

SEOLIVIER



OLIVIER PERBET

POURQUOI ENCADRER LA PUBLICITÉ ?

SEO & ORGANIC GROWTH ∨

CONSULTANT SEO ∨

Cahier des charges SEO technique pour une refonte

1 JANVIER 2026

Information : ce cahier des charges technique est une base pour un document de travail. Il doit être complété par les cas particuliers du site concerné, par les convictions de l'expert SEO en charge du projet et mis à jour par les évolutions du SEO le cas échéant. A jour en janvier 2026.

Télécharger en format Markdown

Sommaire [hide]

INTRODUCTION

Contexte

Objectifs SEO de la refonte

PÉRIMÈTRE & CONTEXTE

Acteurs du projet

Environnements

Périmètre des pages

Changements d'architecture

PRINCIPE DE GOUVERNANCE

Versionning du CDC

Validation et arbitrage

Points de contrôle clés

EXIGENCES TRANSVERSES

1. Rendu HTML & Accessibilité Crawlable
2. Normalisation HTTP et Canonicals auto-référentes
3. Liens internes & ancres internes
4. Performance & Core Web Vitals

SPÉCIFICATIONS PAR GABARIT DE PAGE

Format de recommandation standard

Gabarit 1 : Homepage

Gabarit 2 : Page de Contenu / Article / Page Statique

Gabarit 3 : Page Catégorie

Gabarit 4 : Page Agence (si applicable)

MÉTADONNÉES & ÉDITORIALISATION

1. Gestion Balises Title
2. Gestion des Meta Descriptions
3. Gestion Balises Hn (H1, H2, H3)
4. Attributs Alt Images

DONNÉES STRUCTURÉES

Schema.org JSON-LD (Recommandé)

FICHIERS SEO ESSENTIELS

1. Robots.txt

2. Sitemap.xml

3. Fil d'Ariane (Breadcrumb)

MIGRATION & REDIRECTIONS

Plan de redirection (si changement d'URLs)

RECETTE SEO

Checklist Préprod

Checklist Post-prod (J+1, J+7, J+30)

ANNEXE : GLOSSAIRE

CONTACTS & GOUVERNANCE

INTRODUCTION

Contexte

Ce cahier des charges définit les exigences SEO à mettre en œuvre dans le contexte d'une refonte de site web (non e-commerce : SAAS ou génération de leads).

L'objectif principal est de **préserver et améliorer le trafic organique** tout en appliquant les meilleures pratiques SEO actuelles à la nouvelle architecture technique et contenus du site.

Ce document s'adresse à :

- **Développeurs / Intégrateurs** : règles de code et de templating
- **Responsable CMS / Back-office** : règles de gestion éditorialisation et métadonnées
- **Product Owner / Équipe projet** : points de décision et arbitrage
- **Équipe QA / Recette** : critères de validation préprod et post-prod

Objectifs SEO de la refonte

1. **Crawlabilité optimale** : tout contenu important est accessible et compréhensible par les robots
2. **Indexabilité fiable** : pas de duplication involontaire, contrôle de ce qui est indexé
3. **Préservation du trafic** : redirections 301
4. **Web Performance** : site rapide et accessible
5. **Maillage interne** : valorisation des pages importantes, contextes de navigation clairs

PÉRIMÈTRE & CONTEXTE

Acteurs du projet

Rôle	Responsable	Domaines
Gestion projet	Product Owner	Arbitrage, timelines, acceptance
Développement	Lead Dev / Tech Lead	Implémentation, performance, architecture
Contenus	Content Manager	Rédaction, métadonnées, Hn
SEO	Expert SEO	Spécifications, validation, recette
QA / Recette	QA Lead	Tests préprod et post-prod

Environnements

- **DEV** : développement (pas de robots indexation)
- **RECETTE / PREPROD** : validation avant production (robots bloqués)
- **PRODUCTION** : site public (robots autorisés)

Périmètre des pages

Lister les types de pages concernées par la refonte :

- [] Homepage
- [] Pages de contenu (articles, pages statiques)
- [] Pages de catégories / listings
- [] Pages agences / localités (si applicable)

- ☐ Pages blog / actualités
- ☐ Pages formulaires / contact
- ☐ Pages légales (CGV, Mentions légales, Politique de confidentialité)
- ☐ Autres : _____

Changements d'architecture

URL Rewriting : OUI / NON

Si **OUI** → plan de redirection obligatoire (cf. section Migration)

Multi-langue / Hreflang

- ☐ Monolange (FR uniquement)
- ☐ Multilangue simple (hreflang statique)
- ☐ Multilangue complexe (variantes régionales)

Multi-domaine / Sous-domaines

- ☐ Domaine principal unique
- ☐ Sous-domaine blog
- ☐ Sous-domaine international
- ☐ Autres : _____

PRINCIPE DE GOUVERNANCE

Versionning du CDC

Version	Date	Auteur	Notes
1.0	[JJ/MM/AAAA]	[Nom]	Création initiale

Validation et arbitrage

- **Bloquantes** : non-respect = arrêt de la mise en prod (critique SEO ou légal)
- **Recommandées** : respecter pour optimiser, mais peut être dérogué si justification
- **Optionnelles** : bonnes pratiques, mettre en place si possible/budget

