



LE TUTO

RÉALISER UNE VIDÉO

PAR SAINT-ÉMILION TOURISME

Introduction

Avec l'avènement des nouvelles technologies, il est indéniable que le succès d'une entreprise repose en grande partie sur le contenu. La vidéo s'est ainsi imposée au cours de ces dernières années comme un **support de communication incontournable**.

L'utilisation de contenus vidéo est un élément déterminant pour les entreprises en matière de **stratégie digitale**. Ils permettent par exemple d'améliorer le référencement naturel, le taux de conversion ou encore le taux d'engagement sur vos différents canaux de communication (site web, mailing, réseaux sociaux).

Les chiffres ci-dessous montrent très clairement cette importance de la vidéo :

- Si en 2016, la vidéo ne représentait "que" 61% du trafic internet, en 2019, ce chiffre a atteint 87%.
- Youtube totalise plus d'un milliard d'heures de vidéos visionnées chaque jour à travers le monde.
- Les 25-49 ans consacrent 79,9 % de leur temps à regarder des vidéos en rapport avec des produits ou des services présentés sur des sites marchands.
- Si une vidéo est intégrée dans un mailing, celui-ci obtiendra en moyenne 200% de taux de clic supplémentaire.
- En matière de référencement, la vidéo offre 53 fois plus de chances d'arriver en première page sur Google.

Il s'avère donc primordial aujourd'hui de ne pas oublier ou sous-estimer la communication par la vidéo pour votre structure.

Nous vous partageons donc ci-dessous quelques *trucs et astuces* qui vous permettront de découvrir vos talents cachés de vidéastes ou encore de partager efficacement vos vidéos sur vos différents supports :

- La préparation du projet vidéo
- Le tournage de la vidéo
- Le montage de la vidéo
- La publication et la diffusion de la vidéo
- Le petit lexique "vidéo"

1. La préparation du projet vidéo

Première étape : le brief

Avant de se lancer dans le tournage de votre vidéo, vous devez vous poser plusieurs questions essentielles :

- **Quelle est votre cible ? À qui votre vidéo s'adressera-t-elle ?**

Plus votre audience cible pourra s'identifier et trouver un réel intérêt à regarder votre vidéo, plus elle aura envie de la partager. Cela augmentera donc vos chances d'atteindre une plus large audience.

- **Sur quels canaux de communication se trouve votre audience cible ?**

Vous disposerez de plusieurs moyens pour diffuser votre contenu mais il faudra bien les choisir en fonction de votre cible :

- YouTube (plus de trafic) ou Vimeo (meilleure qualité) ?
- Facebook (grand public) et/ou LinkedIn (professionnels) ?
- Instagram (grand public, créatif) et/ou Twitter (influenceurs, pro) ?
- sur votre site internet : en iframe avec le code d'intégration *embed* de YouTube/Vimeo ou bien hébergé directement sur votre serveur ?

- **Quel message souhaitez-vous faire passer et sous quelle forme ?**

Votre vidéo doit potentiellement répondre à des questions que votre public se pose. Exemples : qui se cache derrière votre entreprise ? Quelles activités propose-t-elle ? Pour que cela soit efficace, il faudra réfléchir à la manière d'y répondre pour captiver votre audience.

Pour information, voici les 3 types de contenu vidéo qui récoltent le plus d'audience sur les réseaux sociaux :

- **Divertissants** : Humour, surprise, exclusivité (dans les coulisses). Ces vidéos font rire, attisent la curiosité.
- **Inspirants** : Artistiques, créatives, motivationnelles. Ces vidéos attirent l'attention par leur beauté et les émotions qu'elles génèrent.
- **Pédagogiques** : Tutoriels, astuces, témoignages. Ces vidéos permettent d'apprendre quelque chose de nouveau.

- **Quel format souhaitez-vous pour votre vidéo ?**

À cette étape, il sera aussi important de définir votre budget pour savoir si vous réalisez la vidéo en interne ou si vous faites appel à un prestataire extérieur.

La durée : il faudra capter l'attention du public durant les 5 premières secondes de la vidéo, et pour une durée totale de 20 à 90 secondes pour Facebook et LinkedIn par exemple. Les vidéos plus longues pourront être diffusées sur Youtube ou les IGTV d'Instagram.

Le style : interview, stop motion, timelapse ou hyperlapse ?

Le format : horizontal, vertical, carré ?

Deuxième étape : le story-board

Une fois votre brief vidéo préparé, vous pouvez passer à la phase de création du **story-board**. Il s'agit d'une sorte de bande-dessinée qui décrit tous les plans de la vidéo et introduit une première approche visuelle par le dessin. Si vous travaillez sur ce projet à plusieurs, il vous permettra de transmettre votre vision de la vidéo au reste de l'équipe et c'est également un bon moyen de préparer le tournage.

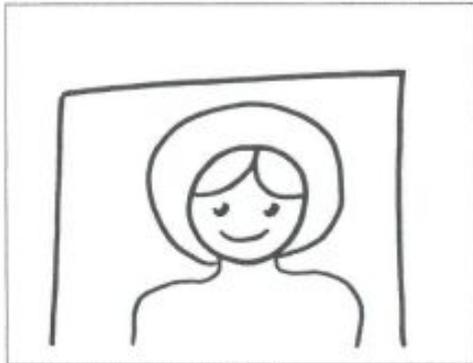
Le story-board n'est pas une œuvre d'art, c'est un simple outil de travail et il n'est pas nécessaire de savoir dessiner. Par exemple, des « bonhommes bâtons » peuvent très bien faire l'affaire avec quelques informations textuelles.

Il n'existe pas réellement de règles prédéfinies en matière de création de story-board, chacun est libre d'adopter le format qu'il souhaite : par exemple en détaillant tout le film plan par plan ou simplement en esquissant les grandes lignes, ou encore indiquant les mouvements de caméra par des flèches, etc.

