



OWN YOUR PRESENCE / GUIDE 4 SUR 5

Créer une chaîne **YouTube** pour votre entreprise

D'un compte Google à une chaîne entièrement personnalisée au nom de votre entreprise — configurée correctement dès le départ, pour n'avoir jamais à la migrer ensuite.

TEMPS NÉCESSAIRE

60 à 75 minutes

COÛT

Gratuit

NIVEAU REQUIS

Débutant complet

IL VOUS FAUT

E-mail + téléphone

Sedjro Digital
sedjrodigital.com

Rédigé en août 2026
Libre de partage · Libre d'utilisation

Comment YouTube est construit

YouTube empile trois choses les unes sur les autres. Comprendre cet empilement maintenant vous évite l'erreur la plus douloureuse de tout ce guide : créer votre chaîne de la mauvaise façon et devoir la migrer plus tard.

1. Votre compte Google

Votre identifiant de connexion. Une adresse e-mail et un mot de passe. Tout le reste en dépend.

2. Votre chaîne

La partie publique, avec vos vidéos, votre bannière et vos abonnés. Un même compte Google peut héberger plusieurs chaînes.

3. Un compte de marque — le point essentiel

Un conteneur qui permet à votre chaîne de porter **le nom de votre entreprise plutôt que votre nom personnel**, et de transférer plus tard la chaîne entière vers un autre compte Google. **Créez votre chaîne de cette façon dès le départ.** Convertir une chaîne existante après coup est possible, mais l'opération détruit des données et peut supprimer certains éléments définitivement.

LA PLUPART DES TUTORIELS YOUTUBE QUE VOUS TROUVEREZ SONT FAUX EN 2026

Trois choses ont changé récemment, et la quasi-totalité des articles et des vidéos décrivent encore les anciennes versions :

1. La section Personnalisation de YouTube Studio a été renommée. Ce n'est plus

Mise en page / Image de marque / Informations de base . Il y a désormais deux onglets : **Accueil** et **Profil**. Tout ce qui touche à votre nom, votre pseudo, vos images, votre description et vos liens se trouve dans **Profil**.

2. Les URL personnalisées n'existent plus. L'ancien format `youtube.com/c/VotreNom` ne peut plus être créé ni modifié. Les pseudos les ont entièrement remplacées.

3. Ajouter des membres à son équipe n'exige plus un compte de marque. Un système plus récent, appelé **autorisations de la chaîne** , fonctionne sur n'importe quelle chaîne. Ne laissez personne vous convaincre de migrer juste pour ajouter un collègue.

SOMMAIRE

Ce que contient ce guide

Suivez-le dans l'ordre la première fois. Ensuite, servez-vous de cette page pour aller directement à la partie qui vous intéresse.

PARTIE 1	Avant de commencer	Check-list et tailles d'images exactes
PARTIE 2	Créer votre compte Google	À sauter si vous en avez déjà un
PARTIE 3	Créer la chaîne	De la bonne façon, du premier coup
PARTIE 4	Personnaliser votre chaîne	Nom, pseudo, images, liens
PARTIE 5	Vérifier pour débloquent les vrais outils	Miniatures, vidéos longues, direct
PARTIE 6	Sécuriser la chaîne & ajouter votre équipe	Validation en deux étapes, autorisations
PARTIE 7	Gagner de l'argent — la version honnête	Y compris le changement de février 2027
PARTIE 8	Quand ça ne marche pas	Toutes les erreurs courantes, et leur solution

Avant de commencer

Indispensable

- ☐ **Une adresse e-mail** — vous créerez une nouvelle adresse Gmail ou utiliserez une adresse existante
- ☐ **Un numéro de téléphone capable de recevoir des SMS ou des appels.** Voyez l'avertissement ci-dessous — celui-ci a une vraie limite
- ☐ **Avoir 13 ans ou plus.** 16 ans en Allemagne, en Hongrie, en Irlande, au Luxembourg, aux Pays-Bas, en Pologne, en Roumanie, en Slovaquie et en Slovénie ; 14 ans en Corée du Sud ; 15 ans au Vietnam. **16 ans minimum pour diffuser en direct**, et **18 ans pour gagner de l'argent**
- ☐ **Le nom de votre entreprise** et un **pseudo** — prévoyez des solutions de repli, car les pseudos doivent être uniques sur tout YouTube

UN NUMÉRO DE TÉLÉPHONE, DEUX CHÂÎNES PAR AN

Google n'autorise l'association d'un numéro de téléphone qu'à **deux chaînes sur une période de douze mois**. Il n'existe ni dérogation ni recours. Si vous gérez les chaînes de plusieurs entreprises, décidez quels numéros utiliser avant de commencer — et non une fois le mur atteint.

