

Manuel des événements virtuels

À propos de ce document

YouTube est là pour vous aider à planifier vos événements numériques. Ce document vous aidera à produire les meilleurs événements numériques à l'aide de produits YouTube, tels que YouTube Live et Premières.

Dans un premier temps, nous aborderons les principes de base de YouTube. Vous apprendrez à créer une chaîne pour vos événements, à mettre en ligne des vidéos et à toucher votre audience en temps réel grâce à YouTube En direct et aux Premières.

Dans un deuxième temps, nous vous présenterons des ressources importantes qui vous permettront d'exploiter tout le potentiel de YouTube lors de vos prochains événements.

Commençons!

Table des matières

1. Principes de base de YouTube
2. Évènements en direct
3. Premières YouTube
4. Ressources

01

Principes de base de YouTube

Créer une chaîne officielle pour votre évènement

Avant toute chose, vous allez devoir créer une chaîne YouTube afin d'atteindre votre audience étant donné que vos évènements ne seront plus accessibles à un public physique,

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, d'ajouter des commentaires ou de 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 quelque chose que vous ne pourriez pas faire sans chaîne (mettre en ligne une vidéo, ajouter un commentaire ou créer une playlist, par exemple).
3. Si vous ne possédez pas encore de chaîne, un message vous invitant à en créer une s'affiche.
4. Vérifiez les informations (c'est-à-dire le **nom et la photo utilisés sur votre compte Google**), 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](#).

Branding de votre 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](#)

Importer des vidéos

Maintenant que votre chaîne est prête, voyons comment mettre en ligne 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

Titre

- 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.

Rédiger des annonces intelligentes

Les descriptions peuvent contenir des informations précieuses qui aident les spectateurs à trouver vos vidéos dans les résultats de recherche et à comprendre le contenu qu'ils regardent. Des descriptions bien écrites utilisant des mots clés judicieux favorisent l'apparition de votre vidéo dans les résultats de recherche, et permettent donc d'augmenter le nombre de vues et la durée de visionnage.

Ce que nous vous suggérons de prendre en compte::

- Ne vous contentez pas d'aligner les mots clés : décrivez votre vidéo dans un langage fluide.
- Placez les mots clés les plus importants au début de votre description.
- Déterminez un ou deux mots principaux pour décrire votre vidéo, et utilisez-les de façon généralisée dans votre description et dans votre titre.
- Évitez d'utiliser des mots sans lien avec votre vidéo dans la description, car ils génèrent une mauvaise expérience de visionnage et sont susceptibles d'enfreindre nos règles.

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

Miniature

Il s'agit de l'image que les spectateurs voient avant de cliquer sur votre vidéo. Les miniatures servent de vitrine à vos vidéos pour inciter les spectateurs à les regarder. Des miniatures et des titres bien conçus peuvent vous permettre d'attirer plus de spectateurs sur votre chaîne et les encourager à regarder l'intégralité de vos vidéos, car ils savent à quoi s'attendre.

Voici les principales caractéristiques d'une miniature efficace :

- Attirer l'attention des spectateurs : la miniature doit être nette et contrastée.
- Éviter l'encombrement : allez à l'essentiel.
- Arrière-plan cohérent : utilisez les temps forts de votre vidéo pour créer votre arrière-plan.
- Adopter un thème : créez et réutilisez un même thème pour vos différents formats afin qu'ils soient facilement reconnaissables (titres, couleurs et watermarks de bannière cohérents).
- Expérimenter : ajustez vos miniatures pour mettre en valeur le format de votre contenu. Les vidéos qui s'adressent à vos abonnés peuvent mettre l'accent sur un visage familier (comme celui d'un développeur), tandis que celles qui visent les visiteurs peuvent s'appuyer sur des images plus facilement reconnaissables ou attrayantes.

[Learn Découvrez comment créer des miniatures efficaces](#)

Personnaliser vos vidéos

Fiches de fin

Utilisez les fiches de fin pour inciter les spectateurs à effectuer une action.

