

# Formats vidéo



Quels contenus diffuser  
pour sa marque ?

Le guide de la vidéo marketing  
pour les entreprises

eBook - Marketing video

## 01

# Film corporate

Au départ du projet, il y a une envie de communiquer, de créer du lien avec ses clients et ses prospects. Vous avez identifié vos besoins, vos moyens et surtout défini vos objectifs, mais alors, à quoi doit ressembler votre **film d'entreprise** ?

**Le film corporate, ou vidéo d'entreprise**, va mettre en lumière une activité, un savoir-faire, une histoire mais également les valeurs que véhicule une marque.

**Le film corporate** est un terme général qui désigne une vidéo qui peut toucher toutes les cibles : le personnel d'une entreprise, ses prospects, ses clients, ses fournisseurs, actionnaires, collaborateurs... Elle ne connaît pas de limite, car, aujourd'hui, tout le monde a accès aux vidéos en ligne, ce qui est un pouvoir considérable pour la **stratégie de communication des entreprises**.

## 02

## Spot publicitaire

Un **spot publicitaire** est une production vidéo (ou sonore), assez courte, contenant un message publicitaire. Il est destiné à être diffusé sur internet, à la radio, la télévision, ou encore au cinéma.

Le but d'un spot publicitaire est d'atteindre la cible visée, via le bon canal de diffusion, pour **augmenter ses ventes**.

## Billboard

Plutôt qu'une campagne média traditionnelle, avec des spots classiques, il est possible de faire un **partenariat avec une émission TV** ou un programme diffusé sur internet. La réalisation d'un **billboard** est alors nécessaire. Il s'agit généralement d'une courte vidéo présentant **le parrain ou sponsor** d'une émission. La livraison aux régies publicitaires des chaînes s'effectue de la même manière qu'un **spot publicitaire**.

# Spot publicitaire

## DIFFÉRENTS SUPPORTS :

### TÉLÉVISION :

Possibilité de choisir la cible et de mesurer l'impact du spot publicitaire.

### WEB :

Dynamiser une page web, améliorer son référencement et augmenter la visibilité de sa marque auprès de prospects de niches. Lieux de diffusions : plateformes vidéos, réseaux sociaux, sites internet.

### SMAD :

Services de Médias Audiovisuels à la demande. Les SMAD regroupent les services de vidéo à la demande (VOD), la télévision de rattrapage (catch-up TV) et les chaînes YouTube de médias.

### CINÉMA :

Diffusion en salle, avant la projection du film. Cette solution est notamment très intéressante pour des entreprises localisées, ou un business B2C.

### RADIO :

Lors de la réalisation d'une campagne TV, il peut être rentable d'adapter le(s) spot(s) à la radio. La radio reste un canal de diffusion large et optimal.

## 02

# Spécificités

## liées à la diffusion des spots publicitaires en télévision

La liste des normes et obligations à respecter pour une diffusion TV ou SMAD est très précise, c'est pourquoi l'expertise d'une agence de production audiovisuelle, spécialisée en publicité, est indispensable.

Pour **diffuser un spot publicitaire en télévision ou SMAD**, il est obligatoire de lui affilier un numéro PUB ID et de le faire valider auprès de l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité).

La **livraison des PAD** doit désormais obligatoirement être effectuée par un des prestataires choisis par les régies des chaînes. En règle générale, les agences spécialisées dans la création de spots TV sont au fait de ces obligations et connaissent ces prestataires. Les fichiers vidéos livrés doivent respecter leurs normes audio et vidéo, afin de pouvoir ensuite être diffusés par les régies publicitaires.

**Les mixages des spots doivent respecter la norme EBU : R 128.** Le niveau audio du programme ne dépassant pas les valeurs autorisées par le CSA, soit -23 LUFS en intensité moyenne (programme Loudness) et -20LUFS en intensité courte (Short term Loudness).

## 03

# Motion design



Le **motion design** c'est « l'art de donner vie au graphisme ». En bref, c'est le talent d'animer des visuels "fixes". Cela peut concerner de l'habillage typographique, de l'animation d'identités visuelles, de l'animation d'éléments 3D, ou bien sûr l'animation d'illustrations (images, vidéos etc.).

Dans le langage commun, la **vidéo en motion design** désigne un film animé sur fond musical, le plus souvent souligné d'une voix off. Il peut inclure, ou non, l'animation de personnages.