Points de contrôle clés

1. **Avant préprod** : spécifications de base (crawl, indexation, fichiers SEO)
2. **En préprod** : tests de conformité, recette exhaustive
3. **Avant prod** : validation finale, rollback plan
4. **Post-prod J+1, J+7, J+30** : monitoring Search Console, trafic, erreurs

EXIGENCES TRANSVERSES

1. Rendu HTML & Accessibilité Crawlable

ID : SEO-TECH-001

Priorité : Bloquante

Périmètre : Toutes les pages

Objectif SEO : Garantir que les robots accèdent à tout contenu stratégique en HTML brut (non-JS)

Exigence

- **DOIT** : tout contenu important (titre, contenu, liens internes) est rendu en HTML dans le

`<body>`

de la page au premier chargement

- **NE DOIT PAS** : les éléments stratégiques ne doivent pas être générées ni modifiées par le JavaScript (métadonnées, contenu, liens)
- **DOIT** : les CSS et JS peuvent être chargés après le contenu principal

Spécification technique

- Balises

```
<h1>
```

,

```
<h2>
```

,

```
<h3>
```

présentes dans le HTML source (pas générées en JS)

- Contenu du

```
<body>
```

lisible depuis la page serveur (view-source)

- Liens

```
<a href>
```

visibles dans le HTML source pour les pages principales

- Si framework JS (React, Vue, Angular) : SSR (Server-Side Rendering) obligatoire

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ Sur 5 URLs variées, le contenu est visible dans la source HTML
- ✓ Les links internes principaux (menu, breadcrumb) apparaissent en

```
<a href>
```

- ✓ Pas de JavaScript obligatoire pour lire le title, H1, meta description

Outils de test

- View-source navigateur ou CLI (

```
curl https://...
```

)

- Chrome DevTools → « Disable JavaScript »
- Screaming Frog – crawler en JS et contrôler

Risques si non conforme

- Contenu mal lu par Google
- Indexation des URLs mais pas du contenu (soft 404)

2. Normalisation HTTP et Canonicals auto-référentes

ID : SEO-TECH-002

Priorité : Bloquante

Périmètre : Toutes les pages indexables

Objectif SEO : Pas de duplication URL, pas de confusion http/https/www

Exigence

- **DOIT** : une seule version canonique par contenu (ex: <https://www.example.com/page> → pas <http://example.com/page>)

- **DOIT** : balise

```
rel="canonical"
```

auto-référente sur chaque page indexable (

```
<link rel="canonical" href="https://www.example.com/page" />
```

)

- **DOIT** : normalisation URL (trailing slash cohérent)
- **DOIT** : redirection HTTP (hors canonical) entre variantes ([http](http://) → [https](https://), non-www → www, ou inverse selon politique)

Spécification technique

Choix préalable (à documenter) :

```
Version canonique : https://www.example.com/ (www + https) ou Version canonique :
```



Règles HTTP :

- <http://exemple.com/page>

→ **301** →`https://www.exemple.com/page`

- `https://exemple.com/page`

→ **301** →`https://www.exemple.com/page`

Canonical dans le

<head>

de chaque page :

```
<!-- Exemple : page en www + https --> <link rel="canonical" href="https://www.exa
```

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ Check 4 versions de 10 URLs variées :

`http://`

,

`https://`

,

`www.`

, non-www → toutes pointent vers version canonique

- ✓ Les URLs non-canoniques retournent 301 (pas 200 ou 302)
- ✓ Canonical matche exactement l'URL du navigateur (même casse, même trailing slash)
- ✓ Search Console : pas d'alerte « URL en doublon »

Outils de test

- Screaming Frog : crawl avec suivi des 301, vérifier canonical

Risques si non conforme

- Dilution de PageRank entre variantes, baisse de positionnement
- Gaspillage budget crawl Google sur duplicatas
- Instabilité classement : Google choisit pas toujours la bonne URL canonique

3. Liens internes & ancres internes

ID : SEO-TECH-003

Priorité : Recommandée

Périmètre : Toutes pages

Objectif SEO : Maillage interne pertinent en navigation utilisateur et sémantiquement, transmission de PageRank

Exigence

- **DOIT** : tout lien interne est fait par un lien de type

```
<a href>
```

- **DOIT** : ancre de lien descriptive de la page de destination
- **NE DOIT PAS** : liens internes vers URLs HTTP non 200
- **DOIT** : pas de

```
rel="nofollow"
```

sur liens internes vers pages indexables

Spécification technique

Bon exemple :

```
<a href="/agences/agence-paris">Agence SEO Paris</a> <a href="/articles/seo-2026">
```

Mauvais exemple :

```
<a href="/agences">Lire plus</a> <!-- trop générique --> <a href="/agences?utm_sou
```

Gestion des paramètres d'URL :

- Si paramètres présents (tracking, session, filtres) : **DOIT** être canonicalisée vers version propre (voir SEO-TECH-002)
- Les liens internes pointent toujours vers la version propre de l'URL (sans paramètres)

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ Au moins 80% des liens internes ont une ancre > 2 mots et descriptifs
- ✓ Sur 20 liens testés, aucun ne pointe vers une URL non-200
- ✓ Pas de

```
rel="nofollow"
```

sur les liens vers pages importantes

- ✓ Fil d'Ariane, menu, footer contiennent des liens en

```
<a href>
```

Outils de test

- Screaming Frog : colonne « Inlinks », « Anchor Text »