Les fiches sont des notifications préformatées qui s'affichent sur les ordinateurs et les mobiles. Vous pouvez les configurer pour faire la promotion de votre événement et des autres vidéos de votre chaîne. Vous pouvez utiliser différents types de fiches : merchandising, collecte de fonds, vidéo, etc.

Les écrans de fin vous permettent de prolonger le temps de visionnage de votre chaîne en dirigeant les spectateurs vers un autre contenu à la fin de vos vidéos.

Utilisez des fiches de fin détaillées pour augmenter l'engagement des spectateurs :

- Faites référence à une vidéo ou une playlist
- Incitez les spectateurs à s'abonner
- Faites la promotion d'une autre chaîne
- Redirigez vers un autre site

[Découvrez comment créer des écrans de fin efficaces](#)

Personnaliser votre chaîne à l'aide de playlists

Vous pouvez également regrouper des vidéos dans des playlists pour permettre à vos spectateurs de regarder facilement plus de contenus et leur offrir un meilleur confort de visionnage. Une playlist est une liste organisée de vidéos que vous créez, généralement autour d'un thème spécifique, comme la playlist "Stadia Connect" de Stadia.

Les playlists vous permettent de présenter à vos abonnés d'autres contenus susceptibles de leur plaire, tout en mettant en avant l'esprit et la créativité de votre chaîne. Vous pouvez inclure des vidéos de votre chaîne ou de chaînes que vous aimez.

Les playlists les plus intéressantes captent l'attention des spectateurs plus longtemps. Certains créateurs conçoivent des playlists articulées autour d'événements phare, tandis que d'autres utilisent des playlists de type "best of" pour permettre aux spectateurs de trouver facilement les vidéos les plus populaires.

[En savoir plus](#)

02

**Principes de base du
streaming en direct sur
YouTube**



Évènements en direct

YouTube En direct est un moyen simple de vous adresser à votre audience en temps réel. Que vous souhaitiez diffuser un événement en direct, organiser une session de questions-réponses en direct ou animer un atelier, nos outils vous aideront à gérer votre diffusion et à interagir avec vos spectateurs en temps réel. En savoir plus sur les diffusions en direct sur YouTube

Planifiez votre toute première diffusion en direct. L'activation initiale de la diffusion en direct peut prendre jusqu'à 24 heures. Une fois la fonctionnalité activée, vous pouvez passer au direct immédiatement. Avant de démarrer votre diffusion, assurez-vous d'avoir vérifié tous les aspects techniques du streaming (test de votre connexion Internet et disponibilité du matériel et des logiciels adaptés pour enregistrer vos événements en direct, par exemple).

[Diffuser en direct sur YouTube](#)

Internet

Vérifiez tout d'abord que votre réseau offre une bande passante de transfert suffisante à l'aide d'un test de débit. Répétez ce test plusieurs fois pour obtenir une plage de résultats homogène. Voici les paramètres des différents niveaux de qualité :

Vidéo en définition standard | 3 Mbit/s

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

Ultra haute définition 4K | 25 Mbit/s

Logiciel

Il existe de nombreux types d'encodeur, et la solution idéale dépend de vos besoins. Les encodeurs suivants ont été certifiés dans le cadre du programme YouTube Live Verified. Aucun de ces produits n'est conçu par YouTube. Assurez-vous de les tester afin de choisir celui qui répond le mieux à vos besoins et à ceux de votre activité.