La **vidéo en motion design** permet de transformer un message abstrait en une représentation concrète. Par exemple, elle est très souvent utilisée comme support sur site internet, pendant une présentation client, lors d'événements d'entreprise, de salons et conférences.

La **vidéo en motion design** peut servir à présenter une agence, un produit, un service, un concept, une étude ou une nouvelle stratégie ! Pour qu'un **film en motion design** soit pertinent, il faut définir l'univers de la vidéo, sa tonalité ainsi que son style.

À la différence des films traditionnels, la **vidéo en motion design** intègre des éléments graphiques qui s'adaptent le plus souvent à charte graphique de la marque (logos, couleurs, typographies).

## 04

# Vidéo produit

**La vidéo produit a pour but de mettre en avant son produit, de manière efficace et impactante.**

En choisissant de présenter son produit en conditions réelles, ou en prise de vue studio, on permet, au spectateur du film, de s'identifier, de comprendre le fonctionnement du produit, et connaître la marque ou l'entreprise qui le commercialise.

Diffusé sur lieu de vente (PLV), salon, site web ou sur les réseaux sociaux, la vidéo produit est un outil de communication indispensable, qui permet de toucher une audience très large.

Sous forme de tutoriel, en motion design, ou mis en scène, **la vidéo produit** permet d'attirer la curiosité, de capter l'attention et de susciter l'envie, en mettant en avant les atouts de vos produits de façon ludique et originale.

À travers une **vidéo produit**, on peut également véhiculer les valeurs et l'image de son entreprise ou de sa marque, comme dans un film corporate.



## 05

# Vidéo événementielle

**Le film événementiel est un vecteur de communication important qui a pour objectif d'amplifier la portée et l'impact du message que vous souhaitez diffuser avant, pendant et après un événement.**

Conférence, team building, salon... Mettez-en plein la vue aux participants ! **La vidéo événementielle** permet de capter leur attention et de présenter son entreprise, un nouveau concept ou produit avec une vidéo qualitative qui permettra de marquer les esprits et de faire parler.

En interne le **film événementiel** joue un rôle considérable, il va permettre de renforcer les liens entre collaborateurs, en les mettant en avant dans une vidéo événementielle, ou en communiquant sur un service de l'entreprise, ou encore dans une vidéo rétrospective, retraçant les moments forts de la société.



## 05

# Vidéo événementielle

Comme il n'est pas toujours évident de capter l'attention du public (que ce soit en interne ou en externe), au cours d'une conférence, une remise de prix, un salon, ou quelconque événement, la **vidéo événementielle** est le moyen de communication qui va permettre de se démarquer et de partager un agréable moment avec ses convives.

Ainsi, vous marquez les esprits et tissez un lien fort et durable avec vos invités !

La **vidéo** tournée pendant un événement est un réel avantage car elle permet de continuer à communiquer, même une fois que celui-ci est terminé.

En effet, on peut la partager sur ses plateformes digitales, générer de l'interaction avec sa communautés et augmenter son trafic sur le net pour encore plus de visibilité !



## 06

## Du reportage...

**La promesse du reportage vidéo, c'est d'amener le spectateur au cœur de l'action.**

Placé dans un décor naturel, il donne de la transparence et suscite la confiance du public.

On utilise souvent le reportage vidéo pour présenter les services d'une entreprise, un nouveau produit, ou pour communiquer sur les retombées d'un événement.

**Le reportage vidéo, est un format permettant d'apporter de l'authenticité, et une grande liberté de ton.**

## ...à l'interview

**L'interview permet de valoriser l'image d'une marque, en mettant en lumière la parole de ses collaborateurs ou de ses clients.**

C'est aussi un moyen de communication original qui permet de lui donner une image vraie, plus humaine, et moins commerciale de l'entreprise. Vidéo dynamique de quelques minutes, l'interview est très efficace sur les réseaux sociaux.



