

Fevrier 2019

Annexe au livrable 4.3

Réalisation de vidéo agricole

Un guide à l'attention des agriculteurs, des conseillers et des chercheurs

WP4: Accroître l'accès par la démonstration virtuelle



PLAID
PEER-TO-PEER LEARNING:
ACCESSING INNOVATION
THROUGH DEMONSTRATION



PARTENAIRES PLAID



ADVISORY SERVICE
Advisory Service
Croatia ASC



ARVALIS Institut
du Végétal



Association de
Coordination
Technique Agricole
ACTA



Centre for Rural
Research



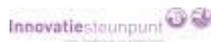
Chambers of
Agriculture



Delphy



European Forum
for Agricultural and
Rural Advisory
Services EUFRAS



Innovatiesteunpunt
ISP



Institut de
l'Élevage – Idele



Instituto Navarro
De Tecnologias E
Infraestructuras
Agrolimentarias



Linking
Environment And
Farming LEAF



National
Agricultural
Advisory Service



Nodibinajums
Baltic Studies
Centre BSC



Research Institute
of Organic
Agriculture (FiBL)



Stichting
Wageningen



The James Hutton
Institute



VINIDEA



PLAID

SYNTHESE DU DOCUMENT

Titre du livrable : Réalisation de vidéo agricole – Un guide à l'attention des agriculteurs, des conseillers et des chercheurs

Version: ébauche

Responsable du livrable : The James Hutton Institute (HUTTON)

Module de travail : 4

Auteur(s) : Thomas Alföldi, Laura Tippin, Alice Midmer (LEAF), Claire Hardy (HUTTON), Dimitar Vanev (NAAS)

Contributeur(s) : -

Réviseur(s) : Kathrin Huber, Matthias Klaiss, FiBL

Niveau de communication : P

Numéro de convention : 727388

Nom du projet : PLAID

Date de début du projet : janvier 2017

Durée : 30 mois

Coordinateur de projet : The James Hutton Institute

RESUME

Des formations vidéo pour les agriculteurs et les consultants ont été réalisées dans le cadre du projet PLAID.

Les expériences de ces formations constituent la base de ce guide. Il fournit des conseils sur la façon de produire des vidéos informatives à l'aide de moyens simples.

Ce guide suit les trois étapes de chaque production vidéo : planification, tournage et montage. L'accent est mis sur les besoins spécifiques des vidéos pour l'agriculture.

Le guide s'adresse aux débutants : agriculteurs, consultants, mais aussi chercheurs de projets nationaux et internationaux qui souhaitent produire eux-mêmes des vidéos pédagogiques simples dans le cadre de leurs activités de diffusion.



PLAID

TABLE OF CONTENTS

1. Vidéos sur le transfert des connaissances agricoles.....	5
2. Domaines d'application des vidéos en agriculture	7
3. Equipement.....	9
3.1 Camera	9
3.2 Autres types de caméras.....	10
3.3 Microphone	11
3.4 Trépied.....	12
4. Planifier une vidéo	13
4.1 Sélectionnez un sujet	13
4.2 Structurer le sujet	13
4.3 Intervenant, animateur ou insertion de texte.....	14
4.4 Planification des « A-roll » et « B-roll ».....	15
5. Tournage vidéo.....	17
5.1 Prise de vue des A-roll et B-roll.....	17
5.2 A-roll : 10 conseils pour mener des entrevues	17
5.3 B-roll: Assurer des réglages d'image variés.....	20
6. Post-production.....	21
6.1 Logiciel d'édition.....	21
6.2 Édition.....	21
6.3 Longueur idéale des vidéos en ligne.....	22
6.4 Musique.....	22
6.5 Diffusion sur YouTube	23



PLAID

1. Des vidéos pour partager des connaissances agricoles

Les vidéos jouent un rôle de plus en plus important dans l'enseignement, la formation et la vulgarisation agricoles. Avec les smartphones d'aujourd'hui, une caméra vidéo est toujours présente et le tournage est devenu très simple. De nombreux chercheurs, conseillers et agriculteurs tournent des clips vidéo pour capturer leurs observations sur le terrain. Dans les projets de recherche, les vidéos sont de plus en plus souvent utilisées dans le cadre des activités de diffusion des projets.

Il y a d'excellents manuels scolaires, des magazines spécialisés et des tutoriels fantastiques sur YouTube pour la production de vidéos. Alors pourquoi ce guide ?

Ce guide a été développé dans le cadre du projet européen PLAID. Le projet était axé sur l'apprentissage entre agriculteurs et sur l'importance des activités de démonstration agricole dans l'adoption de l'innovation. Les vidéos aident à accroître la portée de ces événements. C'est pourquoi une formation vidéo à l'intention des agriculteurs et des consultants a été organisée dans le cadre du projet PLAID pour améliorer encore l'utilisation des vidéos dans l'agriculture.