Voici les questions à se poser lors de la réalisation du story-board :

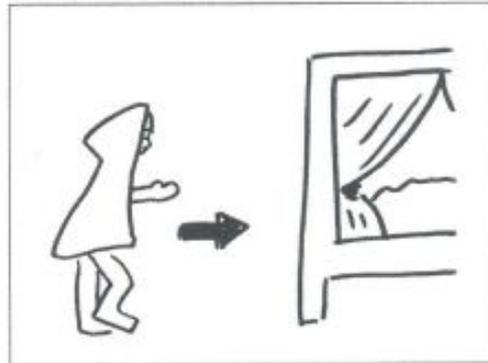
- **Quel découpage ?** : La structure de votre vidéo est importante pour apporter du rythme et organiser vos idées.
- **Quelle introduction ?** : elle doit être efficace car c'est pendant les 5 premières secondes que la vidéo va capter l'attention du public ou non.
- **Quelles images, quels textes, à quel moment ?** : sous-titres ou non, ajout de documents/photos pour étayer l'argumentaire, ...
- **Quelle conclusion (call to action) ?** : c'est-à-dire l'action que les spectateurs doivent faire à la fin du visionnage. Par exemple : visiter un site internet, s'abonner à vos réseaux sociaux, télécharger une application...

Exemple de story-board :



N° plan : 1 - Plan poitrine

Situation : La porte s'entrouvre et le visage du Petit Chaperon Rouge apparaît.



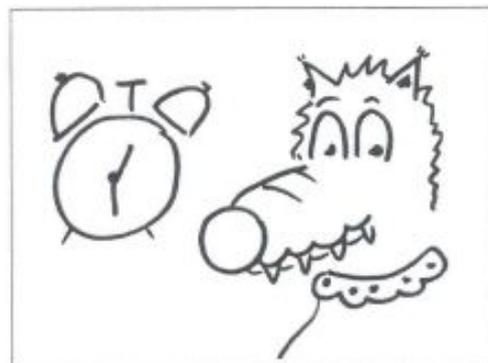
N° plan : 2 - Plan moyen, pano G-D

Situation : Le Petit Chaperon Rouge s'approche et ouvre les rideaux du lit.



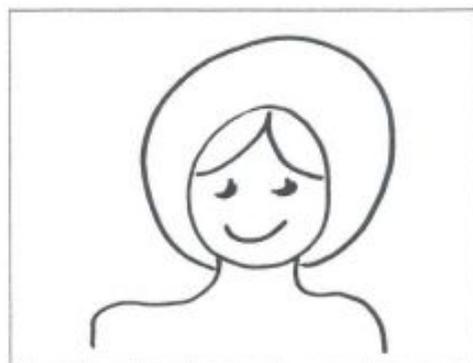
N° plan : 3 - Plan moyen, plongée

Situation : Le loup est couché dans le lit. Le Petit Chaperon Rouge s'approche du lit.



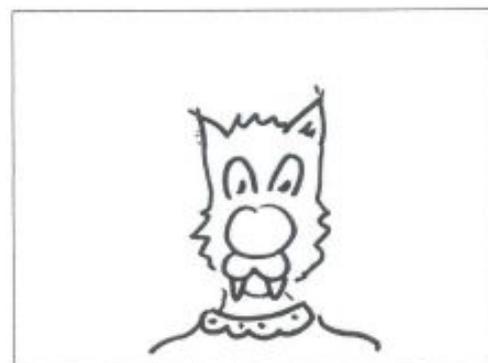
N° plan : 4 - Gros Plan

Situation : Visage du loup avec l'horloge posée sur la table de nuit.



N° plan : 5 - Plan poitrine

Situation : PCR : « Comme tu as de grandes oreilles, grand-mère ! »



N° plan : 6 - Plan épaule

Situation : Loup : « C'est pour mieux entendre, mon enfant. »

2. Le tournage de la vidéo

Le tournage est l'étape de prise de vues où sont enregistrés les rushes, les images et les sons destinés à constituer la vidéo.

Après l'étape de préparation (brief et story-board), l'étape du tournage peut sembler facile mais le résultat est parfois décevant. Notre conseil est donc de tourner plus longtemps que la durée réelle de la vidéo ou encore de filmer de multiples séquences courtes : vous pourrez ainsi sélectionner les passages qui vous conviennent et couper au montage.

Les erreurs à ne pas commettre

- Ne pas vérifier en amont l'état de la batterie et la capacité de stockage de l'appareil utilisé.
- Filmer en mode portrait : tenez votre téléphone ou appareil photo horizontalement pour filmer en format "paysage". Le format "portrait" sera à privilégier uniquement pour certains canaux de communication (sur Instagram notamment).
- Filmer dans un lieu bruyant : les bruits de fond indésirable (conversations, voiture ou avion qui passent,...) ne peuvent pas toujours être retirés au montage.
- Être dans la précipitation : il est essentiel de prendre le temps de filmer les différentes séquences car elles risquent de manquer de stabilisation. Pour une image bien stable, équipez-vous d'un trépied.
- Laisser des éléments perturbateurs dans le champ de la caméra : cela attire l'œil et peut avoir un impact négatif sur le rendu, surtout sur les plans fixes.
- Ne pas prendre en considération l'exposition : la luminosité peut sembler idéale à l'œil nu mais le rendu n'est pas toujours optimal en vidéo (ce qui peut aussi dépendre de votre matériel). Faites des tests avant de tourner votre vidéo.
- Ne filmer que des plans fixes : pour apporter du rythme à la vidéo, faites varier les points de vue (plongée et contre-plongée, travelling, zoom, gros plan...)
- Placer le sujet en plein milieu de l'écran : en prenant en considération la règle des tiers, positionnez-le à l'intersection des lignes de force (qui divisent l'écran en tiers, horizontalement et verticalement).

- Employer des mots parasites dans vos vidéos de type “interview” ou “tutoriel” : si vous ne savez plus ce que vous voulez dire et que vous utilisez des “euh” trop fréquemment, il vaut mieux laisser un blanc puis reprendre la parole. Vous pourrez couper ces passages de silence au montage.

Les équipements

Il est tout à fait possible de créer des vidéos professionnelles avec un smartphone dernière génération même s’il est évident que la qualité sera toujours supérieure avec un appareil de type “reflex” et encore une caméra.

L’avantage du smartphone est qu’il est moins volumineux, plus facile à prendre en main et qu’il vous sera possible de monter votre vidéo directement via une application téléchargée sur celui-ci.

Cependant, que vous choisissiez le smartphone ou l’appareil photo, voici trois équipements complémentaires qui peuvent vous aider à obtenir un rendu professionnel :

- **un micro externe** : lorsque vous réalisez des vidéos de type “interview” ou “tutoriel”, investir dans un micro cravate est la solution idéale (et peu coûteuse) pour obtenir un audio de qualité.
- **un trépied** : cet accessoire permet de fixer la caméra afin de bénéficier d’un plan stable et de modifier la hauteur de prise de vue très facilement. Le trépied garantit le rendu d’un projet vidéo plus professionnel.
- **un éclairage artificiel** : Ajouter de la lumière peut être bénéfique pour supprimer les ombres qui gâchent parfois le cadre. Dans ce cas, vous pouvez mettre en place un “éclairage 3 points” composé d’une lumière clé (la lumière principale), d’une lumière de remplissage (la lumière secondaire) et d’une lumière contre-jour derrière le sujet. En fonction de l’ampoule que vous utilisez, vous pourrez donner une ambiance plus stricte, professionnelle ou au contraire douce et conviviale.

