

Guide sur les solutions pour événements numériques

À propos de ce document

En raison de la crise de santé mondiale actuelle, un nombre croissant d'événements sont annulés ou reportés compte tenu des restrictions liées aux voyages et du nombre grandissant d'avertissements en lien avec la santé. Le présent guide vise à vous aider à créer des événements numériques réussis et de première qualité en utilisant des produits YouTube, par exemple les diffusions en direct et les Premières.

Pour commencer, nous vous présenterons des principes de base. Vous apprendrez à mettre en place une chaîne pour votre événement, à télédiffusé des vidéos et à joindre votre auditoire en temps réel avec YouTube en direct et les premières. Nous vous présenterons également des ressources importantes pour vous permettre d'extraire les meilleurs parti de YouTube pour votre prochain événement.

Commençons!

Table des matières

- 1.** Principes de base de YouTube
- 2.** Événements en direct
- 3.** Premières YouTube
- 4.** Ressources

01

Principes de base de YouTube

Création d'une chaîne officielle pour votre événement

Commençons par le début. Créons une chaîne YouTube pour vous permettre de joindre des auditoires qui ne peuvent plus assister à vos événements en personne. Suivez les étapes ci-dessous pour bien préparer votre chaîne.

Avec un **compte Google**, vous allez pouvoir regarder des vidéos, cliquer sur "J'aime", ainsi que vous abonner à vos chaînes préférées. Cependant, sans chaîne YouTube, vous n'allez pas pouvoir bénéficier de présence publique sur YouTube. Même si vous possédez un compte Google, vous allez devoir créer une chaîne YouTube afin de mettre en ligne des vidéos, ajouter des commentaires ou créer des playlists. Vous pouvez utiliser un ordinateur ou YouTube sur mobile pour créer une chaîne.

Comment créer une chaîne YouTube

A l'aide de votre compte Google, suivez les étapes suivantes:

1. Connectez-vous à YouTube depuis un ordinateur ou via le site mobile.
2. Essayez de faire une action que vous ne pourriez pas faire sans chaîne (par exemple mettre en ligne une vidéo, ajouter un commentaire ou créer une playlist).
3. Si vous ne possédez pas encore de chaîne, un message vous invitant à en créer une s'affichera.
4. Vérifiez vos informations (c'est-à-dire le **nom et la photo utilisés sur votre compte Google**), et puis confirmez la création de votre chaîne

[En savoir plus](#)

Créer une chaîne avec le nom d'une entreprise ou un autre nom

Vous pouvez utiliser un compte de marque pour créer une chaîne avec un nom différent, mais que vous allez gérer depuis votre compte Google.

En savoir plus sur les [comptes de marque](#).

1. Connectez-vous à YouTube depuis un ordinateur ou via le site mobile.
2. Accédez à [votre liste de chaînes](#).
3. Vous pouvez créer une chaîne ou utiliser un compte de marque existant:
 - a. Créez une chaîne en cliquant sur "Créer une chaîne".
 - b. Créez une chaîne YouTube pour un compte de marque que vous gérez déjà en sélectionnant le compte de marque dans la liste. Si le compte de marque est déjà associé à une chaîne, vous ne pouvez pas en créer une autre. Vous êtes simplement redirigé vers cette chaîne si vous sélectionnez le compte de marque.
4. Indiquez toutes les informations nécessaires pour attribuer un nom à votre chaîne et valider votre compte. Cliquez ensuite sur OK pour valider la création du compte de marque.
5. Afin d'ajouter un administrateur à cette chaîne, suivez les instructions relatives à la [modification des propriétaires et des administrateurs d'une chaîne](#).

En savoir plus sur l'utilisation d'une chaîne avec un [nom d'entreprise ou un autre nom sur YouTube](#).

Stratégie de marque de la chaîne

Créer ou modifier une illustration de chaîne

L'illustration de chaîne s'affiche en tant qu'image de fond ou sous la forme d'une bannière en haut de votre page YouTube. Vous pouvez utiliser cette illustration pour donner une identité à votre chaîne et donner à votre page une apparence unique.

