

Dossier de Mission en Entreprise

Cody Roux

Darü Local Clothing



Année : 2025-2026

MyDigitalSchool

Bachelor Webdesign – 3^e année (B3)

Liens : Portfolio

Sommaire

1. Mon Parcours : Ma Double Compétence entre Design et Technologie

- 1.1. Mon cheminement vers le design centré utilisateur
- 1.2. Ma double compétence en design UX/UI et intégration Front-End
- 1.3. Objectifs et motivations pour le métier de Designer UX-UI

2. Immersion et Contexte : Darü Local Clothing

- 2.1. Identité de l'entreprise, univers de marque et marché e-commerce
- 2.2. Organisation de l'entreprise et mon rôle dans l'équipe
- 2.3. Objectifs de mon alternance et contraintes du projet

3. Mon Projet Principal : Refonte et optimisations du site e-commerce

- 3.1. **Cadrage du projet et analyse de l'existant**
 - 3.1.1. Audit du tunnel d'achat : identification des points de friction et des limites techniques de PrestaShop
 - 3.1.2. Benchmark sectoriel : analyse de la gestion des tailles et stocks chez les concurrents
 - 3.1.3. Faisabilité technique, contraintes budgétaires et planification de la refonte
- 3.2. **Les optimisations prioritaires directement en production**
 - 3.2.1. Amélioration de la réassurance client : intégration technique de l'API Google Avis
 - 3.2.2. Optimisation du catalogue : normalisation graphique et performance technique des visuels
 - 3.2.3. Stratégie e-commerce omnicanale : contraintes d'intégration du module de cartes cadeaux
 - 3.2.4. Stratégie SEO : automatisation et génération des fiches produits via l'IA



Sommaire

- **3.3. Conception graphique et création du Kit UI sur Figma**
 - 3.3.1. Création des bases du Kit UI : choix des couleurs, typographies, boutons et fiches produits
 - 3.3.2. Maquettage ciblé : focus sur la page d'accueil (Home) et la page de marque (Notre Histoire)
 - 3.3.3. Arbitrages et retours du client : l'évolution de la maquette face aux attentes de mon patron
 - 3.3.4. Prise en compte de l'éco-conception et de l'accessibilité
- **3.4. Intégration technique sur PrestaShop avec Elementor**
 - 3.4.1. Développement de la page d'accueil et contraintes techniques de l'éditeur
 - 3.4.2. Configuration et optimisation des pages catégories et produits depuis le back-office natif
 - 3.4.3. Méthodologie d'intégration : choix du Desktop First et planification du responsive
- **3.5. Recette, tests et préparation de la livraison**
 - 3.5.1. Protocole de tests multi-écrans et finalisation des pages fonctionnelles sans maquette
 - 3.5.2. Guide d'utilisation et passation du projet

4. Bilan de l'Expérience et Analyse Professionnelle

- 4.1. Bilan de la refonte : difficultés rencontrées et apprentissages
- 4.2. Prise de recul sur ma progression (Points forts et axes d'amélioration)
- 4.3. Vision actuelle du métier de Designer UX/UI et évolution de la profession

Conclusion & Perspectives : Vers le MBA Lead UX/UI



1. Mon Parcours : Ma Double Compétence entre Design et Technologie

1.1. Mon cheminement vers le design centré utilisateur

Au début de mes études supérieures dans le numérique, je me dirigeais initialement vers le développement web pur. La confrontation avec les cours théoriques m'a cependant révélé que la programmation back-end, trop abstraite, ne correspondait pas à mes aspirations professionnelles. C'est à travers la découverte du maquettage d'interfaces que j'ai trouvé ma véritable voie.

Je ne me définis pas pour autant comme un graphiste ou un créatif pur ; l'illustration ou la recherche artistique pure ne constituent pas mes forces principales. En revanche, l'organisation structurelle d'une page, la hiérarchisation de l'information, la rigueur des alignements et la logique des parcours utilisateur m'ont immédiatement passionné. Le webdesign s'est imposé comme le choix idéal pour lier la conception d'écrans à l'intégration front-end.

Mon profil s'est consolidé à travers deux expériences de terrain :

- **Stage chez Dernière Main (2024)** : Une première immersion qui m'a permis de découvrir le fonctionnement d'une entreprise et de comprendre les flux de production basiques d'un projet web.
- **Stage chez Oc Com'unique (2025)** : Cette expérience a accéléré ma spécialisation. J'y ai pris en charge l'intégration technique de plusieurs sites, tout en réalisant les maquettes graphiques en amont. Concevoir l'interface puis assurer sa mise en œuvre technique a confirmé mon positionnement.

Mon intégration en troisième année de Bachelor Webdesign à My Digital School m'a permis d'apporter une rigueur méthodologique à ces compétences. J'ai appris à dépasser le simple critère esthétique pour concevoir des parcours fluides, optimisés pour l'utilisateur final.

1.2. Ma double compétence en design UX/UI et intégration Front-End

Je considère le design d'interface et l'intégration web comme deux compétences indissociables et complémentaires. Ma compréhension des architectures de code influence directement ma pratique sur Figma. À titre d'exemple, ma maîtrise des propriétés CSS, notamment le comportement des boîtes flexibles (`display: flex`), a facilité mon apprentissage de l'outil Auto Layout.

Cette logique algorithmique me pousse à configurer des Kits UI structurés : création de composants avancés, paramétrage de variantes et systématisation des styles globaux de textes et de couleurs. Cette rigueur garantit l'évolutivité du projet : toute modification sur Figma se répercute instantanément, à l'image d'une variable au sein d'une feuille de style CSS.

Anticiper les contraintes de développement dès la phase de création graphique permet de concevoir des interfaces réalistes, évitant les surcharges structurelles lors de l'intégration.

Cette double casquette est indispensable dans le cadre de mon alternance chez Darü Local Clothing. Unique profil technique de l'entreprise, je gère l'intégralité de la chaîne de production en totale autonomie. J'ai piloté la phase de recherche et de maquettage sur Figma, et je mène actuellement l'intégration sur le CMS PrestaShop, avec une première version fonctionnelle de la page d'accueil.

1.3. Objectifs et motivations pour le métier de Designer UX/UI

Ma principale motivation réside dans la résolution de problèmes complexes pour offrir la navigation la plus fluide possible. Structurer des systèmes de composants interactifs sur Figma et voir ces maquettes prendre vie en production constitue la partie la plus gratifiante de mon travail.

Pour répondre aux exigences du marché, je souhaite améliorer mes compétences stratégiques. Mon intégration en MBA Lead UX/UI à la rentrée prochaine s'inscrit dans cette logique de spécialisation, notamment pour maîtriser la gestion de projets d'envergure.

Mes objectifs professionnels sont déjà définis : j'ai sécurisé une alternance pour l'année prochaine au sein d'une agence de plus grande taille. Ce nouvel environnement me permettra de me confronter à des méthodologies d'équipe plus strictes. À terme, j'envisage d'évoluer durablement au sein de cette structure ou de mettre à profit mon profil hybride en me lançant de manière indépendante.

2. Immersion et Contexte : Darü Local Clothing

2.1. Identité de l'entreprise, univers de marque et marché e-commerce

Créée en 2024 à Brétignolles-sur-Mer, la marque Darü Local Clothing puise son identité dans l'univers de l'océan, des cultures glisse (surf, skate) et de la vie littorale vendéenne. Initialement baptisée « Daron », la marque a été renommée « Darü » — signifiant « la force » en vieux français — pour faire écho au patronyme du fondateur (FORT), les trémas apportant une signature graphique unique. L'emblème du crabe symbolise cette robustesse et cette faculté d'adaptation au milieu marin.

