

Audit anonyme – Page destination « Lyon » (média/guide de voyage en ligne)

Contexte : audit **en marque blanche** (anonyme) d'une page **destination** dédiée à **Lyon** sur un média/guide de voyage grand public. Il s'agit d'une page "hub" listant des **lieux d'intérêt**, **idées d'itinéraires**, **articles pratiques**, **bons plans** (hébergements, activités, pass), avec un objectif mixte **informationnel** et **transactionnel** (monétisation via affiliés, billets, réservations).

(Définitions : UX = expérience utilisateur ; CTA = appel à l'action ; CRO = optimisation du taux de conversion ; E-E-A-T = Expérience, Expertise, Autorité, Fiabilité ; AARRR = Acquisition, Activation, Rétention, Recommandation (Referral), Revenu.)

1) SEO – Évaluation façon Google Quality Rater

Note SEO globale : 6,2 / 10

Verdict express : la page dispose d'un **potentiel élevé** (requêtes tête "Lyon", "visiter Lyon", "que faire à Lyon", "Lyon tourisme", "musées Lyon", "Vieux Lyon", "Fourvière", "Parc de la Tête d'Or", etc.), mais souffre classiquement de **faiblesses E-E-A-T** (peu d'indices sur qui écrit/actualise), d'un **corpus textuel** souvent **fragmenté**, d'un **balisage** Hn et **Schema.org inégaux**, et d'une **stratégie facettes** insuffisamment maîtrisée (doublons guides/listes/POI). L'intention utilisateur est multiple (inspiration + planification + réservation) ; la page pourrait **mieux segmenter** ces sous-intentions, **mieux mailler** vers des hubs enfants (quartiers, thématiques) et afficher des **données fraîches** (horaires, saisonnalité, événements).

1.1. Intent & adéquation requêtes – 6,8 / 10

- **Intentions principales** :
 - **Informationnelle** : "que faire à Lyon", "que voir à Lyon en 1/2/3 jours", "meilleure période", "transports", "quartiers", "spécialités", "sécurité".
 - **Navigationale** : rechercher des **pages-fille** (« Vieux Lyon », « Presqu'île », « Croix-Rousse », **musées**, **basilique**, **parcs**, **traboules**).
 - **Transactionnelle légère** : **billets** (métro à créneaux, musées/attractions), **visites guidées**, **city card**, **hébergements**.
- **Décalages fréquents** sur ce type de page** : mélange d'articles hétérogènes sans **hiérarchie claire** ; CTA de réservation **hors contexte** ; absence d'**itinéraires structurés** (1/2/3 jours) ; manque d'**encarts pratiques** (météo, budget, transports, quartiers).

- **Attendu** : un **chapeau** concis + un **sommaire ancré**, puis **3 piliers** : (A) **À voir/À faire** (top 15), (B) **Itinéraires par durée** (1–3 jours) et (C) **Préparer son séjour** (quand partir, s’y rendre/se déplacer, où loger par quartier).

1.2. Qualité & profondeur de contenu – 5,8 / 10

- **Forces** : densité de pages sur la destination (POI, quartiers, billets), base d’articles historiques/pratiques, images originales ou libres.
- **Faiblesses** :
 - **Textes atomisés** : listes “à faire” sans **conseils actionnables** (meilleure heure, temps sur place, pièges à éviter).
 - Peu de **contenus “how-to”** (ex. “Comment visiter les traboules”, “Itinéraire optimal Vieux-Lyon → Fourvière → Presqu’île”).
 - **Données sensibles au temps** (horaires, tarifs, pass) non **datées** ou **contrôlées** (absence de “Mise à jour le ...”).
 - Manque de **tableaux** (comparatifs pass, quartiers & budgets, temps de parcours).

1.3. Fraîcheur / Mise à jour – 5,5 / 10

- Signal de fraîcheur **faible** : pas d’indication claire de **dernière mise à jour**, ni de **bandeau saisonnier** (ex. Fête des Lumières début décembre, événements gastronomie, biennales).
- **Attendu** : métadonnée “Mis à jour le JJ/MM/AAAA”, micro-bloc “À savoir en ce moment” (travaux TCL, fermetures temporaires, expo majeure), “Météo & saisonnalité”.

