

1. Крайно становище

Francophonie Пловдив е реален, ясно специализиран и публично разпознаваем бранд с добра репутационна основа. Основният проблем не е идентичността на бранда или базовата достъпност за търсачки и AI системи. Проблемът е, че техническият, съдържателният, доказателственият, измервателният и машинночетимият слой не представят пълно силата на реалния бизнес.

Брандът и позиционирането са силни, но онлайн представянето им е системно недовършено. Потвърдените дефицити са в техническата конфигурация, аналитиката, мобилната скорост, метаданните, странично специфичната schema, актуалните доказателства, съдържателното покритие и машинночетимия слой.

Сайтът е достъпен, обхождаем и индексируем. Lighthouse измери SEO 100/100 и Agentic Browsing 100/100 за началната страница. Това е базова проверка на една страница, а не цялостна оценка на сайта. Lighthouse не измерва конкурентно класиране, пълния индекс, backlink профила, локалната видимост, съдържателното покритие, специализираните машинни ресурси или мултисистемната B2A готовност.

Най-сериозният измерен проблем е производителността на мобилна среда: Lighthouse Performance 65/100 и Largest Contentful Paint 17,3 секунди при конкретния лабораторен тест. Най-сериозните системни технически проблеми са липсата на 301 пренасочвания между четирите версии на домейна, неработещата аналитика, несъответствието между cookie политиката и реалния код, тежкото начално изображение, липсата на кеширане и повтарящите се метаданни и structured data.

Финален статус по направления

Направление	Потвърден статус	Кратък извод
Бранд	Силна реална основа	Ясна специализация, човешко позициониране и добра публична репутация, но недостатъчно актуални и независимо проверими доказателства.
Техническо SEO	Работеща база със съществени пропуски	Сайтът се обхожда и страниците са достъпни, но URL канонизацията, метаданните, schema и техническите настройки не са довършени.
Производителност	Незадоволителна на мобилна среда	Performance 65/100 и LCP 17,3 сек. при предоставения Lighthouse тест.
Достъпност	Добра, но не завършена	Accessibility 93/100; установени са недостатъчен цвятски контраст и неправилна последователност на заглавията.
Аналитика	Неработеща за съвременни измервания	Наличен е само Universal Analytics идентификатор; GA4 не е открит.
GEO и AI достъп	Частична машинна готовност	Основните search и AI user/search ботове получават HTTP 200, но пет специализирани машинни ресурса връщат 404. Базовият crawl достъп не е пълна мултисистемна GEO/B2A готовност.
B2A готовност	Технически достъпен, системно непълен	Машините могат да прочетат сайта, но получават малко конкретни доказателства, непълен entity профил и липсващ самостоятелен discovery слой.

FRANCOPHONIE ПЛОВДИВ | ПРОВЕРЕН ОДИТ

Lighthouse категория	Резултат	Какво действително означава
Agentic Browsing	100/100	Страницата преминава Lighthouse тестовете за агентно сърфиране; това не измерва мултисистемната GEO/B2A готовност или специализираните машинни ресурси.

Измерените performance метрики са:

Метрика	Резултат	Оценка
First Contentful Paint	3,5 сек.	Бавен
Largest Contentful Paint	17,3 сек.	Много слаб; препоръчителната граница за добро потребителско изживяване е до 2,5 сек.
Speed Index	5,1 сек.	Нуждае се от подобрение
Total Blocking Time	30 ms	Добър
Cumulative Layout Shift	0	Отличен
Max Potential FID	80 ms	Добър

Това е лабораторно измерване от една сесия, не полеви Core Web Vitals отчет от реални посетители. Поради липса на достатъчни 28-дневни Chrome UX Report или Search Console данни полевият CWV статус остава неизвестен.

Lighthouse отчита общ трансфер около 3,11 MB за 18 заявки, от които приблизително 2,53 MB са изображения. Началното JPEG изображение е 2 516 142 байта и съдържа около 2,37 MB потенциално избегнат трансфер. Отчетени са още:

- около 2 326 KiB излишно натоварване от неоптимизирана доставка на изображения;
- около 2 523 KiB ресурси с неефективна cache политика;
- render-blocking потенциал около 2 830 ms;
- приблизително 131 KiB неизползван JavaScript;
- приблизително 21 KiB неизползван CSS.

LCP елементът в конкретния Lighthouse trace е текстовият елемент с името „Francophonie“ в логото. Това означава, че забавянето не трябва да се обяснява единствено с hero снимката. Render-blocking CSS, Google Fonts и моментът на изобразяване на шрифта също са част от проблема. Тежкото изображение остава най-големият трансферен товар.

3.2. URL канонизация и протокол

Директната проверка на четирите основни варианта показва HTTP 200 за всеки от тях:

- <http://francophonie-plovdiv.com/>
- <http://www.francophonie-plovdiv.com/>
- <https://www.francophonie-plovdiv.com/>
- <https://francophonie-plovdiv.com/>

настоящия отчет потвърждават основните класове дефицити. Следователно 54/100 е методически специфична, но не второстепенна или пренебрежима оценка.