3. Le montage de la vidéo

Le montage est la dernière phase de la production et symbolise la concrétisation de votre projet vidéo.

Durant toute la phase de réalisation, vous pouvez commencer à attiser la curiosité de votre communauté en publiant des morceaux de vidéos ou en partageant les coulisses du tournage sur Instagram par exemple.

Nos conseils

- Bien trier vos rushes : ne sélectionnez que des vidéos et des photos de haute qualité pour votre montage et veillez à bien classer vos vidéos sélectionnées dans un dossier dédié pour gagner du temps lors du montage.
- Privilégier les séquences courtes : veillez à bien décomposer les actions pour rythmer encore plus le montage.
- Ne pas en dire trop et résumer : comme évoqué plus haut, la durée totale à privilégier pour Facebook et LinkedIn est de 20 à 90 secondes.
- Pour une vidéo à destination des réseaux sociaux : ne pas inclure une intro avec le logo de votre entreprise au début. Les 3 premières secondes sont décisives, vous avez peu de temps pour réussir à capter l'attention de votre audience cible.
- Éviter les polices trop fantaisistes et les couleurs trop flashy pour le titrage de votre vidéo. Privilégiez la sobriété.
- Ne pas tester tous les effets gadgets pour les transitions vidéos : cela crée un rendu très amateur et détériore la qualité de la vidéo.
- Prendre du recul sur votre montage : à force de passer du temps sur le logiciel, les petits détails interpellent moins. Faites des coupures assez régulièrement pour être plus attentif aux petites erreurs et partagez votre travail avec votre équipe, vos proches.
- Donner une grande importance au son : il est très important dans une vidéo car il permet d'installer une ambiance et de créer de l'émotion.
- Ne pas utiliser de musiques copyrightées dont vous n'avez pas les droits. Vous risquez de voir votre vidéo censurée sur les réseaux sociaux. Pour vous aider, vous

trouvez sur cet article quelques sites pour télécharger des musiques libres de droit et gratuites : <https://www.codeur.com/blog/musique-libre-de-droit-video/>

- Ne pas commencer votre vidéo de type “interview” avec l’interview d’une personne sans avoir au préalable contextualisé.

Les logiciels et applications de montage

- **Sur ordinateur**

Les logiciels de montage gratuits

Il est possible de créer des vidéos sans faire appel à un professionnel pour le montage. Des logiciels de montages gratuits sont disponibles, les plus connus étant Movie Maker (pour Windows) et iMovie (pour Apple). Bien entendu, il en existe beaucoup d’autres, tels que : Blender, Lightworks, Shotcut... Vous trouverez ci-dessous le Top 20 des logiciels gratuits de montage vidéo en 2020 :

<https://www.oberlo.fr/blog/top-20-logiciels-gratuits-de-montage-video>

Globalement, ces logiciels ont une interface ludique et facile d’utilisation car les fonctionnalités disponibles ont été réalisées pour satisfaire aux personnes souhaitant débiter en montage vidéo. Néanmoins, ces logiciels restent évidemment limités en termes de fonctionnalités par rapport à un logiciel payant.

Les logiciels de montage payants

Contrairement aux logiciels gratuits, ces logiciels sont beaucoup plus complets et permettent de pousser la créativité. Les deux logiciels les plus populaires et performants sur le marché sont :

- Final Cut pro : logiciel vidéo édité par Apple
- Adobe Premier Pro : logiciel vidéo de la Suite Adobe

- **Sur smartphone**

Pour ceux qui souhaitent gagner du temps et réaliser des vidéos rapidement en utilisant leur smartphone, le montage pourra être effectué directement sur celui-ci :

L'article ci-dessous recense les meilleures applications gratuites pour le montage photo sur smartphone, qu'il soit sur iOS ou Android :

<https://videonline.info/les-6-meilleures-applis-de-montage-video-pro-sur-smartphone/>

Gratuites :

- InShot (Android/iOS)
- Quik (Android/iOS)
- PowerDirector (Android/iOS)
- Adobe Spark Video (iOS)

Payantes :

- Adobe Rush (Android/iOS/Mac OS/Windows)
- Kinemaster (Android/iOS)
- CTPro (iOS)
- LumaFusion (iOS)

L'exportation du fichier vidéo

Il se peut que vous ayez besoin de différentes versions de votre vidéo : une en haute définition pour pouvoir la projeter lors d'événement, une plus compressée pour publier sur votre site internet et réseaux sociaux. Vous pourrez ainsi exporter votre fichier vidéo dans plusieurs formats d'exportation.

Pour information, voici les principaux formats existants :

- MOV
- AVI
- MP4
- FLV
- WMV

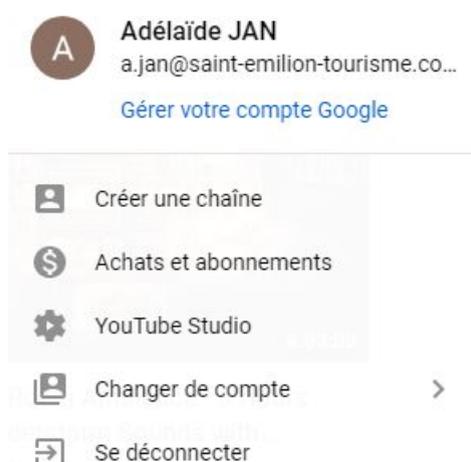
L'article ci-dessous vous aidera à choisir le format d'exportation de votre vidéo en fonction du canal de diffusion que vous souhaitez utiliser :

<https://graphiste.com/blog/mov-avi-mp4-format-video-choisir>

4. La publication et la diffusion de la vidéo

Sur Youtube

Étape 1 : Si elle n'existe pas encore, créez votre propre chaîne sur <https://www.youtube.com>