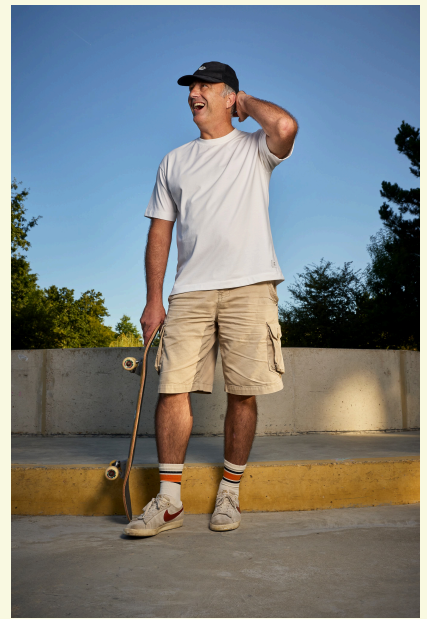
Darü se positionne sur le segment du prêt-à-porter écoresponsable. Les vêtements sont conçus en coton 100 % biologique, certifiés GOTS, OEKO-TEX et Fair Wear. Si le textile brut est fabriqué dans des ateliers spécialisés au Portugal et au Bangladesh, l'ancrage local est assuré par la réalisation des broderies, des impressions et de la pose des étiquettes directement au sein de l'atelier de Brétignolles-sur-Mer, la sérigraphie étant confiée à un partenaire à Cholet. Commercialement, la marque applique une politique de prix juste et fixe toute l'année, refusant la logique des soldes éphémères.

La clientèle physique est majoritairement masculine (25-45 ans). Sur le canal e-commerce, on note une forte augmentation des commandes passées par des femmes, ce qui fait du site internet un levier d'expansion national hors du littoral vendéen.

Techniquement, l'entreprise a migré d'un site WordPress vers le CMS PrestaShop afin de lier son catalogue d'une centaine de références à la passerelle de caisse physique KerAwen pour synchroniser les stocks. Cependant, l'interface livrée par l'ancienne agence souffrait de lourdes frictions UX : le parcours de commande était excessif, les formulaires comportaient trop de champs obligatoires et l'achat rapide était bloqué par l'obligation de créer un compte client. Ma mission principale est de résoudre ces points de friction majeurs pour optimiser le taux de conversion.



Quelques images de la marque Darü :



2.2. Organisation de l'entreprise et mon rôle dans l'équipe

L'entreprise fonctionne en structure restreinte et agile. L'équipe se compose du fondateur (mon maître d'apprentissage), d'une vendeuse dédiée à la boutique physique d'avril à décembre, et de moi-même. Le point de vente physique fermant ses portes durant la période hivernale, l'activité se concentre alors exclusivement sur le digital.

En tant qu'unique référent web de l'entreprise, j'évolue avec une grande autonomie. Mon maître d'apprentissage occupe le rôle de client commanditaire. Ma mission dépasse la simple exécution graphique : je dois analyser les besoins, conseiller la direction, justifier mes choix ergonomiques face aux réalités techniques et proposer des solutions viables pour mener à bien la refonte globale de la plateforme.

2.3. Objectifs de mon alternance et contraintes du projet

La saisonnalité de la boutique physique impose au site e-commerce d'être le seul moteur de revenus de l'entreprise durant l'hiver. L'enjeu de mon alternance est donc de sécuriser ces performances financières en fluidifiant le tunnel d'achat.

La réalisation de ce projet est soumise à plusieurs contraintes de terrain :

- **Contrainte technique** : Je n'avais jamais pratiqué le CMS PrestaShop, mes compétences étant centrées sur WordPress. J'ai dû m'adapter rapidement à sa logique interne rigide, tout en exploitant mes connaissances préalables du constructeur de page Elementor pour assurer l'intégration.
- **Réalité opérationnelle** : Face aux besoins immédiats de l'entreprise, les premiers mois de mon contrat ont été absorbés par des urgences en production (intégration de modules, traitement de visuels, SEO, supports imprimés pour la fermeture hivernale). Le chantier de recherche globale et de maquettage Figma a donc débuté tardivement.
- **Maintenabilité et budget** : PrestaShop implique des coûts de modules élevés. La stratégie budgétaire repose sur l'exploitation des fonctionnalités natives et d'outils abordables. Pour que mon gestionnaire puisse modifier les textes et visuels seul après mon départ, j'ai fait le choix de limiter au strict minimum le code CSS sur-mesure afin de garantir la stabilité future de l'interface.
- **Contrainte de temps** : Le site internet doit être entièrement opérationnel, testé et mis en production pour la fin du mois de juillet, date limite stricte correspondant à mes congés annuels en août.

3. Mon Projet Principal : Refonte et optimisations du site e-commerce

3.1. Cadrage du projet et analyse de l'existant

3.1.1. Audit du tunnel d'achat : identification des points de friction et des limites techniques de PrestaShop

Pour lancer ce projet, j'ai audité le parcours utilisateur de bout en bout en me positionnant comme un acheteur cible. Ce diagnostic a révélé trois points de friction majeurs bloquant la conversion sur l'ancienne interface :

- Un parcours d'achat excessivement long et segmenté.
- Un formulaire d'inscription fastidieux comportant un nombre disproportionné de champs textuels obligatoires.
- L'obligation de créer un compte client complet pour valider le panier, sans alternative d'achat rapide en mode « invité ».

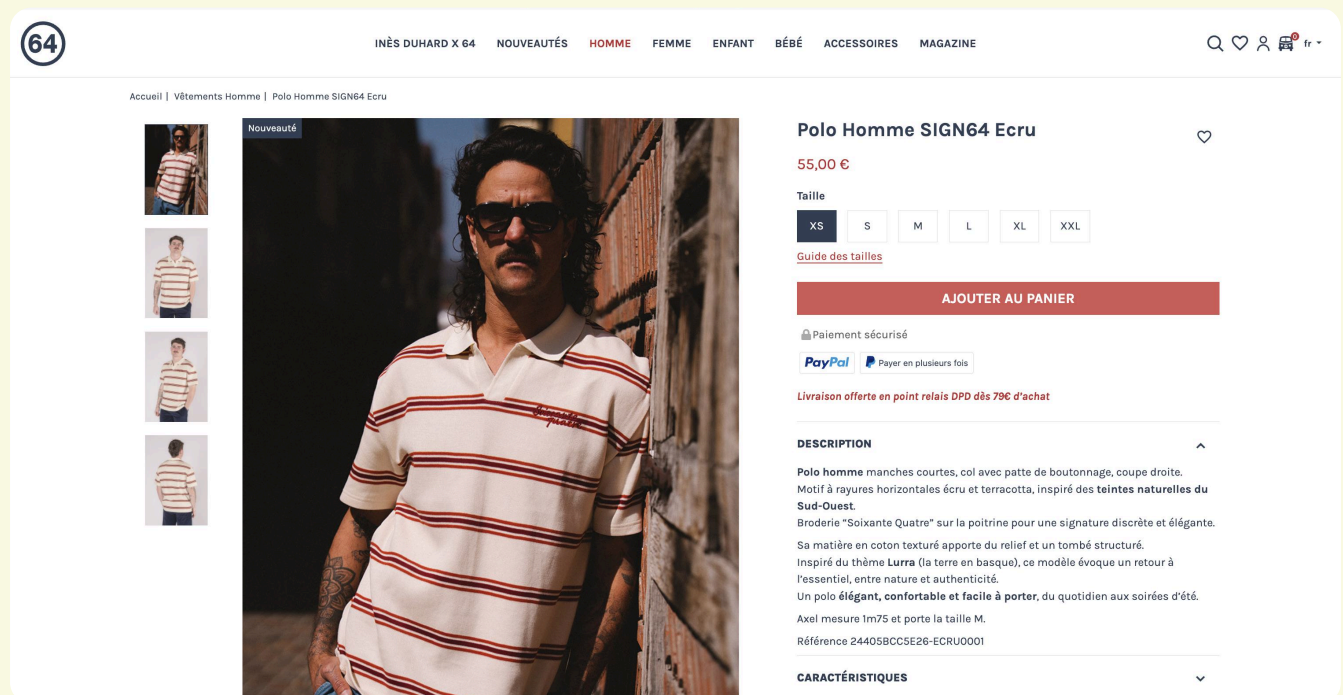
Mon objectif initial était de simplifier radicalement ce tunnel de vente. Face à la rigidité structurelle de PrestaShop, je me suis cependant heurté à des limites techniques importantes. Le processus de commande et la gestion des comptes clients dépendent de fichiers templates natifs profondément ancrés dans le cœur du CMS. Soucieux de préserver une maintenabilité totale via le back-office pour mon responsable, mes capacités de modification ergonomique sur cette section se sont révélées restreintes. J'ai donc choisi de réorienter mes efforts graphiques et fonctionnels vers des zones stratégiques modulables — la page d'accueil et la valorisation visuelle des fiches produits — pour compenser la rigidité de l'étape de paiement et capter l'utilisateur en amont.

