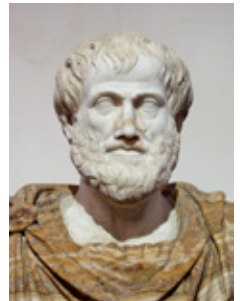




Quelle est votre intention avec votre production vidéo?

Faites appel à Aristote! On entend souvent parler de l'intention. La fameuse intention dans tout!

L'intention est l'action par laquelle on cherche à atteindre un but. L'intention est un acte de volonté d'un individu ou d'un groupe. Cela dit, avant d'écrire un scénario ou de sortir la caméra pour filmer, il est plus que pertinent de se demander quelle est votre intention derrière la vidéo que vous souhaitez produire.



Aristote avait bien vu avec son modèle de questionnement QQQCCP se résumant par Qui? Quoi? Où? Quand? Comment? Combien? Pourquoi?

Voici comment l'adapter à votre réflexion...

1. POURQUOI : Définissez l'objectif de la vidéo

Est-ce que l'intention est d'informer, former, vendre, améliorer votre image de marque, divertir, convaincre, séduire ou se démarquer dans un contexte concurrentiel?



2. QUI : Définissez votre audience

La ou les cibles doivent être clairement identifiées. Leurs groupes d'âges, leurs statuts, leurs centres d'intérêts. Tout cela aura un impact sur le ton et le style à utiliser.

3. QUOI : Définissez le message principal

Quelle est l'idée centrale que vous désirez transmettre?
Que souhaitez-vous provoquer comme action à votre auditeur après avoir vu votre vidéo?

4. OÙ

Où sera diffusée votre vidéo? Est-ce sur votre site internet, vos réseaux sociaux ou en circuit fermé?

5. QUAND : Quelle durée de vie souhaitée pour votre vidéo?

Est-ce que votre vidéo doit perdurer dans le temps ou être consommée momentanément? En termes de production, pour qu'une vidéo dure plusieurs années, la qualité est primordiale. La production d'une vidéo événementielle courte, appelée 'reel' sur les médias sociaux, s'apparente souvent à capter un moment spontanément ou transmettre un message rapido presto.



6. COMMENT : Établissez et structurez le scénario

L'étape de la scénarisation est cruciale, c'est la conception du récit ou de la communication narrative. Un scénario efficace saura surprendre ou intriguer dans les premières secondes afin d'accrocher l'auditeur pour ensuite présenter clairement les informations. S'ensuit ce que l'on appelle le 'climax' qui consiste au moment où le message principal est révélé pour finalement conclure avec un appel à l'action ou une réflexion finale pour l'auditeur.

7. COMBIEN : Quel est votre budget

Même si réfléchir au budget peut parfois être inconfortable, je le vois plutôt comme un outil précieux pour aider à délimiter les possibilités et surtout pour voir comment la créativité peut s'exercer dans la production.



En conclusion, se poser toutes ces questions dans l'ordre ou dans le désordre, surtout en réunion d'équipe avec vos collègues, permet non seulement de définir clairement votre intention, mais cela contribue à la mise en place d'un projet de production dont les résultats risquent de surpasser vos attentes.

Bonne production!



Annie Crémont, Productrice
acremont@GroupeRealisation.TV
B : 514.384.1729 • C : 514.804.3688

GroupeCineTV.com

Notre force : la **CRÉATION** Notre médium : la **VIDÉO**



Tous droits réservés © 2026

Groupe Réalisation Ciné TV
Montréal (Qc) Canada

Ceci est un courrier personnalisé, si vous ne désirez plus recevoir d'information de ma part, vous pouvez vous désinscrire [ici](#).