## 06

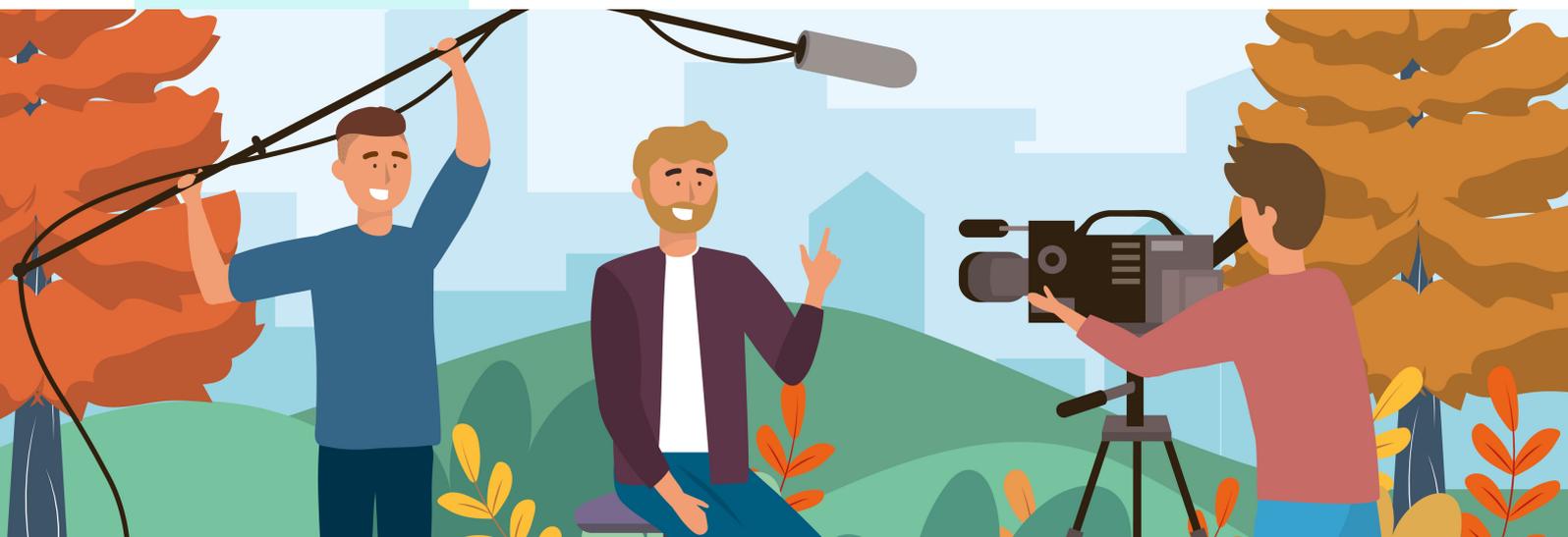
# Interview

Le témoignage, recueilli lors d'une interview, va venir renforcer vos messages et vous permettre de sensibiliser et toucher votre cible.

Utiliser les témoignages d'experts et de professionnels lors d'une interview renforce l'impact de votre vidéo.

Donner la parole à ses clients, permet de communiquer en toute transparence, et de laisser le spectateur s'identifier.

**L'interview se décline en effet sous différentes formes : testimoniaux, portraits, micro-trottoir...** On peut y faire figurer des personnes célèbres ou inconnues, et elle peut être préparée préalablement ou totalement improvisée.