3.1.2. Benchmark sectoriel : analyse de la gestion des tailles et stocks chez les concurrents

Parallèlement à l'audit, j'ai mené une analyse comparative ciblée auprès de marques de prêt-à-porter partageant un positionnement littoral ou un esprit local : 64, Phare Ouest 17, South West et Cherwood. Mon but était d'observer des solutions graphiques et fonctionnelles concrètes pour optimiser l'affichage de notre propre catalogue.

L'étude s'est concentrée sur le site de la marque 64, également développé sous PrestaShop. J'ai analysé la structure de leurs fiches produits pour résoudre un facteur de frustration classique en e-commerce : sélectionner une couleur pour s'apercevoir tardivement que la taille souhaitée est en rupture de stock. Ce benchmark m'a montré comment afficher simultanément et de manière limpide les déclinaisons de couleurs, de tailles et l'état des stocks. Ces observations ont guidé mes choix d'agencement sur Figma pour rationaliser l'architecture de nos fiches produits et réduire les clics inutiles dans le parcours d'achat de Darü.

Image d'une page produit du site 64 :



3.1.3. Faisabilité technique, contraintes budgétaires et planification de la refonte

La viabilité de la refonte globale reposait sur l'évaluation de nos contraintes de terrain :

- **Faisabilité technique** : Bien que PrestaShop fût un écosystème nouveau pour moi, mes compétences préalables sur WordPress et WooCommerce m'ont permis d'en assimiler rapidement la logique e-commerce. La présence du constructeur de page Elementor pour PrestaShop a confirmé la faisabilité technique du projet, me garantissant de pouvoir intégrer mes futures maquettes de manière autonome.
- **Contraintes budgétaires et de maintenance** : Les modules additionnels de PrestaShop représentant un coût élevé pour une petite structure, mon patron m'a fixé un cadre strict : optimiser l'existant sans frais superflus. J'ai donc basé ma stratégie sur les fonctionnalités natives et des extensions abordables, tout en limitant le code HTML/CSS sur-mesure pour s'assurer que mon responsable puisse gérer le site seul après mon départ sans dépendre d'un développeur.
- **Planification et réalité opérationnelle** : Contrairement à un projet académique linéaire, la réalité de l'entreprise a bouleversé mon calendrier. Recruté pour résoudre des problématiques immédiates sur le site en production, j'ai consacré les premiers mois à des interventions urgentes (module d'avis, cartes cadeaux, optimisation des médias, SEO). Le chantier de recherche et de maquettage Figma a donc débuté tardivement. Pour sécuriser la livraison, j'ai établi un rétroplanning strict ciblant une mise en production impérative à la fin du mois de juillet, en amont de mes congés annuels d'août.

3.2. Les optimisations prioritaires directement en production

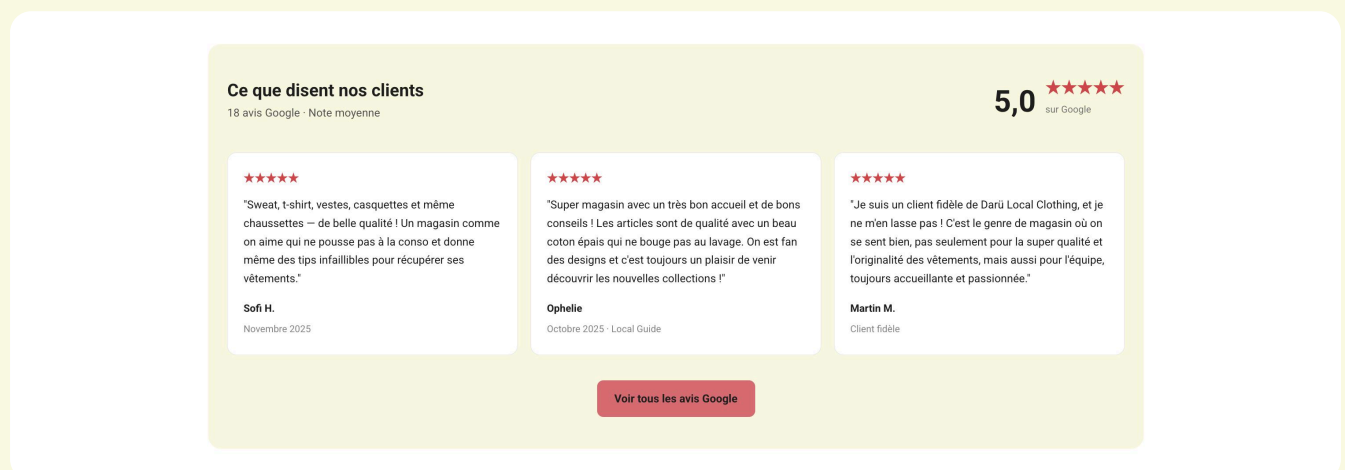
Avant de débiter la refonte graphique globale, j'ai pris en charge de nombreuses demandes opérationnelles urgentes directement sur le site en production. Ce flux d'interventions constantes — incluant des missions secondaires comme la création d'affiches imprimées dotées d'un QR code pour la fermeture hivernale de la boutique physique — explique le démarrage tardif de ma phase de conception sur Figma. J'ai centré mes actions sur quatre chantiers prioritaires à fort impact sur l'expérience utilisateur et les objectifs commerciaux de Darü.

3.2.1. Amélioration de la réassurance client : intégration technique de l'API Google Avis

La réassurance est un pilier fondamental de l'expérience utilisateur en e-commerce. Face à l'absence de preuve sociale, j'ai d'abord intégré un module d'extension PrestaShop à faible coût pour afficher nos avis Google. Lors de la configuration, un dysfonctionnement technique lié à l'API Google Places a provoqué une surconsommation de requêtes, générant une facturation imprévue sur le compte Google Cloud Console de l'entreprise. J'ai immédiatement coupé la liaison pour stopper les frais et géré les démarches de remboursement de l'outil défectueux.

Pour maintenir cet élément de réassurance essentiel sans surcoût, j'ai développé une solution alternative gratuite. J'ai récupéré le code d'intégration (iframe) natif de Google Maps lié à notre boutique physique, qui embarque par défaut les avis textuels. En m'appuyant sur l'intelligence artificielle Claude pour analyser la structure du code, j'ai nettoyé et modifié les feuilles de style associées à l'iframe. Cette manipulation technique m'a permis de masquer visuellement la carte géographique pour ne conserver et n'afficher que le bloc propre des avis textuels des clients. Cet arbitrage m'a permis d'installer un élément de réassurance parfaitement fonctionnel, pour un coût d'exploitation nul.

Intégration et nettoyage front-end de l'iframe Google Maps pour isoler les avis clients :



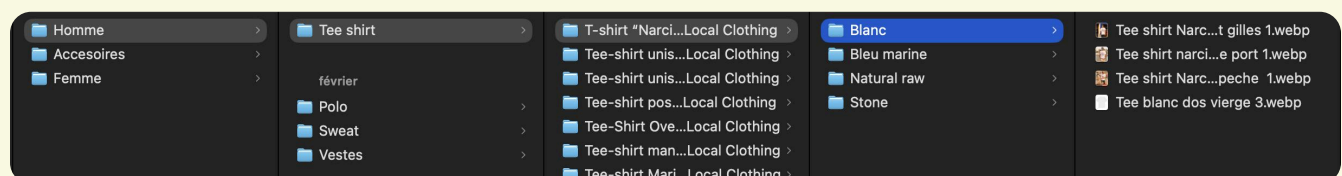
3.2.2. Optimisation du catalogue : normalisation graphique et performance technique des visuels

Le traitement des images de notre catalogue de plus de 100 références a nécessité une restructuration complète, divisée entre l'organisation logique des fichiers et leur optimisation technique pour le web.

D'une part, j'ai réorganisé l'arborescence de stockage des fichiers sources en calquant sa structure sur le menu principal (header) du site. Les dossiers sont classés par catégorie (Homme, Femme, Accessoires), puis subdivisés par types de produits (T-shirts, Sweats), puis par modèle nominatif et enfin par déclinaisons de couleurs spécifiques. Cette logique rigoureuse permet aujourd'hui à mon responsable de s'y retrouver instantanément et de continuer à enrichir le catalogue de manière autonome.