Utilisez les consignes et exemples ci-dessous pour configurer votre illustration. Sachez que l'apparence d'une chaîne, dont l'affichage de l'illustration, est différente sur ordinateur vs mobile (ou téléviseur). Découvrez comment les illustrations de chaînes s'affichent sur différents appareils. [En savoir plus](#)

Gérer l'icône de votre chaîne

L'icône de votre chaîne est superposée à la bannière de votre chaîne. Cette icône s'affiche lorsque les visiteurs consultent vos vidéos et votre chaîne sur les pages de lecture YouTube.

Par défaut, l'icône de votre chaîne correspond à l'image associée à votre compte Google. Lorsque vous êtes connecté à YouTube et à d'autres services Google, vous pouvez observer l'image dans l'angle supérieur droit de la page. Si vous souhaitez la modifier, accédez à vos [paramètres de compte Google](#). [En savoir plus](#)

Personnaliser la mise en page de votre chaîne

Vous pouvez personnaliser votre mise en page pour choisir ce que voient les visiteurs lorsqu'ils arrivent sur la page de votre chaîne. Si vous ne personnalisez pas la mise en page de votre chaîne, par défaut, les visiteurs verront le flux de contenu posté sur votre chaîne.

Nous recommandons aux créateurs qui mettent régulièrement en ligne des vidéos de personnaliser leur mise en page. Vous pouvez ajouter une bande-annonce de chaîne, suggérer des contenus à vos abonnés et organiser l'ensemble de vos vidéos ainsi que vos playlists dans des sections. [En savoir plus](#)

Utiliser les sections de chaîne pour organiser les contenus

Vous pouvez organiser et promouvoir les contenus que vous voulez mettre en valeur sur votre chaîne à l'aide des sections de chaîne. Celles-ci vous permettent de regrouper des vidéos de façon à faciliter le choix des internautes sur les contenus qu'ils souhaitent regarder. Une chaîne peut comporter jusqu'à 10 sections. [En savoir plus](#)

Créer une bande-annonce de chaîne pour les nouveaux spectateurs

Vous pouvez créer une bande-annonce vidéo pour présenter votre chaîne à tous les visiteurs, et en particulier ceux qui ne sont pas encore abonnés à votre chaîne. La bande-annonce de votre chaîne joue le même rôle qu'une bande-annonce de film. N'hésitez pas à l'utiliser pour donner un aperçu de votre chaîne aux spectateurs, et les inciter à s'y abonner.

Par défaut, les annonces n'apparaissent pas sur votre bande-annonce lorsque celle-ci est diffusée sur la page de votre chaîne (sauf si la vidéo sélectionnée comporte du contenu revendiqué par un tiers). Ainsi, le spectateur n'est pas interrompu lors de la découverte de votre chaîne, afin de lui donner envie de s'y abonner. Si le spectateur est déjà abonné à votre chaîne, il verra une vidéo de la rubrique "Vidéos à regarder ensuite" à la place de la bande-annonce. [En savoir plus](#)

Téléversement de vidéos

Maintenant que votre chaîne est prête, allez-y : importez votre première vidéo!

Vous pouvez mettre en ligne des vidéos sur YouTube en seulement quelques étapes. Suivez les instructions ci-après pour publier vos contenus depuis un ordinateur ou un appareil mobile.

1. Connectez-vous à [YouTube](#)
2. Dans l'angle supérieur droit, sélectionnez "Créer une vidéo" ou un post  > Mettre en ligne une vidéo
3. Sélectionnez le fichier à importer.

Si vous fermez l'interface d'importation avant d'avoir terminé de définir vos paramètres, la vidéo sera enregistrée en tant que brouillon sur la page [Vidéos](#).

[En savoir plus](#)

Personnaliser vos vidéos

Directives pour les titres et les descriptions

- Le titre doit décrire la vidéo et présenter son contenu : ne dépassez pas 70 caractères pour éviter que le titre ne soit coupé.
- La description doit être claire : allez droit au but dès les premières lignes. Évitez les longues descriptions.
- Suscitez l'intérêt : attiser la curiosité des spectateurs ou susciter des émotions.
- Évitez les pièges à clics : le titre et la description doivent rester fidèles à la vidéo et l'image miniature associée.

Écrire des descriptions intelligentes

Les descriptions peuvent communiquer des renseignements précieux qui aident les spectateurs à trouver vos vidéos dans les résultats de recherche et à comprendre ce qu'ils regarderont. Les descriptions bien écrites avec les bons mots clés peuvent faire augmenter le nombre et la durée des visionnements parce que ces descriptions aident votre vidéo à ressortir dans les résultats de recherche.