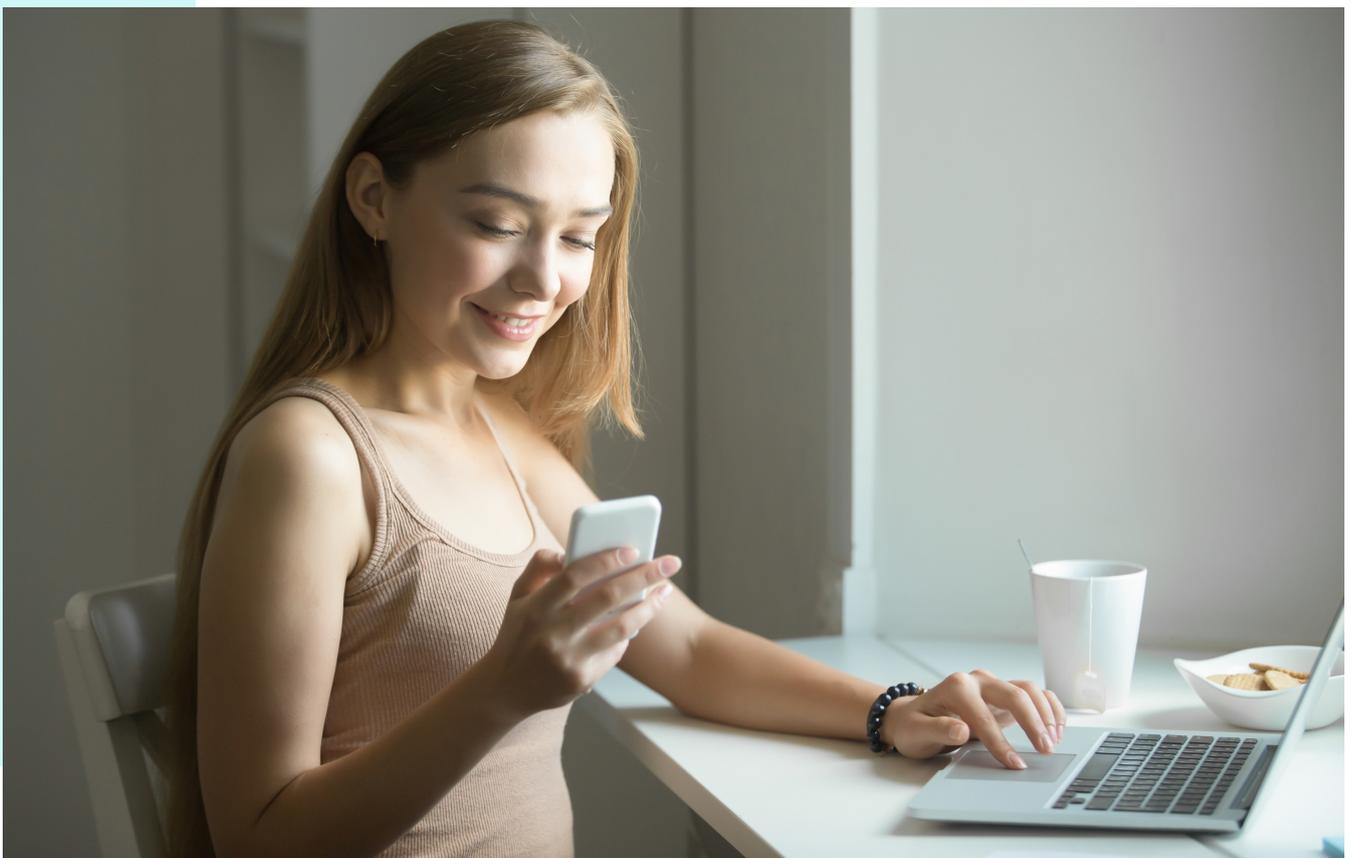


# Tutoriel / E-learning

**Le tutoriel vidéo** est une démonstration avec manipulation d'un produit filmé, tandis que **l'e-learning** est un cours ou une formation plus théorique.

Ces deux types de vidéos sont très populaires sur Internet et permettent de se former de manière autonome à l'utilisation de nouvelles disciplines.

**Grâce à la vidéo, il est aujourd'hui possible de tout apprendre (ou presque) en ligne.**



## 07

## Tutoriel

S'exercer à jouer d'un instrument de musique, à cuisiner, se servir d'un logiciel, se maquiller ou même faire ses lacets... les **tutoriels vidéos** sont un excellent support de communication sur le web.

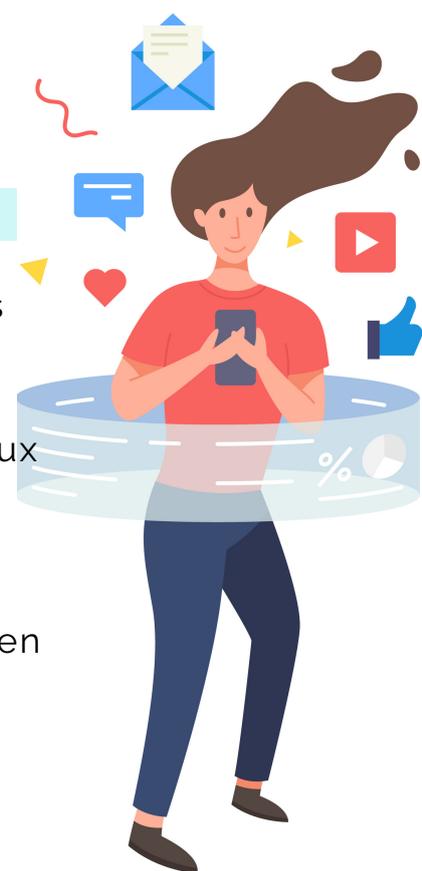
Un tutoriel est une vidéo de formation démonstrative de l'utilisation d'un produit, d'une méthode = **format star de Youtube**. Au cours des 10 dernières années, il a évolué de manière considérable, ce qui a fait naître un tout nouveau métier : les youtubeurs !