D'autre part, j'ai harmonisé l'expérience visuelle sur la plateforme en normalisant l'ensemble des photos à une taille unique de 1000 × 1250 pixels, assurant une parfaite cohérence sur les listes et les fiches produits. Dans un souci d'optimisation des performances et du référencement naturel (SEO), j'ai converti chaque image au format moderne WebP. Ce format réduit considérablement le poids des fichiers, ce qui accélère la vitesse d'affichage des pages. J'ai ensuite réimporté ces médias dans le back-office de PrestaShop en les associant précisément à chaque déclinaison d'article et de couleur.

Arborescence des fichiers d'images produit converties au format WebP :



3.2.3. Stratégie e-commerce omnicanale : contraintes d'intégration du module de cartes cadeaux

L'intégration d'une fonctionnalité de cartes cadeaux a mis en lumière la complexité d'aligner les ventes numériques avec les contraintes d'un magasin physique. Mon premier choix s'est porté sur un module d'entrée de gamme qui, après tests techniques, s'est révélé incompatible avec le système de caisse physique KerAwen. Les codes achetés en ligne n'étaient pas reconnus en boutique, créant une rupture majeure dans le parcours omnicanal et alourdissant la gestion quotidienne pour mon responsable.

J'ai donc interrompu cette implémentation pour sélectionner une extension plus robuste garantissant une synchronisation parfaite avec la caisse KerAwen. Au-delà de la résolution technique de la gestion des stocks, ce module a enrichi l'expérience utilisateur grâce à des fonctionnalités avancées : l'acheteur peut configurer le profil du destinataire et planifier la date exacte d'envoi automatique du courriel (idéal pour coïncider avec un anniversaire ou les fêtes de fin d'année). Cet arbitrage budgétaire a transformé une contrainte technique en un véritable levier de satisfaction client.

Interface de configuration du module de cartes cadeau :

1 - Choisissez le mode d'envoi

 Imprimer à la maison

 Envoyer par email

2 - Sélectionnez un modèle



3 - Informations sur la carte cadeau

Montant

50,00 € ▼

De : votre nom

À : nom du destinataire

Saisissez votre message

(200 caractères restants)

[Aperçu](#)

Ajouter Au Panier

3.2.4. Stratégie SEO : automatisation et génération des fiches produits via l'IA

Pour optimiser efficacement le référencement naturel (SEO) de notre catalogue sans imposer des mois de saisie manuelle, j'ai automatisé la production des contenus en connectant l'intelligence artificielle Claude à PrestaShop via le protocole MCP (Model Context Protocol). Après avoir validé la stabilité technique de cette liaison lors de phases de tests, j'ai configuré un « Projet » dédié dans l'interface de Claude pour y intégrer les instructions permanentes et le ton éditorial liés aux valeurs de Darü.

J'ai fait auditer le catalogue par l'IA pour isoler uniquement les articles actifs en ligne, excluant les références archivées ou hors ligne. Pour éviter la saturation du contexte de l'IA, j'ai traité les fiches par petits lots de 5 produits. Mon flux de travail était strict : Claude générait les propositions de descriptions et de balises SEO, j'assurais une relecture critique et une validation manuelle de chaque texte, puis je l'autorisais à injecter les données directement dans le back-office via le protocole MCP. Ce chantier d'envergure est planifié pour être entièrement finalisé dans le respect des délais globaux de livraison du projet.

Tableau d'analyse de l'audit SEO du catalogue produit :

ID	Nom du produit	Statut	Visibilité	Titre	Meta	Keywords	Récap (courte)	Description	Score	Action	Fautes / qualité texte
29	Sweat à capuche unisexe brodé – DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	⚠️ long	✓	✗	⚠️ HTML	✗	1/5	Retravailler	Récap : HTML Word à nettoyer. Description : VIDE (à créer). Titre trop long.
35	Sweat à capuche zippé unisexe brodé – DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	⚠️ long	✓	✗	⚠️ HTML	✗	1/5	Retravailler	Récap : HTML Word + lignes vides. Description : VIDE (à créer). Titre trop long.
36	Sweat col rond unisexe brodé – DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	⚠️ long	✓	✗	⚠️ HTML	✗	1/5	Retravailler	Récap : HTML Word. Description : VIDE (à créer). Titre trop long.
37	Sweat à capuche zippé broderie bouclette – DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	⚠️ long	✓	✗	✓	✓	3/5	Compléter	Récap : OK. Description : OK (structurée). Titre à raccourcir. Portugal = pas GOTS.
42	Sweat à capuche unisexe "Algues & Crabe" – DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	⚠️ long	✓	✗	⚠️ ton	✗	1/5	Retravailler	Récap : ton hors brief (météo/nature). Description : VIDE (confirmé screen). À réécrire+créer.
51	Sweat à capuche "Narcisse Pelletier" – Édition DARÜ Local clothing	En ligne	Site + catalogue	✓	✓	✗	⚠️ HTML	⚠️ HTML	2/5	Retravailler	Récap + Description : contenu riche mais HTML Word lourd à nettoyer. Keywords vides.
52	Sweat col rond Narcisse Pelletier – DARÜ Local clothing	En ligne	Site + catalogue	✓	✓	✗	⚠️ HTML	⚠️ HTML	2/5	Retravailler	Récap + Description : bon contenu, HTML Word à nettoyer. Keywords vides.
59	Sweat "Born to Be Arcade" – Unisexe – DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	⚠️ long	✓	✗	⚠️ HTML	✗	1/5	Retravailler	Récap : liste en Word. Description : VIDE. Titre long. Pas d'ancrage local.
62	Sweat à capuche Gorgone Algues – DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	⚠️ long	⚠️ long	✗	⚠️ HTML	⚠️ HTML	0/5	Créer	Récap + Description : HTML Word, 'à associer avec ton jean'. Metas trop longues.
85	Sweat à Capuche Logo DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	✓	✓	✗	⚠️ ton	⚠️ HTML	2/5	Retravailler	Description : raconte l'histoire de marque en fin = INTERDIT brief. Récap : ton à revoir.
86	Sweat col rond logo DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	✓	✓	✗	⚠️ HTML	–	2/4	Retravailler	Récap : HTML Word. Description : absente. Keywords vides.
113	Sweat capuche mouette tatouage - DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	✓	✓	✗	⚠️ HTML	–	2/4	Retravailler	Récap : HTML Word + infos taille. Description : absente. Keywords vides.
115	Sweat à capuche Goël coast - DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	✓	✓	✗	⚠️ HTML	–	2/4	Retravailler	Récap : HTML Word (bon ancrage Brétignolles). Description : absente. Keywords vides.
134	Sweat col rond "Tu mords ou tu files ?" – Édition Fish - DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	⚠️ long	✓	✗	⚠️ HTML	–	1/4	Retravailler	⚠️ FAUTE title : 'weat' au lieu de 'Sweat'. Récap : HTML Word. Titre trop long.
135	Sweat à capuche "Tu mords ou tu files ?" – Édition Fish - DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	⚠️ long	✓	✗	⚠️ HTML	–	1/4	Retravailler	Récap : HTML Word. Description : absente. Titre trop long.
141	Sweat à capuche unisexe "Floral Spirit" – DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	✓	✓	✗	⚠️ HTML	–	2/4	Retravailler	Récap : HTML Word. Description : absente. Keywords vides.
144	Sweat Marin "Pull rayé, mal rasé" – DARÜ Local Clothing	En ligne	Site + catalogue	✓	✓	✗	⚠️ HTML	–	2/4	Retravailler	⚠️ FAUTE : 'port' tronqué. Récap : HTML Word (bon ancrage). Keywords vides.
145	Sweat capuche unisexe La Normandelière - DARÜ LOCAL CLOTHING.	En ligne	Site + catalogue	✓	✓	✗	✓	–	3/4	Compléter	Récap : propre. Description : OK. Juste keywords vides. Bon exemple.
234	Sweat col rond Horizon - DARÜ LOCAL CLOTHING	En ligne	Site + catalogue	✓	✓	✓	✓	✓	5/5	RAS	✓ COMPLET & conforme (fiche modèle #234 Horizon).
239	Sweat capuche Trio du Littoral - DARÜ LOCAL CLOTHING	En ligne	Site + catalogue	✓	✓	✗	⚠️ HTML	–	2/4	Retravailler	Récap : HTML Word + infos taille. Description : absente. Keywords vides.