1.4. E-E-A-T – 5,6 / 10

- **Expérience** : manque de **conseils terrain** (photos personnelles légendées, parcours testés, tips horaires affluence).
- **Expertise** : absence d’auteur **identifié** (“par X, journaliste/guide local”), ni de **sources** (mairie, office du tourisme, TCL, musées).
- **Autorité** : domaine généraliste → autorité moyenne ; à compenser par **citations sources** et **collabs locales** (guides/greeters).
- **Fiabilité** : afficher **sources** pour horaires/tarifs ; mentionner **politiques d’affiliation** ; bloc **accessibilité** (PMR) quand connu.

1.5. On-page & balisage – 6,3 / 10

- **Title** souvent “Lyon : guide, que faire, visiter” — correct mais améliorable (ajouter **itinéraires, quartiers, infos pratiques**).
- **H1** : “Visiter Lyon”/“Tourisme à Lyon” : OK.
- **Hn** internes : parfois désordonnés (H2 sur “à voir”, H3 sur “musées”, H3 sur “quartiers”, puis H2 “où loger” → privilégier une hiérarchie **stable**).
- **Données structurées** à renforcer : [BreadcrumbList](#), [FAQPage](#) (FAQ visible), [ItemList](#) (Top 10), [ImageObject](#) (licences), [HowTo](#) pour itinéraires/piétons, [Organization/WebPage](#) (author/date).
- **Images** : alt souvent génériques ; viser “Basilique de Fourvière au coucher du soleil – panorama sur Lyon”.

1.6. Maillage interne – 6,8 / 10

- Atout : la destination est un **hub** ; opportunité de **piliers** (quartiers/temporalités/thématiques) et **silos** (gastronomie, architecture, parcs, musées).
- Manque : **liens contextuels** ascendants/descendants cohérents : page Lyon → **Quartiers** (Vieux Lyon, Presqu’île, Croix-Rousse, Confluence), → **Thématiques** (Gastronomie/“bouchons”, Traboules, Fresques murales, Fleuves/Rhône-Saône), → **Pratique** (TCL, Parkings, City Card).

1.7. Indexation / Facettes / Duplication – 5,9 / 10

- Risque de **pages quasi-dupliquées** : “Top 10 à Lyon”, “Que faire à Lyon ?”, “Que voir à Lyon ?”, “Lieux incontournables Lyon” — mêmes items, angles minimes.
- **Solution** :
 - 1 **pilier canonique** “Que faire / visiter Lyon” avec texte riche.
 - Les autres angles deviennent **sections ancrées** ou **variantes saisonnières** (été/famille/pluie) avec contenu **distinct**.

1.8. Performance (Core Web Vitals) – 6,5 / 10

- Pages “magazine” souvent **lourdes** (grande imagerie, scripts d’affiliation, widgets).
- Objectifs : **LCP < 2,5 s**, **INP < 200 ms**, **CLS < 0,1**.
- **Actions** : images **WebP/AVIF**, lazy-loading, **preload** de l’image LCP (hero), **critical CSS**, **defer** des widgets tiers (carte, booking).

1.9. Synthèse SEO

- **Forces** : profondeur d'URL sur la destination, multiplicité de POI, potentiel de liens internes, intention large à capter.
 - **Faiblesses** : E-E-A-T faible (pas d'auteur/sources/dates), éditorial pas assez "helpful", duplication d'angles, balisage et schémas incomplets.
 - **Potentiel** : +15–25 % en organique à 6–9 mois via **pilier consolidé**, **FAQ riche**, **HowTo/Itinerary**, **schémas**, **maillage** et **rafraîchissement** régulier.
-

2) UX – Pertinence, aisance, clarté

Note UX globale : 7,0 / 10

Intention & persona – 7,2 / 10

- **City-breaker 48–72 h** (week-end) → besoin d'**itinéraires prêts à l'emploi** + carte.
- **Famille** → "quoi faire avec enfants", **parcs**, **musées ludiques**, **pluie**.
- **Gastronomie** → **bouchons**, halles, **bouchées locales** (quenelles, praline rose), marchés.
- **Photographe / culture** → **vues**, **fresques**, **traboules**, **musées**.
- La page doit **diriger** chaque persona dès le haut via **tuiles d'entrée**.

Architecture & repères – 7,0 / 10

- Le **sommaire ancré** (table des matières) manque souvent ou est discret ; indispensable pour naviguer un long guide.
- **Structuration idéale** :
 1. **Hero + sommaire**.
 2. **Top 15** "Incontournables" (avec temps moyen, meilleur moment, coût).
 3. **Itinéraires** 1/2/3 jours (cartes).
 4. **Préparer** (quand partir, budget, transports, pass).
 5. **Où loger** (par quartiers + budgets).
 6. **FAQ**.