Le tutoriel vidéo est un outils incontournable pour la communication sur produit.

## E-learning

La **vidéo e-learning** quant à elle, est le plus souvent utilisée en interne, ou lors de webinaires. Elle permet de former son personnel ou ses utilisateurs sur de nouveaux outils, le plus souvent informatiques ou marketing.

Le **film e-learning** s'apparente à des cours en ligne. Utilisé le plus souvent dans le cadre professionnel, il permet de se former à distance, à n'importe quel moment.



## 08

# Événement live

**Lors d'une conférence, d'un événement, on peut choisir de retransmettre en live. En direct sur écran géant, afin d'être vu, entendu et assimilé par tout l'auditoire, ou en ligne sur les réseaux sociaux ou diffusé sur une chaîne.**

La vidéo diffusée en live au cours d'un événement permet de :

- Toucher tout le public présent
- Créer de l'interactivité entre le spectacle et les protagonistes de l'événement
- Ancrer le digital au cœur de votre événement et communiquer sur une image moderne de l'entreprise.
- Partager en direct, à distance, le moment, l'ambiance. Et ainsi faire venir un maximum de participants à vos événements.



## 09



# Drone

## Prise de vue aérienne

Le drone est une machine volante, disposant d'une caméra, que l'on peut piloter à distance dans les airs. Le but étant de réaliser des prises de vue aériennes, sur l'ensemble d'un espace.

### **Mettre en valeur un lieu**

Dans le cadre d'une production visuelle ou audiovisuelle, l'utilisation d'un drone se révèle être très percutante. C'est l'outil dont il ne faut pas se passer lorsque l'on a besoin de mettre en valeur un lieu, un bâtiment ou un emplacement.

Le drone doit respecter certaines règles. C'est pourquoi il est indispensable de faire appel à un professionnel pour son pilotage et pour avoir également un rendu de qualité.

