

# FILMER, MONTER ET DIFFUSER UN SUJET PRO AVEC SON SMARTPHONE

## 1/ LE JOURNALISME MOBILE

### **Qu'est-ce que le journalisme mobile ou le mobile journalism ?**

Être capable de penser, filmer, monter et diffuser un sujet produit en parfaite autonomie dans un temps restreint avec un équipement léger (smartphone, trépied, micro). Le « journalisme mobile » consiste à utiliser toutes les possibilités offertes par un smartphone ou une tablette.

### **Brève chronologie du journalisme mobile en France**

#### **L'arrivée dans les rédactions...**

##### **TV**

2016 : BFM. Depuis sa création en 2016, la chaîne demande à ses journalistes de tourner au smartphone.

2016 création **France Info TV** qui s'empare du MOJO avec **Julien Pain** qui présente des modules comme l'**Instant Détox**.

**EXEMPLE EN VIDÉO:** [https://www.youtube.com/channel/UCRAbwEqGDnUBt\\_gPOkplGBA/featured](https://www.youtube.com/channel/UCRAbwEqGDnUBt_gPOkplGBA/featured)

#### **De nouvelles formations...**

Dès 2015

**Rue 89** propose le MOOC : « Ecrire et produire une vidéo : les nouveaux formats web et mobile ».

Par Sophie Caillat (écriture web + valorisation RS) et Raphaël Lizambart (JRI TF1, BFM, ARTE?...)

<https://www.youtube.com/watch?v=WwbFNzBY24k>

Depuis 2015

Laurent Clause + Gobelins, l'école de l'image proposent le MOOC : « Tourner et monter un reportage pro avec son smartphone. » Les 4 éditions ont réuni 40 000 inscrits !

<https://www.fun-mooc.fr/fr/cours/tourner-et-monter-un-reportage-pro-avec-son-smartphone/>

Initialement cette formation de 4 semaines coûtait 38€

Laurent Clause en bref :

Journaliste plurimédia, spécialiste de la hi-tech (<https://www.sciencesetavenir.fr/>

+ <https://www.01net.com/>), il est formateur au montage vidéo + à la réalisation de vidéos smartphone.

Il produit des films <https://milledix.fr/> et propose des formations génériques

Coût et durée : 600€ 30 h - 4 semaines en distanciel

<https://www.gobelins.fr/formation/dv12-realiser-videos-pro-avec-son-smartphone>

**Le Blog de Laurent Clause permet une veille très éclairée : <https://videonline.info/>**

**« Fini la Betacam, bienvenue aux smartphones ! » ou les débuts du journalisme mobile en France.**

#### **Avantage du MOJO :**

Kit léger (à minima : smartphone + pied + micro)

+ discret (manifestation...)

Moins impressionnant et + proche des publics interviewés (objet du quotidien.)

Pas besoin de la location d'un faisceau satellitaire pour retransmettre en direct ce qui est filmé, tout se fait directement depuis des applications dédiées (DMNG APP, MOJO Pro) ou en live depuis les réseaux sociaux (FaceBookLive, Live Instagram).

#### **Inconvénients du MOJO :**

Faible qualité d'image la nuit ou en basse lumière à l'intérieur des théâtres.

Mauvaise qualité du zoom - Ne jamais zoomer svp :-)

Attention à la batterie (1h autonomie) idéalement avoir un 2e téléphone de secours même - performant.

Attention au stockage des rushes ( Cloud si pas de wifi pb synchronisation - clef USB IOS ou Android)

**2020 : la vidéo mobile arrive très officiellement dans le service public audiovisuel français avec 200 kits “normalisés” assez haut de gamme.**

On ne les appelle pas « kits MoJo » mais « UTS » pour « Unités de Tournage au Smartphone » !

<https://videonline.info/les-unites-de-tournage-smartphone-debarquent-a-france-televisions/>

**EXEMPLE EN VIDÉO** = <https://www.youtube.com/watch?v=f4Duy6NAJ5o&t=93s>



Avant d’entrer dans les outils de narration et de production.

### **POURQUOI EST-IL PERTINENT D’INTÉGRER LE « MOJO » À LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE DES LIEUX CULTURELS ?**

**Avant tout, il s’agit d’utiliser les codes du « journalisme mobile » pour parler à des publics jeunes et/ ou connectés en valorisant LE FOND, LE FOND, LE FOND :-)** au vu de l’importance prise par la vidéo sur le web et + particulièrement l’importance de la vidéo sur les réseaux sociaux.