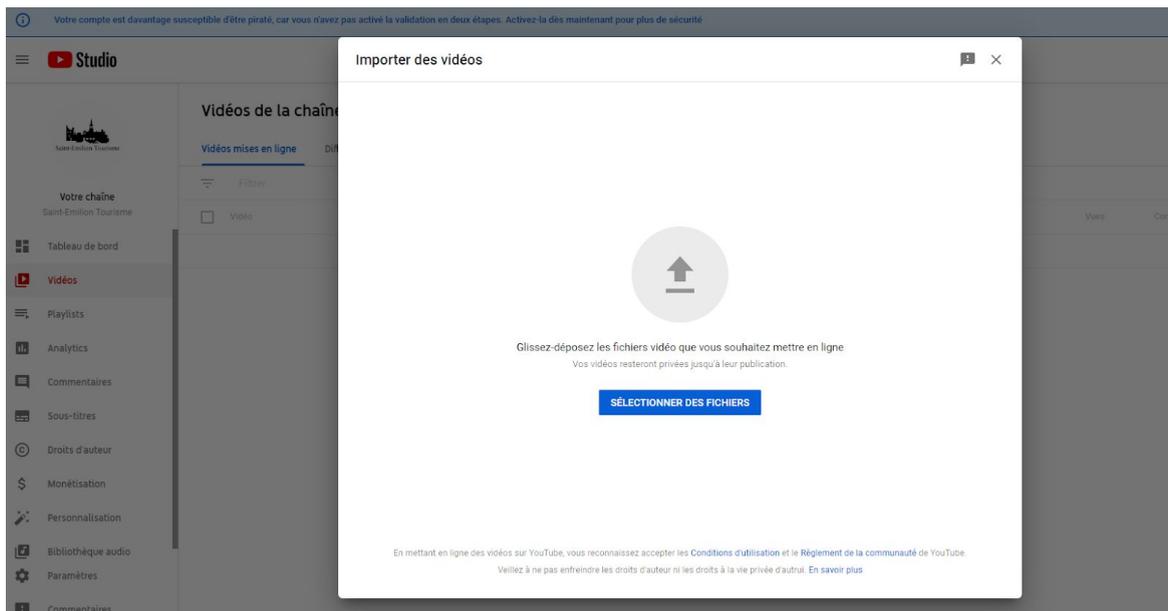


Étape 2 : Depuis votre ordinateur, cliquez en haut à droite de votre écran sur l'icône "créer" puis cliquez sur "mettre en ligne une vidéo".

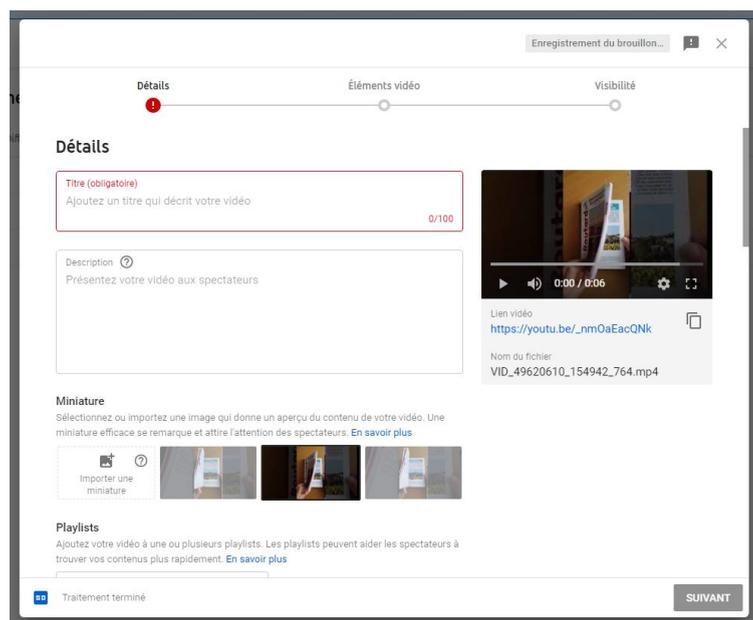


Étape 3 : Sélectionnez le fichier vidéo à importer dans votre explorateur.

À savoir : si vous souhaitez mettre en ligne une vidéo de plus de quinze minutes, votre compte devra être vérifié et vous devrez renseigner vos coordonnées.



Étape 4 : Une fois la vidéo sélectionnée, une nouvelle fenêtre s’ouvre pour que vous puissiez renseigner les “Détails” de votre vidéo.



Trois critères sont importants à saisir :

- le titre de la vidéo
- la description

- les tags (rubrique en bas de page dans “Communication commerciale”) : vous pouvez y mentionner le plus de mots-clés relatifs à votre vidéo. Ils permettront aux internautes de la retrouver facilement.

Informations complémentaires :

Si vous souhaitez donner une portée internationale à votre vidéo, vous pouvez renseigner ces informations dans d’autres langues à partir de l’onglet “traduction”.

Dans les “paramètres avancés”, vous pouvez indiquer si vous souhaitez autoriser les commentaires ou non, choisir une catégorie, rendre possible le partage par intégration, etc.

Une fois les informations remplies, cliquez sur “Suivant” en bas à droite de la page.

Étape 5 : L’onglet “Éléments vidéo” s’ouvre.

Si vous souhaitez faire la promotion d’autres contenus, vous pouvez :

- *ajouter un écran de fin*: dans un intervalle compris entre 20 et 5 secondes avant la fin de votre vidéo, cet écran de fin vous permet par exemple de faire la promotion d'autres vidéos ou d'encourager les internautes à s'abonner à votre chaîne. Votre vidéo doit durer au moins 25 secondes pour comporter un écran de fin. Les écrans de fin ne sont pas disponibles pour les vidéos marquées comme conçues pour les enfants.
- *ajouter des fiches* : elles permettent de rendre vos vidéos plus interactives et peuvent contenir une vidéo, une playlist, une chaîne ou un lien de redirection. Ces fiches sont limitées à 5 par vidéo et elles ne sont pas disponibles sur les vidéos marquées comme conçues pour les enfants.

Détails Éléments vidéo Visibilité

Éléments vidéo

Ajoutez des fiches et un écran de fin pour montrer à vos spectateurs des vidéos, des sites Web et des incitations à l'action en lien avec votre vidéo. [En savoir plus](#)

📺

Ajouter un écran de fin

Faites la promotion de contenus associés à la fin de votre vidéo.

IMPORTER À PARTIR DE LA VIDÉO AJOUTER

ℹ️

Ajouter des fiches

Faites la promotion de contenus associés dans votre vidéo.