Images — les spécifications exactes

Photo de profil (votre logo)	Carrée affichée en 98 × 98 px	Importez une image plus grande que 98 px pour la netteté — 800 × 800 est une bonne taille de travail. JPG, PNG, BMP ou GIF, mais pas de GIF animés . 15 Mo maximum. Elle est affichée en cercle : gardez donc les détails au centre.
Bannière	2560 × 1440 px recommandé	Minimum 2048 × 1152, toujours en 16:9. 6 Mo maximum. Essentiel : gardez tout le texte et tous les logos à l'intérieur de la « zone de sécurité » centrale de 1235 × 338 px. La même image est utilisée sur les téléphones, les ordinateurs et les téléviseurs, et chacun la recadre différemment — seule cette bande centrale est visible partout à coup sûr.
Filigrane vidéo	150 × 150 px minimum	Carré, moins de 1 Mo. Un petit logo placé dans le coin de vos vidéos, avec un bouton d'abonnement associé. Facultatif, mais efficace.

LA ZONE DE SÉCURITÉ DE LA BANNIÈRE, EN CLAIR

Créez une image de 2560 × 1440. Imaginez maintenant un rectangle beaucoup plus petit en plein centre : c'est tout ce qu'un téléphone affichera. Placez le nom de votre entreprise et votre logo **uniquement dans cette bande centrale**, et considérez tout ce qui l'entoure comme un fond décoratif susceptible d'être entièrement rogné. Presque toutes les chaînes amateur se trompent là-dessus et se retrouvent avec leur nom coupé en deux sur mobile.

À préparer également

- ☐ **Une description de chaîne** — ce que vous faites, pour qui, et pourquoi s'abonner
- ☐ **Vos liens** — vous pouvez en ajouter jusqu'à 14
- ☐ **Une adresse e-mail de contact** pour les demandes professionnelles
- ☐ **Une courte bande-annonce de chaîne** — 30 à 60 secondes, montrée aux visiteurs non abonnés. Cela peut attendre, mais c'est la vidéo la plus rentable d'une chaîne qui démarre

Créer votre compte Google

VOUS AVEZ DÉJÀ UNE ADRESSE GMAIL OU UN COMPTE GOOGLE ?

Vous pouvez l'utiliser. Passez à la partie 3. Beaucoup de gens préfèrent un compte distinct pour l'entreprise, ce qui simplifie les choses si vous devez un jour la transmettre — mais ce n'est pas obligatoire, et le compte de marque de la partie 3 sépare déjà votre nom de celui de la chaîne.

- 1 Rendez-vous sur **accounts.google.com/signup**
- 2 Choisissez le type de compte. Sélectionnez **Pour gérer mon entreprise** — cela active des paramètres orientés entreprise et facilitera plus tard la création de votre fiche d'établissement Google.
- 3 Saisissez vos **prénom et nom**, puis votre **date de naissance** et votre **genre**.
- 4 Choisissez votre adresse. Vous pouvez soit **créer une nouvelle adresse Gmail**, soit sélectionner **Utiliser mon adresse e-mail actuelle** pour vous inscrire avec une adresse que vous possédez déjà — Google la vérifie par un code.
- 5 Créez un **mot de passe**. Google recommande **au moins 12 caractères**. Uniquement des caractères de clavier standard — les lettres accentuées ne sont pas acceptées. Les mots de passe manifestement faibles sont refusés d'emblée.
- 6 Ajoutez et vérifiez un **numéro de téléphone**. Techniquement facultatif à cette étape, mais il vous faudra de toute façon le faire à la partie 5.
- 7 Ajoutez une **adresse e-mail de récupération** et un **numéro de téléphone de récupération**. Ne sautez pas cette étape : c'est ce qui vous permettra de récupérer la chaîne de votre entreprise si vous en perdez un jour l'accès.