### **LA VIDÉO EST LE MÉDIA DU XXI<sup>e</sup> SIÈCLE**

En 2020, la vidéo représente **82% du trafic internet** (Cisco) - vidéo 60x + de chance d’être vue / photo

En France 39 millions de Français utilisent quotidiennement les réseaux sociaux.

**47% des 18–34 ans** s’informent en priorité sur les réseaux sociaux (source Ifop pour France Info)

**En 10 ans le temps passé sur internet a quadruplé.**

**Les 35-49 ans sont les plus férus d’internet** : ils y passent près de 2h30 chaque jour.

**Les réseaux sociaux s'imposent comme 1ère activité sur internet :**  
ils représentent 1/5 du temps passé sur internet et 1/3 chez les 15-24 ans.

**Les posts avec une vidéo suscitent 65% d'interactions de plus qu'une image.**

Effet confinement 1 : + 46 % de temps passé derrière son écran par rapport à avril 2019 et + 47 % de temps passé sur son téléphone pour atteindre presque 2h en avril 2020 (source Les Échos)

## A ) QUI REGARDE QUOI ?

### a) Les usages des Français de 16 à 64 ans en 2021

Source : <https://datareportal.com/reports/digital-2021-france>

PODIUM mensuel - réseaux-sociaux :

1. YouTube : 49,6 millions d'utilisateurs - 52 % ont entre 25 et 49 ans
2. Facebook : 40 millions d'utilisateurs - 36% des utilisateurs ont **plus de 35 ans.**
3. Snapchat : 24,5 millions d'utilisateurs - 60% sont âgés de 18 à 34 ans
4. Instagram : 24 millions d'utilisateurs - 71% des utilisateurs ont **moins de 35 ans.**
5. LinkedIn : 21 millions d'utilisateurs - 63,6% sont âgés de 25 à 34 ans
6. Pinterest : 12,22 millions d'utilisateurs - pas d'écart significatif mais 80% sont des femmes
7. Twitter : 8 millions d'utilisateurs - 50% sont âgés de 25 à 44 ans

Sur quels supports les français utilisent les réseaux sociaux ?

- **87,2 % sur téléphone** (67 % sur un smartphone Android - 32 % sur un Iphone)

### b) La génération Z en 2021

D'après <https://www.blogdumoderateur.com/etude-jeunes-reseaux-sociaux/>

Source Diploméo [https://diplomeo.com/actualite-sondage\\_reseaux\\_sociaux\\_jeunes\\_2021](https://diplomeo.com/actualite-sondage_reseaux_sociaux_jeunes_2021)

72 % des 16-18 ans n'utilisent pas Facebook

PODIUM - réseaux sociaux :

1. Instagram (82 %) - leader depuis 3 ans
2. Snapchat (74 %)
3. Facebook (54 %)
4. Twitter (39%)
5. Tik Tok (38%) - +10% d'usagers en 1 an / 57 % des 16-18 ans - 26 % pour les 20-25 ans

Sur quels supports la génération Z utilise les réseaux sociaux ?

- **97 % sur téléphone**

## B / LA VIDÉO ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

Aujourd'hui le streaming vidéo représente + de 60% du trafic internet mondial.  
(dégradation qualité sur les RS, il n'est plus possible de diffuser une vidéo HD sur facebook)

**Un post comprenant une vidéo génère en moyenne 30% d'interactions en plus qu'une photo et 2 fois plus de partages.**

## C / DE LA VERTICALITÉ (TV traditionnelle) À TRANSVERSALITÉ (médias partagés)

Brut, Le Monde, Cosmopolitain, l'Equipe, Vice, Melty, Arte.... Fini le JT en famille, depuis 2016, plusieurs médias français ont développé des contenus spécialement conçus sur l'application Snapchat et/ou Instagram. Tous publient des programmes natifs.

**Lama Serhan, responsable création et production pour les réseaux sociaux chez Arte France.** « Avant, on diffusait les programmes partout, mais c'est fini. On doit être natif et adapter sa ligne éditoriale à chaque plateforme. » Parler dans la langue des utilisateurs et avec leurs outils est une nécessité pour être original.