Voici des mesures que vous pouvez prendre :

- Donnez un aperçu de votre vidéo en utilisant un langage naturel, pas seulement une suite de mots clés.
- Mettez les mots clés les plus importants au début de votre description.
- Trouvez un ou deux mots clés principaux qui décrivent votre vidéo, puis présentez-les de façon prépondérante dans votre titre et description.
- Évitez les mots non pertinents dans votre description : ces mots créent une mauvaise expérience de visionnement et peuvent contrevenir à nos politiques.
- Apprenez à écrire des descriptions et des balises efficaces.

[Découvrez comment rédiger des descriptions et des tags efficaces.](#)

Miniature

Il s'agit de l'image que les spectateurs verront avant de cliquer sur votre vidéo. Les miniatures servent de panneau d'affichage et aident les spectateurs à décider s'ils regarderont vos vidéos. Les miniatures et les titres bien conçus peuvent attirer un plus grand nombre de spectateurs vers votre chaîne, et encourager les spectateurs à regarder vos vidéos parce qu'ils savent à quoi s'attendre.

Voici les principales caractéristiques des miniatures efficaces :

- Attirer l'attention des spectateurs : assurez-vous que votre miniature est nette avec un bon contraste.
- Éviter d'encombrer la miniature : moins, c'est mieux.
- Cohérence de l'arrière-plan : utilisez des moments clés pour votre arrière-plan.
- Conserver les thèmes : maintenez des thèmes dans tous vos formats pour qu'ils soient facilement reconnaissables (titres, couleurs et filigranes de bannière cohérents)
- Expérimenter : ajustez les miniatures de façon à compléter le format de votre contenu. Les vidéos qui ciblent vos abonnés peuvent mettre en évidence des éléments familiers (par exemple, le visage d'un concepteur), tandis que celles qui ciblent les spectateurs occasionnels peuvent s'appuyer sur des images plus universellement reconnaissables ou attrayantes.

[Apprendre à créer des miniatures efficaces](#)

Personnaliser vos vidéos

Cartes de fin

Utilisez des cartes et des cartes de fin pour encourager vos spectateurs à exécuter une action.

Les cartes sont des notifications préformatées qui s'affichent sur ordinateur ou sur appareil mobile et que vous pouvez configurer pour promouvoir vos événements et d'autres vidéos sur votre chaîne. Vous pouvez choisir parmi plusieurs types de cartes, par exemple : articles promotionnels, collecte de fonds, vidéo et plus encore.

Les écrans finaux peuvent aider à augmenter la durée de visionnement sur votre chaîne en dirigeant les spectateurs vers d'autres éléments à la fin de vos vidéos.

Utilisez des cartes de fin détaillées pour susciter davantage l'enthousiasme des spectateurs :

- une vidéo ou une liste de lecture
- encourager les spectateurs à s'abonner à votre chaîne
- faire la promotion croisée d'une autre chaîne
- lien vers un autre site

[Apprendre à créer des miniatures efficaces](#)

Personnaliser votre chaîne avec des listes de lecture

Vous pouvez également regrouper des vidéos dans des listes de lecture pour offrir une expérience relaxante qui permettra à vos spectateurs de regarder facilement d'autres vidéos. Une liste de lecture est une liste triée de vidéos que vous créez, souvent à partir d'un thème ou d'un événement en particulier, comme « Stadia Connect » de Stadia.

Les listes de lecture peuvent vous aider à présenter à vos abonnés d'autres contenus qu'ils adorent tout en mettant en évidence la créativité et la personnalité de votre chaîne. Vous pouvez inclure des vidéos de votre chaîne ou d'autres chaînes. De bonnes listes de lecture peuvent encourager les spectateurs à regarder votre contenu plus longtemps. Certains créateurs créent des listes de lecture pour de grands événements. Ils peuvent aussi assembler des listes de lecture « le meilleur de » pour permettre aux spectateurs de trouver facilement les vidéos les plus populaires.