Les expériences de ces formations constituent la base de ce guide. Nous nous appuyons également sur les nombreuses années d'expérience de FiBL dans la production de plus de 300 vidéos agricoles éducatives. En outre, nous avons adopté certaines parties d'un guide que FiBL Allemagne a développé dans le cadre d'un projet national d'échange de connaissances.

Ce manuel fournit des conseils sur la façon de produire des vidéos informatives techniques, à l'aide de moyens simples. Tout d'abord, nous montrons les différents domaines d'application de la vidéo dans l'agriculture en mettant en évidence les 3 principales étapes de la production vidéo qui sont :

1. Planification
2. Production
3. Montage

Le présent guide suit ces trois étapes. Nous nous concentrons sur les exigences spécifiques des vidéos pour l'agriculture. L'encadré 1 énumère les raisons les plus importantes pour lesquelles vous devez produire vous-même des vidéos agricoles.

Le guide s'adresse aux débutants : agriculteurs, consultants, mais aussi chercheurs, impliqués dans des projets nationaux et internationaux qui souhaitent produire eux-mêmes des vidéos pédagogiques simples dans le cadre de leurs activités de diffusion.

Encadré 1 : Raisons de produire des vidéos éducatives pour l'agriculture

- De nombreuses activités agricoles sont liées à la période de l'année, comme le travail du sol ou la récolte. Une vidéo capture le moment présent et le contenu devient accessible à un public plus large.
- Les vidéos agricoles sont populaires auprès des agriculteurs. De nombreux agriculteurs exploitent même leurs propres chaînes YouTube.
- Les vidéos sont un excellent moyen de montrer l'expérience des praticiens.
- Les activités de démonstration, telles que les démonstrations de machines, ont une priorité élevée dans le transfert des connaissances agricoles. La portée de ces événements peut être considérablement étendue grâce aux vidéos.
- Comme la plupart des gens, les agriculteurs préfèrent les vidéos aux ressources écrites pour les informer sur un sujet ou une approche spécifique.
- Après Google, YouTube est le deuxième plus grand moteur de recherche au monde.
- L'équipement vidéo et les logiciels de montage sont maintenant peu coûteux et faciles à utiliser.

2. Domaines d'application des vidéos en agriculture

L'agriculture offre un large éventail de sujets pouvant être traités sous forme de vidéos (Fig. 1), notamment :

1. **Démonstrations de machines.** Il s'agit d'une des activités de démonstration les plus populaires et qui permet d'obtenir le plus grand nombre de visionnements sur YouTube.
2. **Vidéos de formation** qui sont tournées sur place, c'est-à-dire au champ, à l'étable ou sur une machine.
3. **Les tutoriels** sur des sujets plus complexes sont réalisés de préférence dans un simple studio devant un 'fond vert' (principalement filmé à l'intérieur par opposition aux vidéos d'entraînement qui se déroulent à l'extérieur).
4. **Innovations pratiques** et solutions individuelles des agriculteurs.
5. **Vidéos événementielles** pour transmettre certaines contributions ou impressions issues de conférences.
6. **Les résultats de recherche** communiqués aux acteurs concernés. Ceux-ci sont moins détaillés et complètent souvent des articles ou des documents écrits.
7. **Les vidéos d'annonce** peuvent être utilisées, par exemple, pour annoncer un nouveau manuel ou un nouvel événement.
8. De courts clips vidéo sur les sites Web de conseils agricoles sont un complément précieux aux **textes en ligne**.

D'autres formats populaires en agriculture sont les **blogues vidéo** (vlogs) dans lesquels les agriculteurs documentent et commentent leur travail à la ferme. **Les films publicitaires**, par exemple pour un magasin agricole ou **les films d'image** pour les organisations, sont d'autres formats. Nous vous recommandons de faire appel à des vidéastes professionnels pour produire des films de relations publiques et commerciaux.

Encadré 2: Conseils pour choisir un sujet (pour débutants)

- Commencez par un sujet simple et clairement défini.
- Demandez-vous : Le film est-il vraiment le médium approprié pour ce sujet ?
- Pour chaque idée de film, demandez-vous d'abord si le thème fournit suffisamment de matériel visuel.
- Le sujet ne doit pas nécessiter d'utiliser trop de texte pour le présenter
- Trouvez l'histoire derrière un sujet. Raconter des histoires et évoquer des émotions sont les points forts des vidéos.
- Connaissez vos propres limites : Laissez les professionnels s'occuper des sujets complexes, des concepts, des relations publiques et des films publicitaires.