Risques si non conforme

- Mauvaise transmission de PageRank, pages non-importantes priorisées
- Liens internes brisés (404, 500)
- Ancres de liens génériques = pas de contexte sémantique pour Google

4. Performance & Core Web Vitals

ID : SEO-TECH-004

Priorité : Recommandée

Périmètre : Toutes pages, tous devices

Objectif SEO : Page rapide, conforme aux Core Web Vitals = meilleur crawl, meilleur expérience utilisateur

Exigence

- **DOIT** : Largest Contentful Paint (LCP) $\leq 2.5s$
- **DOIT** : Cumulative Layout Shift (CLS) ≤ 0.1
- **DOIT** : First Input Delay (FID) ou Interaction to Next Paint (INP) $\leq 200ms$
- **RECOMMANDÉ** : First Contentful Paint (FCP) $\leq 1.8s$
- **DOIT** : Time to First Byte (TTFB) $\leq 600ms$
- **NE DOIT PAS** : images haute résolution servies directement sans lazy-load ou responsive

Spécification technique

Politique de Cache :

- HTML : cache court (0-3600s selon contenu statique/dynamique)
- CSS/JS stables : cache long (1 an avec hash versioning)
- Images : cache long (1 an) + responsive sizes + lazy-load
- API/données : selon logique métier (généralement court)

Optimisation images :

```
<!-- ✓ Bon : srcset responsive + lazy-load --> 
```

ou chargé synchrone

- JS non-critique :

```
defer
```

OU

```
async
```

■ Fonts :

```
preload
```

OU

```
font-display: swap
```

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ PageSpeed Insights : score ≥ 75 desktop, ≥ 65 mobile (pages principales)
- ✓ Google Lighthouse : perf ≥ 75
- ✓ WebPageTest : LCP $\leq 2.5s$ sur 3G
- ✓ Chrome DevTools → Core Web Vitals : Green (Good)

Outils de test

- PageSpeed Insights (Google)
- Lighthouse (Chrome DevTools)
- WebPageTest

Risques si non conforme

- Pages lentes = moins crawlées par Googlebot (moins de budget crawl)
- Taux de rebond élevé = signal de faible qualité

SPÉCIFICATIONS PAR GABARIT DE PAGE

Format de recommandation standard

Chaque gabarit suit ce format :

ID : SEO-[TYPE]-XXX

Gabarit : [Type page]

Priorité : Bloquante / Recommandée / Optionnelle

Objectif SEO : [Résultat attendu]

Exigence

- Point 1
- Point 2

Spécification technique

- Détails d'implémentation
- Cas particuliers

Critères d'acceptation (recette)

- Vérification 1
- Vérification 2

Risques si non conforme

- Impact 1
- Impact 2

Gabarit 1 : Homepage

ID : SEO-HOME-001

Gabarit : Homepage

Priorité : Bloquante

Objectif SEO : Porte d'entrée du site, distribue PageRank vers sections/pages majeures

Exigence

- **DOIT** : Un seul

<h1>

unique, identité du site

- **DOIT** : Balise

```
<title>
```

50-70 caractères, incluant marque +proposition clé

- **DOIT** : Meta description 150-160 caractères, accrocheuse
- **DOIT** : Données structurées

```
Organization
```

OU

```
LocalBusiness
```

(si applicable)

- **DOIT** : Fil d'Ariane optionnel sur Home
- **DOIT** : Au minimum 5-10 liens internes contextuels vers sections clés

Spécification technique

Title :

```
<!-- Exemple 1 : Marque + proposition --> <title>Expert SEO Paris - Audit & Refont
```

Meta Description :

```
<meta name="description" content="Découvrez notre expertise SEO. Audit, stratégie,
```

Données structurées Organization :

```
<script type="application/ld+json"> { "@context": "https://schema.org", "@type": "
```

Liens internes :

```
<nav class="main-nav"> <a href="/services/audit-seo">Audit SEO</a> <a href="/serv:
```

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ Title apparaît dans navigateur et source HTML, 50-70 caractères, marque visible
- ✓ Meta description pas tronquée, accrocheuse, contient CTA implicite
- ✓ H1 unique, pas dupliqué ailleurs sur page
- ✓ Données structurées Organization valides
- ✓ Au moins 8 liens internes contextuels visibles
- ✓ Homepage indexable, pas en noindex, canonical auto-référent

Outils de test

- Google Structured Data Tester
- Lighthouse

Risques si non conforme

- Title/description générique = clic réduit sur SERP
- Pas de Données structurées Organisation = difficile de rattacher le site à la marque
- Pas assez de liens = distribution PageRank faible vers autres pages

Gabarit 2 : Page de Contenu / Article / Page Statique

ID : SEO-CONTENT-001

Gabarit : Page contenu (article, tutoriel, page service statique)

Priorité : Bloquante

Objectif SEO : Contenu unique et riche, optimisé sémantiquement, structure claire, crawlable

Exigence

- **DOIT** : Un seul


```
<h1>
```

qui reprend la requête cible ou titre principal

- **DOIT :**

```
<h2>
```

,

```
<h3>
```

structurant le contenu (hiérarchie respectée, pas de saut h1→h4)