Lisibilité & micro-contenus – 7,3 / 10

- Utiliser des **capsules** : “Durée”, “Budget”, “Affluence”, “Accès TCL”, “PMR”.
- **Encadrés** “Astuce locale” (ex. passage par telle traboules peu connue).
- **Blocs météo** (meilleure saison ; été très chaud, intersaisons agréables ; période Fête des Lumières → forte affluence).

Cartes & géolocalisation – 6,8 / 10

- Carte interactive souvent **pesante** ; prévoir un **mode lite** (clusters, préchargement minimal).
- **Listes par quartier** avec **repères couleur** identiques sur carte et puces.

Mobile & navigation – 6,9 / 10

- **TOC sticky** (sommaire repliable) ; “**retour en haut**” ; **accordéons** pour longs blocs.
- **Taille des tap-zones** sur CTA et puces de filtres ≥ 44 px.

Accessibilité – 6,6 / 10

- Contrastes AA, **alt** descriptifs pour images phares ; sous-titres aux éventuelles vidéos ; **skip-link** (“Aller au contenu”).

Gestion des attentes & objections – 7,1 / 10

- “Y aller et se déplacer” (TGV, aéroport, TCL, vélo), “Budget moyen/jour”, “Sécurité & quartiers” (rassurer sans sensationnalisme), “Pluie & canicule : plans B”, “Fêtes & événements : réserver tôt”.

3) Conversion – Propension à convertir

Note Conversion globale : 6,4 / 10

Proposition de valeur – 6,5 / 10

- La page doit promettre : “**Inspiration claire + plan d’action + réservation** en quelques clics”.
- Souvent, la **réservation** (billets, pass, hôtels) est **décorrélée** du contenu éditorial (CTAs génériques, hors timing).

CTA & placement – 6,3 / 10

- Recommandé : **CTA contextuels** immédiatement sous chaque POI/section :
 - “Réserver **le funiculaire/visite guidée**” sous **Fourvière/Vieux-Lyon**.
 - “Voir **City Card**” dans le bloc “Pass & billets”.
 - “Voir **hôtels par quartier**” dans “Où loger”.
- **Micro-copy** CTA orientée bénéfice (“Gagner du temps sur place”, “Annulation facile”), **preuves** (★ avis).

Parcours & AARRR – 6,4 / 10

- **Acquisition** : page hub SEO (voir § SEO).
- **Activation** : **sommaire, itinéraires, cartes, checklists PDF** (captation email).
- **Rétention** : **favoris** / “**ajouter à mon itinéraire**”, enregistrement local (consentement).
- **Referral** : partage d’itinéraire, mini-cartes partageables.
- **Revenue** : **affiliation** billets/hôtels/activités, **City Card** — mieux **contextualiser**.

Biais cognitifs & persuasion – 6,7 / 10

- **Preuve sociale** : “mieux notés”, “top réservations”.
- **Autorité** : encarts “recommandé par X”, **témoignages**.
- **Rareté/urgence** : **événements** datés (Fête des Lumières), **coupe-files** ; à utiliser **éthiquement**.

Freins – 6,1 / 10

- Crainte de **rater l’incontournable, perdre du temps** sur place, **choisir un hôtel mal placé**.
- Réponses : **itinéraires** béton avec durées, **cartes** claires, **sélection hôtels** par **quartier/budget** et **temps de trajet** vers spots.

Réassurance – 6,8 / 10

- Afficher **politiques d’annulation, authenticité des billets, sources** ; préciser **sécurité/affluence** (conseils pratiques).
-

4) Éditorial – Richesse, profondeur, valeur ajoutée

Note éditoriale globale : 6,1 / 10

Profondeur sémantique – 6,0 / 10

- À densifier :
 - **Top 15** “à voir/à faire” avec **temps conseillé** (ex. 45–60 min), **meilleure heure**, **budget** (0 €, \$, \$\$), **affluence**, **accessibilité**.
 - **Itinéraires 1/2/3 jours** détaillés (séquences + carte + alternatives pluie).
 - **Préparer** : quand partir (saisons, événements), y aller (train/air), se déplacer (TCL, marche, vélo), **logements** par quartier.
 - **Thématiques** : **gastronomie** (bouchons, halles), **traboules**, **fresques**, **parcs**.
 - **FAQ** pragmatique.

