



<https://www.wetrust-atc.com/>

Formats vidéos images et photos pour les réseaux sociaux

Guide 2020 pour Facebook, Twitter,
Instagram, LinkedIn et YouTube.



Avant-Propos

Sur les réseaux sociaux, l'aspect visuel de vos publications est très important, il s'agit de la première impression que vous ferez auprès de vos abonnés actuels ou à venir. à vous de créer **les meilleurs visuels** pour retenir leur attention.

La dimension des images et les spécifications des vidéos varie selon chaque réseau social, **chacun a ses règles à respecter**,

Voici donc nos conseils pour concevoir **les meilleurs visuels** pour vos publications sur les réseaux sociaux en 2020. Notre objectif est de vous faire gagner du temps, en concentrant toutes les informations dont vous pourrez avoir besoin au même endroit.

Bien sûr, notre métier de marqueteur implique de se tenir informé. Les réseaux sociaux changent régulièrement les consignes pour optimiser vos publications et les images, photos ou vidéos qu'elles présentent.

Pour chaque réseau social, nous vous indiquons en bas de page le lien à suivre pour les pages d'aide actualisées sur chaque réseau social.

Bonne lecture!

African Team Company
<https://www.wetrust-atc.com>

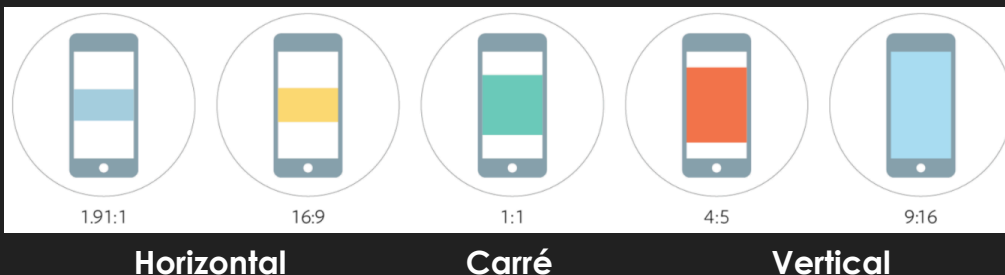


FACEBOOK

Les publications et publicités doivent être pensées pour mobile, car c'est le moyen le plus utilisé par le public et Facebook privilégie ces formats.

Les images et les vidéos doivent occuper un maximum d'espace sur l'écran pour attirer l'attention de l'audience. Choisissez les proportions les plus adaptées aux différents placements et formats et pensez bien à vérifier les proportions prises en charge par les placements. Voici quelques recommandations relatives aux proportions pour différents placements et formats :

- **Pour les placements dans le fil d'actualité** : nous recommandons le format carré 1:1 pour les images et le format vertical 4:5 pour les vidéos.
- **Pour les placements dans les stories** : étant donné que la plupart des personnes tiennent leur téléphone à la verticale, nous recommandons d'utiliser le format 9:16 pour couvrir la totalité de l'écran.
- **Pour les vidéos au format carrousel** : le format carré 1:1 est recommandé et il convient de conserver les mêmes proportions pour toutes les vidéos du carrousel.
- **Pour les vidéos in-stream** : nous recommandons le format horizontal 16:9 pour une meilleure adaptation aux vidéos qui contiennent les publicités.
- **Pour les placements Audience Network** : nous recommandons le format vertical 9:16.



Se tenir informé : <https://www.facebook.com/business/help/>



TWITTER

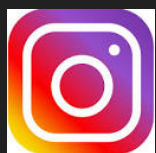
280 caractères pour attirer l'attention des utilisateurs dans un fil rempli d'actualités et d'informations, les images, photos et GIF ne sont donc pas superflues pour attirer l'attention des followers. Voici les normes de publication et tailles conseillées par Twitter :

- **Image de profil** : Taille de l'image de profil : 400 x 400 pixels
- **Image d'entête** : Taille de l'image d'entête : 1500 x 500 pixels ou 1024 x 280 pixels. Le poids maximum est de 5MB.
- **Twitter cards** : Taille des Twitter cards : 800 x 418 pixels ou 800 x 800 pixels, poids maximum de 3MB. Supporte le format JPG ou PNG.
- **Summary card avec une image** : Titre de 70 caractères et description d'un maximum de 200 caractères. Taille de l'image 280 x 150 pixels, maximum 1 Mo. Supporte les formats JPG, PNG et GIF.

Tweet sponsorisé :

- **Texte sponsorisé** : 280 caractères. Chacun des liens utilisés réduit de 23 le nombre de caractères ; l'utilisation d'un lien laisse ainsi 257 caractères pour le texte du Tweet.
- **Image sponsorisée** : Largeur minimale de 600 pixels. Néanmoins, les images plus grandes (1 200 pixels, par exemple) seront mieux optimisées en vue de leur ouverture par les utilisateurs. Formats : tous les formats compris entre 2:1 et 1:1 pour les ordinateurs et 16:9 pour les mobiles
- **GIF sponsorisé** : Taille et format du GIF identique aux images. Taille du fichier GIF : 5Mo Maximum.
- **Vidéo sponsorisée** : Taille de fichier 1 Go maximum. Durée recommandée 15 s ou moins. La durée maximale est de 2mn 20s. Les vidéos sont lues automatiquement dans le fil d'un utilisateur et seront lues en boucle si la durée de la vidéo est inférieure à 60 secondes.