Le streaming en direct peut s'effectuer de plusieurs manières sur YouTube. En voici une brève description :

<p>Créer un streaming en direct via votre webcam</p>	<p>Une webcam permet de passer facilement au direct sur votre ordinateur, sans avoir recours à un encodeur pour le streaming.</p> <p>En savoir plus</p>
<p>Créer une diffusion en direct sur mobile (Android)</p>	<p>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.</p> <p>Nous avons récemment élevé le seuil d'abonnés requis pour utiliser YouTube En direct sur un appareil mobile. Pour utiliser le streaming en direct sur mobile, votre chaîne doit compter au moins 1 000 abonnés.</p> <p>En savoir plus</p>
<p>Créer un streaming en direct à l'aide d'un encodeur</p>	<p>En utilisant un encodeur, vous pouvez exploiter tout le potentiel du streaming 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).</p> <p>En savoir plus</p>

Préserver le direct à votre audience

Lorsque vous intégrez des diffusions en direct à votre chaîne, n'oubliez pas que vos spectateurs ne sont pas habitués à ce type de contenu. Vous pouvez faciliter cette transition en anticipant la réaction de votre audience face à ce nouveau format.

Communiquez

Lorsque vous prévoyez de modifier votre calendrier de mise en ligne ou le format de vos contenus, informez votre audience de cette nouveauté. Décrivez le type de contenu que vous proposerez et indiquez à quel moment il sera disponible.

Suscitez l'intérêt de vos fans

Les contenus en direct vous permettent de renforcer les liens avec les principaux membres de votre communauté. À l'inverse, vous pouvez utiliser la vidéo à la demande et les sélections de temps forts du direct pour toucher une audience plus large.

Espacez vos mises en ligne

Assurez vous de ne pas étouffer votre audience en uploadant trop de contenu d'un coup, au contraire, pensez à espacer votre contenu VOD ainsi que vos streams. Si vous planifiez que vos archives de stream soient publiques, patientez avant de poster votre prochaine vidéo afin de laisser respirer votre contenu.

Créer un calendrier et une stratégie

N'hésitez pas à créer un calendrier et une stratégie de mise en ligne. Vous définirez ainsi comment intégrer du direct à votre chaîne et comprendre le moment le plus propice pour le diffuser. Voici quelques conseils pour vous aider à optimiser vos diffusions en direct sur YouTube:

- Planifiez la date de votre diffusion en direct à l'avance
- Faites régulièrement la promotion de votre événement à l'aide de posts personnalisés sur les réseaux sociaux et dans l'onglet "Communauté"
 - Pour déverrouiller l'onglet "Communauté", votre chaîne doit compter au moins 1 000 abonnés
 - [En savoir plus](#): Interagir avec vos audiences à l'aide de posts destinés à la communauté
- Faites la promotion de votre événement à venir sur les réseaux sociaux et dans l'onglet "Communauté"
- Rappelez à vos spectateurs d'activer la cloche "Définir un rappel"

Une fois votre diffusion terminée, créez une vidéo des temps forts pour rediriger votre audience principale vers l'intégralité de la diffusion en direct archivée.

Faites la promotion de votre évènement

Promouvoir

[Présenter vos streamings 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](#)

Highlight and Hype

Après votre diffusion, vous pouvez développer l'audience de vos contenus en continuant de promouvoir vos diffusions en direct.

Créez des sélections de temps forts: vous pouvez monter une vidéo regroupant certains des meilleurs moments du direct. Ces clips récapitulatifs vous permettent de toucher une audience plus large. Susceptibles de plaire à un plus large public, ces vidéos peuvent servir de point d'ancrage pour faire découvrir vos diffusions en direct à de nouvelles audiences.

Prolongez le buzz: après la diffusion, invitez vos spectateurs à ne pas manquer vos prochains contenus et récompensez ceux qui ont participé en leur proposant des récapitulatifs, des plaisanteries que vous ne partagez qu'avec eux ou encore des dédicaces dans l'onglet "Communauté" ou sur d'autres réseaux sociaux. Lorsque vous évoquez régulièrement les moments en direct auprès de vos spectateurs, vous les incitez à se connecter lorsque vous êtes en direct.

Faciliter l'accès aux diffusions en direct archivées

Pensez à créer des playlists (par événement ou par thème) pour chacune de vos diffusions archivées, de manière logique pour votre audience.

Placez ces playlists sur la page d'accueil de votre chaîne et faites-en la promotion grâce à des sélections de temps forts de chacune de vos diffusions.