<h3>1 Démonstration de machines</h3>	 Scan me	<h3>2 Vidéos de formation</h3>	 Scan me
		<h3>3 Tutoriels</h3>	<h3>4 Innovations pratiques</h3>
	 Scan me		 Scan me
<h3>5 Événements</h3>	 Scan me	<h3>6 Projets de recherche</h3>	 Scan me
		<h3>7 Teaser</h3>	<h3>8 Complément au texte en ligne</h3>
	 Scan me		 Scan me

Fig. 1: Domaines d'application des vidéos en agriculture

3. Equipement

3.1 Camera

Vous avez le choix entre smartphones, caméscopes ou appareils photo avec fonction vidéo (Fig. 2).

Les smartphones d'aujourd'hui ont généralement une excellente caméra intégrée. Par contre, en plein soleil, le contrôle de l'image sur l'écran est difficile. La chose la plus importante lorsque vous filmez avec un smartphone est de toujours filmer en paysage !

Les caméscopes sont entièrement conçus pour le tournage. Ils sont faciles à manipuler et nécessitent peu de pratique. Ils offrent un affichage réglable, un grand avantage en plein soleil. Les caméscopes avec viseurs et œillères offrent un meilleur contrôle de l'image. L'objectif zoom est un autre avantage par rapport aux smartphones.

Les appareils photo (reflex et compacts) avec fonction vidéo offrent également une excellente qualité d'image. La manipulation, en particulier la mise au point, nécessite plus de pratique qu'avec les caméscopes.

Important pour tous les types de caméras : Il doit y avoir des connexions pour un microphone externe et un trépied.



Fig. 2: Smartphone, caméra vidéo ou appareil photo : la qualité de l'image est bonne pour tous. Le choix du bon appareil est déterminé par l'application, le budget et les préférences personnelles.

Encadré 3: Conseils pour choisir la bonne caméra vidéo

- Acquérir une première expérience avec l'équipement existant.
- Louez des caméras et voyez ce qui convient le mieux à vos besoins.
- Les caméscopes vidéo avec une bonne qualité d'image sont disponibles à partir de 300 Euro.
- Assurez-vous d'avoir des entrées pour un microphone externe et des écouteurs.
- Cela dépend de votre budget, que vous achetiez un appareil photo avec une résolution Full HD ou 4K. Le montage vidéo en 4K nécessite un ordinateur plus puissant et plus d'espace de stockage.
- Si vous avez un budget limité et des exigences élevées, vous voudrez peut-être acheter de l'équipement d'occasion.

3.2 Autres types de caméras

Nous présentons ici trois types de caméras particulièrement adaptées à la production de vidéos agricoles (Fig. 3). Cependant, ils ne font pas partie de l'équipement de base pour les débutants.

Les caméras **Actioncam** offrent des images spectaculaires lorsqu'elles sont montées sur un tracteur ou une machine dans le boîtier de protection résistant à la poussière et aux chocs fourni. La qualité de l'image est généralement très bonne, mais la qualité du son est mauvaise.

Les **drones** avec de bonnes caméras et de bonnes caractéristiques de vol sont disponibles à partir de 900 Euro. Le Mavic Air de DJI, par exemple, est léger, petit et facile à utiliser via un smartphone. Des photos aériennes de champs, de machines, de troupeaux d'animaux ou de bâtiments de ferme agrémentent chaque vidéo. Les enregistrements sonores ne sont pas possibles. Cependant, les prises de vue devraient être utilisées de manière pertinente et il faut vous assurer que vous les utilisez dans le respect des lois/règlements de vol. Astuce : Engagez un pilote de drone amateur parmi vos amis au lieu d'acheter votre propre drone. Les enfants et les adolescents ont souvent plus de talent avec le joystick que les adultes.

Encadré 4: Réglementations nationales pour l'utilisation des drones en Europe

- La base juridique des drones est spécifique à chaque pays et varie dans son caractère restrictif.
- Le site internet suivant donne un bon aperçu des réglementations en vigueur dans les différents pays européens : <http://dronerules.eu/fr/recreational/regulations>.
- Il est indispensable de consulter le bureau d'information officiel du pays concerné avant toute utilisation.

Les **caméras 360°** offrent au spectateur une expérience spatiale complète, qui est contrôlée par le spectateur lui-même sur l'écran ou au moyen de lunettes VR. Il existe un potentiel important dans le domaine des cours de formation virtuelle et des visites virtuelles. Cependant, la production de vidéos de réalité virtuelle exige à la fois de l'expérience et une bonne planification.



Fig. 3: Populaire en agriculture : Actioncams, drones et caméras 360°.