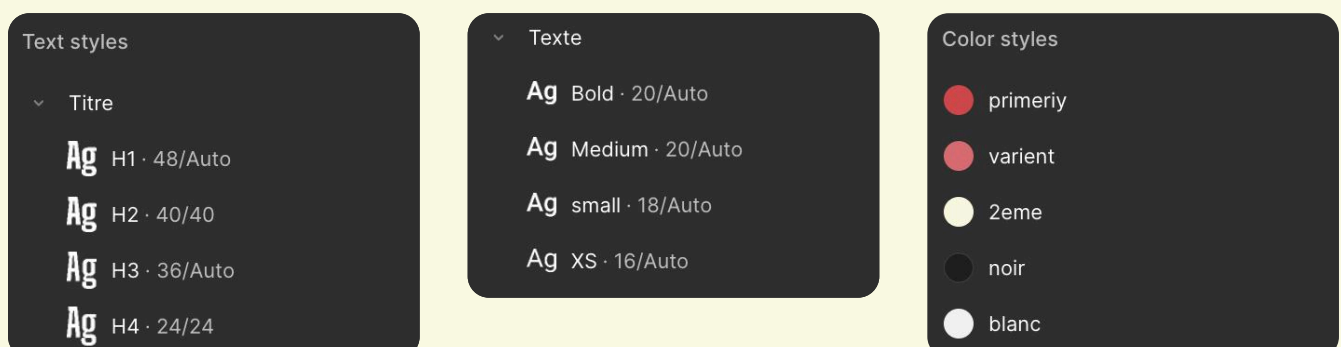
3.3. Conception graphique et création du Kit UI sur Figma

3.3.1. Création des bases du Kit UI : choix des couleurs, typographies, boutons et fiches produits

À mon arrivée, l'interface e-commerce souffrait d'une rupture graphique totale avec la boutique physique de Brétignolles-sur-Mer. Le site existant exploitait une palette centrée sur un jaune déconnecté de la marque, tandis que le point de vente utilisait une identité forte avec des touches de rouge littoral. Seule la typographie principale des titres (Snug Variable) était cohérente. J'ai conçu un guide de style aligné sur le magasin pour unifier l'image de Darü, puis j'ai transposé ces règles dans Figma sous forme de styles globaux et de composants pour structurer mon Kit UI :

- **Gestion typographique** : Conservation de la police Snug Variable exclusivement pour les titres afin d'affirmer le caractère graphique lié à l'océan. Application de la police Roboto pour le corps du texte afin d'offrir un vrai confort de lecture multi-écran. J'ai structuré l'ensemble de la hiérarchie sémantique en styles de texte (H1, H2, H3, P).
- **Interactivité des composants** : Création de composants avancés via le système de variants de Figma. J'ai configuré l'état initial et l'état survolé (hover) du bouton principal ainsi que des cartes de sélection des catégories (Homme, Femme, Accessoires) pour indiquer clairement les zones cliquables.
- **Structure des fiches produits** : Conception d'un composant global pour la carte produit de la page d'accueil, intégrant l'image normalisée du vêtement, le titre du modèle, le prix et les repères de navigation.
- **Arbitrage technique sur la page produit** : J'ai choisi de ne pas réaliser de maquette haute-fidélité sur Figma pour le détail de la page produit. Face à la rigidité structurelle de PrestaShop, dessiner un gabarit idéal représentait un risque de perte de temps ou d'obligation d'injecter du code CSS sur-mesure complexe. Concevoir et ajuster cette page directement sur le CMS m'a permis d'adapter le design aux fonctionnalités natives de la plateforme tout en respectant notre contrainte de maintenabilité.

Styles globaux de textes et de couleurs sur Figma :



3.3.2. Maquettage ciblé : focus sur la page d'accueil (Home) et la page de marque (Notre Histoire)

Pour éviter une rupture de parcours utilisateur majeure, j'ai planifié la mise en production simultanée des deux pages les plus stratégiques de la refonte : la page d'accueil (Home) et la page de marque (Notre Histoire).

- **La Page d'Accueil (Home)** : Pour épurer l'ancienne interface surchargée, j'ai conçu une section principale (Hero Banner) minimaliste avec un bouton d'action unique. J'ai placé les trois blocs de catégories (Homme, Femme, Accessoires) au premier plan, immédiatement sous la bannière, pour orienter l'internaute et raccourcir son parcours vers les produits. Lors de l'intégration sur PrestaShop, la réalité du terrain m'a poussé à ajouter des éléments d'information non anticipés ; j'ai appliqué une démarche de rétro-conception en mettant à jour mes maquettes Figma pour qu'elles reflètent fidèlement l'interface finale enrichie.
- **La Page "Notre Histoire"** : Destinée à valoriser l'identité vendéenne et la vision du fondateur, j'ai structuré ses contenus de manière dynamique grâce à une grille moderne de type « Bento ». Cet agencement visuel permet d'alterner les blocs narratifs textuels avec des images d'illustrations, les valeurs écoresponsables de l'entreprise et ses certifications biologiques (GOTS, OEKO-TEX).
- **Arbitrage technique (Section ADN)** : Sur Figma, j'avais dessiné une mise en page asymétrique où l'image de gauche s'étendait au-delà des marges. En production, reproduire cet effet imposait du code CSS sur-mesure pour forcer les conteneurs natifs d'Elementor à briser leur grille. Pour préserver la maintenabilité et respecter le calendrier, j'ai privilégié une approche pragmatique en simplifiant la structure via un format encadré (boxed) classique, alignant proprement un bloc d'image carré et un bloc de texte.

Darü
 Local clothing
 Créé à Brest/pollues-sur mer et inspirée par le littoral Vendéen
 Découvrez notre collection

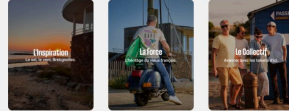
[illegible]

A person wearing a yellow hoodie with "DARU" and "EST. 2016" printed on the back is sitting on a wooden pier. A small dog is sitting next to them. In the background, there are boats and a red flag.

l'histoire de darù

Cine e divulgazione con Mir e l'animazione per la lettura dell'infanzia

19



Porteur (GARE), c'est le site de symboles : le polymère de soie, l'effacement à contre jour, et surtout la liberté de s'exprimer à travers ses passions.

Nos produits, en outre 100% biologiques, reflètent aussi un engagement éco-responsable. Un choix très peu de polymères, pour limiter les déchets micro-plastiques, très peu présents sur nos objets.

Aujourd'hui plus que jamais, préserver notre planète est essentiel.

En Vendée, la liberté est plus qu'un mot : c'est une manière qu'on aime faire vivre. La liberté de choisir son sport, de s'évader et de vivre dehors : surf, skate, Soles, pêche sportive et respectueuse...

Alors, soyez libres de dire (sur) ou (sans), mais surtout, soyez libre de porter GARE.

[illegible]

L'Excellence Durable

Nous sommes fiers de vous offrir des produits d'excellence, dont le prix reflète l'effort, les coûts de développement, de création et d'engagement envers une qualité sans compromis. Notre philosophie repose sur l'équité constante.

La Transparence

Chez E&S, nous ne suivons pas les chemins faciles et promotionnels. Nous nous engageons à vous proposer un prix juste jour par jour, gage de notre respect pour les principes qui nous guident, nous dans cette aventure où éthique depuis existent.

[Voir nos produits](#)

L'Ancre Local

Notre quête pour le meilleur nous rend-il
collaborer, chaque fois que possible, avec des
artisans -souvent parfois notre vision d'un
travail éthique et de pratiques durables.
Ensemble, nous bâtissons une communauté
forte, une par des valeurs communes.

Nous sélectionnons des bestiaux fabriqués dans des ateliers exclusivement en partie au charbonnel du au Portugal, avec un vin, savoir-faire dans la fabrication. Il faut aussi savoir que la qualité est notre point d'entrée, car le centre le meilleur de chaire, soleil et de l'eau chaude. La production fait l'usage d'un savoir et savoir, nous bien sur la qualité que sur la fragilité des matières.

Des certifications reconnues (HACCP, ISO 9001 et ISO 14001) et des contrôles réguliers effectués par des organismes certifiés.

Notre point de vue est de nous concentrer sur la qualité, nous ne pouvons pas nous permettre de nous éloigner des vêtements simples, agréables à porter et pensée pour durer.

La structure est faite à l'extérieur au lieu d'être une usine, ainsi que les équipements sont plus, et aussi une manière de nos vêtements modernes. Pour la partie scénographique (notre espace à l'entrée à Chatelet).