[En savoir plus](#)

02

Concepts de base de la diffusion en direct sur YouTube

Événements en direct

YouTube en direct est un moyen simple d'entrer en contact avec votre auditoire en temps réel. Que vous soyez en train de diffuser un événement en direct, d'animer une séance en direct de questions et réponses ou d'animer un atelier, nos outils vous aideront à gérer votre diffusion et à interagir avec les spectateurs en temps réel. Apprenez-en plus sur la diffusion en direct sur YouTube.

Prévoyez votre première diffusion en direct. Activer une diffusion en direct pour la première fois peut prendre jusqu'à 24 heures. Une fois activée, votre diffusion peut immédiatement passer en direct. Avant de commencer la diffusion, veuillez à régler les aspects techniques de la diffusion, des tests de la connexion Internet, au matériel et aux logiciels nécessaires pour capturer vos événements en direct.

[Diffuser en direct sur YouTube](#)

Internet

Tout d'abord, vérifiez la bande passante de téléversement en testant la vitesse de votre réseau. Testez-la plusieurs fois afin de vous assurer que la portée est constante. Voici le débit nécessaire en fonction de la qualité souhaitée :

Vidéo de définition standard | 3 Mbit/s

Haute définition 720p et 1080p | 5-10 Mbit/s

Ultra-haute définition 4K | 25 Mbit/s

Logiciel

Il existe plusieurs types d'encodeurs, en fonction de vos besoins. Les encodeurs suivants sont validés pour la lecture en direct sur YouTube. Aucun de ces produits n'est conçu par YouTube. Veuillez à évaluer les produits et choisissez celui qui convient le mieux à vos besoins ou à vos activités.



Il existe plusieurs façons de diffuser du contenu en direct sur YouTube.

Voici un aperçu rapide:

Créer une diffusion en direct via votre webcam	Une webcam permet de passer facilement au direct sur votre ordinateur, sans avoir recours à un encodeur. En savoir plus
Créer une diffusion en direct sur mobile (Android)	Vous pouvez désormais diffuser du contenu en direct à partir de l'application YouTube principale sur un mobile. À la fin d'une diffusion en direct sur un appareil mobile, une archive est créée sur votre chaîne. Vous avez alors la possibilité de modifier les paramètres de confidentialité (vous pouvez par exemple la rendre privée) ou de la supprimer. Nous avons récemment élevé le minimum d'abonnés requis pour utiliser YouTube En direct sur un appareil mobile. Pour utiliser la diffusion en direct sur mobile, votre chaîne doit compter au moins 1 000 abonnés. En savoir plus
Créer une diffusion en direct à l'aide d'un encodeur	En utilisant un encodeur, vous pouvez exploiter tout le potentiel de la diffusion en direct. Vous pouvez diffuser vos parties de jeux vidéo, utiliser du matériel audio ou vidéo externe, vous servir de plusieurs caméras, etc. Si vous ne souhaitez pas utiliser d'encodeur, vous pouvez passer au direct via la webcam (aucun logiciel supplémentaire n'est requis). En savoir plus

Présentation du direct à votre audience

Lorsque vous incorporez du direct sur votre chaîne, gardez à l'esprit qu'il peut s'agir d'un changement de contenu avec lequel vos spectateurs ne sont pas familiers. Pour faciliter la transition, anticipez la façon dont votre auditoire peut réagir à votre nouveau format.

Communiquez

Communiquez chaque changement à venir de votre calendrier ou format de mise en ligne à votre auditoire et présentez le type de contenu qu'ils verront et à quel moment ils peuvent se connecter pour le voir!

Captivez votre base

Envisagez votre contenu en direct comme un moyen de renforcer vos liens avec votre communauté de base tout en utilisant la vidéo sur demande ou les meilleurs moments en direct pour attirer un auditoire plus large.

Créez de l'espace

Évitez de surcharger votre auditoire de mises en ligne en espaçant vos vidéos sur demande et vos diffusions en direct. Si vous prévoyez rendre vos archives accessibles au public, envisagez d'attendre avant de publier votre prochaine vidéo.

Créer un calendrier et une stratégie

Il est important d'établir un calendrier et une stratégie quant à la façon et au moment d'incorporer du direct sur votre chaîne. Voici quelques conseils pour optimiser un moment de direct sur YouTube.