Créer la chaîne

FAITES-LE VIA UN COMPTE DE MARQUE. MAINTENANT, PAS PLUS TARD.

Une chaîne créée par la voie rapide porte **le nom personnel de votre compte Google**. La convertir ensuite en compte de marque est possible, mais l'opération fait perdre votre historique de visionnage et vos données démographiques — et si la destination possède déjà une chaîne, YouTube propose une option **Remplacer** qui **supprime définitivement les vidéos, les commentaires, les playlists et les badges de vérification de cette chaîne**. Des chaînes bien réelles sont détruites de cette façon. Deux minutes d'attention aujourd'hui vous évitent tout cela.

- 1 Connectez-vous à **youtube.com** avec votre compte Google.
- 2 Cliquez sur votre **photo de profil** en haut à droite.
- 3 Cliquez sur **Changer de compte**, puis sur **Afficher toutes les chaînes**.
Vous pouvez aussi y accéder par Paramètres → Compte → Ajouter ou gérer vos chaînes.
- 4 Cliquez sur **Créer une chaîne (Create a new channel)**.
C'est le clic décisif. Il crée une chaîne dans un compte de marque — le format adapté aux entreprises. Passer par **Créer une chaîne (Create a channel)** dans le menu de votre profil crée au contraire une chaîne à votre nom personnel.
- 5 Saisissez **le nom de votre entreprise** comme nom de la chaîne.
- 6 Définissez votre **pseudo** — il devient votre adresse web, **youtube.com/@votrepseudo**. Les règles figurent à la page suivante.
- 7 Ajoutez votre **photo de profil**.
- 8 Cliquez sur **Créer une chaîne**.

Bien choisir son pseudo

Votre pseudo est unique sur tout YouTube. Il apparaît dans les commentaires, les mentions, le chat en direct et les Shorts, et il constitue l'adresse de votre chaîne — c'est donc lui que vous imprimerez sur vos supports.

- **De 3 à 30 caractères** pour les pseudos en alphabet latin
- Lettres et chiffres, plus le tiret bas, le trait d'union, le point et le point médian — **mais aucun de ces quatre signes ne peut être le premier ni le dernier caractère**
- Insensible à la casse : **@BoulangerieAubry** et **@boulangerieaubry** sont donc le même pseudo
- Il ne peut pas ressembler à une adresse web ni à un numéro de téléphone
- Reprenez le même pseudo que sur vos autres réseaux chaque fois que c'est possible

PSEUDO ET NOM DE LA CHAÎNE

Ce sont deux choses différentes. Le **nom de la chaîne** est le nom affiché : il peut contenir des espaces et des emoji, et d'autres chaînes peuvent porter le même. Le **pseudo** est unique, sans espaces, et il constitue votre adresse. La plupart des entreprises utilisent les mêmes mots pour les deux.

Personnaliser votre chaîne

OÙ TOUT SE TROUVE DÉSORMAIS

studio.youtube.com → Personnalisation → Profil

Dans **Profil**, vous trouverez votre photo, votre bannière, votre filigrane, le nom de la chaîne, votre pseudo, votre description et vos liens. Dans **Accueil**, vous trouverez votre bande-annonce, votre vidéo mise en avant et vos sections. Dans **Paramètres** → **Chaîne**, vous trouverez votre pays et vos mots clés.