Alignement mots-clés / intentions – 6,5 / 10

- Cibler intention tête et **longue traîne** : “visiter Lyon”, “que faire à Lyon”, “Lyon en 2 jours”, “où loger à Lyon”, “Lyon avec enfants”, “Lyon quand il pleut”, “meilleure période Lyon”, “pass Lyon”, “traboules Lyon”.
- Créer **sections H2/H3** exactes pour ces intentions + **FAQ** avec formulations naturelles (PAAs).

Mise en scène & lisibilité – 6,8 / 10

- **Encadrés** “Astuce locale”, “Budget”, “Temps sur place”, “Affluence”, “Accès”.
- **Tableaux** comparatifs (pass/musées, quartiers), **cartes** segmentées, **galeries** légères.

Différenciation – 6,0 / 10

- **Voix locale** : photos propriétaires, “**Itinéraires testés** par l’équipe”.
- **Guides thématiques** non commoditisés (ex. “Les plus belles **fresques** à relier à pied”, “**Traboules** secrètes : parcours simple”).
- **Checklists PDF** (sac week-end, 2 jours chrono).

Conclusion : page à risque ?

- **SEO : Risque moyen** (SERP très concurrentielles : offices de tourisme, gros médias, blogs spécialisés, plateformes de billets). Sans **E-E-A-T** clair, **FAQ** riche et **itinéraires** structurés, la page peut **stagner** sur les requêtes cœur (“visiter Lyon”, “que faire à Lyon”).
- **UX/CRO : Risque modéré** — si les **CTA** et **itinéraires** ne sont pas parfaitement **contextualisés**, le taux de clic vers réservations reste **bas**.
- **Business : Risque moyen** — potentiel affilié/hôtels/billets non maximisé faute de **mise en scène** et de **réassurance**.

Verdict : page **solide mais sous-exploitable**. Les gains viendront d'un **pilier éditorial** plus “helpful” (itinéraires & pratiques), d'une **structuration Hn/FAQ/Schema**, d'un **maillage** vers hubs quartiers & thématiques, et d'une **contextualisation** nette des CTA.

Recommandations opérationnelles (priorisées, sans blabla)

A. Urgentes / Impact fort (Semaine 1–3)

1. **Refondre l'entête + sommaire ancré**
 - Hero court (1 visuel léger + accroche).
 - **Sommaire** sticky (Ancre vers : Incontournables, Itinéraires 1/2/3 j, Préparer, Où loger, FAQ).
2. **Bloc “Top 15 incontournables”** (H2)
 - Pour chaque POI : 3–4 lignes **actionnables** + **capsules** : Durée, Meilleure heure, Budget, Affluence, Accès TCL, **PMR**.
 - Photo **légère** + **lien interne** vers la page-fille du POI.
3. **Itinéraires 1/2/3 jours** (H2)
 - **Séquences** heure par heure (matin/après-midi/soir) + **carte** simplifiée.
 - Version **pluie** / **avec enfants** / **marche légère**.
 - CTA contextuels : billets coupe-file si pertinents (musées, funiculaire, croisières).
4. **Bloc “Préparer son séjour”** (H2)
 - **Quand partir** (météo/saison/événements majeurs).

- **Y aller & se déplacer** (train/air/TCL/City Bike) — tips tickets.
- **Budget** (hébergement/restauration/attractions/jour), **pourboires** usuels.
- **City Card/Pass** : tableau **clair** (prix, ce que ça couvre, rentabilité seuil).

5. “Où loger à Lyon” (H2)

- Mini-cartes **quartiers** (Vieux-Lyon, Presqu’île, Croix-Rousse, Confluence...) avec **personas** (romantique, food, shopping, calme), **temps de trajet** vers 2–3 POI majeurs.
- CTA vers **sélections hôtels** (par budget : \$/\$\$/\$\$\$).

6. **FAQ SEO** (8–12 Q/R concrètes)

- “Lyon en 2 jours : que prioriser ?”
- “Meilleure période (pluie/canicule/événements) ?”
- “Traboules : comment les repérer ?”
- “Avec enfants : que faire (pluie) ?”
- “Quartiers où loger pour un week-end ?”
- “City Card : rentable ou pas ?”
- “Se déplacer : TCL, marche, vélo”
- “Sécurité & zones à éviter tard le soir”
→ Afficher **date de mise à jour** sous la FAQ.

7. **E-E-A-T immédiat**

- **Bandeau auteur** : “Guide rédigé par [Prénom], [rôle], **mis à jour le JJ/MM/AAAA.**”
- **Sources** en bas : Office tourisme, réseaux transports, musées.
- **Note légale** sur l’**affiliation**.