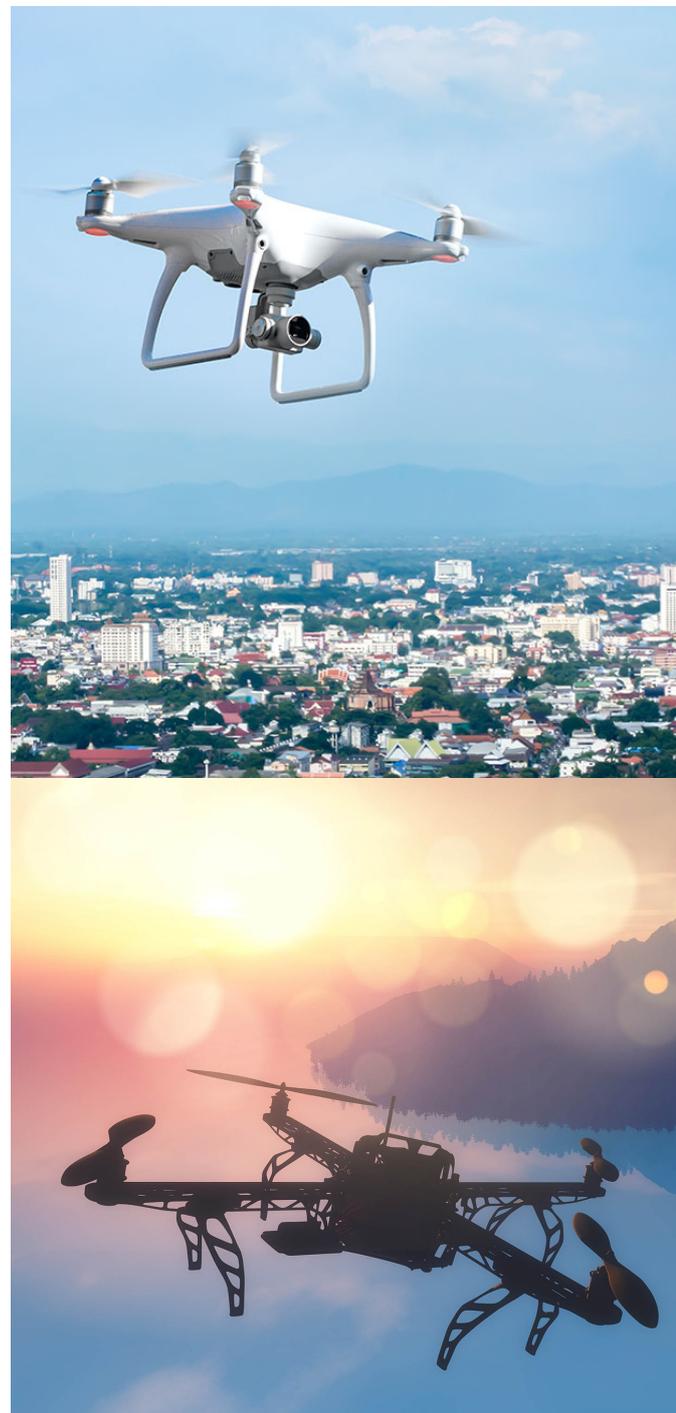
## 09

# Prise de vue aérienne par drone

**L'utilisation de cet outil présente plusieurs atouts :**

- Il permet de se démarquer de la concurrence et de donner une image moderne de votre entreprise.
- Il offre des images d'une qualité incroyable pour un rendu clair et professionnel.
- Le coût est très avantageux. De plus, vous n'avez plus besoin de faire appel à des grues et des hélicoptères pour avoir des images aériennes. L'utilisation du drone permet de faire des économies incroyables pour un rendu tout aussi professionnel.

Parce que aujourd'hui, le digital est essentiel au développement de votre stratégie de communication, voyez les choses de plus haut et mettez en plein la vue avec des images d'une qualité exceptionnelle.



## 10

# Making-of

Raconter **l'envers du décor** d'un tournage.

**Le making-of** est un bon moyen de construire une histoire autour d'un film, et d'en prolonger l'existence en étant diffusé en extrait ou trailer sur les réseaux sociaux.

Le making of est très intéressant, car il permet de multiplier les contenus, autour d'un même projet. Il s'intègre parfaitement dans une **stratégie de communication digitale globale**.



## 11



# Fiction

**Surprendre ses clients, intégrer ses collaborateurs dans sa communication, et pourquoi pas, révéler des talents au sein de vos équipes !?**

Réaliser un **film de fiction**, ou incorporer des **scènes jouées** à un film d'entreprise, une stratégie audacieuse pour solution gagnante.

Réaliser une fiction, avec acteurs et décors, à un coût équivalent à celui d'un film de fiction. Il peut être une stratégie payante, notamment lors de la production d'une campagne publicitaire multi-canaux.



## 12

# Clip

Avec du tournage, ou réalisé à partir de visuels fournis par le client, le clip d'entreprise est une solution simple, qui s'adapte parfaitement à chaque entreprise ou marque.

Proposition et intégration d'une **musique**. Elle peut être **libre de droits** pour limiter les coûts et pouvoir diffuser la vidéo partout, lors d'un événement, comme sur Internet.

Le clip est une solution **adaptée à tous les budgets**, et à la **diffusion en boucle**.



# La mission d'Arimédias

**Nous vous aiguillons dans les choix, la proportion et le traitement des outils audiovisuel.**

- Écriture (synopsis, scénario, storyboard)
- Tournage (studio, extérieur, entreprise, drone, etc...)
- Montage vidéo
- Motion design
- Création graphique (habillage, animation, 2D/3D)
- Sound design
- Captation
- Retransmission live

Nous vous orientons et vous conseillons tout au long du projet afin de vous garantir un résultat professionnel et la réussite de votre vidéo.





# Le parcours de création de votre film

1. Choisir le(s) support(s) de diffusion
2. Définir la durée
3. Sélectionner les outils visuels
4. Définir le type de narration
5. Valoriser le film d'entreprise par le son
6. Établir un budget

Le parcours de création de votre film est différent dans le cas d'une **vidéo en motion design** et s'effectue, entre autres, à partir d'un brief client précis et d'un storyboard.

