

SEO des vidéos pour Google

Mode Vidéo, moments clés, aperçus, badge En direct — les bonnes pratiques officielles Google

À retenir en une phrase : Pour qu'une vidéo remonte dans Google, il faut une page de lecture dédiée (1 vidéo = 1 page), indexée ET bien classée, avec la vidéo intégrée en HTML standard, une vignette stable de qualité et des données structurées VideoObject. Sans ça, pas de fonctionnalités vidéo (mode Vidéo, moments clés, aperçu, badge En direct).

1. Aider Google à trouver la vidéo

La vidéo doit être techniquement détectable. Les règles de base :

- Intégrer la vidéo avec un élément HTML reconnu : `<video>`, `<embed>`, `<iframe>` ou `<object>`.
- Pas de fragments d'URL (#) pour charger la vidéo : Google ne les suit généralement pas.
- Si la vidéo est injectée en JavaScript, vérifier qu'elle apparaît dans le rendu HTML (outil d'inspection d'URL).
- Ne pas dépendre d'une action utilisateur (clic, scroll, saisie) pour charger la vidéo.
- Fournir des métadonnées : données structurées VideoObject, sitemap vidéo, et/ou Open Graph (OGP).

2. Vérifier que la vidéo peut être indexée

Conditions cumulatives pour être éligible aux fonctionnalités vidéo :

- La page de lecture doit être indexée ET bien classée avant que la vidéo soit prise en compte (l'indexation de la page ne suffit pas).
- La vidéo doit être intégrée à la page et non cachée derrière d'autres éléments.
- Vignette valide disponible à une URL stable.
- Type de fichier compatible (MP4, WebM, MOV, MKV, AVI...). Les URL de données ne sont pas acceptées.
- URL stables : un CDN dont les URL expirent vite empêche l'indexation. Une URL de vignette et de fichier unique et stable par vidéo.
- Paywall : ajouter les données structurées de contenu payant pour que Google trouve et indexe quand même la vidéo.

3. Une page de lecture dédiée par vidéo (le point clé)

Le cœur de la doc : pour les fonctionnalités vidéo, créez une **page dont l'objet principal est UNE vidéo**. Google distingue clairement les deux cas :

EST une page de lecture	N'EST PAS une page de lecture
Page de destination d'une vidéo	Article de blog qui commente une vidéo intégrée
Page lecteur d'un épisode de série	Page produit avec une vidéo 360° du produit
Page de lecture d'une vidéo d'actualité	Page catégorie listant plusieurs vidéos équivalentes
Page de meilleurs moments sportifs	Page d'avis sur un film avec bande-annonce intégrée

Chaque page de lecture doit avoir un **titre et une description uniques**. Une même vidéo peut figurer sur une page de lecture ET ailleurs (article, fiche produit) ; la page non dédiée peut quand même apparaître en résultat textuel ou Images avec badge vidéo.

Lecteurs tiers (YouTube, Vimeo, Facebook) : Google peut indexer la vidéo à la fois sur votre page et sur la plateforme. Sur votre page de lecture, fournissez quand même des données structurées et ajoutez la page au sitemap vidéo.

4. Fournir une vignette de qualité

Une vignette valide est obligatoire pour les fonctionnalités vidéo. Sources possibles (utiliser la même URL partout) :

- HTML <video> : attribut poster.
- Sitemap vidéo : balise <video:thumbnail_loc> (ou <media:thumbnail> en mRSS).
- Données structurées : propriété thumbnailUrl.
- OGP : propriété og:video:image.

Spécification	Valeur
Formats acceptés	BMP, GIF, JPEG, PNG, WebP, SVG, AVIF
Taille	60 × 30 px minimum (plus grand recommandé)
Emplacement	Accessible à Googlebot et Googlebot Images (ne pas bloquer via robots.txt ni login), URL stable et permanente
Transparence	Au moins 80 % des pixels avec une valeur alpha > 250

Et fournir des données structurées **cohérentes et uniques** : thumbnailUrl, name et description propres à chaque vidéo, alignés sur le contenu réel.

5. Activer les fonctionnalités vidéo

Le balisage rend éligible mais ne garantit pas l'affichage. Trois fonctionnalités à connaître :

Fonctionnalité	Comment l'activer
Aperçu vidéo (quelques secondes en mouvement)	Autoriser Google à récupérer le fichier vidéo. Durée réglable via la balise meta max-video-preview.
Moments clés (chapitres)	Données structurées Clip (codes temporels + libellés exacts) ou SeekToAction, ou codes temporels dans la description YouTube. Google peut aussi les détecter seul.
Badge « En direct »	Données structurées BroadcastEvent pour les diffusions en direct.

Autoriser Google à récupérer le fichier : indispensable pour les aperçus et moments clés. Ne bloquez pas l'URL du flux (M3U8...) par noindex ou robots.txt, gardez une URL stable, fournissez contentUrl, et assurez une capacité serveur suffisante (page + serveur de streaming).

6. Gérer, supprimer et surveiller

- Supprimer une vidéo : 404 sur la page de lecture, ou meta noindex, ou date d'expiration (données structurées expires / sitemap). Attention à ne pas mettre une date passée par erreur sur une vidéo encore en ligne.
- Restriction géographique : regionsAllowed / ineligibleRegion (données structurées) ou <video:restriction allow|deny> (sitemap).
- Search Console : rapport d'indexation des vidéos, rapport résultats enrichis VideoObject, et filtre « résultats de recherche de vidéos » dans le rapport Performances.

7. Check-list opérationnelle (par vidéo)

1. Une **page de lecture dédiée** : 1 vidéo = 1 page, titre + description uniques.
2. Vidéo intégrée en **HTML standard** (<video>/<iframe>...), visible dans le rendu, sans action utilisateur requise.
3. Page **indexable et bien classée** (la vidéo suit le classement de sa page).
4. Vignette de qualité à **URL stable**, accessible à Googlebot, même URL dans toutes les métadonnées.
5. Données structurées **VideoObject** cohérentes et uniques (name, description, thumbnailUrl, contentUrl).
6. Fichier vidéo **récupérable par Google** si vous voulez aperçu et moments clés.
7. Vidéo ajoutée au **sitemap vidéo** (utile aussi pour les lecteurs tiers).
8. Suivi dans la **Search Console** (indexation vidéos + résultats enrichis).

8. Le SEO vidéo en une formule

« Une vidéo = une page de lecture, indexée, avec vignette stable et VideoObject. »

Ce que Google regarde vraiment :

→ une page dédiée dont la vidéo est le contenu principal

- une intégration HTML standard, lisible dans le rendu, sans clic requis
- une vignette de qualité à URL stable, accessible à Googlebot
- des données structurées VideoObject cohérentes et uniques
- l'accès au fichier pour débloquer aperçus et moments clés

Source : Google Search Central — SEO Vidéos (MAJ 20/02/2026)



À PROPOS DE L'AUTEUR

Baptiste Rey est consultant web et SEO depuis plus de 20 ans et fondateur de RC2I, créé en 2004 dans l'Oise. Il accompagne TPE, PME, artisans et collectivités dans leur stratégie digitale. Il enseigne à l'Université de Picardie Jules Verne (UPJV) et à l'IUT de l'Oise, et anime des formations pour la CMA Hauts-de-France et la CCI de l'Oise.

RC2I · 239 rue Saint Martin, 60600 Étouy · 06 28 33 21 31 · rc2i.net