

AUDIT DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

Rgaa-audit

rgaa-audit.eu



Des titres et descriptions hors normes, un contenu quasi dupliqué sur sept pages et une cannibalisation de titres affaiblissent le référencement malgré une base technique irréprochable.

7 pages analysées, 66 contrôles, 3 corrections prioritaires.

3 majeurs

4 mineurs

Audit automatisé, non contractuel. Les mesures sont réelles ; la rédaction des correctifs est générée. Aucune garantie de position, de trafic ou de délai de progression n'est associée à ce document.

01 · SYNTHÈSE

Par quoi commencer

Votre site obtient 83/100 : la technique et la performance sont excellentes, mais le contenu est le point faible avec un score de 48/100.

Les problèmes les plus simples à corriger sont les titres et meta descriptions hors bornes (mentions légales, installation, fonctionnalités) et l'absence de marque systématique dans les titres.

Les chantiers majeurs portent sur le contenu quasi dupliqué et la cannibalisation de titres.

Commencez par les corrections de titres et metas, puis différenciez le contenu des pages avant de vérifier l'indexation dans Search Console.

VERDICT

Des titres et descriptions hors normes, un contenu quasi dupliqué sur sept pages et une cannibalisation de titres affaiblissent le référencement malgré une base technique irréprochable.

LES CINQ ACTIONS À MENER EN PREMIER

1

Rédigez un contenu unique pour chaque page : décrivez précisément le sujet, ajoutez des...

C03

7 pages sur les 7 crawlées ont un contenu quasi dupliqué (distance SimHash < 5).

2

Différenciez les titres des pages concernées en ajoutant la mention unique de leur...

C02

2 pages sont en cannibalisation de titre, c'est-à-dire que leurs titres se ressemblent trop et entrent en concurrence.

3

Ajoutez la ville ou la région d'intervention sur les pages concernées uniquement si vous...

C07

3 pages internes sur 6 n'ont pas de mention géographique.

4

Ajoutez systématiquement la marque « RGAA Audit » à la fin de chaque titre, séparée par...

O04

7 titres n'ont pas de marque ni de ville selon l'outil.

5

Allongez ces deux titres pour atteindre 30 à 65 caractères en intégrant la marque.

O02

2 titres sont hors bornes 30-65 caractères : celui de la page mentions légales fait 29 caractères et celui de la page installation fait 25 caractères.

Ce qui fonctionne déjà. Le site est accessible en HTTPS sur toutes les pages crawlées. Chaque page possède exactement une balise H1 unique. Des données structurées JSON-LD sont présentes sur chaque page (Organization, WebSite, WebPage...). Les piliers technique et performance obtiennent tous deux 100/100.

02 · SCORES

D'où vient la note de 83

Cinq familles pondérées selon leur effet réel sur la visibilité. Le score est calculé par des règles fixes : deux audits du même site donnent le même résultat.

Balises on-page

POIDS 30 %



78

Le score de 78/100 reflète des titres et meta descriptions à ajuster : deux titres hors bornes (mentions légales et installation), sept titres sans marque ni ville selon l'outil, et deux meta descriptions hors bornes (mentions légales et fonctionnalités). Les balises H1 sont uniques, ce qui est positif.

Technique

POIDS 25 %



100

Le pilier technique est noté 100/100. Aucun problème technique n'a été détecté sur les 7 pages crawlées : le site est en HTTPS et les données structurées JSON-LD sont présentes sur chaque page.

Contenu & unicité

POIDS 20 %



48

Le contenu est le pilier le plus faible (48/100). Sept pages sont quasi dupliquées (distance SimHash < 5), deux pages sont en cannibalisation de titre, trois pages n'ont pas de mention géographique et une page du sitemap est atteinte en 3 clics depuis l'accueil.

Performance

POIDS 15 %



100

Le pilier performance est noté 100/100, mais les métriques (LCP, CLS, INP) ne sont pas renseignées dans cette collecte. Ce score indique une absence de problème détecté lors de l'audit, à confirmer par des mesures réelles.