## 1/ Choisir le(s) support(s) de diffusion

En fonction de la cible visée, de votre persona, nous vous proposons plusieurs lieux pour la diffusion de votre film. Même si, en général, **la page d'accueil de votre site internet**, reste **l'emplacement idéal pour votre film**, les réseaux sociaux, les plateformes de diffusion vidéo (Youtube, Vimeo, etc.), les événements internes et externes de votre société, peuvent être des localités parfaites pour accroître votre taux d'audience et votre visibilité.

## 2/ Définir la durée

Un film n'a pas de durée type. La densité du contenu peut être un facteur de la durée de la vidéo, mais c'est avant tout, le support de diffusion principal qui va déterminer la longueur de votre vidéo.

- **De 10 à 60 secondes** : vidéo brand content, social media ou publicité
- **De 1 à 3 minutes** : présentation de l'entreprise (fonctionnement, services, produits, RSE, ...)
- **Au-delà de 5 minutes** : projection événementielle sur grand écran (salon, conférence, soirée événementielle...), tutoriel vidéo, vidéos diffusées sur Youtube.

## 3/ Sélectionner les outils visuels

En audiovisuel, nous avons aujourd'hui à notre disposition de nombreux outils qui permettent de mettre en forme le contenu d'une vidéo. En fonction du message à faire passer et en fonction de sa complexité, l'utilisation de certains d'entre eux se révèle plus ou moins pertinente.

- **Les scènes filmées** pour présenter les locaux de l'entreprise. Le matériel utilisé est choisi en fonction des séquences prédéfinies dans le scénario/séquencier. Le tournage se fait en HD ou en 4K en fonction des besoins.
- **L'animation graphique** est un outil primordial dont on se sert, quel que soit le type de film choisi. Habillage, animation de textes, motion tracking (insertion d'éléments graphiques dans l'environnement des images tournées en réel), ou encore séquences en motion design.
- **L'interview** est très appréciée lorsqu'il s'agit de mettre en avant l'aspect humain de l'entreprise. Par le biais d'une personnalité, d'une histoire racontée, ou d'explications précises, elle permet de mieux personifier la société mise en valeur.

## 4/ Définir le type de narration

Dans un **film**, la narration peut être **visuelle** ou **sonore**. Selon les besoins et le type de diffusion, l'animation de mots-clés ou de phrases peut suffire à établir une narration claire. Dans d'autres cas, la narration sera réalisée par les intervenants et les interviewés filmés, ou par l'enregistrement d'une voix off, en studio, par un comédien professionnel.

## 5/ Valoriser le film d'entreprise par le son

La bande-son d'un film est capitale. La sous-estimer peut nuire gravement à votre vidéo. Selon le budget défini, différentes options peuvent être envisagées :

- **Musique libre de droits**
- **Musique originale et identité sonore personnalisée**
- **Sound design** (Obligatoire dans une création en motion design), elle permet de mettre en avant l'image par des bruitages et effets sonores, et renforce le rythme du film.)

## 6/ Établir un budget

Une fois les 5 premiers points définis, il est temps de calculer le budget de votre film corporate. Évidemment, le tarif doit tenir compte de vos possibilités financières. Notre travail consiste à faire les choix adaptés, et à établir une proposition en adéquation avec votre budget. Le temps de travail, les moyens humains et techniques dont nous pourrions disposer, définissent les trois principaux pôles d'ajustement du devis.



Vous l'aurez compris, chez Arimédias, nous créons des films entièrement sur-mesure, car nous pensons que chaque entreprise doit avoir le film qui lui ressemble.

**Une entreprise, c'est un ADN, une mentalité, des valeurs et des produits et services uniques. C'est pourquoi nous étudions avec sérieux et attention chacune de vos demandes, et créons la vidéo qui mettra en valeur votre image de marque, accentuera votre audience, et boostera vos ventes.**

Ce guide des prestations vidéo est destiné aux entreprises et aux marques qui souhaitent mettre en place une stratégie de communication en vidéo.

Ce guide a été réalisé par l'équipe d'Arimédias, agence de création et de production audiovisuelle.

Il s'agit d'une liste non-exhaustive de types de prestations vidéo possibles.

N'hésitez pas à nous faire part de vos remarques et de vos questions, nous y répondrons avec plaisir.

## Contact

<https://arimedias.com>  
[contact@arimedias.com](mailto:contact@arimedias.com)

Tél : 09 54 02 05 26

Mobile : 06 70 07 45 80