AJOUTER

Une fois les éléments ajoutés, cliquez sur “Suivant” en bas à droite de la page.

Étape 6 : L’onglet “Visibilité” s’ouvre

C’est à cette étape que vous choisissez les options de publication :

- soit vous enregistrez et publiez votre vidéo dès maintenant, tout en choisissant l’audience.
- soit vous programmez votre vidéo en sélectionnant la date à laquelle elle sera rendue publique.

Visibilité
Choisissez quand publier votre vidéo et qui peut la voir

Enregistrer ou publier
Choisissez de rendre votre vidéo **publique, non répertoriée** ou **privée**

Privée
Seuls vous et les personnes que vous choisissez pouvez regarder votre vidéo

Non répertoriée
Tous les utilisateurs disposant du lien peuvent regarder votre vidéo

Publique
Tout le monde peut regarder votre vidéo

Définir en tant que Première instantanée ?

Programmer
Sélectionnez la date à laquelle vous souhaitez rendre votre vidéo **publique**

Avant de publier la vidéo, vérifiez les points suivants :
Y a-t-il des enfants dans cette vidéo ?

HD Traitement terminé

RETOUR **ENREGISTRER**

Une fois les critères renseignés, cliquez sur “Enregistrer” en bas à droite à droite pour finaliser la mise en ligne de votre vidéo en ligne. Vous pourrez à tout moment modifier les paramètres sélectionnés préalablement, même après la mise en ligne de votre vidéo.

Sur Vimeo

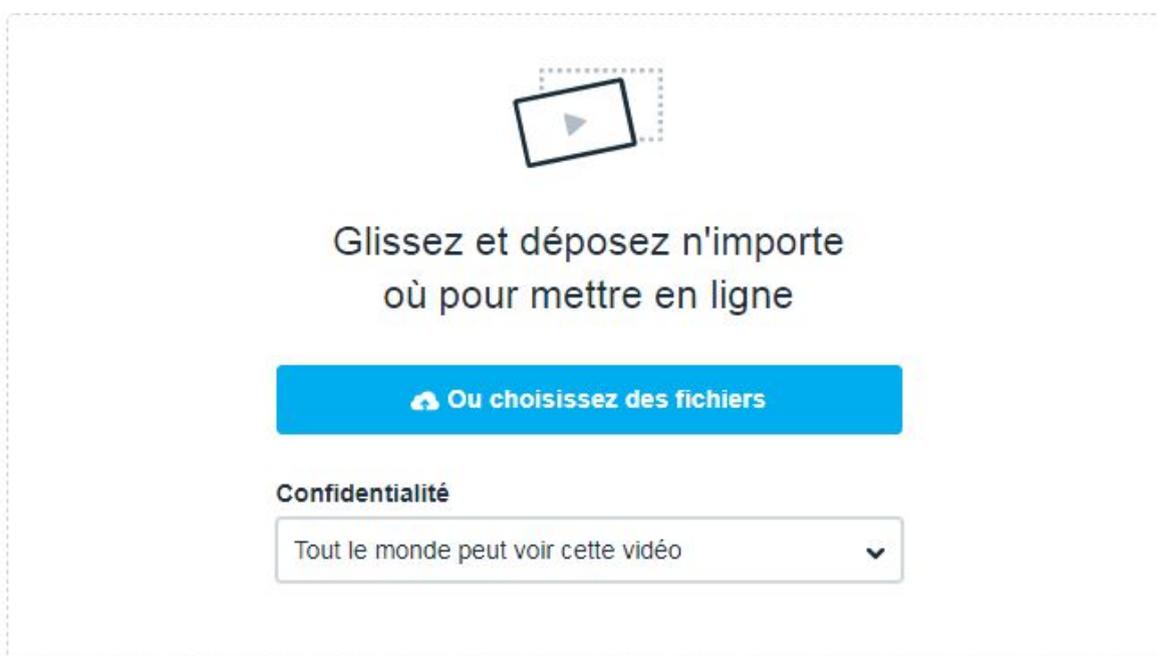
Étape 1 : S'il n'existe pas encore, créez un compte et connectez-vous avec vos identifiants sur <https://vimeo.com>

Étape 2 : Téléchargez la vidéo

Cliquez sur « nouvelle vidéo » puis « mettre en ligne » en haut à droite de la page.



La page ci-dessous s'ouvre. Sélectionnez le fichier à importer dans l'explorateur de votre ordinateur.

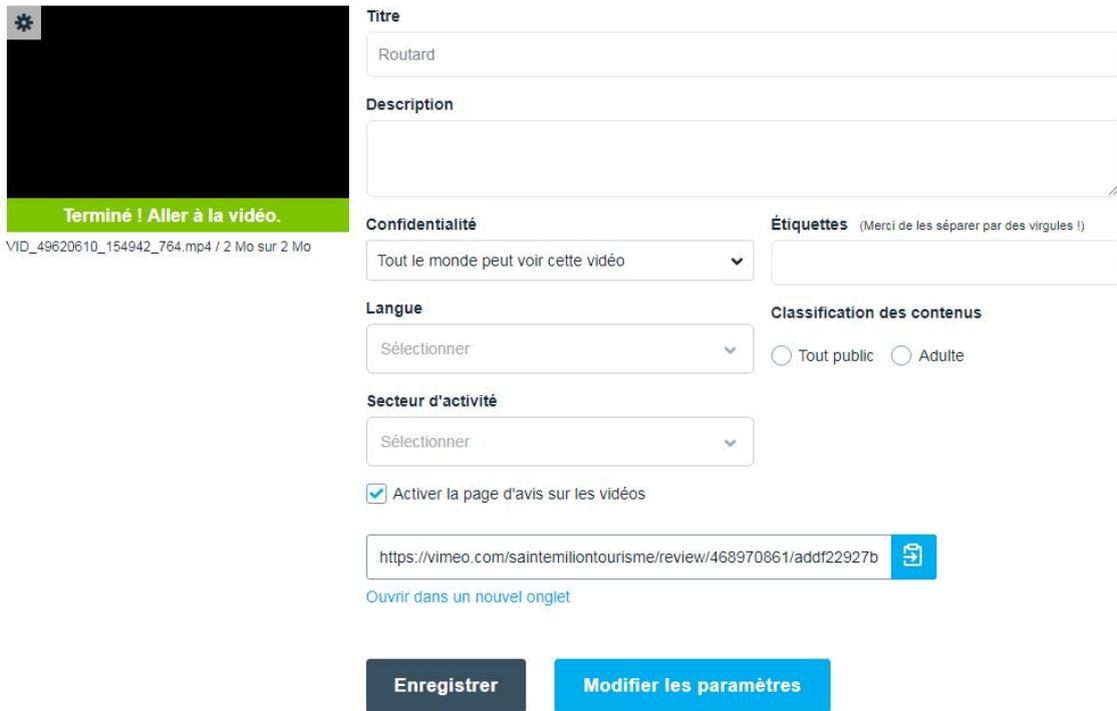


Attention, Vimeo est une plateforme réservée aux créateurs. Contrairement à Youtube, la vidéo que vous souhaitez mettre en ligne doit être l'une de vos créations, vous devez en être le propriétaire.