- Quels sont les délais et frais de livraison pour ma commande Dario ?
- Comment effectuer un retour ou un échange de taille ?
- Pourquoi choisir Dario Lacet Clothing pour vos vêtements ?
- Où sont imaginés et imprimés les produits Dario ?
- Comment entretenir mon t-shirt ou mon sweat pour qu'il dure ?
- Le paiement sur domiciliation/banque est-il sécurisé ?
- Pouvez-vous des cartes cadeaux ou des coffrets cadeaux Dario ?



Maquette Figma de la section ADN :



L'ADN de Darü

Porter DARÜ, c'est se vêtir de symboles : la puissance du crabe, l'attachement à notre terre, et surtout la liberté de s'exprimer à travers ses passions.

Nos produits, en coton 100% biologique, reflètent aussi un engagement éco-responsable. On utilise très peu de polyester, pour limiter les déchets micro-plastiques, déjà trop présents sur nos côtes. Aujourd'hui plus que jamais, préserver notre planète est essentiel.

Ici, en Vendée, la liberté est plus qu'un mot : c'est une bannière qu'on agite fièrement. La liberté de choisir son sport, de s'évader et de vivre dehors : surf, skate, Solex, pêche sportive et respectueuse... Alors, soyez libres de dire Daru ou Darou... mais surtout, soyez libre de porter DARÜ.

[Voir Notre histoire](#)

Intégration finale de la section ADN sur le site :



L'ADN de Darü

Porter DARÜ, c'est se vêtir de symboles : la puissance du crabe, l'attachement à notre terre, et surtout la liberté de s'exprimer à travers ses passions.

Nos produits, en coton 100% biologique, reflètent aussi un engagement éco-responsable. On utilise très peu de polyester, pour limiter les déchets micro-plastiques, déjà trop présents sur nos côtes. Aujourd'hui plus que jamais, préserver notre planète est essentiel.

Ici, en Vendée, la liberté est plus qu'un mot : c'est une bannière qu'on agite fièrement. La liberté de choisir son sport, de s'évader et de vivre dehors : surf, skate, Solex, pêche sportive et respectueuse...

Alors, soyez libres de dire Daru ou Darou... mais surtout, soyez libre de porter DARÜ.

[Voir plus de produits](#)

3.3.3. Arbitrages et retours du client : l'évolution de la maquette face aux attentes de mon patron

Pour impliquer efficacement mon maître d'apprentissage sans surcharger son emploi du temps, j'ai jalonné le processus de validation par jalons méthodologiques (charte graphique → zoning → wireframes → maquettes). Cette approche par lots m'a assuré une grande autonomie au quotidien. Ma posture de force de proposition et mes arguments ergonomiques ont facilité l'acceptation immédiate de mes choix d'interface. Notre collaboration directe s'est concentrée sur la co-rédaction des textes de la page Notre Histoire.

L'interface a évolué directement lors de l'intégration technique sur PrestaShop pour répondre à de nouveaux impératifs commerciaux :

- **Demande commerciale** : Nécessité d'intégrer un bloc pour les cartes cadeaux sur la page d'accueil. Pour l'ajouter rapidement sans phase de maquettage sur Figma, j'ai dupliqué et modifié une section structurale complexe déjà développée sur Elementor plus haut sur la page.
- **Réassurance géographique** : Prenant l'initiative de concevoir la section « Où nous trouver » pour localiser la boutique physique, j'ai réutilisé la structure graphique de la section ADN de Darü. Détourner ce bloc existant m'a permis de gagner en réactivité et de rentabiliser le temps d'intégration tout en conservant une parfaite cohérence visuelle.

3.3.4. Prise en compte de l'éco-conception et de l'accessibilité

- **Démarche d'éco-conception** : Mon action s'est concentrée sur la performance technique des pages. La normalisation de l'intégralité des visuels et leur conversion systématique au format moderne WebP réduisent considérablement le poids des fichiers médias stockés. Cette optimisation limite la consommation de bande passante, accélère l'affichage sur mobile et réduit l'empreinte énergétique des serveurs de l'entreprise.
- **Critères d'accessibilité et de contraste** : L'utilisation de la police Roboto pour le corps de texte garantit un confort de lecture optimal, appuyée par une hiérarchie sémantique stricte des balises (H1, H2, H3). Lors de la création du Kit UI, j'ai mesuré les rapports colorimétriques pour m'assurer que tous les éléments interactifs et boutons respectent un ratio de contraste supérieur à 5:1. Cette rigueur dépasse les exigences de base pour offrir une visibilité et une inclusion parfaites, même en situation de forte luminosité extérieure sur smartphone.

3.4. Intégration technique sur PrestaShop avec Elementor

3.4.1. Développement de la page d'accueil et contraintes techniques de l'éditeur

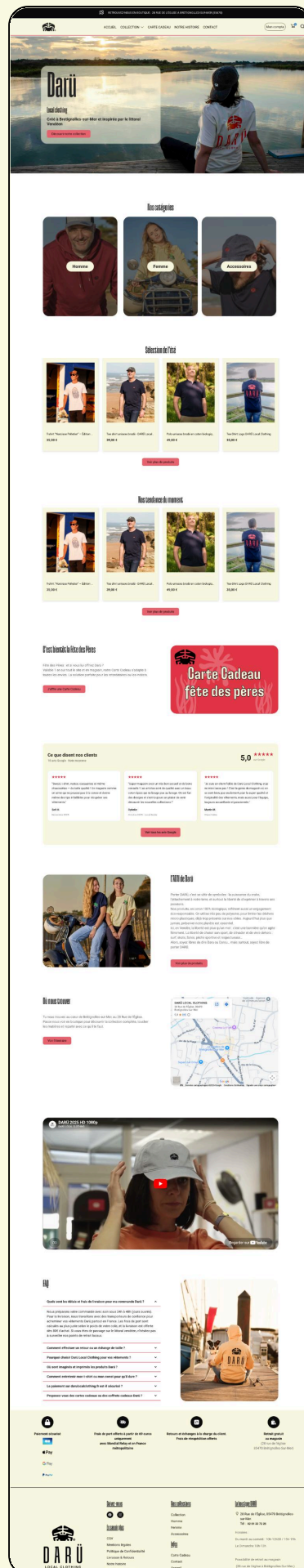
La transition entre mes maquettes statiques Figma et l'environnement de production s'est faite sur le CMS PrestaShop, complété par le constructeur de page Elementor. Cette phase opérationnelle m'a confronté aux réalités de l'intégration web et à la gestion de contraintes techniques directes.

L'utilisation d'Elementor au sein de l'écosystème PrestaShop a révélé un dysfonctionnement technique pénalisant au quotidien : à chaque sauvegarde de mes modifications dans l'éditeur, les mises à jour ne s'appliquaient pas sur l'interface publique. J'ai été contraint de vider manuellement et systématiquement le cache de performance dans le back-office de PrestaShop après chaque enregistrement pour contrôler mon travail, ce qui a représenté une perte de temps importante dans mon flux de production. Passé ce blocage, j'ai rapidement maîtrisé l'outil.

Le développement de la page d'accueil étant en cours de finalisation, la phase d'optimisation spécifique pour les mobiles n'a pas encore été totalement exécutée. Néanmoins, j'ai anticipé cette étape indispensable en structurant mes sections avec des dispositions fluides qui s'adaptent déjà aux réductions d'écrans. Ce choix technique préparatoire est capital car les utilisateurs sur mobile constituent la majorité du trafic de Darü, et l'ajustement minutieux des blocs fera l'objet de mes dernières interventions avant la livraison.

Pour garantir la pérennité du site, je n'ai injecté qu'un minimum de code CSS personnalisé, limité à des réglages très précis pour corriger de légers détails d'alignement. Mon maître d'apprentissage possédant déjà des notions de base sur Elementor et le back-office de PrestaShop, l'interface lui reste totalement accessible. Pour sécuriser définitivement l'autonomie de l'entreprise après mon départ, j'ai planifié la création d'un guide d'utilisation complet au format PDF qui récapitulera toute la logique du site internet.

Interface de la nouvelle page d'accueil en production :



3.4.2. Configuration et optimisation des pages catégories et produits depuis le back-office natif

L'organisation interne du catalogue et l'ergonomie des fiches produits ont nécessité un travail de restructuration au sein du back-office natif de PrestaShop. L'objectif était de rendre la navigation plus intuitive et de rapprocher les éléments essentiels à l'achat de la zone de flottaison.