3.3 Microphone

Un bon son est aussi important qu'une bonne image. Les microphones intégrés des caméras vidéo et des smartphones ne répondent pas à cette exigence, en particulier lors des interviews. Plus la distance entre la caméra et la source sonore augmente, plus la qualité du son diminue. De plus, le bruit ambiant ou le vent gâchent souvent ces enregistrements sonores. La solution consiste à utiliser un microphone externe.

Les microphones avec connexion par câble et les microphones sans fil sont disponibles dans différentes classes de prix (Fig. 4). On distingue également les microphones cravate (Lapel) des microphones à main. Les microphones cravate sans fil sont bien adaptés aux contextes agricoles. La personne filmée peut se déplacer librement et utiliser ses mains pour montrer et démontrer des choses. Le microphone sans fil RodeLink offre un très bon rapport qualité/prix et coûte environ 300 euros.

Il est important de toujours contrôler le son à l'aide d'un casque d'écoute. Il peut arriver qu'il y ait du bruit, que la batterie soit vide ou que vous ayez oublié d'allumer un microphone sans fil. Lors de l'achat d'une caméra vidéo, assurez-vous qu'il y ait des entrées pour le microphone et les écouteurs (Fig. 4, à droite).

Un autre avantage des microphones externes est l'utilisation d'un coupe-vent en fourrure synthétique qui aide à éviter les bruits de cliquetis qui rendent les enregistrements sonores inutilisables même par vent faible.

En plus d'un microphone cravate, nous recommandons également un microphone portatif. Ceci est nécessaire lorsque les entretiens doivent être menés dans des situations où il y a beaucoup de bruit ambiant.



Fig. 4: Des microphones simples avec câbles pour smartphones sont déjà disponibles à partir de 20 euros. La liaison radio RodeLink offre un bon rapport qualité-prix. Lorsque vous achetez une caméra vidéo, assurez-vous qu'il y a des connexions pour le microphone (prise rouge) et les écouteurs (prise verte). Malheureusement, ces connexions ne sont disponibles que pour quelques modèles dans le segment grand public.

3.4 Trépied

Les vidéos tremblantes n'ont pas l'air « professionnel » et épuisent le spectateur. Par conséquent, un trépied doit toujours être utilisé. Il y a une variété d'options qui peuvent être utilisées (Fig. 5), y compris :

- Des supports simples pour smartphones sont disponibles à partir de 20 euros.
- Les cardans qui produisent des mouvements particulièrement doux et dynamiques ("caméra stable")
- Un trépied d'épaule ou un monopied sont recommandés pour de nombreux changements d'emplacement lorsqu'il n'y a pas le temps de les installer.

Le trépied est la solution idéale pour de nombreuses applications. Grâce à une tête vidéo spéciale et avec un peu de pratique, ils permettent d'obtenir des panoramiques réguliers.



Fig. 5: Les débutants font l'expérience des prises tremblantes. Un trépied fait donc partie de l'équipement de base

4. Planifier une vidéo

Comme nous l'avons déjà mentionné, chaque production vidéo comporte trois étapes : la planification, le tournage et le montage. Bien sûr, vous pouvez aussi tourner une vidéo sans planification. Cependant, une bonne planification évite le stress et augmente la qualité de votre vidéo. Selon le sujet et l'expérience, vous devrez prévoir de 2 à 4 heures pour la phase de planification. Les sujets plus complexes prendront plus de temps à planifier.

4.1 Sélectionnez un sujet

La première question est la suivante : mon idée convient-elle à un film et le contenu peut-il être bien visualisé ? Ensuite, vous devez affiner le sujet et quels sont les actions que vous pouvez inclure dans votre vidéo ?

Le thème principal "Biodiversité en agriculture" se transforme, par exemple, en "Création d'espaces pour promouvoir la biodiversité dans une exploitation agricole" ou encore plus spécifiquement "Plantation de haies" ou "Entretien de haies". En règle générale, un seul sujet devrait être traité par vidéo.

4.2 Structurer le sujet

Au cours de la phase de planification, les points les plus importants que vous voulez faire passer à l'auditoire doivent être notés. D'abord comme mots-clés et ensuite comme phrases formulées. Ceci donne une première indication de la durée de la vidéo. En règle générale, 100 mots font 1 minute de film.

Le contenu formulé doit ensuite être structuré. Comme toute histoire, un film a besoin d'un début (intro), d'une partie principale et d'une fin (conclusion) (Fig. 6). L'introduction présente le thème et sa pertinence. Pendant les 30 premières secondes, le téléspectateur doit comprendre pourquoi il vaut la peine de regarder cette vidéo. En plus du sujet, le conférencier principal et, si nécessaire, le lieu de la réunion, devraient également être présentés.

Dans la partie principale qui suit, des solutions sont présentées ou des recommandations d'action sont présentées. Il est souvent utile de diviser la partie principale en chapitres courts.