8. **Schema.org**

- [BreadcrumbList](#), [FAQPage](#), [ItemList](#) (Top 10), [ImageObject](#) (copyright), [WebPage](#) (datePublished/dateModified), [HowTo](#) (itinéraires pas à pas si pertinent).
- Vérifier rich results.

9. **Web Vitals**

- Hero en **<80 Ko** (WebP/AVIF), **preload** LCP, **lazy-load** toutes images non LCP, **defer** cartes/booking, minification CSS/JS.
 - Cible : **LCP < 2,5 s**, **INP < 200 ms**, **CLS < 0,1**.
-

B. Importantes / Court terme (Mois 1–2)

10. Maillage & silos

- Depuis la page Lyon, pousser 3 **silos** : **Quartiers**, **Thématiques** (Gastronomie/Traboules/Fresques/Parcs/Musées), **Pratique** (Transports/Pass/Budget).
- Dans chaque POI, **fil d'Ariane** et **retours** vers l'itinéraire conseillé.

11. Comparatifs & tableaux

- **City Card** : prix, inclusions, seuil de rentabilité selon **2j/3j**.
- **Quartiers pour loger** : ambiance, prix moyen nuit, temps vers centre/POI.

12. CTA contextuels

- Sous chaque POI ou bloc thématique, 1 **CTA pertinent** (billet, visite guidée).
- Micro-preuve (★ avis), **annulation**/mobile ticket si vrai.

13. Checklists & aimants à leads

- **PDF** "Lyon en 2 jours : itinéraire + carte + checklist" (email léger).
- **Carte Google** exportable avec épingles codées couleur.

14. Accessibilité

- **Alt** riches, **transcriptions** vidéo, **langage clair**.
- Indiquer **PMR** pour POI quand info connue.

15. Saisonnaliser & événements

- Blocs récurrents : **Fête des Lumières**, **Biennale**, **événements food**.
 - **Encart "En ce moment"** (haut de page), mis à jour mensuel.
-

C. Secondaires / Moyen terme (Mois 3+)

16. Personnalisation douce

- Bouton “Ajouter à mon itinéraire” (localStorage) + export .gpx/.pdf.
- Reco d’itinéraires selon **profil** (famille/gastro/photo).

17. UGC & crédibilité

- **Parcours testés** (trace map), **photos originales**, **citations** d’habitants/guides.
- “Itinéraire parfait pour sunrise/sunset photos”.

18. Tests A/B

- Ordre **Top 15** vs “Itinéraires” en haut, CTA wording (“Réserver maintenant” vs “Gagner du temps sur place”), variantes **sommaire sticky**.
- Impact sur **scroll depth** et **CTR** vers billets/hébergements.

19. Internationalisation

- **EN/ES/DE/IT** pour capter l’audience internationale (si pertinent), balises **hreflang** complètes.

Spécifications concrètes (copier/coller)

Title / Meta / Hn

- **Title (~60–65 car.) :**
Visiter Lyon : que faire en 1, 2 ou 3 jours | Incontournables, quartiers & conseils pratiques
- **Meta description (~150–160 car.) :**
Que faire à Lyon ? Top incontournables, itinéraires 1/2/3 jours, quartiers où loger, transports & City Card. Conseils locaux, cartes et billets utiles.
- **H1 :** Que faire à Lyon – Guide complet
- **H2 (exemples) :**
 - Les 15 incontournables à voir à Lyon
 - Itinéraires pour visiter Lyon en 1, 2 ou 3 jours (cartes)

- Préparer son séjour : quand partir, budget, transports, City Card
- Où loger à Lyon (quartiers & conseils)
- FAQ – Vos questions sur un week-end à Lyon

Bloc “Top 15” – modèle d’entrée (x15)

- **Nom du lieu** – 2–3 phrases (pourquoi c’est top, point de vue).
- **Capsules** : *Durée, Meilleure heure, Budget, Affluence, Accès TCL, PMR.*
- **CTA contextuel** (si billet utile) + lien interne vers page-détail.
- **Image** (WebP/AVIF, alt riche).

