie à mettre en place

Maintenant que l'analyse de l'existant sur tous les plans est réalisée, il faut désormais passer à la stratégie à mettre en place. Elle permettra de régler les problèmes soulevés, de continuer les actions qui fonctionnent bien et de suivre ensuite les performances liées à cette nouvelle stratégie.

A. Corrections techniques

Pour revenir sur les problèmes techniques, voici la liste de ce qu'il y a à corriger :

- Le responsive dans certaines conditions (énumérées dans la partie dédiée),
- Les redirections 301 des catégories,
- La performance des pages (TBT et LCP) à cause des images et du code notamment,
- L'accessibilité du site,
- Les améliorations suggérées par l'outil Validator W3,
- L'ajout d'un pare-feu pour bloquer de potentielles attaques malveillantes.

Elles permettront à la fois de gagner en vitesse de chargement, d'améliorer l'expérience utilisateur et d'optimiser la technique du blog.

B. Stratégie de mots-clés

Les mots-clés sont en train d'être revus en même temps que l'optimisation des articles au niveau sémantique et contenu. Il faut donc continuer de choisir les plus pertinents selon les données associées (volume de recherche mensuel, concurrence Google, difficulté et pourquoi pas le Coût par Clic).

C. Calendrier éditorial et briefs

Le calendrier éditorial est à jour, un article est publié chaque mois. Quant aux briefs, ils sont réalisés en amont de l'optimisation des articles concernés. Il faut continuer dans ce sens pour proposer le meilleur contenu possible pour les internautes tout en ayant la possibilité de ranker sur les moteurs de recherche.

D. Optimisation du contenu

Pour l'optimisation du contenu, outre les mots-clés, il faut continuer d'optimiser le maillage interne, d'ajouter du champ lexical, des mots-clés secondaires. En ce qui concerne les catégories, certaines ne sont pas encore optimisées, il faudra donc le faire mais je trouve que cela reste moins urgent que les articles. Enfin, il faut modifier le header présent sur les pages d'articles pour qu'il n'y ait pas de doublon de titre H1.

E. Stratégie de netlinking

Pour terminer, le netlinking constitue un point important à prendre en compte dans la stratégie. Le blog a besoin de plus de backlinks pour améliorer ses scores de confiance et de fiabilité, à la fois pour Google et pour les visiteurs qui pourraient tomber sur le site via un autre par exemple. Et autre chose, il faut absolument varier les domaines et les ancres pour avoir un profil de liens plus naturel, et varier les méthodes si possible en contactant d'autres blogs pour pouvoir faire des échanges de liens ou encore des articles invités.

F. Récapitulatif : priorisation des actions

Pour finaliser cet audit SEO, voici les actions importantes à prioriser, classées donc par ordre de priorité (urgente, élevée, moyenne ou faible) :

Pilier	Correction Action	Détail	Priorité
Technique	Améliorer les performances techniques	<ul style="list-style-type: none">• Travailler sur le LCP & le TBT.• Appliquer les recommandations de Validator W3.	Urgente ▾
	Améliorer l'accessibilité	<ul style="list-style-type: none">• Régler les problèmes critiques.	Urgente ▾
Popularité	Obtenir des backlinks de qualité	<ul style="list-style-type: none">• Obtenir des bons backlinks avec domaines, ancrs et méthodes variés.	Élevée ▾
Technique	Corriger le Responsive restant	<ul style="list-style-type: none">• Travailler le responsive manquant (surtout sur mobile).	Moyenne ▾
Contenu	Continuer l'optimisation du contenu et des articles	<ul style="list-style-type: none">• Choix des mots-clés, champ lexical, mots-clés secondaires...	Moyenne ▾
Technique	Ajouter un pare-feu	<ul style="list-style-type: none">• Pour bloquer les attaques potentielles, recommandé.	Basse ▾
	Corriger les redirections 301 des catégories	<ul style="list-style-type: none">• Modifier les liens depuis les articles directement.	Basse ▾

L'application de ces actions permettra de corriger les problèmes restants tout en améliorant le blog progressivement pour améliorer ses positions, sa visibilité et son trafic global. Pour pouvoir constater et analyser les résultats de ces actions, il faudra ensuite assurer un suivi sur un minimum de 3 mois, notamment : du trafic organique, des pages indexées, du TF et CF.