Source : <https://video-mobile.org/2020/02/06/les-medias-sadaptent-aux-millennials-et-a-leurs-codes/>

**Lancement d'une rubrique FAQ Arte en y associant à « un jeune » communauté pré-existante sur les RS sur un sujet fédérateur** avec une youtubeuse Émilie Henry 16 ans @emthing 55 k abonnés YouTube + 21K followers Insta

**EXEMPLE EN VIDÉO - FAQ Fastfashion format snapchat et Instagram**

<https://www.youtube.com/watch?v=irWuv2A7-Yc&t=12s>

## 2 / GROS PLAN SUR LES OUTILS

### a) l'habillage ou le motion design

Significatif parmi ces exemples. Identité graphique forte. Logo visuel et sonore + habillage graphique.

#### ARTE

**CLIQUER SUR MERCI** <https://www.instagram.com/artefr/?hl=fr>

ARTE se sont emparé des RS en étant parmi les premiers à créer **une charte graphique et vidéo pensée pour les RS.**

#### Highlights

les Stories Instagram Highlights (ou « à la Une ») permettent de regrouper dans une seule capsule plusieurs Stories selon une thématique.

Starbucks sans filtre

**EXEMPLE EN VIDÉO :** <https://www.facebook.com/watch/?v=1858145577659775>

La Fabrique de l'ignorance

<https://www.facebook.com/watch/?v=3887656164599255>

**MOTION DESIGN** permet d'identifier immédiatement la structure culturelle + supporter une vidéo tournée à la façon « BRUT » (vidéo verticale qui peut bouger un peu).

### QUELS OUTILS CHOISIR (vaste question...) ?

PC + MAC : **Adobe After Effects** - 24 €/ mois + Illustrator / Tout Creative Cloud - 60€ / mois

MAC : **Motion** 55 € permet de créer des gabarits importer sur **FINAL CUT PRO X** 330€ sachant qu'il est tout à fait possible d'acheter des « modèles » de transitions, de titres animés, etc.

MAC : **HYPE** <https://tumult.com/hype/> - 50 et 100 \$

Android : <https://alightcreative.com/> - gratuit puis payant

<https://snackthis.co/> - 7 \$ / mois

<https://jitter.video/> - 12\$ /mois - Application française utilisable sans logiciel de montage associé.

<https://www.blogdumoderateur.com/mojo-application-stories-instagram/> - Instagram

## TUTO JITTER

**EXEMPLE EN VIDÉO :** <https://www.youtube.com/watch?v=ct3B8IA9nas>

### **b/ les micros**

**Le son c'est 70% de la vidéo !**

**Micro canon RODE video Mic NTG 2020 retour casque - 50 cm max émetteur : PRIX 200 - 300 €**  
<https://videonline.info/rode-videomic-ntg-micro-court-pour-son-pro/>



**Micro canon Shure MV88+**  
**compatible IOS et Android**  
seul 149€ ou 200€ - en kit  
avec un mini trépied Manfrotto  
et un grip dans une pochette  
roulable

Micro sans fil RODE WIRELESS GO - 180 € environs



**NOUVEAUTÉ :** Gamme Blink 500 Saramonic B2 avec 2 émetteurs 250 € / 300€ avec récepteur Iphone



Acheter : [https://www.thomann.de/fr/saramonic\\_blink\\_500\\_b2.htm](https://www.thomann.de/fr/saramonic_blink_500_b2.htm)




**TUTO VIDÉO :** <https://videonline.info/saramonic-blink-500-les-micros-sans-fil-pour-tous/>

Micro filaire RODE SmartLav + / le moins cher à 53€ + 41,4€ d'accessoires donc 94,40€