- Programmez votre diffusion en direct avant la date de la diffusion.
- Donnez constamment un aperçu de votre événement à l'aide de publications personnalisées pour les médias sociaux et l'onglet Communauté.
 - Il vous faut 1 000 abonnés pour déverrouiller l'onglet Communauté.
 - [Apprenez-en plus](#) : interagissez avec l'auditoire à l'aide de messages de la communauté.
- Faites la promotion de votre événement à venir sur les médias sociaux et l'onglet Communauté.
- Rappelez aux spectateurs d'activer la cloche « Créer un rappel ».

Après votre diffusion, songez à créer une vidéo des meilleurs moments afin d'attirer l'auditoire de base vers l'intégralité de la diffusion en direct archivée.

Faites la promotion de votre événement

Promouvoir

[Présenter vos diffusions en direct sur votre chaîne](#)

[Utiliser les sections de chaîne pour organiser les contenus](#)

[Ajouter des fiches à des vidéos](#)

[Créer ou modifier une illustration de chaîne](#)

Meilleurs moments et battage médiatique

Après la diffusion, vous pouvez étendre la portée de votre contenu en continuant à promouvoir et à présenter vos moments en direct.

Créez les meilleurs moments : envisagez de créer un montage de certains de vos meilleurs moments en direct en clips plus condensés afin d'atteindre un auditoire plus large. Ces vidéos généralement attrayantes peuvent aider à exposer vos diffusions en direct à un nouvel auditoire.

Continuez le battage médiatique : après la diffusion, entretenez la peur de rater quelque chose et récompensez les spectateurs présents à l'aide de résumés, de blagues d'initiés ou de messages sur l'onglet Communauté ou sur d'autres réseaux sociaux. Les références constantes aux moments diffusés incitent les spectateurs à être présents lorsque vous êtes en direct.

Faciliter la recherche de vos diffusions en direct archivées

Songez à créer des listes de lecture pour chacune de vos diffusions archivées, par événement ou par sujet, de la façon la plus logique pour votre auditoire.

Placez ces listes de lecture sur la page d'accueil de votre chaîne et faites-en la promotion dans des extraits vidéo pour chacune de ces diffusions.

Participation à la communauté

Donner à vos fans une raison de regarder en direct des diffusions interactives et attrayantes.

Interagissez en direct avec vos plus grands fans et spectateurs. Nourrissez la conversation et renforcer les liens avec votre auditoire présent afin que vos spectateurs aient le sentiment de faire partie intégrante de votre contenu et de votre communauté.

- Modérez le clavardage.
- Repérez les interruptions du contenu.
- Parlez directement à votre auditoire.
- Instaurez des coutumes.

En savoir plus:

- [Règlement de la communauté YouTube](#)

Fonctionnalités de modération du chat

- **Désignez des modérateurs**: désigner des modérateurs aux séances de clavardage en direct pour échanger avec l'auditoire, supprimer les messages inappropriés et appliquer les normes de votre communauté.
- **Utilisez le blocage de mots clés**: répertorier les mots bloqués dans la section «Paramètres de la communauté». Les clavardages en direct où ces mots sont utilisés seront bloqués.
- **Retenez pour révision** : YouTube peut retenir les messages de clavardage en direct potentiellement inappropriés. Si vous souscrivez à cette option, les messages de clavardage en direct repérés par notre système seront retenus pour révision. La décision d'afficher ou non ces messages vous reviendra, à vous et à vos modérateurs.

Parler directement à vos fans

Gardez votre auditoire engagé en discutant directement avec eux, en lisant les clavardages et en répondant aux questions. Vos fans sont ici pour interagir avec vous en temps réel. Par conséquent, veillez à ce qu'ils se sentent vus et entendus.

- Maintenez une conversation continue avec les spectateurs pendant votre diffusion
- Surveillez la température du clavardage et verbaliser les opinions
- Tirez profit des plaisanteries et des moments drôles en cours de diffusion, répondez aux questions

Monétisation de vos diffusions en direct

Pour pouvoir monétiser votre diffusion en direct, votre chaîne doit faire partie du Programme de partenaire YouTube (PPY).

Vous trouverez dans [cet article](#) un aperçu des fonctionnalités accessibles, les critères d'admissibilité, une liste de contrôle de candidature et une FAQ relative à la monétisation sur YouTube.