A la fin, il convient de tirer une brève conclusion ou, par exemple, de faire référence à d'autres sources d'information. Cette structure de base est recommandée pour tous les formats vidéo.

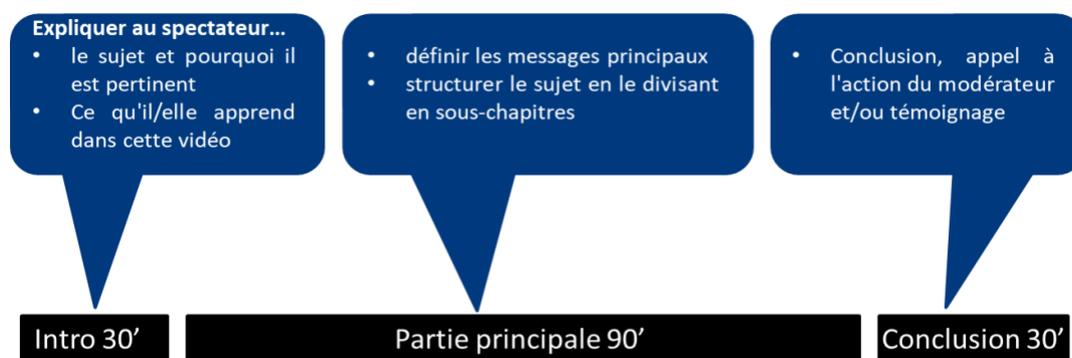


Fig. 6: Structure de base d'une courte vidéo de 2-3 minutes. La nécessité d'une subdivision supplémentaire dans la partie principale dépend de la complexité du sujet.

4.3 Intervenant, animateur ou insertion de texte

Une fois le contenu déterminé, il faut décider s'il doit être communiqué par une ou plusieurs personnes. Dans le cas des vidéos agricoles, par exemple, les agriculteurs, les chercheurs ou les conseillers peuvent être considérés. En tant qu'experts, ils peuvent transmettre le contenu d'une manière authentique et crédible.

Une autre solution consiste à faire rédiger les points principaux et à les faire lire par un orateur en voix off. Les deux méthodes présentent des avantages et des inconvénients (Fig. 7).

Des intervenants hors champ et des voix originales d'experts sont souvent combinés.

Dans les vidéos courtes, les images peuvent également être complétées par des insertions de textes courts ou des sous-titres. Surtout sur les médias sociaux, les vidéos sont souvent visionnées sans son, les sous-titres sont donc très avantageux dans ces vidéos.

	Avantages	Inconvénients
 Animateur	<ul style="list-style-type: none"> • efficace • authentique 	<ul style="list-style-type: none"> • personne appropriée • planification soignée • pas de corrections après coup • long travail de montage
 Intervenant hors champ	<ul style="list-style-type: none"> • écriture après coup • formulations précises 	<ul style="list-style-type: none"> • trouver une voix adaptée • l'écriture prend du temps

Association : animateur et intervenant hors champ

Fig. 7: Avantages et inconvénients de l'animateur et de l'intervenant hors champ

4.4 Planification des « A-roll » et « B-roll »

Que vous laissiez le contenu être raconté par une personne interviewée ou qu'un intervenant ne soit pas sur la vidéo : Il est important de planifier la vidéo à la fois au niveau du narrateur et de l'image. Le niveau du narrateur est aussi connu sous le nom de « A-roll ». Le niveau d'image est appelé « B-roll » ou séquence (Fig. 8).

Une fois que vous savez ce que le narrateur va dire, il est nécessaire de planifier les images appropriées pour compléter le niveau du narrateur. Ceci est important pour que toutes les images nécessaires puissent être filmées le même jour de tournage. S'il y a des lacunes dans la planification, il faut utiliser des images existantes - photos ou clips. Il est important de lister toutes les photos dont vous avez besoin afin de ne rien oublier pendant le tournage. Un modèle pour structurer cette démarche est illustré à la fig. 9.