Visibilité locale

POIDS 10 %



100

Le pilier local est noté 100/100. Aucun téléphone, adresse ou fiche Google Business n'a été détecté, ce qui est cohérent avec l'absence d'activité et de ville déclarées pour ce site.

7

constats au total

0

critiques à traiter d'abord

0

contrôles non applicables

—

affichage mobile

03 · CONSTATS

Par ordre d'impact

MAJEUR CODE C03**7 pages sur les 7 crawlées ont un contenu quasi dupliqué (distance SimHash < 5).****CONSTAT**

7 pages sur les 7 crawlées ont un contenu quasi dupliqué (distance SimHash < 5).

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Les moteurs de recherche peinent à distinguer les pages entre elles, ce qui peut diluer la pertinence de chaque page et réduire leur capacité à ressortir sur des requêtes spécifiques.

CORRECTIF

Rédigez un contenu unique pour chaque page : décrivez précisément le sujet, ajoutez des exemples, des cas d'usage ou des questions propres à la page. Évitez de reprendre les mêmes paragraphes sur plusieurs pages.

MAJEUR CODE C02**2 pages sont en cannibalisation de titre, c'est-à-dire que leurs titres se ressemblent trop et entrent en concurrence.****CONSTAT**

2 pages sont en cannibalisation de titre, c'est-à-dire que leurs titres se ressemblent trop et entrent en concurrence.

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Deux pages avec des titres quasi identiques se disputent la même intention de recherche, ce qui peut affaiblir le classement des deux.

CORRECTIF

Différenciez les titres des pages concernées en ajoutant la mention unique de leur contenu (par exemple « Tarifs », « Installation », « Fonctionnalités »). Vérifiez que chaque titre est unique et inclut la marque RGAA Audit à la fin.

03 · CONSTATS (SUITE)

MAJEUR CODE C07**3 pages internes sur 6 n'ont pas de mention géographique.****CONSTAT**

3 pages internes sur 6 n'ont pas de mention géographique.

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Si votre service vise une zone précise, l'absence de mention géographique réduit votre visibilité sur les recherches locales. Si votre offre est 100 % en ligne, ce constat est sans impact.

CORRECTIF

Ajoutez la ville ou la région d'intervention sur les pages concernées uniquement si vous en avez une. Sinon, ignorez ce constat car votre activité n'est pas géolocalisée.

MINEUR CODE 004**7 titres n'ont pas de marque ni de ville selon l'outil.****CONSTAT**

7 titres n'ont pas de marque ni de ville selon l'outil.

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Un titre sans marque identifiable peut réduire le taux de clic et la mémorisation de votre nom. La ville n'est pas applicable ici car aucune ville n'est déclarée.

CORRECTIF

Ajoutez systématiquement la marque « RGAA Audit » à la fin de chaque titre, séparée par un tiret, comme proposé dans la section textes_prets. Ne pas ajouter de ville puisque l'activité est en ligne.

03 · CONSTATS (SUITE)

MINEUR CODE 002

2 titres sont hors bornes 30–65 caractères : celui de la page mentions légales fait 29 caractères et celui de la page installation fait 25 caractères.

CONSTAT

2 titres sont hors bornes 30–65 caractères : celui de la page mentions légales fait 29 caractères et celui de la page installation fait 25 caractères.

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Un titre trop court ne décrit pas assez le contenu et gaspille l'espace d'affichage dans les résultats de recherche.

CORRECTIF

Allongez ces deux titres pour atteindre 30 à 65 caractères en intégrant la marque. Pour la page mentions légales, utilisez le titre proposé ci-dessous. Pour la page installation, utilisez « Installer RGAA Audit sur WordPress en trois étapes ».

TEXTE À COLLER

Mentions légales du site RGAA Audit
Mentions légales du site RGAA Audit : éditeur, hébergeur, propriété intellectuelle, licence du code et absence d'affiliation avec la DINUM.
Mentions légales
Éditeur du site · Hébergeur · Propriété intellectuelle et licence

MINEUR CODE 006

2 meta descriptions sont hors bornes 120–165 caractères : celle de la page mentions légales fait 109 caractères et celle de la page fonctionnalités fait 169 caractères.

