



Webinar CLIC FRANCE

Charles Lavilanie - Pictura Films

PICTURA

F I L M S

Charles@picturafilms.fr

Les coulisses des tournages au macLYON

- Objectif : adapter le format de la vidéo en fonction du sujet.



La vidéo, un impact fort

- Elle permet de créer du contenu exclusif **différenciant**,
- Une vidéo génère **30 % plus d'interactions** qu'une photo et **2 fois plus de partages**,
- Mise en avant forte de la vidéo par les plateformes Youtube, Instagram, Facebook. Apparition du phénomène TikTok.
=> Miser sur l'accumulation du nombre de vues.
- Il est important d'adapter les contenus aux plateformes.

Choisir sa vidéo

- Définir la cible (typologie, âge,...)
- Horizontale (format 16/9 classique), verticale, carré,
- Format: +/- 1 min, +/- 3 min, 15 min, 26 min et +.
=> Sur les réseaux, l'importance du rythme.
- Sujets : Interviews, visites, coulisses, formats différenciants,
=> Apporter une plus-value aux spectateurs.
- Apporter de l'humain, productions incarnées,
- Live ou pas live ?
=> "Simple live instagram" ou live réalisé ?
Permet l'événementialisation, notifications R.S. Consommation en replay,
- Attention à la qualité.



*Bault live au Musée d'Orsay
Museum TV*

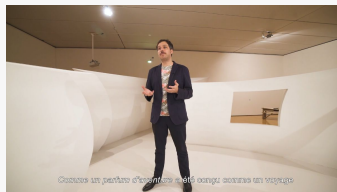


*Coulisses de tournage
Au macLYON*

De belles choses pendant le confinement

Productions internes ou externalisées

- Visites d'expositions,
- Concerts dans les salles des musées,
- Apparition de nouveaux formats "interviews instagram",
- Développement des "MOOC".



Visite au macLYON



*Concert au Musée
Bourdelle*



*Saga Alésia
Muséoparc d'Alésia*



*Van Gogh &
Rembrandt: A
Rijksmuseum Story*

Les musées, créateurs de contenus

- Un tournage, plusieurs usages (Youtube, R.S, TV),
- Multiplier les approches pour diversifier les publics,
- Faire de la médiation hors les murs,
- Développer l'image de marque,
- Travailler en lien avec des plateformes de diffusion (Plateformes VOD, chaînes TV, influenceurs,...)