Vous pourrez éventuellement générer des revenus sur YouTube grâce aux fonctionnalités suivantes :

[Revenus publicitaires](#): générez des revenus publicitaires grâce aux annonces display, en superposition et vidéo.

[Souscriptions aux chaînes](#): les membres de votre chaîne effectuent des paiements mensuels récurrents pour bénéficier d'avantages spéciaux que vous proposez.

[Section de merchandising](#): vos fans peuvent parcourir et acheter les produits de marque officiels qui sont présentés sur vos pages de lecture.

[Super Chat et Super Stickers](#): vos fans paient pour que leurs messages soient mis en surbrillance lors des chats.

[Revenus YouTube Premium](#): percevez une partie des frais d'abonnement des abonnés YouTube Premium lorsqu'ils visionnent votre contenu.

En savoir plus sur la monétisation

Chaque fonctionnalité s'accompagne de ses propres critères d'admissibilité, outre les exigences liées à l'abonné et au nombre de visionnements. Si nos vérificateurs estiment que votre chaîne ou vidéo n'est pas admissible, il est possible que vous ne puissiez pas activer une fonctionnalité particulière. Ces paliers supplémentaires existent pour deux raisons principales. Tout d'abord, nous devons respecter les obligations juridiques de chaque région où la fonctionnalité est accessible. Ensuite, puisque nous voulons récompenser les bons créateurs, nous devons veiller à avoir suffisamment de contexte sur votre chaîne, ce qui, généralement, signifie que nous devons prendre en compte d'avantage le contenu.

N'oubliez pas que nous vérifions constamment les chaînes afin de nous assurer que votre contenu est conforme à nos politiques.

Gardez à l'esprit que chaque fonctionnalité s'accompagne de ses propres exigences. Il est possible que vous n'ayez pas accès à certaines fonctionnalités en raison d'obligations juridiques locales.

[Apprenez-en plus sur la façon de gagner de l'argent sur YouTube.](#)

03

Premières YouTube

Premières YouTube

Si vous préférez pré enregistrer vos événements, nous avons tout ce qu'il vous faut. Vous pouvez le faire grâce aux Premières YouTube, puis publier votre événement comme un moment en direct sur votre chaîne.

Les Premières vous aident à susciter l'enthousiasme à l'égard de votre dernier contenu, en vous donnant l'occasion de rejoindre vos fans pour visionner votre nouvelle vidéo en temps réel tout en clavardant et en interagissant avec votre communauté. Poursuivez votre lecture pour savoir comment configurer une Première et découvrir des astuces pour qu'un événement soit réussi.

Grâce aux Premières YouTube, vous regardez et visionnez votre nouvelle vidéo avec vos spectateurs.

Pour créer une Première, il vous suffit d'importer une vidéo comme vous le feriez normalement.



Diffuser une Première

Afin de démarrer une Première, commencez par importer une vidéo comme vous le faites en temps normal.

1. Cliquez sur Mettre en ligne une vidéo  en haut de la page, ou accédez à youtube.com/upload.
2. Sélectionnez la vidéo à importer et saisissez ses détails.
 - a. Remarque : Les vidéos à 360°, les vidéos au format VR180 et celles dont la résolution est supérieure à 1080p ne peuvent pas être diffusées en tant que Premières.
3. Dans l'onglet "Prévisualiser et publier", cochez l'option "Définir comme Première".
4. Choisissez entre les options "Démarrer immédiatement" et "Programmer à une date ultérieure". Si vous décidez de programmer votre Première à une date ultérieure, définissez une date et une heure.
5. Cliquez sur OK pour terminer le processus de mise en ligne.

[En savoir plus](#)

Avant le lancement de la Première

En savoir plus

- Une page de lecture publique est créée. À terme, c'est sur cette page que la vidéo sera diffusée comme Première.
- Environ 30 minutes avant la Première, les spectateurs qui ont activé la réception de notifications  sont invités à regarder la vidéo. Au moment du démarrage, ils reçoivent une seconde notification les informant que la diffusion va commencer.
- [En savoir plus](#) sur la gestion des notifications
- Vous pouvez interagir avec votre audience par le biais des commentaires, du [chat en direct et de Super Chat](#), si cette fonctionnalité est activée.