Au niveau de l'arborescence, les grandes catégories principales (Homme, Femme, Accessoires) étaient déjà configurées à mon arrivée. Mes interventions ont consisté à affiner cette structure en ajoutant de nouvelles sous-catégories pour enrichir l'offre, notamment pour la section Accessoires où j'ai créé les dossiers dédiés aux bobs, aux sacs et aux chapeaux. Pour la gestion des articles, mon maître d'apprentissage se chargeait de la Saisie des stocks et des grilles de tailles. De mon côté, je me suis concentré sur l'association technique des médias en reliant chaque visuel précédemment optimisé aux déclinaisons de couleurs correspondantes dans la base de données. Face à la complexité de certaines configurations dans l'interface native de PrestaShop, j'ai régulièrement sollicité une intelligence artificielle pour m'aiguiller rapidement vers les bons menus.

L'agencement initial de la page produit présentait un défaut ergonomique majeur : un bloc de description textuelle était placé juste en dessous du titre. Cette disposition repoussait le prix, le choix des tailles et le bouton d'action tout en bas de l'écran, obligeant l'utilisateur à faire défiler la page pour interagir. Pour corriger cela, j'ai réorganisé l'ordre des blocs natifs dans le back-office et écrit quelques lignes de code CSS ciblé pour ajuster le positionnement visuel. J'ai ainsi remonté le titre au sommet, suivi immédiatement du prix, des pastilles de couleurs, du sélecteur de tailles et enfin du bouton « Ajouter au panier », rendant les informations prioritaires instantanément accessibles dès l'arrivée sur la fiche produit.

Pour le volet référencement naturel (SEO), ce chantier s'est distingué par l'absence totale de saisie manuelle. L'intégration des métadonnées (meta-titles et meta-descriptions) dans les champs natifs de PrestaShop s'est opérée de manière entièrement automatisée grâce à la liaison MCP (Model Context Protocol) établie avec Claude. Mon rôle a évolué vers une posture de supervision et de contrôle qualité pour gérer le flux d'intégration, vérifier l'absence de bugs techniques dans le back-office et valider la conformité de l'affichage public sur le site.

Nouvelle disposition de la fiche produit après optimisations :



T-shirt "Narcisse Pelletier" - Édition Hommage DARÜ Local Clothing

35,00 €

TTC

Couleur : **Bleu Marine**



Taille : **S**



AJOUTER AU PANIER

ACHETER MAINTENANT

Payez en 4X sans frais pour les achats de 20€ à 3 000€. [En savoir plus](#)

Acheter

3.4.3. Méthodologie d'intégration : choix du Desktop First et planification du responsive

Pour mener à bien l'intégration de cette refonte sur PrestaShop, j'ai opté pour une méthodologie de développement axée sur le « Desktop First » (conception prioritaire pour l'ordinateur). Ce choix répond avant tout à une contrainte technique liée à notre environnement de travail : sur PrestaShop, et particulièrement avec le constructeur de page Elementor, l'interface impose nativement de concevoir la structure générale sur grand écran avant de pouvoir configurer les déclinaisons pour les autres supports. Au-delà de cette logique logicielle, cette approche correspond à mes habitudes de travail. Je trouve beaucoup plus direct et simple de poser les bases visuelles et l'ossature globale du site sur le format ordinateur, pour adapter ensuite la disposition et les marges aux contraintes des terminaux mobiles.

Ce choix technique ne signifie pas que l'affichage sur smartphone a été mis de côté. Lors de la construction de mes sections dans l'éditeur Elementor, j'ai veillé à utiliser des conteneurs basés sur une logique fluide. Bien que je n'aie pas encore exécuté les optimisations minutieuses pour chaque taille d'écran, les blocs et les images se repositionnent déjà de manière automatique lors de la réduction de la fenêtre. Cette précaution structurelle évite les ruptures graphiques majeures et prépare le terrain pour les étapes suivantes.

L'optimisation précise du responsive design est planifiée comme une phase de travail exclusive dans mon calendrier, programmée juste avant la mise en ligne finale à la fin du mois de juillet. Cette étape sera cruciale pour configurer les points de rupture (breakpoints) indispensables pour adapter la taille des typographies (Snug Variable et Roboto), réduire l'épaisseur des marges, et valider l'ergonomie du tunnel d'achat sur écran tactile. Segmenter mon flux de travail de cette façon m'évite de m'éparpiller en production tout en garantissant un contrôle qualité rigoureux sur chaque support.

3.5. Recette, tests et préparation de la livraison

3.5.1. Protocole de tests multi-écrans et finalisation des pages fonctionnelles sans maquette

La phase finale du projet consiste à préparer le déploiement global de la refonte, planifié pour la fin du mois de juillet. Cette étape décisive demande de finaliser les dernières pages informatives du site et de valider un protocole de recette technique rigoureux pour s'assurer qu'aucun dysfonctionnement ne vienne perturber le parcours d'achat lors de la mise en ligne.

- **La conception directe de la page Contact :** Dans un souci d'optimisation de mon temps de production, j'ai choisi de ne pas réaliser de maquette graphique sur Figma pour la page « Contact ». Il s'agit d'une interface purement fonctionnelle et standardisée, dont les besoins sont déjà identifiés. Pour la concevoir, je m'appuie directement sur l' gabarit de la page actuelle au sein de l'éditeur Elementor de PrestaShop, en y intégrant les informations pratiques de l'entreprise et un formulaire de contact épuré. Afin de maintenir une cohérence visuelle parfaite sans alourdir le développement, je réutilise le bloc modulaire « Où nous trouver » créé pour la page d'accueil, y associant l'iframe Google Maps. Cette intégration directe en production évite une double saisie et accélère la livraison.
- **Le protocole de recette et de tests multi-écrans :** Avant de valider l'ouverture publique de la plateforme, j'exécute un plan de tests complet. Ce contrôle qualité s'effectue en deux temps. D'abord en environnement de pré-production, j'utilise l'inspecteur de code du navigateur (Chrome DevTools) pour simuler une large variété de résolutions d'écrans et vérifier la fluidité des blocs. Pour valider l'ergonomie réelle, je teste l'interface en direct sur mon propre smartphone ainsi que sur celui de mon maître d'apprentissage. Ces manipulations permettent de vérifier l'interactivité de chaque bouton, la sélection des déclinaisons de tailles et de couleurs, ainsi que le bon acheminement des e-mails envoyés via le formulaire. Une fois le site officiellement déployé et basculé en ligne, je réitère l'intégralité de ces vérifications pour m'assurer qu'aucun bug lié au serveur n'est apparu.
- **L'audit automatisé par l'intelligence artificielle :** Pour sécuriser cette livraison, j'exploite la connexion MCP (Model Context Protocol) établie entre le site internet et Claude. Au lieu de me limiter à un contrôle visuel humain, je demande à l'IA de réaliser une analyse globale des pages intégrées. Grâce à sa capacité à lire la structure de la plateforme, Claude vérifie la conformité technique du référencement naturel (SEO), s'assure qu'aucune métadonnée n'a été oubliée et détecte d'éventuels problèmes invisibles à l'œil nu. Cette posture de supervision me permet de corriger les derniers détails avant la livraison finale.

3.5.2. Guide d'utilisation et passation du projet

Pour clore ce projet de refonte et sécuriser l'avenir de la boutique en ligne de Darü, j'ai mis en place une stratégie de passation ciblée. Mon choix de limiter l'usage de code CSS personnalisé prend ici tout son sens : en me reposant quasi exclusivement sur la structure native d'Elementor et les options de base de PrestaShop, je garantis à mon maître d'apprentissage un contrôle total sur l'interface, sans risque de casser une ligne de code complexe qu'il ne pourrait pas réparer seul.

Cette passation s'organise autour de deux approches complémentaires :

- **Une formation en direct** : Je mène une session d'accompagnement en live avec mon responsable directement à l'atelier. Nous parcourons l'ensemble des éléments des nouvelles fiches et des pages refaites. Ce moment d'échange permet de tester les manipulations pratiques en situation réelle et de lever les doutes sur l'administration quotidienne des blocs.
- **Un support de référence PDF** : Pour anticiper les oublis une fois mon contrat terminé, je conçois un guide d'utilisation au format PDF. Ce document, structuré avec des captures d'écran claires du back-office, sert d'aide-mémoire technique pour toutes les actions courantes de maintenance éditoriale (modification de bannières, mise à jour des textes, ajustement des blocs).