À remplir, dans cet ordre

- 1 **Photo de profil.** Votre logo, carré, centré.
- 2 **Image de bannière.** Respectez la zone de sécurité de 1235 × 338 (partie 1). YouTube affiche un aperçu du rendu sur téléviseur, ordinateur et téléphone — **vérifiez les trois** avant d'enregistrer.
- 3 **Filigrane vidéo.** Un petit logo carré de moins de 1 Mo. Choisissez s'il apparaît pendant toute la vidéo, sur les 15 dernières secondes, ou à partir d'un moment précis. Toute la vidéo est un réglage par défaut raisonnable.
Il n'est pas cliquable sur téléphone : considérez-le comme un élément de marque plutôt que comme un appel à l'action.
- 4 **Nom de la chaîne.** Vérifiez qu'il s'affiche exactement comme vous le souhaitez. **Vous ne pouvez le modifier que deux fois tous les 14 jours** : ne faites donc pas d'essais.
- 5 **Description.** Les deux premières lignes sont ce que les gens voient avant de cliquer sur « plus » — mettez tout de suite ce que vous faites et pour qui, puis développez.
- 6 **Liens.** Jusqu'à 14, chacun avec un titre. Votre site web en premier, puis vos autres comptes sociaux. Aucune vérification n'est nécessaire.
- 7 **Adresse e-mail de contact.** Ajoutez une adresse professionnelle pour que partenaires et clients puissent vous joindre.
- 8 **Pays et mots clés.** Dans **Paramètres** → **Chaîne** → **Informations de base**. Indiquez votre pays avec exactitude : il influe plus tard sur l'éligibilité à la monétisation. Ajoutez une poignée de mots clés qui décrivent réellement votre chaîne.

UN RÉGLAGE QUI MÉRITE UNE DÉCISION RÉFLÉCHIE

Dans **Paramètres** → **Chaîne** → **Paramètres avancés** se trouve une option d'**entraînement de l'IA par des tiers (third-party AI training)**, qui détermine si des entreprises extérieures peuvent entraîner des modèles d'IA sur vos vidéos. Il n'y a pas de bonne réponse universelle, mais c'est une véritable décision d'entreprise à propos de vos propres contenus — prenez-la en conscience plutôt que de laisser le réglage par défaut sans l'avoir lu.

Définir la bande-annonce de votre chaîne

où

Personnalisation → Accueil → Bande-annonce de la chaîne

Elle se lance automatiquement pour les visiteurs qui ne sont pas abonnés. Trente à soixante secondes pour répondre à trois questions : qui vous êtes, sur quoi portent vos vidéos, et pourquoi s'abonner. C'est la vidéo au plus fort effet de levier sur une chaîne qui démarre — une bonne bande-annonce vaut mieux que dix vidéos de plus.

Vérifier pour débloquent les vrais outils

Une chaîne toute neuve est volontairement limitée. La vérification lève ces limites, et elle prend cinq minutes.

Première étape — la vérification par téléphone

Elle vous fait passer à l'accès **intermédiaire**, qui débloquent les fonctions dont l'absence vous manquera vraiment :

- **Les vidéos de plus de 15 minutes**
- **Les miniatures personnalisées** — sans doute la fonctionnalité la plus importante de YouTube
- **Les diffusions en direct**
- La possibilité de **contester les revendications de droits d'auteur**

où

YouTube Studio → Paramètres → Chaîne → Éligibilité aux fonctionnalités

Choisissez le SMS ou l'appel vocal, puis saisissez le code. Rappel : **deux chaînes par numéro de téléphone et par an**.

Deuxième étape — l'accès avancé, si vous en avez besoin

Les fonctionnalités avancées exigent la vérification par téléphone **plus l'un des éléments suivants** :

- **L'historique de la chaîne** — une activité régulière et conforme dans la durée. Gratuit, demande seulement de la patience, et c'est la voie à privilégier
- **La vérification d'identité** — un passeport ou un permis de conduire dont la date de naissance correspond à celle de votre compte Google
- **La vérification par vidéo** — un court test de présence où vous suivez un point du regard et tournez la tête, dans une bonne lumière

L'examen prend généralement environ 24 heures.

DEUX ÉCHECS, C'EST UN BLOCAGE DE 30 JOURS

Si la vérification par pièce d'identité ou par vidéo échoue **deux fois**, vous ne pouvez plus réessayer *ni l'une ni l'autre* méthode pendant **30 jours**. Donc : ne vous y lancez que lorsque votre document est prêt et l'éclairage bon, et ne traitez pas cela comme un essai anodin. Construire l'historique de la chaîne reste possible pendant tout ce temps, et ne coûte que du temps.

Les diffusions en direct

Elles exigent une chaîne vérifiée, aucune restriction de diffusion en direct au cours des 90 derniers jours, et vous devez avoir **au moins 16 ans**. Les restrictions s'appliquent à la personne, pas à la chaîne — vous ne pouvez pas les contourner en utilisant une autre chaîne.