CONSTAT

2 meta descriptions sont hors bornes 120–165 caractères : celle de la page mentions légales fait 109 caractères et celle de la page fonctionnalités fait 169 caractères.

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Une meta description trop courte ou trop longue peut être tronquée ou réécrite par Google, ce qui nuit à l'incitation au clic.

CORRECTIF

Rédigez une meta description entre 120 et 165 caractères pour chacune de ces deux pages. Pour mentions légales, utilisez la meta ci-dessous. Pour fonctionnalités, utilisez celle de la section textes_prets.

TEXTE À COLLER

Mentions légales du site RGAA Audit
Mentions légales du site RGAA Audit : éditeur, hébergeur, propriété intellectuelle, licence du code et absence d'affiliation avec la DINUM.
Mentions légales
Éditeur du site · Hébergeur · Propriété intellectuelle et licence

03 · CONSTATS (SUITE)

MINEUR CODE C05

1 page du sitemap (mentions légales) est atteinte en 3 clics depuis l'accueil au lieu de 2 clics maximum.

CONSTAT

1 page du sitemap (mentions légales) est atteinte en 3 clics depuis l'accueil au lieu de 2 clics maximum.

POURQUOI C'EST UN PROBLÈME

Une page trop profonde est moins souvent explorée par les robots et reçoit moins de lien interne, ce qui peut retarder son indexation.

CORRECTIF

Ajoutez un lien vers la page mentions légales dans le menu principal ou le pied de page de chaque page, afin qu'elle soit accessible en un clic depuis l'accueil.

04 · TEXTES PRÊTS

À coller tel quel

Titre 30–65 caractères, description 120–165. Uniques entre eux, ville et activité placées naturellement. Le compteur est affiché à côté de chaque texte.

PAGE	TITRE	DESCRIPTION	H1
Accueil	Audit accessibilité RGAA pour WordPress RGAA Audit 52	Analysez l'accessibilité de votre site WordPress sur les 106 critères du RGAA 4.1.2 : scan, grille d'audit, déclaration et export. Diagnostic gratuit. 150	<p>Savez-vous si votre site WordPress est accessible ?</p> <p>Moteur d'analyse interne et axe-core · Grille d'audit et rattachement aux 106 critères RGAA · Déclaration d'accessibilité et export HTML autonome</p>
/confidentialite.html	Politique de confidentialité — RGAA Audit 41	Aucun cookie, aucun traceur, et une extension qui ne transmet aucune donnée de votre site. Détail des traitements, durées de conservation et exercice de vos droits. 164	<p>Politique de confidentialité</p> <p>Aucun cookie, aucun traceur · Durées de conservation · Exercice de vos droits</p>
/cgv.html	Conditions générales de vente — RGAA Audit 42	Conditions de vente des licences RGAA Audit : prix, livraison, droit de rétractation, garantie commerciale, licence d'utilisation et responsabilité. 148	<p>Conditions générales de vente</p> <p>Prix et livraison · Droit de rétractation et garantie · Licence d'utilisation et responsabilité</p>
/mentions-legales.html	Mentions légales du site RGAA Audit 35	Mentions légales du site RGAA Audit : éditeur, hébergeur, propriété intellectuelle, licence du code et absence d'affiliation avec la DINUM. 139	<p>Mentions légales</p> <p>Éditeur du site · Hébergeur · Propriété intellectuelle et licence</p>
/fonctionnalites.html	Fonctionnalités — RGAA Audit pour WordPress 43	RGAA Audit analyse votre site WordPress : moteur interne et axe-core, rattachement aux 106 critères RGAA, grille d'audit, déclaration et export HTML. 149	<p>Ce que fait concrètement RGAA Audit</p> <p>Moteur d'analyse interne et axe-core · Grille alignée sur les 106 critères RGAA · Déclaration d'accessibilité et export HTML</p>