Itinéraires – gabarit

- **1 jour** : Vieux-Lyon → Fourvière (funiculaire) → Presqu’île → Parc de la Tête d’Or (selon rythme) → Berges du Rhône.
- **2 jours** : ajouter **Croix-Rousse** (traboules, fresques) + musée (Confluences / Beaux-Arts).
- **3 jours** : approfondir **gastronomie** (bouchons, halles), croisière Saône, Confluence architecture.
- Chaque étape : **temps, distance, alternative pluie, spot photo.**
- **Carte** (clusters), **téléchargement PDF.**

Données structurées (JSON-LD)

- **WebPage** (*datePublished, dateModified, author/publisher*).
- **BreadcrumbList**.
- **FAQPage** (8–12 questions).
- **ItemList** (Top 10/15).
- **HowTo** (itinéraires pas à pas si édités au format étapes).
- **ImageObject** (licence/crédit quand nécessaire).

Réassurance & transparence

- **Encart** “Nous mettons à jour cette page chaque mois. Dernière mise à jour : JJ/MM/AAAA.”
- **Sources** : office de tourisme, transports, sites officiels des musées.
- **Affiliation** : “Certains liens sont affiliés : cela ne change pas votre prix.”

Web Vitals – budget de performance

- **LCP** : image hero ≤ 80 Ko, **preload**.
 - **Images** : **AVIF/WebP**, **srcset** responsive, lazy-load.
 - **JS tiers** (cartes/affiliation) : **defer**, **lazy-hydrate**.
 - **Critical CSS** inlined, fonts **display:swap**.
 - Cibles : **LCP < 2,5 s**, **INP < 200 ms**, **CLS < 0,1**.
-

Gains attendus (ordre de grandeur)

- **SEO** : +15–25 % de sessions organiques (6–9 mois) via **consolidation pilier**, **FAQ**, **schémas**, **maillage** et **rafraîchissement** mensuel.
 - **CRO** : +10–20 % de CTR vers **billets/pass/hébergements** grâce aux **CTA contextuels**, **itinéraires** clairs et **tableaux comparatifs**.
 - **Satisfaction** : baisse du **pogo-sticking**, **temps de lecture** ↑, **partages** ↑ (itinéraires exportables).
-

Récap des notes

- **SEO global** : **6,2/10**
 - Intent & adéquation : **6,8**
 - Qualité de contenu : **5,8**
 - Fraîcheur : **5,5**

- E-E-A-T : **5,6**
 - On-page & balisage : **6,3**
 - Maillage interne : **6,8**
 - Indexation/duplication : **5,9**
 - Performance : **6,5**
 - **UX global : 7,0/10**
 - Architecture & repères : **7,0**
 - Lisibilité & micro-contenus : **7,3**
 - Cartes & géolocalisation : **6,8**
 - Mobile & navigation : **6,9**
 - Accessibilité : **6,6**
 - Objections & attentes : **7,1**
 - **Conversion globale : 6,4/10**
 - Proposition de valeur : **6,5**
 - CTA & placement : **6,3**
 - AARRR : **6,4**
 - Persuasion & preuves : **6,7**
 - Freins : **6,1**
 - Réassurance : **6,8**
 - **Éditorial global : 6,1/10**
 - Profondeur : **6,0**
 - Alignement mots-clés : **6,5**
 - Mise en scène : **6,8**
 - Différenciation : **6,0**
-

Plan d'action priorisé (checklist exécutable)

S1–S3 (immédiat)

- Hero sobre + **sommaire sticky**.
- **Top 15** avec capsules (Durée/Budget/Affluence/Accès/PMR) et **CTAs** contextuels.
- **Itinéraires 1/2/3 j** + cartes + PDF.
- **Préparer** (quand partir, transports, budget, City Card comparée).
- **Où loger** par quartiers + budgets.
- **FAQ** 8–12 Q/R + [FAQPage](#).
- **E-E-A-T** : auteur + date de maj + sources + note affiliation.
- **Schema.org** (WebPage, BreadcrumbList, ItemList, FAQPage, HowTo).
- **Web Vitals** (preload LCP, lazy images, defer tiers).

M-1 → M-2

- **Silos** Quartiers/Thématiques/Pratique avec maillage fort.
- **Tableaux** City Card, quartiers où loger.
- **Checklists/Itinéraires PDF** (email léger).
- **Encart “En ce moment”** (événements/fermetures).
- **Accessibilité** AA (contrastes, alt, skip, clavier).

3+ mois

- **Favoris & itinéraire perso** (localStorage) + export.
- **UGC / Voix locale** (parcours testés, photos originales).
- **Tests A/B** : ordre blocs, CTA wording, place sommaire, comparatifs.
- **Hreflang** si internationalisation.