- **DOIT :** Contenu ≥ 800 mots pour pages « informationnelles » importantes
- **DOIT :** Balise title 50-70 caractères
- **DOIT :** Meta description 150-160 caractères, incluant mots-clés si pertinent
- **DOIT :** Images principales avec

```
alt
```

descriptif (pas plus de 100-125 caractères)

- **DOIT :** Fil d'Ariane (pour pages article/blog dans catégorie)
- **DOIT :** 2-5 liens internes contextuels (pages associées, hors menu/footer)
- **NE DOIT PAS :** Contenu dupliqué avec d'autres pages du site

Spécification technique

Title + Meta Description :

```
<title>Comment optimiser le SEO on-page en 2026 | SEOlivier </title> <meta name="description">
```

Structure H1/H2/H3 :

```
<h1>Comment optimiser le SEO on-page : guide 2026</h1> <h2>1. Optimiser la balise
```

Images avec Alt :

```
<figure>  <ol> <li><a href="/">Accueil</a></li> <li><a href="/
```

Liens internes contextuels :

```
<aside class="related-articles"> <h3>Articles associés</h3> <ul> <li><a href="/blo
```

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ La page contient un contenu unique, non dupliqué ailleurs
- ✓ H1 unique (1 seul), H2/H3 bien structurés, pas de sauts hiérarchie
- ✓ Contenu ≥ 800 mots (sauf cas très particuliers)
- ✓ Title 50-70 caract., meta description 150-160, mots-clés présents naturellement
- ✓ Images principales ont alt descriptif, < 125 caractères
- ✓ Fil d'Ariane correct si catégorie applicable
- ✓ Au minimum 3 liens internes contextuels (hors menu/footer) vers pages pertinentes
- ✓ Pas de noindex, canonical auto-référent

Outils de test

- Screaming Frog : structure Hn, mots-clés dans title/H1/H2, images alt
- Lighthouse (perf + SEO score)

Risques si non conforme

- Contenu dupliqué = affaiblissement des pages concernées
- Structures Hn confuses = Google ne comprend pas la structure du contenu
- Pas assez liens internes = pages isolées

Gabarit 3 : Page Catégorie

ID : SEO-LISTING-001

Gabarit : Page listing / agrégat (liste articles, actualités, ressources)

Priorité : Recommandée

Objectif SEO : Page thématique, agrège pages enfants, aide crawl et indexation

Exigence

- **DOIT** : Un seul

<h1>

représentant la catégorie

- **DOIT** : Title + meta description spécifiques à la catégorie (pas génériques)
- **DOIT** : Bloc de texte SEO 150-250 mots (intro catégorie) avant listing
- **DOIT** : Liste articles/pages enfants, liens

<a href>

visibles

- **DOIT** : Pagination statique (liens

<a href>

vers page 2, 3, etc. dans HTML)

- **NE DOIT PAS** : Infinite scroll sans liens

<a href>

(bloquer Google)

- **NE DOIT PAS** : Les filtres ne doivent pas créer des pages en double (gérer via robots.txt ou canonical)
- **DOIT** : Fil d'Ariane

Spécification technique

Pagination statique (recommandé) :

```
<!-- Page 1 : https://www.site.com/blog/seo --> <h1>Articles SEO</h1> <p>Découvrez
```

Infinite Scroll (alternative) :

```
<!-- Pagination cachée en <noscript> pour Google --> <noscript> <nav class="pagina
```

Canonical sur pages paginées :

```
<!-- Page 1 : auto-référent --> <link rel="canonical" href="https://www.site.com/t
```

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ Page 1 avec H1, title, meta description spécifiques
- ✓ Bloc intro texte 150-250 mots avant listing
- ✓ Articles listés avec

```
<a href>
```

dans HTML source

- ✓ Pagination : liens

```
<a href>
```

vers page 2, 3, etc. visibles (ou en

```
<noscript>
```

)

- ✓ Chaque page paginée a une self-canonical (page 2 → canonical page 2)

- ✓ Title pages paginées inclut numéro page
- ✓ Pas de noindex sur pages paginées

Outils de test

- Screaming Frog : crawl pagination, vérifier canonical de chaque page
- Manual check : pagination visible dans source HTML

Risques si non conforme

- Pages paginées non-crawlées si pagination invisible
- Contenu « soft 404 » si page 2 = page 1

Gabarit 4 : Page Agence (si applicable)

ID : SEO-LOCAL-001

Gabarit : Page agence / point de vente / localité

Priorité : Recommandée (si pertinent)

Objectif SEO : Chaque point géographique positionnable en SEO

Exigence

- **DOIT** : Un seul

`<h1>`

avec nom ville/lieu

- **DOIT** : Title 50-70 caractères avec « Agence Paris » ou « Adresse + Marque »
- **DOIT** : Meta description 150-160 caractères, incluant adresse, téléphone, horaires si pertinent
- **DOIT** : Adresse texte (pas image) quelque part sur page
- **DOIT** : Téléphone cliquable (

``

)

- **DOIT** : Horaires en texte ou structuré
- **DOIT** : Données Structurées LocalBusiness avec tous détails (name, address, telephone, openingHoursSpecification)

- **RECOMMANDÉ** : Lien vers Google Maps ou carte intégrée (lazy-loaded)
- **DOIT** : Lien vers page « Hub » (listing toutes agences) ou vers agences voisines
- **NE DOIT PAS** : Contenu 100% identique entre pages agences (risque duplication)