Étape 3 : Renseignez les informations de la vidéo

Un formulaire rapide apparaît en bas de la page pour renseigner les informations de base : titre, description, confidentialité, langue, activation des commentaires...

Vous pouvez cliquer sur “Modifier les paramètres” pour accéder aux paramètres avancés : visualisation de la vidéo (qui se publie automatiquement), ajout d’un écran de fin, ajout de fiches, sous-titres...



The screenshot shows a video upload interface. On the left is a video player with a black video and a green bar at the bottom that says "Terminé ! Aller à la vidéo." Below the player is the filename "VID_49620610_154942_764.mp4 / 2 Mo sur 2 Mo". To the right is a settings form with the following fields:

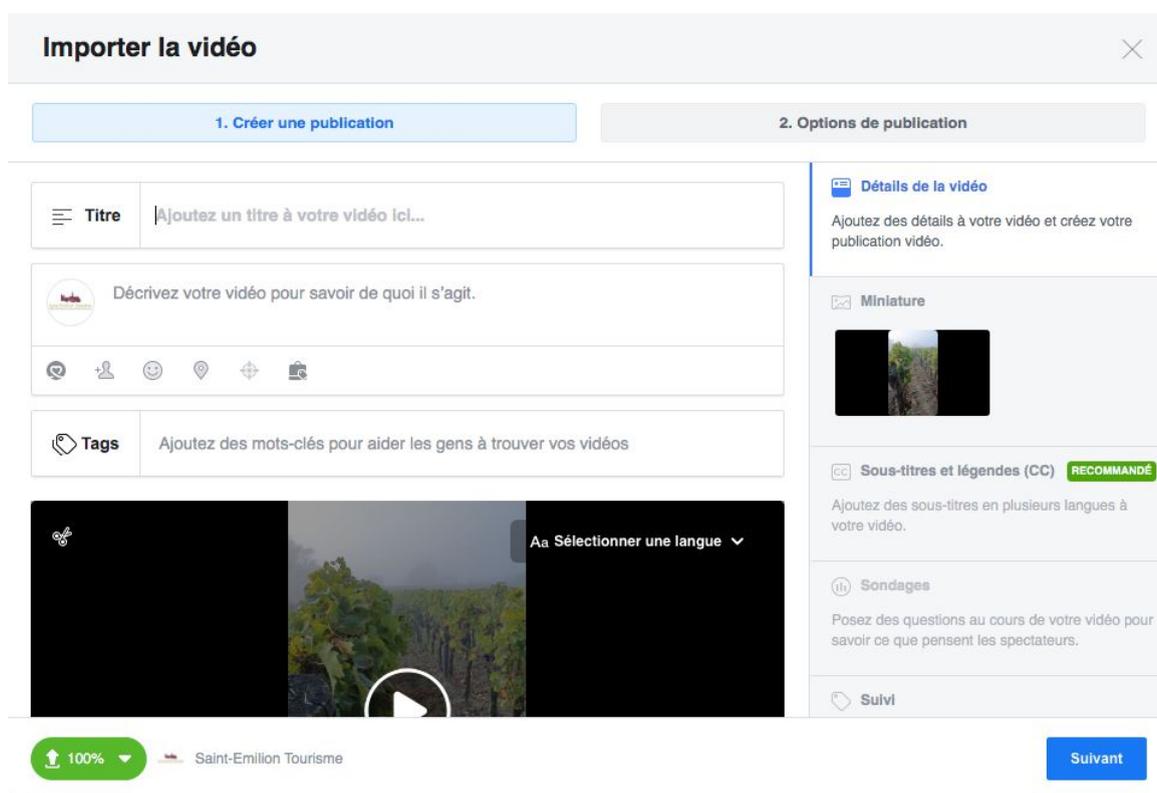
- Titre**: A text input field containing "Routard".
- Description**: A large text area for the video description.
- Confidentialité**: A dropdown menu set to "Tout le monde peut voir cette vidéo".
- Étiquettes**: A text input field with the note "(Merci de les séparer par des virgules !)".
- Langue**: A dropdown menu set to "Sélectionner".
- Classification des contenus**: Radio buttons for "Tout public" (selected) and "Adulte".
- Secteur d'activité**: A dropdown menu set to "Sélectionner".
- Activer la page d'avis sur les vidéos
- A URL input field containing "https://vimeo.com/saintemilontourisme/review/468970861/addf22927b" with a copy icon.
- A link "Ouvrir dans un nouvel onglet" below the URL.
- Two buttons at the bottom: "Enregistrer" (dark grey) and "Modifier les paramètres" (blue).

Sur Facebook

Étape 1 : Sur votre page ou votre profil, créez une publication en cliquant sur Photo/vidéo.



Étape 2 : Choisissez dans votre explorateur le fichier vidéo que vous souhaitez importer (de préférence au format .mp4). Une fois le transfert terminé, la page ci-dessous s'ouvre.



Il y a plusieurs étapes à suivre:

Onglet "Créer une publication" :

- Ajouter des détails à la vidéo : titre, description (identifier une personne, indiquer un lieu, affiner l'audience...)
- Ajouter une miniature : choisir l'image à afficher dans vos publications vidéo lorsque votre vidéo n'est pas en cours de lecture. Vous pouvez sélectionner une image contenue dans votre vidéo (un passage précis) ou ajouter une image personnalisée.
- Renseigner les options de diffusion de vidéo

- Ajouter des sous-titres et légendes : choisir la langue de la vidéo, ajouter des légendes dans différentes langues.

Onglet “Options de publication” :

- Choisir comment sera publiée la vidéo : programmer, antidater, enregistrer comme brouillon
- Choisir où votre publication apparaîtra : fil d’actualité, dans “Watch”...