Un accent particulier est mis sur le transfert de compétences lié au référencement naturel (SEO). L'entreprise étant amenée à faire évoluer son catalogue avec l'arrivée de nouveaux vêtements ou accessoires, il est indispensable que mon responsable sache reproduire la méthode d'optimisation installée. Je le forme donc à l'utilisation de l'intelligence artificielle Claude pour générer, analyser et optimiser lui-même ses métadonnées dans le back-office. Grâce à cette passation, l'entreprise dispose de toutes les clés pour faire vivre la plateforme de manière totalement indépendante.

4. Bilan de l'Expérience et Analyse Professionnelle

4.1. Bilan de la refonte : difficultés rencontrées et apprentissages

Ma découverte de l'écosystème PrestaShop a nécessité un temps d'adaptation important lors des premières semaines. Habitué à la flexibilité et au large catalogue d'extensions gratuites de WordPress, j'ai dû appréhender la logique interne de ce nouveau CMS et composer avec son modèle économique contraignant, où la moindre fonctionnalité avancée impose l'achat de modules payants onéreux. Cette réalité m'a appris à rationaliser financièrement chaque besoin technique de l'entreprise.

La rigidité structurelle de PrestaShop s'est manifestée lors de l'audit du tunnel d'achat, le processus de gestion des comptes clients et les étapes du panier dépendant de fichiers templates natifs profondément ancrés dans le cœur du code. Soucieux de préserver une maintenabilité totale via le back-office pour mon responsable, mes possibilités de modification ergonomique de cette section se sont révélées restreintes. J'ai donc choisi de réorienter mes choix graphiques et fonctionnels vers les zones modulables — la page d'accueil et la valorisation des fiches produits — pour optimiser l'expérience utilisateur en amont. Cet arbitrage m'a appris à détacher ma pratique d'une vision idéale pour l'adapter au pragmatisme des contraintes réelles du support de production.

Enfin, cette alternance m'a prouvé l'importance de la réactivité au sein d'une petite structure. Face aux imprévus de production, j'ai su développer des solutions de contournement autonomes : nettoyer manuellement les feuilles de style d'une iframe Google Maps pour afficher gratuitement nos avis clients après le bug de l'API Places, ou dupliquer et modifier des sections complexes sur Elementor pour y intégrer rapidement la fonctionnalité de cartes cadeaux synchronisée à la caisse KerAwen. Ces ajustements m'ont permis de sécuriser le calendrier de production sans jamais paralyser le flux de travail.

4.2. Prise de recul sur ma progression (Points forts et axes d'amélioration)

Cette année d'alternance m'a permis de mesurer mon évolution sur le terrain, d'identifier précisément les compétences que j'ai renforcées ainsi que les aspects de ma méthodologie que je dois perfectionner.

- **Mes points forts renforcés** : L'autonomie a été le moteur principal de ma progression. En l'absence de designer ou de développeur senior pour m'encadrer au quotidien, j'ai dû acquérir par moi-même les compétences nécessaires pour résoudre chaque blocage technique. Cette configuration, associée à un rythme important de télétravail, m'a imposé une autodiscipline et une rigueur indispensables pour organiser mes tâches et tenir le calendrier. Dans cette démarche d'apprentissage solitaire, l'intelligence artificielle s'est avérée être un assistant précieux pour m'aiguiller rapidement. Être l'unique profil technique de l'entreprise m'a également forcé à assumer une posture de force de proposition constante, apprenant à affirmer mon point de vue de webdesigner, à argumenter mes choix ergonomiques et à guider les choix de mon maître d'apprentissage pour mener la refonte dans la bonne direction.
- **Mes axes d'amélioration identifiés** : Mon processus de conception sur Figma présente une piste d'amélioration claire. Pour la page d'accueil, je me suis concentré exclusivement sur le maquetage haute-fidélité pour ordinateur. Avec le recul, décliner également la maquette au format mobile sur Figma m'aurait permis de stabiliser tous les choix graphiques en amont, m'évitant ainsi une charge de réflexion visuelle supplémentaire lors de la phase de développement responsive sur Elementor. À l'avenir, je veillerai à concevoir le format smartphone avant l'intégration. Enfin, je souhaite faire évoluer mes méthodologies concernant les phases de recherche. Bien que l'audit du tunnel et le benchmark m'aient fourni des bases concrètes, je désire pousser le traitement des données et l'analyse utilisateur beaucoup plus loin. Mon passage en MBA Lead UX/UI à la rentrée sera l'occasion idéale pour densifier ces étapes préparatoires indispensables aux projets d'envergure.

4.3. Vision actuelle du métier de Designer UX-UI et évolution de la profession

Mon année d'alternance chez Darü a profondément fait évoluer ma vision du métier de Designer UX-UI. À mon sens, notre rôle ne se limite plus à dessiner de belles interfaces statiques sur Figma. Le designer d'aujourd'hui doit posséder une solide compréhension des réalités techniques du support final, et cela dépasse la simple manipulation d'un CMS ou d'un éditeur visuel. Il s'agit d'intégrer une véritable culture du développement web et de l'intégration front-end pour concevoir des produits numériques directement pensés pour être intégrés de manière fluide, performante et propre.

Cette évolution de notre profession est indissociable de l'arrivée massive des outils d'intelligence artificielle. Mon travail quotidien avec Claude, notamment via le protocole MCP pour automatiser le SEO du catalogue, m'a prouvé que l'IA ne va pas remplacer le designer mais redéfinit sa valeur ajoutée. En confiant à la machine les tâches lourdes ou exécutives, comme la rédaction en masse de métadonnées, la recherche de menus spécifiques dans le back-office ou la suggestion de correctifs CSS, j'ai pu libérer un temps précieux.

Grâce à cet assistant technique, le rôle du designer se déplace vers des missions à plus forte valeur humaine : l'organisation logique de l'information, l'agencement visuel pour rendre les fiches produits fluides et la discussion stratégique pour aligner l'interface numérique sur l'univers réel de l'entreprise. L'IA exécute, mais c'est le designer qui arbitre, garde le sens critique et structure l'expérience globale de l'utilisateur. Passer d'une posture de simple exécutant graphique à celle de superviseur de projet capable de piloter ces technologies renforce ma motivation à intégrer le MBA Lead UX/UI à la rentrée, pour lier définitivement direction stratégique et productivité technique.

Conclusion & Perspectives : Vers le MBA Lead UX/UI

Cette année de mission au sein de l'entreprise Darü Local Clothing a constitué un tremplin décisif pour ma professionnalisation. Mener seul le chantier de refonte globale d'une plateforme e-commerce active m'a confronté aux réalités concrètes du terrain, bien au-delà des cadres théoriques de l'apprentissage académique.

À travers la gestion des contraintes budgétaires de la marque, la découverte technique du CMS PrestaShop et l'intégration de fonctionnalités omnicanales complexes comme la synchronisation des cartes cadeaux avec la caisse physique, j'ai développé une solide maturité opérationnelle. Ce projet m'a prouvé que la valeur d'un Designer UX/UI réside dans sa capacité à faire dialoguer l'exigence esthétique d'un Kit UI sur Figma avec le réalisme structurel du développement front-end et des architectures de production. De plus, intégrer l'intelligence artificielle Claude au cœur de mon flux de travail SEO m'a permis d'appréhender de nouvelles méthodologies d'automatisation, déplaçant mon rôle vers une posture de supervision et de contrôle qualité.

L'obtention de mon Bachelor Webdesign pose des fondations techniques solides, mais pour naviguer avec assurance sur un marché du travail en constante mutation, je ressens la nécessité de pousser mes compétences plus loin. Mon intégration à la rentrée prochaine au sein du MBA Lead UX/UI est la suite logique de mon parcours. Ce cursus supérieur me donnera les clés stratégiques indispensables pour piloter des projets de grande envergure, manager des équipes pluridisciplinaires et approfondir la recherche utilisateur.

Mes perspectives professionnelles s'articulent déjà autour de ma future alternance en agence, où je pourrai confronter ma polyvalence à des méthodologies d'équipe plus strictes et à des comptes clients d'envergure nationale. À terme, fort de cette double culture entre design centré utilisateur, culture du code front-end et maîtrise des technologies d'intelligence artificielle, j'ambitionne de m'installer durablement comme un expert référent en agence ou de mettre cette autonomie au profit d'une activité freelance pour accompagner les entreprises dans leur transformation digitale.