Rode SmartLav+  
★★★★★ 187 Evaluations



Produits associés

		
★★★★★ 43 Rode SC1 17,60 €	★★★★★ 54 Rode SC3 10,90 €	★★★★★ 54 Rode SC6 12,90 €

## EN RÉSUMÉ



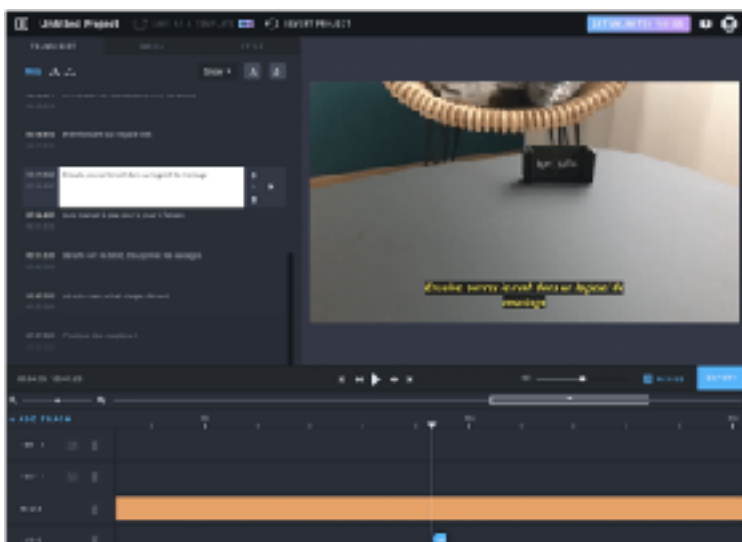
**TUTO VIDÉO :** <https://videonline.info/3-kits-mojo-pour-les-rencontres-de-la-video-mobile/>

## 6 / le sous-titrage

Paradoxalement + de 60 % des vidéos sont vues sans le son - 85 % sur Facebook (Digiday).

1 - PARTIELLEMENT GRATUIT - 10 min par mois - 95,99\$ l'année - 9,99\$ par mois

<https://www.headliner.app>



**TUTO VIDÉO :**

<https://videonline.info/tuto-sous-titrez-gratis-avec-headliner-app/>

2 - **PAYANTS** mais sans logiciels de montage associés

**sous-titre (et traduit) les vidéos sans avoir besoin d'acheter un logiciel supplémentaire.**

18,90€ l'heure ou 44,90€ les 3 heures - essai gratuit

**SOUS-TITRE ET TRADUIT :** <https://www.checksub.com/fr/>

**TUTO VIDÉO :** <https://www.youtube.com/watch?v=h9Fn2g0fcCw>

3 - **PAYANT** lié avec final Cut pro X sur MAC

<https://www.speedscriber.com>

**TUTO VIDÉO :** <https://www.youtube.com/watch?v=4CFt7e9rllc>

4 - **SOUS-TITRES MAISON** :-)

**Exemple avec une vidéo que j'ai tournée à l'iPhone 7 et X pour le Festival d'Avignon.**

Timelapse réalisé à l'iPhone. Montage sur Final Cut Pro X.

**EXEMPLE EN VIDÉO 8 EAC FESTIVAL AVIGNON :**

<https://www.facebook.com/watch/?v=537823643738853>

**7/ quels logiciels ou applications pour filmer ?**

**IOS - FILMIC PRO - caméra vidéo - 16,99 €**

**LANCER LA VIDÉO 9 DÉBUT TUTO FILMIC PRO**

<https://lms.fun-mooc.fr/courses/course-v1:gobelins+83004+session01/courseware/2b76823f1fe5416692588430416db504/c3cd13da3fe14f539083dbe80ab05226/>

Android - **OPEN CAMERA** - appareil photo et caméra

Les différentes appli Android

<https://videonline.info/quelles-applis-pour-bien-filmer-sur-android/>

**TUTO OPEN CAMÉRA :** <https://www.youtube.com/watch?v=WCdb4DCPfs&t=2s>

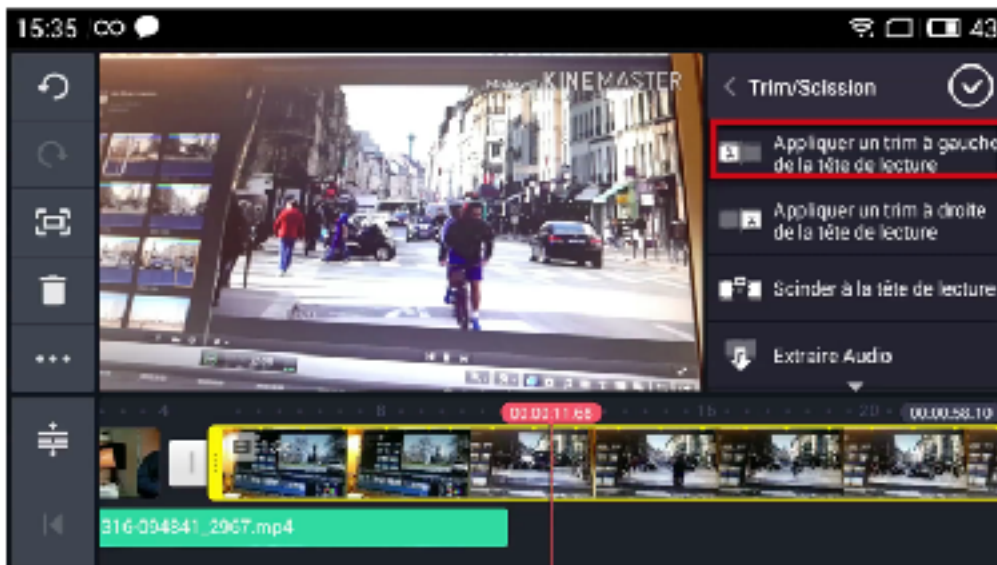
**8 / quels logiciels ou applications pour monter ?**