Spécification technique

Données Structurées LocalBusiness :

```
<script type="application/ld+json"> { "@context": "https://schema.org", "@type": "LocalBusiness",
```

Contenu unique par agence :

- Pas de texte identique entre agences
- Ajouter 150-250 mots d'intro unique par ville (histoire, équipe, spécialités locales)
- Photos de l'équipe locale ou bureau (si possible)

Maillage agences :

```
<!-- Bas de page : lien vers hub agences --> <a href="/agences">Toutes nos agences
```

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ Le Title inclut ville + « Agence » + marque, 50-70 caractères
- ✓ H1 = ville/nom lieu
- ✓ Adresse texte visible, téléphone cliquable

```
<a href="tel:">
```

- ✓ Données Structurées LocalBusiness valide
- ✓ Contenu unique ≥ 150 mots par agence
- ✓ Maillage vers hub agences ou agences voisines
- ✓ Pas de duplication avec autres pages agences

Outils de test

- Google My Business (sync avec Knowledge Panel)
- Google Structured Data Tester → LocalBusiness
- Copyscape (anti-duplication contenu)
- Map check : coordonnées exactes

Risques si non conforme

- Pages agences non-rankables localement (pas de Local Pack)
- Google My Business non-sync = infos contradictoires
- Duplication = 2 pages agences se cannibalisent

MÉTADONNÉES & ÉDITORIALISATION

1. Gestion Balises Title

ID : SEO-META-001

Priorité : Bloquante

Objectif SEO : Title unique, optimisé, ≤ 70 caractères, CTR maximisé sur SERP

Exigence

- **DOIT** : Title unique pour chaque page
- **DOIT** : 50-70 caractères (pour être visible en entier sur Google)
- **DOIT** : Contenir mot-clé principal / requête cible
- **DOIT** : Marque/identifiant site (généralement en fin)
- **NE DOIT PAS** : Répéter la requête
- **DOIT** : Modifiable en back-office

Spécification technique

Formules par type page :

Type Page	Formule	Exemple
Homepage	[Proposition clé] – [Marque]	Expert SEO Paris • SEOlivier
Article	[Titre court] – [Marque]	Cahier des Charges SEO • SEOlivier
Page service	[Service clé] en [Lieu] – [Marque]	Audit SEO Paris • SEOlivier
Agence	[Service] [Ville] – [Marque]	Agence SEO Lyon • SEOlivier
Listing catégorie	[Catégorie] – [Marque]	Guides SEO • SEOlivier

Rendus HTML :

```
<title>Expert SEO Paris • Audit & Refonte • SEOlivier</title> <!-- 63 caractères,
```

Back-office

▪ [] Champ

```
<title>
```

éditable pour chaque page

- [] Affichage de la longueur en back-office (50-70 = vert)
- [] Prévention duplication : alerte si title identique à une autre page

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ 100% des pages ont un title unique
- ✓ 95% des titles : 50-70 caractères
- ✓ Requête principale visible dans title

Risques si non conforme

- Title générique/court = Google réécrira le title dans la SERP
- Title dupliqué = risque de cannibalisation entre pages
- Title > 70 char = title tronqué ou réécrit par Google

2. Gestion des Meta Descriptions

ID : SEO-META-002

Priorité : Recommandée

Objectif SEO : Snippet unique, accroche, CTA , CTR fort

Exigence

- **DOIT** : Meta description unique par page
- **DOIT** : 150-160 caractères (affichable en entier par Google)
- **DOIT** : Accrocheuse, CTA (« Découvrez », « Lire plus », etc.)
- **NE DOIT PAS** : Répéter le title
- **RECOMMANDÉ** : Mentionner la requête cible naturellement
- **DOIT** : Modifiable en back-office

Spécification technique

Formules :

```
<!-- Article/Ressource --> <meta name="description" content="[Résumé court] : [Dét
```

Exemples :

```
<meta name="description" content="Guide complet SEO on-page : 15 optimisations es
```

Back-office

- [] Champ editable

```
<meta name="description">
```

- [] Affichage de la longueur en back-office (150-160 = vert)
- [] Alerte de duplication

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ 95% des pages ont une meta description unique
- ✓ 85% des meta descriptions : 150-160 caractères
- ✓ Pas de description > 160 car
- ✓ Descriptions accrocheuses, CTA présent

Risques si non conforme

- Meta description non-fournie = Google génère son snippet
- Description tronquée / générique = Google génère son snippet

3. Gestion Balises Hn (H1, H2, H3)

ID : SEO-META-003

Priorité : Bloquante

Objectif SEO : Structure claire du contenu, hiérarchie lisible, contexte sémantique

Exigence

- **DOIT** : Un seul

```
<h1>
```

par page

- **DOIT** : H1 = sujet principal de la page ou requête cible
- **DOIT** : H2, H3 structurent le contenu (pas pour styliser menu/footer)
- **DOIT** : Hiérarchie respectée : H1 → H2 → H3 (pas H1 → H3, pas H3 → H2 → H1)
- **NE DOIT PAS** : Sauter les niveaux (H1 → H4 non-autorisé)
- **RECOMMANDÉ** : Requête visée dans H1 et 1-2 H2