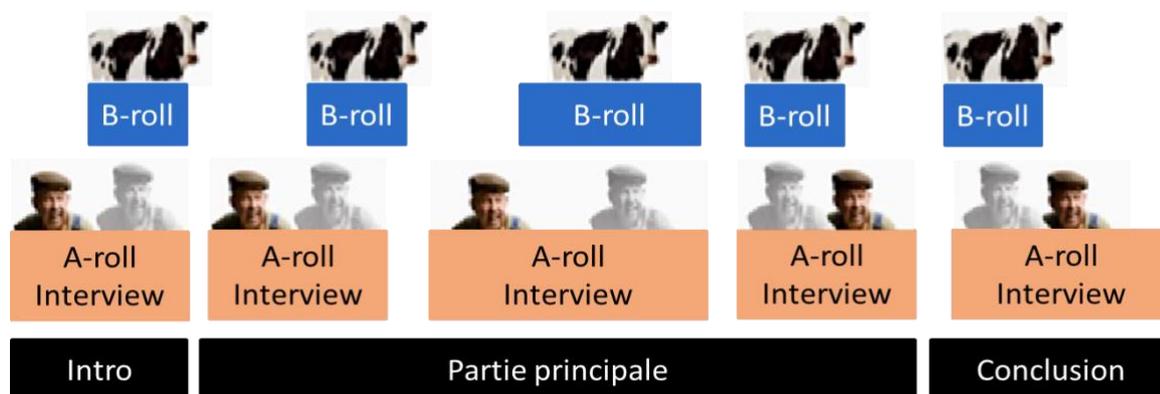


Fig. 8: La colonne vertébrale d'une vidéo est le A-roll, c'est-à-dire les déclarations essentielles d'une personne interrogée. Avec le B-roll, ce qui a été dit est illustré.

5. Tournage vidéo

5.1 Prise de vue des A-roll et B-roll

Pendant le tournage de la vidéo, il est également utile de penser à la fois au niveau du A-roll et du B-roll respectivement. La partie que vous tournez en premier dépend de la situation. Pour une démonstration de machine, par exemple, on commence généralement par filmer les machines "en action", c'est-à-dire les images ou le B-roll. Cela inclut les détails et les plans longs, les mains examinant le sol travaillé, les personnes autour des machines, etc.

Il n'est généralement pas recommandé de filmer, en tant que A-roll, le commentaire en direct que l'organisateur fait pour les visiteurs sur le terrain. C'est parce que la qualité du son est souvent trop mauvaise et les explications sont généralement trop longues. Par conséquent, si possible, le commentaire explicatif devrait être consigné dans une étape distincte sous la forme d'un entretien avec une personne compétente (si possible, le clarifier pendant la préparation).

Idéalement, le commentateur devrait être en mesure d'expliquer les différentes machines directement devant les machines. L'expert décrit les méthodes de travail, les avantages et les inconvénients des machines présentées. La personne doit parler au présent et formuler les phrases comme si elle commentait le sujet en direct. On dirait alors que : "Ici nous voyons la machine XY...", "Comme vous pouvez le voir, elle fonctionne un peu moins profondément que la machine XY...".

Cela permettra de s'assurer que les commentaires s'intègrent exactement derrière les photos des machines. C'est pourquoi le commentaire n'est généralement enregistré qu'après la démonstration : le commentateur doit d'abord avoir vu la machine en fonctionnement dans les conditions actuelles.

Dans d'autres situations, par exemple lorsqu'un agriculteur explique un processus de routine, le commentaire explicatif (A-roll) peut être enregistré en premier et les images illustratives (B-roll) peuvent ensuite être filmées. Si le commentateur peut montrer des actions, parler et agir sont souvent l'idéal. Afin de pouvoir éditer de tels enregistrements bien après coup, le commentaire doit être enregistré dans son ensemble sans action. Ensuite, les détails de l'action sont filmés.

5.2 A-roll : 10 conseils pour mener des entretiens



[Lien vers le tutoriel "How to conduct interviews"](#)

Un commentaire explicatif est souvent enregistré sous la forme d'une interview. Voici quelques conseils pour mener des entretiens.

1. **Ambiance décontractée** : Assurez toujours une atmosphère détendue entre vous et la personne que vous interviewez.
2. **Assis ou debout** : Normalement, la personne à interroger doit être debout ; assise seulement pendant les longues entretiens ainsi que pour les personnes qui se déplacent fortement.