Une fois l’ensemble des éléments renseignés à votre convenance dans les deux onglets, cliquez sur publier en bas à droite de la page:

The screenshot displays the 'Options de publication' (Publishing Options) interface. At the top, there are two tabs: '1. Créer une publication' (grey) and '2. Options de publication' (blue). Below the tabs, the main content area is titled 'Options de publication'. It is divided into two sections:

- Choisissez comment publier votre publication:** This section contains five radio button options:
 - Publier
 - Première
 - Programmer
 - Antidater
 - Enregistrer comme brouillon
- Choisissez où votre publication apparaîtra:** This section contains two radio button options:
 - Fil d'actualité
 - Cibler des audiences précises
 Below the 'Cibler des audiences précises' option, there are two unchecked checkboxes:
 - Arrêter la diffusion sur le fil d'actualité
 - Cibler des audiences précises

At the bottom of the interface, there is a green progress indicator showing '100%' and the channel name 'Saint-Emilion Tourisme'. On the right side, there are three buttons: 'Retour', 'Public' (with a dropdown arrow), and 'Publier'.

Sur Instagram

Une fois l'application Instagram téléchargée sur votre téléphone et votre compte créé, il existe plusieurs façons pour partager une vidéo sur ce réseau social :

En post

Pour importer une vidéo ou en enregistrer une nouvelle depuis l'application Instagram sur votre téléphone, appuyez d'abord sur  en bas de l'écran :

- Pour importer une vidéo depuis la bibliothèque de votre téléphone, appuyez sur "Bibliothèque" (iPhone) ou "Galerie" (Android) en bas de l'écran et sélectionnez la vidéo à partager.
- Pour enregistrer une vidéo, appuyez sur "Vidéo" en bas de l'écran. Appuyez longuement sur  pour commencer l'enregistrement et levez le doigt pour l'arrêter. Vous pouvez répéter l'opération pour enregistrer plusieurs clips vidéo et appuyer sur  pour passer d'un appareil photo à un autre.

Une fois que vous avez enregistré ou téléchargé une vidéo et avant de la partager, vous pouvez :

- appliquer un filtre
- couper la vidéo pour en ajuster la durée
- intégrer une légende
- ajouter le lieu

La durée maximale d'une vidéo dans un post Instagram est de 60 secondes. Au-delà de 60 secondes, la vidéo sera visible dans la rubrique IGTV.

En IGTV

Étape 1 : Pour importer une vidéo sur IGTV depuis l'application Instagram, appuyez sur  au bas de l'écran, choisissez la vidéo que vous souhaitez importer puis appuyez sur "Suivant".

Étape 2 : Sélectionnez "Longue vidéo" pour partager une vidéo d'au moins 60 secondes sur IGTV. Vous pouvez partager des vidéos de moins de 60 secondes sur votre fil et votre profil en sélectionnant "Courte vidéo" > Continuer.

Étape 3 : Sélectionnez ensuite l'image de couverture de votre vidéo. Vous pouvez choisir l'image qui vous est proposée automatiquement, sélectionner un autre passage de votre vidéo ou encore télécharger une photo depuis la galerie de votre téléphone en appuyant sur

+ "Ajouter à partir de la pellicule" (iPhone) ou sur "Ajouter à partir de la galerie" (Android). Appuyez ensuite sur Suivant.

Étape 4 : Renseignez les informations de votre IGTV

- Ajouter un titre et une description.
- Ajouter à une série : vous pouvez ajouter votre vidéo à une série IGTV. Notez que si vous créez une série pour la première fois, vous devez lui donner un nom.
- Publier un aperçu : vous pouvez décider de publier un aperçu de votre vidéo sur votre profil et dans le fil ou de partager votre vidéo sur une Page Facebook. L'aperçu est automatiquement placé au début de votre vidéo pour en constituer les 15 premières secondes. Si vous avez choisi de publier un aperçu, vous pouvez appuyer sur Modifier la couverture du profil pour ajuster l'affichage de votre photo de couverture IGTV sur votre grille de profil. Vous pouvez également appuyer sur Modifier l'aperçu pour ajuster l'aperçu de votre vidéo IGTV dans le fil (cette option est uniquement disponible si votre vidéo est au format 9:16. Au format 16:9, la vidéo apparaît en entier).

Pour finaliser, cliquez enfin sur "Publier".

En story

Étape 1 : Pour importer une vidéo en story depuis l'application Instagram, cliquez sur le logo en forme d'appareil photo en haut à gauche de l'écran :



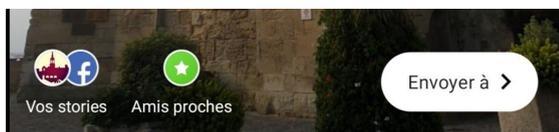
Étape 2 : Une nouvelle fenêtre s'ouvre : vérifiez en bas de l'écran que vous êtes bien sur le mode "Story" et non "En direct" ou "Reels" puis sélectionnez la vidéo souhaitée dans la galerie de votre téléphone (carré à gauche de "En direct") :



Étape 3 : Une fois sélectionnée, personnalisez votre contenu si vous le souhaitez en cliquant sur une des icônes en haut de votre écran :



Étape 5 : Une fois votre story terminée, appuyez sur “Envoyer à” puis “Partager” à votre story.



En Reels

Les “Reels” permettent d’enregistrer et de modifier des vidéos multi-clips de 15 secondes avec du son, des effets et de nouveaux outils de création.

Étape 1 : Pour importer une vidéo en format “Reels” depuis l’application Instagram, cliquez sur le logo en forme d'appareil photo en haut à gauche :



Étape 2 : Une nouvelle fenêtre s’ouvre : choisissez le mode “Reels” puis sélectionnez la ou les vidéo(s) souhaitée(s) dans la galerie de votre téléphone (carré à gauche de “En direct”) :



Étape 3 : Sur le côté gauche de votre écran, vous verrez différents outils de modification qui vous aideront à créer votre Reel :

- Audio : recherchez une chanson dans la bibliothèque musicale de l’application ou utilisez votre propre contenu audio en l'enregistrant en même temps que votre Reel.
- Effets AR : sélectionnez l’un des nombreux effets créés par Instagram mais aussi par les utilisateurs. Vous pourrez ainsi enregistrer plusieurs clips avec différents effets.
- Minuteur et compte à rebours : programmez le minuteur pour enregistrer vos clips en mode “mains libres”. En appuyant sur “Enregistrer”, vous verrez un compte à rebours s’afficher.
- Aligner : alignez les éléments de votre clip précédent avant d’enregistrer le suivant. Vous pourrez ainsi créer des transitions fluides.
- Vitesse : choisissez d’accélérer ou de ralentir certaines sections vidéo ou audio de votre choix.