Spécification technique

Structure correcte :

```
<!-- ✓ Bon : hiérarchie respectée --> <h1>Comment optimiser le SEO on-page</h1> <
```

Structure incorrecte :

```
<!-- X Mauvais : H1 dupliqué --> <h1>Comment optimiser le SEO on-page</h1> <p>...
```

Back-office

- [] Template CMS avec champs H1, H2, H3 distincts
- [] Nom de la page = H1 automatique
- [] Hiérarchie visible

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ Chaque page : H1 unique
- ✓ H2/H3 bien structurés, pas de sauts
- ✓ H1 unique (pas dupliqué sur autre page)
- ✓ H1 reprend requête cible ou sujet principal

Outils de test

- Screaming Frog → « Headings »
- Web Developer Toolbar → « Outline »

Risques si non conforme

- H1 dupliqué = cannibalisation entre pages
- Mauvaise hiérarchie = Google ne comprend pas la structure

4. Attributs Alt Images

ID : SEO-META-004

Priorité : Recommandée

Objectif SEO : Accessibilité, trafic Google Images, contexte sémantique

Exigence

- **DOIT** : Images principales ont

alt

descriptif

- **DOIT** : Alt ≤ 100-125 caractères (phrase courte, pas liste mots-clés)
- **NE DOIT PAS** : Alt générique (« image », « photo », « pic »)
- **NE DOIT PAS** : Alt vide pour images sans contenu (puces, icônes)
- **RECOMMANDÉ** : Requête principale ou synonyme dans alt si pertinent

Spécification technique

Bon Alt :

```
<!-- ✓ Bon : descriptif, court, contexte -->   <!-- X Mauvais : générique -->
```

Back-office

- [] Champ

alt

éditable pour chaque image

- [] Longueur max warning si > 125 caractères
- [] Alerte si alt vide sur image importante

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ 90%+ images principales (pas icônes/puces) ont alt descriptif
- ✓ Aucun alt générique (« image », « photo »)
- ✓ Aucun alt vide sur images > 200px largeur

Outils de test

- Web Developer Toolbar → « Images » → « Display Alt Attributes »
- Screaming Frog → « Images » → Colonne « Alt »

Risques si non conforme

- Moins bonne compréhension par Google Images
- Mauvaise accessibilité
- Perte de contexte sémantique sur la page

DONNÉES STRUCTURÉES

Schema.org JSON-LD (Recommandé)

ID : SEO-STRUCT-001

Priorité : Recommandée (Bloquante pour certains types)

Objectif SEO : Rich snippets, Knowledge Panel, meilleure compréhension du contexte

Types recommandés par page

Type Page	Schema	Priorité
Homepage	Organization	Recommandée
Article blog	Article + NewsArticle	Recommandée
Page service	LocalBusiness ou Service	Recommandée

Type Page	Schema	Priorité
Agence/Shop	LocalBusiness	Bloquante
Listing page	CollectionPage	Optionnelle
Contact form	ContactPoint	Optionnelle

Exemples

Article Blog :

```
<script type="application/ld+json"> { "@context": "https://schema.org", "@type": "Article",
```

Breadcrumb :

```
<script type="application/ld+json"> { "@context": "https://schema.org", "@type": "BreadcrumbList",
```

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ Google Rich Results Test : 0 erreurs, pas d'avertissement critique
- ✓ Schema **Organization** sur homepage
- ✓ Schema **Article** sur pages blog avec datePublished/author valides
- ✓ Schema **LocalBusiness** sur pages agences avec address/phone complets
- ✓ Schema **BreadcrumbList** sur pages avec hiérarchie

Outils de test

- Schema.org Validator
- Google Rich Results Test

Risques si non conforme

- Pas de rich snippet, click réduit sur SERP
- Google My Business non-aligné (LocalBusiness invalide)
- Perte de contexte pour Knowledge Panel

FICHIERS SEO ESSENTIELS

1. Robots.txt

ID : SEO-FILE-001

Priorité : Bloquante

Objectif SEO : Directive crawl, bloquer contenu sensible/test, diriger vers sitemap

Exigence

- **DOIT** : Présent à la racine (<https://seolivier.com/robots.txt>)
- **DOIT** : Syntaxe correcte (erreur = site entier bloqué potentiellement)
- **DOIT** : Sitemap.xml déclaré en fin
- **DOIT** : Directives claires : User-agent, Disallow
- **NE DOIT PAS** : Erreurs : ligne vide mal placée, User-agent générique mal nommé
- **RECOMMANDÉ** : Modifiable via interface back-office (testé avant mise en prod)

Spécification technique

Robots.txt standard :

```
# Standard robots.txt User-agent: * Allow: / # Block bots non-désirés (optionnel r
```

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ Robots.txt accessible et explorable
- ✓ Pas d'erreur User-agent (type non-reconnu)
- ✓ Sitemap.xml déclaré en fin de fichier
- ✓ Pages test/admin/moteur interne bloquées si besoin

Outils de test

- TechnicalSEO Tools : <https://technicalseo.com/tools/robots-txt/>

Risques si non conforme

- Erreur robots.txt = site entier potentiellement bloqué
-

2. Sitemap.xml

ID : SEO-FILE-002

Priorité : Recommandée

Objectif SEO : Fournir la liste complète des URLs indexables, faciliter le crawl des grands sites, monitoring de l'indexation par type d'URL