Sécuriser la chaîne & ajouter votre équipe

La validation en deux étapes — obligatoire plus tard, alors autant le faire maintenant

où

Compte Google → Sécurité → Comment vous connecter à Google → Validation en deux étapes

Les options, de la meilleure à la moins bonne :

- **Les clés d'accès** — connexion par empreinte digitale, reconnaissance faciale ou verrouillage de l'appareil. C'est la recommandation de Google elle-même, et la plus pratique
- **Une application d'authentification** — des codes qui changent régulièrement, et qui fonctionnent sans réseau
- **Les invites Google** — une notification à valider d'un simple appui sur votre téléphone
- **Les codes de secours** — des codes à usage unique de huit chiffres. **Imprimez-les et rangez-les en lieu sûr**
- **SMS ou appel vocal** — la méthode la plus faible, mais bien préférable à rien

PAS FACULTATIF SI VOUS VOULEZ UN JOUR MONÉTISER

La validation en deux étapes est une **condition obligatoire** du Programme Partenaire YouTube. L'activer maintenant, c'est une formalité de moins à régler le jour où vous chercherez à activer la monétisation.

Ajouter des membres à votre équipe — la méthode actuelle

OUBLIEZ LES CONSEILS SUR LES RÔLES DU COMPTE DE MARQUE

Les anciens guides vous disent d'ajouter des personnes via les autorisations du compte de marque, avec des rôles comme **Gestionnaire de communication (Communications Manager)**. Ce système fonctionne encore, mais YouTube le déconseille désormais, pour des raisons de sécurité. **Utilisez plutôt les autorisations de la chaîne** — elles fonctionnent sur n'importe quelle chaîne, personnelle ou de marque.

ORDINATEUR

YouTube Studio → Paramètres → Autorisations → INVITER → saisir l'e-mail → choisir le rôle → TERMINÉ

Les invitations expirent au bout de 30 jours. Pour retirer quelqu'un, trouvez la personne dans la liste, cliquez sur la flèche sous son rôle et choisissez **Supprimer l'accès**.

Propriétaire	Tout, y compris supprimer la chaîne et gérer les autorisations. C'est vous.
Gestionnaire	Tout, sauf supprimer la chaîne. Pour un véritable associé.
Éditeur	Importer, publier, modifier, gérer les diffusions en direct et consulter les revenus. Pour un monteur vidéo ou un responsable marketing.
Éditeur (limité)	Comme Éditeur, mais sans accès aux données de revenus . Le bon réglage par défaut pour les indépendants et les prestataires.

Éditeur de sous-titres	Les sous-titres uniquement.
Lecteur / Lecteur (limité)	Accès en lecture seule aux statistiques et aux informations de la chaîne, avec ou sans les chiffres de revenus.

Les personnes que vous ajoutez peuvent agir sur la chaîne, mais ce qu'elles regardent, recherchent et consultent reste privé, sur leur compte personnel. Ne communiquez jamais votre mot de passe — ce système existe précisément pour que vous n'ayez pas à le faire.

Gagner de l'argent — la version honnête

La plupart des chaînes d'entreprise ne monétisent jamais directement, et n'en ont pas besoin. Les vidéos amènent des clients ; les clients, ce sont les recettes. Lisez cette partie comme une mise en contexte, pas comme un objectif.

Les seuils actuels

Programme complet (recettes publicitaires)	1 000 abonnés plus, au choix, 4 000 heures de visionnage publiques valides sur les 12 derniers mois ou 10 millions de vues de Shorts valides sur les 90 derniers jours .
Accès anticipé (financement par les fans uniquement)	Environ 500 abonnés , 3 vidéos publiques mises en ligne sur les 90 derniers jours, et soit environ 3 000 heures de visionnage, soit 3 millions de vues de Shorts. Débloque Super Thanks, les abonnements à la chaîne (Channel Memberships) et Shopping — mais pas les recettes publicitaires. Considérez ces chiffres comme approximatifs ; consultez la page à jour de YouTube avant de bâtir un plan dessus.

Les deux niveaux exigent également : résider dans un pays où le programme est disponible, n'avoir aucun avertissement actif pour non-respect du Règlement de la communauté, avoir **activé la validation en deux étapes**, disposer de l'accès aux fonctionnalités avancées, et avoir **un compte AdSense actif associé à la chaîne**. AdSense exige d'avoir 18 ans ou plus.