**IOS - LUMA FUSION - 33€**





Android - KINEMASTER - abonnement 46€/an



**TUTO PRISE EN MAIN EN 3 min :** <https://videonline.info/prise-en-main-de-kinemaster-android-en-3-minutes/>

#### Autres pistes à vérifier

<http://leblogdedevida.com/2018/11/quelles-applications-payantes-pour-monter-vos-videos-sur-mobile.html#:~:text=Concernant%20le%20co%C3%BBt%2C%20KineMaster%20se,est%20de%2046%20%E2%82%AC%2Fan.>

### 3 / LES BONNES PRATIQUES (impossible de tout traiter en 1h30 mais...quelques conseils)

- **Soigner l'écriture de la vidéo : INCROYABLES RESSOURCES EN ACCÈS LIBRE**

#### Les Fondamentaux de l'écriture journalistique

Par le CFPJ et le CFI, AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT MÉDIAS

#### LES GRANDS PRINCIPES D'ÉCRITURE

<https://www.24hdansuneredaction.com/web/9-les-grands-principes-decriture/>

<https://24hdansuneredaction.com/tv/10-sexprimer-en-images/>

- **Livre blanc du CFPJ : écrire pour être lu. (angler sa production, etc.)**  
<https://www.cfpj.com/document/cfpj/pdf/livre-blanc/livre-blanc-cfpj-ecrire-pour-etre-lu.pdf>
- **10 secondes pour convaincre** : de nos jours, les gens ont tendance à se désintéresser du contenu vidéo en ligne dans les 10 premières secondes : jusqu'à 20 % des téléspectateurs quittent une vidéo s'ils ne sont pas instantanément intéressés **4 secondes sur FB.**
- Attention durée max vidéo sauf Live =  
Facebook : 240 min max sur le fil - story : 1 seconde à 2 minutes  
Instagram : feed : 3 à 60 secondes - stories : 15 secondes - IGTV : 10 à 60 minutes  
Twitter : 140 secondes (140 caractères)  
Tik Tok : 1 à 3 minutes
- Sous-titrer ses productions : 85% des vidéos sur FB sont regardées sans le son (source ISARTA) - sur tous les RS + de 60 % des vidéos regardées sans le son

- Soigner le son
- Ne jamais utiliser le zoom
- Story-board avant de partir en tournage avec un ou deux plans B en poche !
- Ne pas avoir peur du silence - Éviter les musiques gratuites svp :-)
- Idéalement prévoir un habillage, un logo animé et sonore.
- Enfin penser chaque réseau social comme une chaîne : être capable en interne de produire du contenu natif.
- Penser au format de diffusion et de visionnage !

87,2 % des vidéos diffusées sur les réseaux sociaux sont vues sur **téléphone**  
(67 % sur un smartphone Android - 32 % sur un Iphone)

### **CONCLUSION : PENSER VERTICAL ET TRANSVERSAL !**

- Vous êtes plutôt carré, horizontal ou vertical ? On en parle !

Une étude américaine, nous dit que seulement 30 % des mobinautes avaient le courage ou le réflexe de basculer leur téléphone pour visionner une vidéo au format horizontal en ... 2017 !

L'important me semble t-il est de générer de l'engagement et de créer du lien social.  
Chaque vidéo doit être pensée dans une logique de stratégie réseaux sociaux pour qu'elle fasse sens, débat et ne reste pas dans un tiroir du web mais ceci est un autre débat !  
Merci à toutes et à tous d'avoir suivi cet atelier.