Exigence

- **DOIT** : Sitemap.xml présent et valide (XML bien formé)
- **DOIT** : Contient URLs importantes SEO uniquement (pages statiques, articles, services, agences)
- **NE DOIT PAS** : Contenir pages noindex, URLs non-200, URLs en redirection
- **DOIT** : Max 50.000 URLs par sitemap (créer sitemap index si > 50k)
- **DOIT** : Déclaré dans robots.txt et Search Console
- **RECOMMANDÉ** : Lastmod et changefreq renseignés pour priorité crawl

Spécification technique

Sitemap.xml simple :

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?> <urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/sche
```

Sitemap Index (si > 50k URLs) :


```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?> <sitemapindex xmlns="http://www.sitemaps.org/sitemap/0.9">
```

Génération dynamique :

- Sitemap généré automatiquement via CMS (pas manuel)
- Mis à jour quotidiennement ou à chaque publication/suppression
- Exclure pages : noindex, 404/410, redirections, paramètres non-SEO

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ Sitemap.xml bien formé (validateur XML)
- ✓ Toutes URLs listées retournent 200 HTTP
- ✓ Aucune URL noindex dans sitemap
- ✓ Aucune URL en redirect 301/302
- ✓ URLs importantes toutes présentes (homepage, articles clés, services, agences)
- ✓ Déclaré dans robots.txt
- ✓ Déclaré dans Google Search Console

Outils de test

- Google Search Console → « Sitemaps »
- Screaming Frog → « Sitemap » en mode liste

Risques si non conforme

- URLs importantes non-découvertes rapidement
- Budget de crawl gaspillé sur pages low-priority

3. Fil d'Ariane (Breadcrumb)

ID : SEO-FILE-003

Priorité : Recommandée

Objectif SEO : Clarifier hiérarchie site, aider navigation, rich snippet breadcrumb

Exigence

- **DOIT** : Présent sur toutes pages sauf homepage (optionnel home)
- **DOIT** : Dernier élément non-cliquable, en gras ou texte simple
- **DOIT** : Chaque niveau repris dans breadcrumb correspond niveau arborescence réel
- **DOIT** : Inclure schema.org BreadcrumbList
- **RECOMMANDÉ** : Affichage visuel et compréhensible

Spécification technique

Structure HTML :

```
<!-- Bon breadcrumb --> <nav aria-label="Breadcrumb"> <ol class="breadcrumb"> <li
```

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ Breadcrumb présent pages 2+ niveaux profondeur
- ✓ Dernier élément non-cliquable, en texte simple
- ✓ Schema BreadcrumbList valide

Risques si non conforme

- Confusion utilisateur sur hiérarchie site
- Perte contexte navigation

MIGRATION & REDIRECTIONS

Plan de redirection (si changement d'URLs)

ID : SEO-MIGR-001

Priorité : Bloquante

Objectif SEO : Transfert PageRank complet (301), préservation de trafic

Exigence

- **DOIT** : Mapping complet ancienne URL → nouvelle URL (document Excel/CSV)
- **DOIT** : Redirections 301 (permanent, pas 302)
- **NE DOIT PAS** : Redirection vers homepage générique
- **DOIT** : Vérification 100% des redirections en PREPROD avant production
- **DOIT** : Redirections maintenables ≥ 3 mois (Google + utilisateurs)

Spécification technique

Mapping exemple :

```
Ancienne URL | Nouvelle URL | Type | Raison /blog-article-1 | /blog/seo/article-1
```

Implementation :

- **Apache (.htaccess) :**

```
Redirect 301 /blog-article-1 https://www.site.com/blog/seo/article-1 Redirect 301
```

- **Nginx :**