Se tenir informé : <https://business.twitter.com/fr/help.html>



INSTAGRAM

il ne suffit pas de télécharger une vidéo sur Instagram depuis votre smartphone. Vous devez vérifier que vous avez le bon format vidéo Instagram, la bonne taille et la bonne orientation. Vous devez aussi veiller au respect des spécifications techniques.

Le meilleur format vidéo Instagram est le mp4 (diminutif du terme MPEG-4). Votre fichier vidéo doit avoir les caractéristiques techniques suivantes communes à toutes les publications :

- H.264 codec
- Fréquence de trame de 30 images par seconde
- Audio AAC
- Taille vidéo Instagram max de 1080 pixels de large
- Débit de 3500 kbps
- Taille fichier vidéo Instagram max de 4 Go

Format vidéo feed Instagram :

- Durée de la vidéo : de 3 à 60 secondes
- Orientation : format vertical, carré ou horizontal
- Rapport hauteur / largeur : 1.91:1 minimum et 4:5 maximum
- Dimensions de la vidéo : 1 080 x 608 pixels en portrait et 1 080 x 1 350 pixels en paysage

Format vidéo story Instagram :

- Durée de la vidéo : jusqu'à 15 secondes
- Orientation : format vertical
- Rapport hauteur / largeur : 9:16
- Dimensions de la vidéo : 1 080 x 1 920 pixels

Format vidéo live Instagram

- Durée de la vidéo : jusqu'à 60 mn
- Orientation : format vertical
- Rapport hauteur / largeur : 9:16
- Dimensions de la vidéo : 1 080 x 1 920 pixels

Format vidéo IGTV (Instagram TV)

- Durée de la vidéo : jusqu'à 60 mn pour les comptes vérifiés (sinon 10mn)
- Orientation : format vertical
- Rapport hauteur / largeur : 9:16
- Dimensions de la vidéo : 1 080 x 1 920 pixels

Se tenir informé : https://help.instagram.com/?locale=fr_FR



LINKEDIN

La personnalisation des photos sur votre page LinkedIn permet de mettre en avant votre organisation et sa culture.

Nous vous recommandons de télécharger une image de haute qualité contenant un texte limité pour s'adapter à tous les appareils et dans toutes les tailles d'écran. Les formats d'image acceptés pour le téléchargement sont PNG et JPEG.

Vous pouvez également utiliser des URL Vimeo ou YouTube pour l'image/la vidéo principale et les sections de module personnalisé. L'image statique qui apparaît pour la vidéo est celle de l'image miniature sur Vimeo ou YouTube. Pour modifier l'image statique, vous devrez mettre à jour la miniature de cette vidéo sur Vimeo ou YouTube.

Images personnalisées :

Utilisez un ratio de 1,91:1 (1200 x 627 px).

L'image doit avoir une largeur minimum de 200 px.

Si la largeur de votre image est inférieure à 200 px, elle s'affichera sous forme de miniature à gauche du post.

Remarque : ceci ne s'applique pas si vous ne publiez qu'une image ou une image et du texte. L'image sera agrandie pour s'adapter à la taille du flux.

Les images ne seront pas recadrées sur mobile. Celles dont les proportions sont différentes s'afficheront en entier, mais avec une légère zone de remplissage blanche.

Vidéos personnalisées :

•Durée de la vidéo : Pas de durée spécifique, la taille limite d'un téléchargement ne doit pas excéder 5Mo.

•Orientation : format vertical

•Rapport hauteur / largeur : 9:16

•Dimensions de la vidéo : 1 080 x 1 920 pixels

Se tenir informé : <https://www.linkedin.com/help/linkedin/>



YOUTUBE

Les consignes suivantes décrivent les spécifications de format permettant de proposer une qualité de lecture optimale sur YouTube.

Youtube recommande de mettre en ligne des vidéos d'une qualité s'approchant au maximum de celle du format source original afin de garantir une haute qualité pour la lecture des vidéos. Sachez que YouTube ré-encode toujours les vidéos afin d'optimiser la qualité de leur lecture.

Format de fichier :

MPEG-2

Codec audio : MPEG Layer II ou Dolby AC-3
Débit binaire audio : 128 kbit/s ou plus

MPEG-4

Codec vidéo : H.264
Codec audio : AAC
Débit binaire audio : 128 kbit/s ou plus

Durée minimale du contenu audiovisuel : 33 secondes (en excluant les images noires et statiques sur la piste vidéo et le bruit de fond sur la piste audio)

Fréquence d'images : les vidéos doivent conserver leur fréquence d'images d'origine. N'utilisez aucune technique de ré-échantillonnage, car celles-ci peuvent réduire la qualité de la vidéo et produire un effet de tremblement sur les images.

Format : les vidéos doivent être dans leur format d'origine, et celles mises en ligne ne doivent jamais comporter de bandes noires (letterbox ou pillarbox). En effet, le lecteur YouTube recadre automatiquement les vidéos pour garantir qu'elles s'affichent correctement, sans rogner ni étirer l'image, quelle que soient la taille de la vidéo ou le lecteur.

Se tenir informé <https://support.google.com/youtube#topic=9257498>



AFRICAN TEAM COMPANY

Contacts :

trust@africanteamcompany.com

Tel : + 224 627 23 51 30

<https://www.wetrust-atc.com/>