3. **Composition de l'image** : Lors de l'entretien, la ligne des yeux doit se trouver sur la troisième ligne supérieure (règle des tiers). Si la ligne des yeux est plus basse, la personne semble anormalement petite (Fig. 10). Vous êtes responsable de vous assurer que la personne à interviewer a l'air professionnel (coiffure, vêtements, etc.).
4. **Direction de la vue** : La personne interrogée ne doit pas regarder directement dans la caméra, mais légèrement latéralement au-delà, dans les yeux de l'intervieweur. Ce n'est que si la personne interrogée a un rôle de modérateur qu'elle doit regarder directement la caméra.
5. **Entièrement automatique** : Si l'interview est conduite par une seule personne (conduite d'interview et film en même temps), la caméra doit être montée sur un trépied et fonctionner en mode entièrement automatique. C'est la seule façon de vous concentrer pleinement sur la personne à interviewer et sur le contenu de ce qui est dit.
6. **N'éteignez pas la caméra** : Nous vous recommandons de laisser la caméra parcourir toute l'interview. La mise sous tension et hors tension de l'appareil vous distraira et peut augmenter votre nervosité à chaque fois. De plus, il y a un risque d'oublier de l'allumer.
7. **Hochement de tête silencieux** : Pendant le tournage, l'accent doit être mis sur la personne interviewée et le contenu. Communiquez par contact visuel et non verbal, par exemple en hochant la tête. L'intervieweur ne doit pas faire de remarques intermédiaires telles que "Oui" pendant que la personne à interviewer parle. Ces paroles ne pourront pas être enlevées.
8. **Déclarations croustillantes** : Très peu de gens peuvent décrire quelque chose de façon concise et précise. Par conséquent, il est recommandé de prévoir au moins deux tours. La première sert à avoir une vue d'ensemble du sujet et à réduire la nervosité. Le deuxième cycle se concentre sur les aspects pertinents et les formule de manière aussi concise que possible.
9. **Intégrez la question dans la réponse** : Pour gagner du temps, la question est souvent supprimée en post-production. Pour que le téléspectateur comprenne le contexte, la personne interrogée doit intégrer le mot clé de la question dans sa réponse.
10. **Faire un suivi sans insister** : Si les réponses aux questions ne sont pas optimales, il est nécessaire d'effectuer un suivi. Les séquences individuelles doivent être répétées jusqu'à ce que le résultat soit conforme aux attentes. Cependant, il est parfois utile de sauter une question et de la reprendre à la fin.



Fig. 10: Lors de l'entretien, la ligne des yeux doit se trouver dans le nombre d'or, c'est-à-dire sur la troisième ligne supérieure. Si la ligne des yeux est plus basse, la personne semble anormalement petite.

5.3 B-roll: Assurer des réglages d'image variés



[Link to tutorial "How to create varied footage"](#)

Les objectifs du B-roll doivent avoir été définis au préalable de manière approximative en amont. Il y a une variété de réglages qui peuvent être utilisés dans le B-roll (Fig. 11). Les clips individuels doivent durer au moins 30 secondes sans zoom ni panoramique, de sorte qu'ils puissent être utilisés ensuite sans problème dans l'édition.



Fig. 11: Les différents réglages de caméra adaptés à l'objectif du B-roll sont à la base d'un montage intéressant.

Les B-rolls peuvent inclure :

1. **Des plans généraux comme ouverture d'une scène** : Au début, le spectateur doit avoir une vue d'ensemble du lieu de l'événement (plan d'ensemble). Une prise de vue au sol ou en drone convient à cet effet.
2. **Plan moyen** : Ce réglage est idéal pour les prises de vue en machine mais peut devenir ennuyeux si utilisé fréquemment ou trop longtemps.
3. **Détails, gros plans** : Les plans d'ensemble et les plans moyens doivent être complétés par des gros plans. Ceux-ci peuvent être produits de différentes manières : En se rapprochant de l'appareil photo ou en zoomant sur les détails avec le téléobjectif. Une caméra d'action montée sur des machines offre également des perspectives passionnantes que les téléspectateurs en direct n'ont pas.
4. **Matériel d'image supplémentaire** : Du matériel supplémentaire tel que des agriculteurs en conversation, des mains dans le sol, des plantes, des plans de paysage sont très utiles pour le montage et améliorer la qualité de la vidéo.

6. Post-production

La post-production, c'est avant tout le montage. En outre, la diffusion via YouTube est également abordée.

6.1 Logiciel d'édition

Il existe de nombreux logiciels d'édition sur le marché. Des programmes gratuits tels que iMovie sur les appareils Apple, Movie Maker pour PC ou des programmes complets tels que [Hitfilm](#) ou [Shotcut](#), sont disponibles.

Néanmoins, nous vous recommandons d'utiliser des programmes payants dont le prix se situe entre 50 et 100 euros, comme [Adobe Premiere Elements](#). Avec les programmes gratuits, vous atteignez rapidement vos limites et les programmes gratuits étendus comme [Hitfilm](#) sont souvent trop complexes à utiliser pour les débutants.