PAGE	TITRE	DESCRIPTION	H1
/tarifs.html	Tarifs — licence RGAA Audit dès 149 € par an ⁴⁴	Deux offres : Solo à 149 € par an pour un site, Agence à 399 € par an pour dix sites. Prix TTC, sans engagement, mises à jour incluses, remboursement sous 14 jours. ¹⁶⁴	Deux offres, un paiement annuel Offre Solo à 149 € par an · Offre Agence à 399 € par an · Paiement, TVA et remboursement sous 14 jours
/installation.html	Installer RGAA Audit sur WordPress en trois étapes ⁵⁰	Installer RGAA Audit sur WordPress en trois étapes : extension, premier scan, activation de la licence. Prérequis, dépannage et réponses aux blocages courants. ¹⁵⁹	Trois étapes, dix minutes Étape 1 : installer l'extension · Étape 2 : lancer le premier scan · Étape 3 : activer la licence · Dépannage et blocages courants

05 · PLAN D'ACTION

Les 30 prochains jours

S1 Corriger les titres et meta descriptions

- Remplacez le title de la page mentions légales par « Mentions légales du site RGAA Audit » (O02).
- Remplacez le title de la page installation par « Installer RGAA Audit sur WordPress en trois étapes » (O02).
- Remplacez la meta description de la page mentions légales par celle proposée (O06).
- Remplacez la meta description de la page fonctionnalités par « RGAA Audit analyse votre site WordPress : moteur interne et axe-core, rattachement aux 106 critères RGAA, grille d'audit, déclaration et export HTML. » (O06).
- Ajoutez la marque « RGAA Audit » à la fin de chaque title des pages qui n'en ont pas, en vous aidant des textes_prets (O04).

S2 Différencier le contenu et les titres

- Réécrivez le contenu des pages quasi dupliquées en ajoutant des détails propres à chaque page (C03).
- Différenciez les titres des deux pages en cannibalisation en ajoutant la mention unique de leur contenu (C02).
- Ajoutez des exemples concrets sur les pages fonctionnalités, tarifs et installation (C03).

S3 Améliorer la structure et la géolocalisation

- Ajoutez un lien vers la page mentions légales dans le pied de page du site pour la rendre accessible en un clic (C05).
- Si vous avez une zone d'intervention, ajoutez la ville ou la région sur les pages concernées, sinon ignorez ce constat (C07).

S4 Vérifier et suivre dans Search Console

- Dans Google Search Console, vérifiez le rapport « Pages » pour confirmer l'indexation des pages corrigées (a_verifier_dans_search_console).
- Utilisez l'outil d'inspection d'URL pour demander une réexploration des pages modifiées (a_verifier_dans_search_console).
- Surveillez les positions sur la requête de marque « RGAA Audit » et sur les termes liés à l'accessibilité (a_verifier_dans_search_console).

Une fois les corrections faites, relancez un audit : le score doit refléter les changements. Aucune progression de position ne peut être garantie ni datée.

06 · SEARCH CONSOLE

Les données que cet audit ne mesure pas

Trois vérifications, avec le chemin de clic exact, pour consulter vous-même les chiffres qui demandent un accès propriétaire.

1

Dans Google Search Console, allez dans « Pages » (menu Indexation) pour vérifier combien de pages sont indexées sur les 7 crawlées et si des erreurs d'indexation apparaissent.

2

Utilisez l'outil d'inspection d'URL en haut de l'interface, saisissez l'URL de la page mentions légales, puis cliquez sur « Demander une indexation » après correction.

3

Consultez le rapport « Performances » (menu Performances) pour voir les requêtes sur lesquelles le site apparaît et la position moyenne, en filtrant sur les 30 derniers jours.

07 · MÉTHODE & LIMITES

Ce qui a été vérifié

CE QUE CET AUDIT NE MESURE PAS

Cet audit repose sur 7 pages crawlées et ne mesure pas les positions Google, les volumes de recherche ni les backlinks. Les performances techniques (LCP, CLS, INP) ne sont pas renseignées, donc le score de 100/100 doit être confirmé par des mesures réelles. Les recommandations locales sont limitées car aucune activité ni ville n'ont été fournies.

RELANCER UN AUDIT

Après corrections, relancez l'analyse depuis votre espace : le score et les constats sont recalculés sur les mêmes règles. Le rapport précédent reste accessible 12 mois.