8. Кои спорни твърдения са отхвърлени

След сравнение и директна проверка следните твърдения са изключени от потвърдените проблеми, а на тяхно място са запазени коригираните факти:

Отхвърлено или подвеждащо твърдение	Коригиран факт
„Сайтът няма schema и геокоординати.“	Има идентичен JSON-LD блок на всичките 27 sitemap страници, включително адрес и GeoCoordinates.
„Сайтът има GA4.“	Не е открит GA4 ID; наличен е само Universal Analytics UA ID.
„Universal Analytics спря през юли 2024 г.“	Стандартният UA спря новите данни на 1 юли 2023 г.; 2024 г. се отнася за Analytics 360.
„Изображенията нямат alt.“	Имат alt, но всички начални изображения използват общата стойност „Francophonie“.
„Всички изображения са добре описани.“	Наличието на alt е потвърдено; качествено индивидуално описание не е.
„AggregateRating ще даде звездички на сайта.“	Google не показва self-serving review rich results за собствен LocalBusiness/Organization. Това е ограничение на Google и не прави достоверните структурирани репутационни данни безполезни за други машини.
„Щом Google не ги изисква, AI файловете са ненужни.“	llms.txt, llms-full.txt, ai.txt, ai-plugin.json и openapi.json връщат 404. Google описва собствените си продукти; липсата остава мултисистемен GEO/B2A дефицит, като API ресурсите са приложими само при реална агентска или API функционалност.
„Всички AI ботове са блокирани.“	Основните search и user AI crawlers получават 200; само ClaudeBot получи 406 при теста.
„Сайтът е практически невидим.“	Сайтът и отделни страници са публично откриваеми. Точният обхват на видимостта изисква Search Console.
„Няма нито едно авторитетно външно споменаване.“	Има официално присъствие в картата на Institut Français de Bulgarie.
„Semrush показва реален трафик 6.“	Това е прогнозна стойност на Semrush, не измерен трафик.
„Старият /events още е активен.“	URL адресът връща 404 и не е в текущия sitemap. Стари search snapshots може още да съществуват.
„Oink е непотвърден, следователно GBP не е заявен.“	„Непотвърден“ се отнася до Oink профила; собствеността на GBP е отделен въпрос.
„B2A означава Business-to-Algorithm.“	В използваната тук рамка B2A означава Business-to-Agent.

9. Консолидиран регистър на потвърдените проблеми

Критични проблеми

- 1. **URL канонизация.** Четирите основни протоколни и host версии връщат HTTP 200, без 301 към един предпочитан адрес; robots.txt и всички Open Graph URL стойности съдържат HTTP или несъответстващ адрес.
- 2. **Аналитика и consent.** Наличен е само неработещ за нови данни Universal Analytics идентификатор; GA4 не е открит, аналитичният код се зарежда независимо от избора в банера и липсва надеждно измерване на конверсиите.

- 3. **Правни текстове.** Публичната политика съдържа [www.example.bg] и твърди поведение на GA4 и cookies, което не съответства на реалния код.
- 4. **Мобилна производителност.** Lighthouse Performance е 65/100, LCP е 17,3 сек., изображенията формират около 2,53 MB от 3,11 MB трансфер, а началното изображение е около 2,52 MB.
- 5. **Кеширане и render path.** Проверените статични ресурси са без ефективна cache политика и компресия; налични са render-blocking ресурси, неизползван JavaScript и неизползван CSS.
- 6. **Security headers.** В началния отговор не са открити HSTS, Content-Security-Policy, X-Content-Type-Options, frame protection или Referrer-Policy.

Съществени проблеми

- 7. **Метаданни и заглавия.** Всичките 27 страници използват една meta description; има дублирани course titles, грешен Open Graph адрес на /campus и два H1 елемента на /terms.
- 8. **Странично специфична schema.** Един и същ организационен JSON-LD блок е копиран върху всички 27 страници; липсват ProfilePage/Person, Course/CourseInstance, Article/BlogPosting и BreadcrumbList според реалния тип съдържание.
- 9. **Достъпност.** Потвърдени са недостатъчен цветови контраст и неправилна последователност на заглавията.
- 10. **Съдържание по намерение.** Сайтът не покрива достатъчно подробно основните аудитории, нива, програми, графици, цени, методика, избор на курс и изпитна подготовка.
- 11. **Доказателствен слой.** Отзивите на собствения сайт са стари, липсват конкретни курсистки истории и структурирани преподавателски профили, а твърдението за 100% успеваемост е без период, извадка и методика.
- 12. **Local и entity consistency.** Името, адресът, входът и работното време се различават между сайта, стари search snapshots и външни директории; точните текущи стойности не са публично потвърдени.
- 13. **Остатъчно индексирание.** Старият /events връща 404, но по-стари версии на адреса и съдържанието продължават да се виждат в публични search snapshots; текущият индексен статус е неизвестен.

Проблеми с авторитета, измерването и машинната готовност

- 14. **Авторитетни citations и links.** Потвърдено е присъствие в Institut Français, но публичният независим авторитетен слой остава ограничен и не показва широка мрежа от актуални образователни и местни споменавания.
- 15. **Backlink риск.** Цитиран е замърсен профил, но липсват суров export, домейн преглед, manual action и достатъчно доказателства за реалната степен на риска.
- 16. **B2A измерване.** Липсва повторям многосистемен benchmark за реални въпроси, препоръки, цитирани източници и фактически грешки.
- 17. **Първични измервания.** Не са налични потвърдени Search Console, работещ GA4 и GBP данни за импресии, non-brand заявки, кликове, конверсии и local actions.