LES CONDITIONS DOUBLENT À PEU PRÈS LE 1ER FÉVRIER 2027

Les nouveaux créateurs devront réunir **1 000 abonnés plus 8 000 heures de visionnage** (contre 4 000 aujourd'hui), ou **20 millions de vues de Shorts** sur 90 jours (contre 10 millions). Les partenaires déjà en place se voient imposer de nouveaux minimums de maintien, que l'on évite en publiant deux vidéos longues ou cinq Shorts tous les 90 jours ; les chaînes inactives pendant six mois s'exposent à une exclusion. Toute personne déjà dans le programme doit **consulter et accepter les conditions mises à jour dans YouTube Studio avant le 31 janvier 2027**.

Ce que cela signifie pour vous : une chaîne lancée aujourd'hui remplira presque certainement les conditions sous les nouvelles règles, plus exigeantes. Si la monétisation fait partie de votre plan, appuyez-vous sur les chiffres les plus élevés.

Quand ça ne marche pas

PROBLÈME

QUE FAIRE

« Ce pseudo est déjà pris »	Les pseudos sont uniques sur tout YouTube et insensibles à la casse : changer les majuscules ne servira donc à rien. Ajoutez un élément distinctif : @boulangerieaubrypro , @boulangerieaubrylyon , @boulangerie_aubry . N'oubliez pas que les points, traits d'union et tirets bas ne peuvent être ni au début ni à la fin, et que les pseudos en alphabet latin doivent compter au moins 3 caractères.
Mon pseudo a été refusé comme non valide	Il ressemble sans doute à une adresse web ou à un numéro de téléphone, ou bien il contient un caractère non accepté. Simplifiez-le en lettres et chiffres uniquement, puis réessayez.
« Nom de chaîne non disponible »	Vraiment inhabituel — les noms de chaîne n'ont pas besoin d'être uniques. Il s'agit presque toujours d'un filtre lié à une marque déposée ou au Règlement de la communauté, plutôt que d'un doublon. Essayez une variante, et gardez en tête la limite de 2 changements de nom tous les 14 jours — les tentatives répétées la consomment.
Je ne peux pas ajouter un membre de mon équipe parce que ce n'est pas un compte de marque	Ce n'est plus un vrai problème. Les autorisations de la chaîne fonctionnent sur n'importe quelle chaîne — Studio → Paramètres → Autorisations → Inviter. Ne migrez pas vers un compte de marque juste pour cela.
Je dois transférer une chaîne existante vers un compte de marque	Studio → Paramètres → Paramètres avancés → Transférer la chaîne vers votre compte Google ou vers un autre compte de marque. Avant de vous lancer : vous devez être le propriétaire principal du compte, avoir désactivé les autorisations de la chaîne, et personne d'autre ne doit disposer d'un accès par autorisations. Vous perdrez l'historique de visionnage et de recherche ainsi que les données démographiques. Si la destination possède déjà une chaîne, l'option Remplacer supprime définitivement ses vidéos, ses commentaires, ses playlists et ses badges. Sauvegardez tout d'abord et lisez chaque écran.
« Ce numéro de téléphone a été utilisé trop de fois »	La limite est de deux chaînes par numéro et par période de douze mois , et il n'existe aucune dérogation. Utilisez un autre numéro — une ligne professionnelle fait généralement l'affaire.
Le code de vérification n'est jamais arrivé	Google reconnaît que la distribution peut être retardée dans les zones urbaines denses et chez certains opérateurs. Demandez un nouveau code, ou basculez sur l'option appel vocal , plus fiable que le SMS.
Je ne peux pas mettre en ligne de vidéos longues, utiliser de miniatures personnalisées ni passer en direct	Vous êtes encore en accès de base . Effectuez la vérification par téléphone (partie 5) pour passer en intermédiaire. Pour l'accès avancé, construisez l'historique de votre chaîne ou effectuez la vérification par pièce d'identité ou par vidéo.
Ma vérification a été refusée	Une vérification par vidéo refusée peut être contestée dans YouTube Studio, avec une explication. Rappel : deux échecs bloquent les deux méthodes pendant 30 jours. Construire l'historique de la chaîne reste possible entre-temps.
Rien ne ressemble au tutoriel que je suis	La section Personnalisation a été réorganisée en deux onglets, Accueil et Profil . YouTube déploie par ailleurs une refonte de Studio dans laquelle l'onglet Analytics est renommé Insights . Fiez-vous aux mots plutôt qu'à la disposition de l'écran.