```
rewrite ^/blog-article-1$ https://www.site.com/blog/seo/article-1 permanent; rewr
```

- **CMS (WordPress, etc.) :**
- Plugin Redirection Pro / Rank Math
- Mapping direct dans interface

Critères d'acceptation (recette)

- ✓ Mapping URL complet documenté

- ✓ 100% URLs anciennes testées : code 301, destination correcte
- ✓ Aucune redirection en chaîne ($A \rightarrow B \rightarrow C$)
- ✓ Pas de redirection vers 404/500
- ✓ Validé Search Console post-prod : pas d'erreur de redirection

Outils de test

- Screaming Frog : crawl anciennes URLs + follow redirects

Risques si non conforme

- Redirection manquante = 404 = perte trafic si une page équivalent existe
 - Redirection vers mauvaise page = confusion utilisateur
 - Redirection en chaîne = perte de PageRank
 - 302 au lieu 301 = l'URL d'origine restera indexée
-

RECETTE SEO

Checklist Préprod

À valider **AVANT mise en production**.

Phase 1 : Structure générale

- [] **Crawlabilité** : Screaming Frog crawl du site, pas d'erreur 4xx/5xx massives (<3% des Inlinks)
- [] **Indexabilité** : Meta robots index,follow par défaut; noindex explicite uniquement pages test/admin
- [] **Normalisation HTTP** : 4 versions (http/https/www/non-www) → 301 vers canonique
- [] **Canonical** : Chaque page indexable a une self-canonical
- [] **Robots.txt** : Syntaxe valide, sitemap déclaré
- [] **Sitemap.xml** : Conforme, URLs ≤ 50k, aucune URL non-indexable

Phase 2 : Métadonnées

- [] **Title** : 100% pages ont title unique, 50-70 caract.

- [] **Meta description** : 95% pages ont une description unique, 150-160 char
- [] **H1** : 1 seul H1 par page, unique dans site
- [] **H2/H3** : Hiérarchie correcte, pas de sauts (H1→H2→H3 ok; H1→H4 pas ok)
- [] **Images alt** : 85%+ images principales ont alt descriptif, ≤ 125 char

Phase 3 : Schémas & données structurées

- [] **Organization** : Présent homepage
- [] **Article/NewsArticle** : Présent blog articles, avec datePublished/author
- [] **LocalBusiness** : Présent pages agences, avec address/phone/hours
- [] **BreadcrumbList** : Présent pages 2+ niveaux, valide

Phase 4 : Navigation & maillage

- [] **Fil d'Ariane** : Présent pages sauf home, dernier élément non-cliquable
- [] **Liens internes** : Pas de liens vers non-200, 80%+ anchor texts descriptifs
- [] **Pages orphelines** : Aucune page sans lien interne entrant (sauf exception)
- [] **Menu/Navigation** : Accessible, hiérarchie claire

Phase 5 : Performance

- [] **Core Web Vitals** : LCP ≤ 2.5s, CLS ≤ 0.1, INP ≤ 200ms (pages principales)
- [] **Images** : Responsive (srcset), lazy-load, format moderne (webp)
- [] **Cache** : Configuré (HTML court/CSS long, images long)
- [] **Lighthouse** : Score ≥ 75 pages principales

Phase 6 : Contenu & doublons

- [] **Duplication contenu** : Pas de section reprise dans d'autres pages
- [] **Longueur contenu** : Articles informationnels ≥ 400 mots

Phase 7 : Migration (si changement d'URL)

- [] **Plan redirection** : Mapping URL complet, redirections HTTP 301
- [] **Test redirections** : 100% URLs testées, HTTP 301, cible conforme
- [] **Pas de chaîne** : Aucune redirection A→B→C

Checklist Post-prod (J+1, J+7, J+30)

À valider après **mise en production**.

J+1 (Lendemain go-live)

- [] **Site accessible** : <https://www.site.com> accessible, aucun URL en HTTP 500
- [] **Liens clés fonctionnels** : Homepage → menu → pages clés
- [] **Search Console** : Inspecter chaque template d'URL, surveiller les rapports de pages non indexables
- [] **Erreurs 404/500** : Monitoring des logs serveur, OK < 1% URLs
- [] **Analytics actif** : Tracking OK, événements clés enregistrés

J+7 (Une semaine)

- [] **Crawl Google** : Search Console → pages explorées (nombre attendu), pages non-indexées (vérifier les différents rapports)
- [] **Indexation** : Pages importantes indexées
- [] **Redirections** : Aucune erreur redirection dans la Search Console
- [] **Core Web Vitals** : Pas de baisse vs pré-prod
- [] **Trafic** : Pas de chute du trafic organique

J+30 (Un mois)

- [] **Ranking** : Positions clés préservées vs refonte
- [] **Trafic** : Trafic organique à niveau pré-refonte
- [] **404/Erreurs** : Taux d'erreur stable < 1%
- [] **Core Web Vitals** : Données CrUX OK
- [] **Positionnement mots-clés** : Top requêtes toujours positionnées, pas de baisse

ANNEXE : GLOSSAIRE

Terme	Définition
Canonical	Balise

Terme	Définition
	<div>rel="canonical"</div> <p>indiquant URL de référence en cas de doublon</p>
Core Web Vitals	LCP, CLS, INP : métriques expérience utilisateur ranking Google
Crawl	Action des robots de Google explorant le site
Indexation	Inclusion d'une page dans l'index de Google
Noindex	Interdiction aux robots d'indexer une URL
PageRank	Autorité de page, distribué via liens
Schema / Schema.org	Format de données structurées
SERP	Search Engine Results Page (page résultats Google)
Sitemap	Liste des URLs du site en format XML
Snippet	Aperçu de la page par Google dans la SERP (title + meta description)
SSR	Server-Side Rendering : contenu généré serveur (vs client JS)
TTFB	Time To First Byte : temps latence serveur
UX	User Experience : expérience utilisateur

CONTACTS & GOUVERNANCE

Rôle	Nom	Email	Téléphone
SEO Expert	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]
Tech Lead	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]
Product Owner	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]
QA Manager	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]

Document Version : 1.0
Date création : 20 janvier 2026
Dernière mise à jour : 20 janvier 2026
Statut : En cours de validation
Responsable : [À remplir]

« Analyse du maillage interne avec
Dataiku et Screaming Frog

Screaming Frog | Guide d'utilisation du
crawler »

SEO

- Interdire ChatGPT : le bloquer pour protéger vos sites web
- Blocage des IA par le Top 10 des médias en France
- Screaming Frog | Guide d'utilisation du crawler
- Cahier des charges SEO technique pour une refonte
- Analyse du maillage interne avec Dataiku et Screaming Frog
- Les IA n'ont pas besoin de JSON-LD
- Comment faire un audit sémantique en SEO

© *Olivier Perbet* 2015-2026

FIÈREMENT PROPULSÉ PAR PARABOLA & WORDPRESS.