6.2 Édition



[Link to tutorial "How to edit your video"](#)

Les A-roll et B-roll sont assemblés pendant le montage et l'histoire est créée (Fig. 12). Une révision efficace exige de la pratique et un peu de discipline. Les débutants se perdent souvent dans l'incision fine avant que la première ébauche ne soit terminée. Vous devez toujours travailler du brut au fin et observer les étapes suivantes :

1. **Premier montage du A-roll** : Normalement, vous commencez par éditer le A-Roll, c'est-à-dire la piste de commentaire. Tous les clips sont écoutés et les meilleures versions sont sélectionnées. Le commentaire est structuré selon les plans et réduit à l'essentiel. En cas de raccourcissement, il est conseillé d'effectuer plusieurs passages et de toujours poser les questions suivantes : Cette phrase est-elle pertinente pour la compréhension du sujet ? La phrase fait-elle avancer l'histoire ? Cette étape dure entre 1 et 4 heures, selon la quantité de matériel filmé.
2. **Montage affiné du A-roll** : Une fois que l'"échafaudage" du A-roll est en place, vous pouvez supprimer les fautes d'orthographe.
3. **Insertion du B-roll** : Dans cette étape, vous sélectionnez le matériau de l'image dans le B-roll et vous le placez sur la position appropriée du A-roll. Les coupes du A-roll seront recouvertes par ces clips et ainsi rendues invisibles. De plus, ce qui a été dit est clarifié et souligné par des images appropriées.
4. **Donnez du rythme** : Cette étape consiste à donner un rythme au film. Cela signifie, par exemple, déterminer la durée des séquences du A-roll, décider quand les images du B-roll apparaissent, ajuster les coupes du B-roll au rythme de la voix. Maintenant, la musique, les titres intermédiaires et les pauses devraient également être insérés afin que le spectateur ait le temps de reprendre son souffle. Le film doit couler et ne pas avoir de ruptures artificielles.
5. **Vision** : La version (presque) finie doit ensuite être montrée à une personne extérieure. Ceci indiquera si elle est facile à suivre et à comprendre, la longueur est correcte et toutes les parties qui doivent être modifiées. Après ces dernières corrections, la vidéo peut être publiée sur YouTube.



Fig. 12: Disposition des A-roll et B-roll dans le programme d'édition. Les images du B-roll sont utilisées pour couvrir les coupes dans le A-roll et pour appuyer visuellement ce qui a été commenté dans le A-roll.

6.3 Longueur idéale des vidéos en ligne

Il n'y a pas de règle générale sur la durée d'une vidéo en ligne, mais en général, une durée de 2-3 minutes est recommandée. Contrairement aux films professionnels, la qualité de l'image et la présence des protagonistes du film n'est souvent pas une qualité aussi élevée, mais sa force réside dans le contenu technique. Afin d'éviter des longueurs inutiles, les vidéos finies devraient être montrées à des tiers qui peuvent signaler toute section inutile de la vidéo avant sa publication.

6.4 Musique

Une musique de fond appropriée peut enrichir les vidéos, mais la musique doit être utilisée avec parcimonie. Seule de la musique libre de droits peut être utilisée. YouTube offre un grand choix de musique libre de droits dans sa bibliothèque audio. Les morceaux de musique populaires apparaissent encore et encore dans les vidéos YouTube et s'usent progressivement. Pour des demandes plus élevées, la musique peut être achetée auprès de fournisseurs de paiement tels que audiojungle.net ou premiumbeat.com, les prix varient de 20 à 50 USD par morceau de musique.

6.5 Diffusion sur YouTube

Pour les vidéos agricoles, la diffusion via YouTube est recommandée car c'est la plateforme la plus populaire dans les milieux agricoles. Pour télécharger des vidéos, vous devez avoir votre propre chaîne ou en ouvrir une nouvelle. Chaque jour, des milliers de nouvelles chaînes sont ouvertes et des millions de nouvelles vidéos sont téléchargées. Des efforts sont donc nécessaires pour faire connaître les vidéos téléchargées et assurer une diffusion optimale.

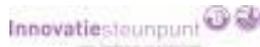
Les mesures suivantes vous aideront à faciliter la recherche d'une vidéo YouTube.

1. **Titre** : Ceci devrait être significatif et contenir les mots-clés les plus importants.
2. **Description** : Décrivez brièvement le contenu de la vidéo ; vous pouvez fournir ici d'autres liens.
3. **Tags** : Précisez les mots-clés, traduisez aussi les plus importants.
4. **Vignette** : N'utilisez pas les vignettes suggérées par YouTube, mais téléchargez votre propre capture d'écran significative de la vidéo.

En particulier avec les chaînes YouTube nouvellement lancées, il est difficile de générer beaucoup de vues au début en raison du petit nombre d'abonnés. Au début, une chaîne YouTube sert plutôt d'archive vidéo en ligne. À partir de là, les vidéos devraient être intégrées aux sites Web existants et diffusées sur les réseaux de médias sociaux. Selon le sujet, la qualité des vidéos produites et les réseaux existants, il faut parfois des mois, voire des années, pour qu'une nouvelle chaîne YouTube soit acceptée par le public.

Remerciements

Nous remercions tous les agriculteurs, conseillers et autres experts pour avoir partagé leurs connaissances dans les vidéos PLAID.



PLAID