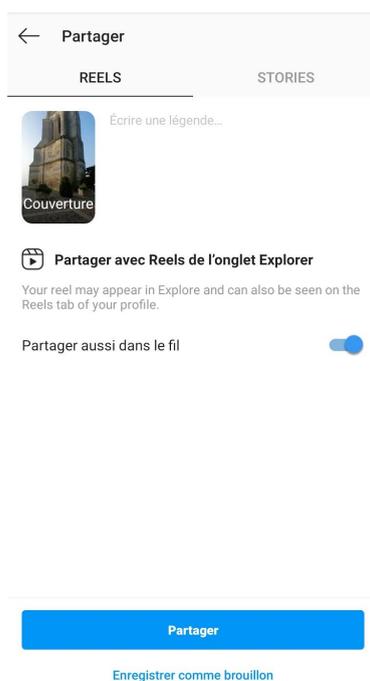
Étape 4 : Une fois votre Reel créé avec les effets, le son, les transitions, cliquez sur la flèche blanche à droite pour passer à l’étape suivante.



Étape 5 : Prévisualisez votre clip final et si vous le souhaitez, ajoutez-y du texte, des émoticônes ou des GIF via les onglets en haut de l'écran. Une fois terminé, cliquez sur la flèche blanche en bas à droite de l'écran.



Étape 6 : Ajoutez une courte légende avec des hashtags puis partagez votre "Reel" dans les espaces souhaités (dans l'onglet Explorer, dans votre fil ou encore en story).



Cliquez sur “Partager” ou “Enregistrer comme brouillon” pour le finaliser plus tard.

Sur votre site internet

En fonction de la solution que vous utilisez pour votre site internet, il existe plusieurs façons d’intégrer une vidéo dans l’une de vos pages. Nous vous invitons à vous renseigner auprès de votre prestataire web pour choisir l’option adaptée.

Sachez cependant qu’il est possible d’intégrer facilement une vidéo hébergée sur des plateformes comme Youtube et Vimeo sur vos sites.

Exemple sur Youtube :

Une fois votre vidéo publiée, cliquez sur l’onglet “Partager” qui se trouve sous votre vidéo, puis cliquez sur “Intégrer”.



Le code <iframe s’affiche sur la partie droite de la fenêtre, comme ceci :

Intégrer la vidéo

```
<iframe width="560" height="315"
src="https://www.youtube.com/embed/o5
fUnZ9YxME" frameborder="0"
allow="accelerometer; autoplay;
clipboard-write; encrypted-media;
gyroscope; picture-in-picture"
allowfullscreen></iframe>
```

Vous pouvez ainsi le copier puis le coller dans le code HTML de votre blog ou de votre site internet.

5. Petit lexique spécial “vidéo”

Angle de prise de vue : De cet angle dépend le point de vue que l’on a de l’action. L’angle le plus courant car le plus neutre est celui où la caméra est placée à hauteur des yeux du sujet. Mais le caméraman peut aussi décider de cadrer son sujet depuis le dessus, créant ainsi un effet de plongée, ou à l’inverse se placer plus bas que le sujet, pour filmer en contre-plongée.

Champ : Le champ est ce qui est enregistré par le capteur de la caméra. On l’oppose au hors champ qui est tout ce qui n’est pas couvert par l’image.

Composition : La composition est une notion qui correspond à l’organisation des éléments dans l’image. En vidéo, la composition comprend le mouvement des objets ou personnages et évolue au fil d’une scène.

Contraste : Le contraste est la différence existant entre les éléments sombres et clairs de l’image. En photographie comme en vidéo, cet élément permet de mettre certains éléments en valeur au milieu d’autres. Le contraste se révèle donc être un élément clé d’une composition réussie. Il peut être atténué ou accentué lors de l’étalonnage des couleurs.

Découpage technique : produit par le réalisateur aidé de son chef opérateur c’est un document servant à décrire au reste de l’équipe la mise en image et en son du film. C’est le “cahier des charges” détaillé du tournage.

Fondu : enchaînement d’une image à une autre. Généralement utilisé au montage pour marquer la fin (fermeture) et le début (ouverture) d’une nouvelle séquence.

Montage : étape la plus importante de la post-production pendant laquelle on sélectionne parmi les différents plans tournés ceux que l’on va conserver, puis on les assemble avec des raccords de coupe, fondus enchaînés, fondus au noir, etc.

Plan : une vidéo est composée de séquences, elles-mêmes constituées de plans. Ces derniers sont séparés par des coupes de type « cut » ou fondu. A chaque coupe, on amorce un nouveau plan. En voici quelques exemples : plan d'ensemble, plan rapproché, gros plan,

Scénario : premier document qui permet d'appréhender l'ensemble du film. C'est la succession des actions, dialogues et situations qui forme le déroulé du film. Cette succession est séparée en séquences d'une unité de temps, de lieu et d'action.

Storyboard : accompagnant le découpage technique. Le storyboard permet de mieux communiquer sur les attentes du découpage technique dans un format ressemblant à une BD.

Micro-cravate : micro petit et discret destiné à s'accrocher à votre cravate en étant le moins visible possible...

Prise : L'enregistrement d'un plan est appelé une prise. Plusieurs prises d'un même plan peuvent être effectuées jusqu'à que le résultat soit satisfaisant.

Profondeur de champ : La profondeur de champ désigne la zone de netteté de l'image. On parlera de faible profondeur de champ lorsque peu d'éléments sont nets et que le reste de l'image est dans le flou, et inversement.

Rushes : il s'agit des vidéos et sons bruts produits par la caméra qui seront mis à disposition du monteur pour en faire votre film.

Travelling : Le travelling est le déplacement de la caméra dans l'espace pendant une prise. Ce déplacement permet de faire évoluer le point de vue sur l'action au cours du temps. Un zoom ou un panoramique (mouvement sur trépied) permet aussi de varier le point de vue mais la différence est que la caméra elle-même ne bouge pas, il n'a s'agit donc pas d'un travelling.

Trépied : outil permettant de supporter la caméra et de la stabiliser.

Zoom : changement de focale au cours d'une prise. Dans le cas d'un zoom avant, on s'approche du sujet, l'inverse lors d'un zoom arrière qui permet de découvrir plus de décor autour de l'action.