PROBLÈME

QUE FAIRE

Je n'arrive pas du tout à créer une chaîne

Les comptes soumis à une supervision — comptes d'enfants et certains comptes scolaires — ne peuvent pas créer de chaîne. Il vous faudra un compte Google adulte standard.

Récapitulatif

Téléphone ou ordinateur

TÂCHE	IDÉALEMENT SUR	POURQUOI
Créer le compte Google	Ordinateur	Formulaire plus simple, et options de récupération plus faciles à configurer correctement.
Créer une chaîne dans un compte de marque	Ordinateur	Le chemin <i>Créer une chaîne</i> y est le plus clair. Réussir cette étape est déterminant.
Bannière et images de profil	Ordinateur	Il vous faut l'aperçu multi-appareils pour vérifier la zone de sécurité.
Description, liens, mots clés	Ordinateur	Bien trop de saisie pour un téléphone.
Vérification par téléphone	Les deux	Vous aurez besoin de votre téléphone sous la main de toute façon.
Validation en deux étapes	Ordinateur	Plus facile d'enregistrer correctement les codes de secours.
Ajouter des membres à l'équipe	Les deux	Les deux fonctionnent ; la liste est plus lisible sur ordinateur.
Mettre en ligne et monter	Ordinateur	Toutes les fonctions de Studio. L'application mobile sert aux mises en ligne rapides et aux réponses.
Répondre aux commentaires	Téléphone	L'application YouTube Studio est faite exactement pour cela.

Tout le parcours, dans l'ordre

- ☐ Préparez votre logo, une bannière en 2560 × 1440 avec une zone de sécurité centrée, votre description et vos liens
- ☐ Créez un compte Google avec une adresse e-mail et un numéro de téléphone de récupération
- ☐ Connectez-vous à YouTube → Changer de compte → Afficher toutes les chaînes → **Créer une chaîne**
- ☐ Définissez le nom de votre entreprise et votre pseudo
- ☐ Dans Studio → Personnalisation → Profil : images, description, liens, e-mail de contact
- ☐ Dans Paramètres → Chaîne : pays, mots clés, et la décision sur l'entraînement de l'IA
- ☐ Vérifiez par téléphone pour débloquer les miniatures, les vidéos longues et le direct
- ☐ Activez la validation en deux étapes et imprimez les codes de secours
- ☐ Ajoutez votre équipe via les Autorisations — jamais en partageant un mot de passe
- ☐ Enregistrez une bande-annonce de 30 à 60 secondes et définissez-la dans Personnalisation → Accueil

UNE REMARQUE SUR LES DATES

Rédigé en août 2026. YouTube renomme fréquemment ses sections et déplace ses réglages, et les seuils de monétisation changent le 1er février 2027, comme décrit dans la partie 7. Si un écran ne correspond pas, cherchez une formulation qui veut dire la même chose.

Tout cela vous appartient. C'est tout l'intérêt.

Votre compte, votre audience, vos relations clients — créés par vous, contrôlés par vous, sans abonnement mensuel à verser à qui que ce soit pour le privilège d'exister en ligne. Personne ne peut vous les retirer, en augmenter le loyer, ni les éteindre.

LA SÉRIE COMPLÈTE — ENTIÈREMENT GRATUITE

GUIDE 1 Page Facebook professionnelle

GUIDE 2 Compte Instagram professionnel

GUIDE 3 Compte TikTok Business

GUIDE 4 **Chaîne YouTube professionnelle**

VOUS ÊTES ICI

GUIDE 5 WhatsApp Business

Lire ou télécharger les cinq guides

Chaque guide de la série **Own Your Presence** est gratuit à lire en ligne, gratuit à télécharger et libre de partage avec quiconque en a besoin — aucune adresse e-mail requise.

sedjrodigital.com/guides