Conseil : Les spectateurs peuvent définir des rappels pour les Premières. Incitez-les à définir un rappel sur la page de lecture via un commentaire épinglé, dans la description ou par chat.

Au démarrage de la Première

- Un compte à rebours s'affiche pendant les deux premières minutes. Une fois celui-ci terminé, les spectateurs regardent la vidéo ensemble en temps réel.
 - Pendant la diffusion, les spectateurs ne peuvent pas avancer la vidéo, mais ils peuvent revenir en arrière.
- Le nombre de spectateurs simultanés s'affiche.
- Vous pouvez interagir avec votre audience par le biais des commentaires, du [chat en direct](#) et de [Super Chat](#), si cette fonctionnalité est activée.

À la fin de la Première

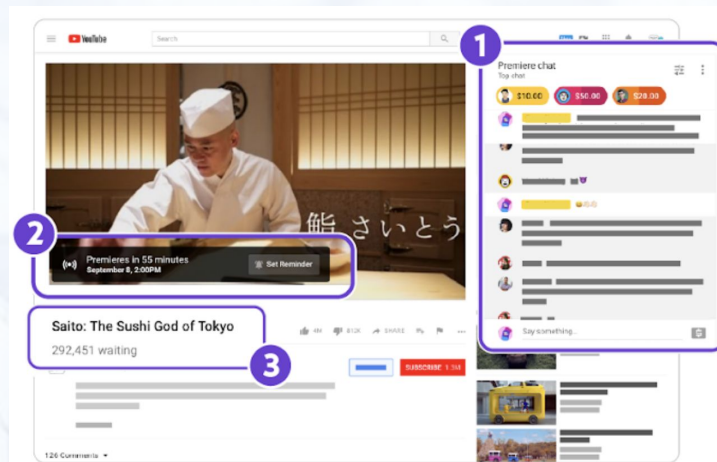
La vidéo reste sur votre chaîne comme une vidéo mise en ligne normalement. Remarque : après la Première, le compte à rebours n'apparaîtra plus.

La [rediffusion du chat](#) est possible pour les spectateurs qui souhaitent consulter les messages du chat une fois la Première terminée. Vous pouvez [désactiver le chat](#) à tout moment.

La page d'une Première

Une fois qu'une Première est planifiée, une page publique de visionnage est créée.

Cette page comprend les metadatas de la vidéo incluant le titre, la description de la vidéo, et la miniature. Votre vidéo sera visionnée sur cette page une fois qu'elle sera en ligne. Les spectateurs pourront alors interagir via les commentaires et le live chat avant et pendant la diffusion de votre Première.



- 1 Super Chat available
- 2 Premiere date & time + reminder button
- 3 Number of people waiting on Premiere

Promouvoir votre page de visionnage

- Faites en sorte que vos metadata soient clairs et optimisés. Consultez notre règlement sur les metadata.
- Créez une miniature dédiée au contenu car elle sera l'image clé que les spectateurs verront en visitant votre page. Nous recommandons que vos miniatures soient optimisées de la sorte:
 - Définir la résolution à 1280x720 (640 pixels de largeur minimum).
 - Uploader l'image sous forme de JPG, GIF, ou PNG.
 - Assurez-vous que l'image ne dépasse pas 2MB.
 - Tentez d'utiliser un ratio de 16:9 étant donné que celui-ci est le plus souvent utilisé par le lecteur de YouTube.
- Teaser la vidéo: Partager l'URL de votre page de visionnage à travers un post de communauté (afin de pouvoir avoir accès à cette fonction, il vous faudra un minimum de 1,000 abonnés sur votre page) ou à travers un post sur les réseaux sociaux. Assurez-vous de demander à vos fans de cliquer sur "Créer une alerte" ce qui les permettra d'être notifié dès que votre Première sera lancée. Apprenez à créer un post de communauté.
- Prenez la parole. Participez à la conversation dans les commentaires avant que votre Première débute pour leur laisser savoir que vous serez là pour participer à la conversation durant la Première.

[Learn more](#)

Ressources

Ressources

- [Centre d'aide YouTube](#)
- [YouTube Creator Academy \(Lessons\)](#)
- [YouTube Creator Academy \(Videos\)](#)
- [Présentation de la diffusion en direct](#)
- [Premières YouTube](#)

La fin!