Engagement de la communauté

Incitez vos fans à suivre l'événement en direct à l'aide de diffusions interactives et intéressantes.

Interagissez en direct avec vos plus grands fans et spectateurs. Encouragez les conversations et renforcez les liens avec votre audience pour que vos spectateurs sentent qu'ils font partie de vos contenus et de votre communauté.

- Modérez le chat
- Identifiez des pauses dans vos contenus
- Adressez-vous directement à votre audience
- Instaurez des rituels

En savoir plus:

- [Règlement de la communauté YouTube](#)

Fonctionnalités de modération du chat

- **Désignez des modérateurs:** lors des sessions de chat en direct, ils interagiront avec votre audience, supprimeront les messages inappropriés et feront appliquer les règles de votre communauté.
- **Utilisez le blocage de mots clés:** créez une liste de mots bloqués dans la section "Paramètres de la communauté". Les commentaires du chat en direct qui incluent ces termes seront bloqués.
- **Soumettez les messages à examen:** YouTube peut mettre en attente les messages de chat en direct potentiellement inappropriés. Si vous activez cette fonctionnalité, les messages identifiés par notre système sont mis en attente dans le chat en direct afin d'être soumis à examen. Vous et vos modérateurs décidez ensuite de les afficher ou de les masquer.

S'adresser directement aux fans

Montrez à votre audience qu'elle fait partie de la conversation en vous adressant directement aux spectateurs, lisez les messages du chat et répondez aux questions. Vos fans souhaitent interagir avec vous en temps réel. Par conséquent, veillez à ce qu'ils se sentent écoutés et remarqués.

- Entretenez la conversation avec les spectateurs pendant votre diffusion en direct
- Gardez un œil sur l'humeur qui règne dans le chat et réagissez aux sentiments des spectateurs
- Exploitez les plaisanteries et les moments drôles du direct et répondez aux questions

Monétiser vos diffusions en direct

Pour monétiser votre diffusion en direct, vous devez inscrire votre chaîne au Programme Partenaire YouTube. Cet [article](#) présente les fonctionnalités disponibles, les critères d'adhésion, une checklist pour les demandes de participation au programme et certaines questions fréquentes concernant 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

Outre le nombre minimum d'abonnés et de vues, chaque fonctionnalité possède ses propres critères d'éligibilité. Si nos évaluateurs estiment que votre chaîne ou votre vidéo n'est pas éligible, vous ne pourrez peut-être pas activer une fonctionnalité en particulier. Ces seuils supplémentaires existent pour deux raisons principales. La première, et la plus importante, est que nous devons respecter les obligations légales dans toutes les régions où la fonctionnalité est disponible. La seconde raison repose sur notre volonté de récompenser les créateurs talentueux. Nous devons nous assurer que votre chaîne offre suffisamment de contexte, ce qui signifie généralement que nous avons besoin de plus de contenus à examiner.

N'oubliez pas que nous examinons en permanence les chaînes pour nous assurer que leurs contenus respectent nos règles.

N'oubliez pas que chaque fonctionnalité possède ses propres critères d'éligibilité. Certaines fonctionnalités peuvent ne pas être disponibles en raison d'obligations légales locales.

[Découvrez comment générer des revenus sur YouTube.](#)

03

Premières YouTube

Premières YouTube

Si vous préférez pré-enregistrer votre événement, nous avons ce qu'il vous faut. Avec les Premières YouTube, vous pouvez pré-enregistrer votre événement et le publier en direct sur votre chaîne.

Les Premières vous permettent de susciter l'intérêt de vos fans en discutant en direct et en interagissant avec eux pendant qu'ils regardent votre dernière vidéo. Poursuivez votre lecture pour découvrir comment configurer une Première et faire de cet événement une réussite.


Les Premières YouTube vous permettent de regarder vos nouvelles vidéos en compagnie de vos spectateurs.

Pour créer une Première, commencez par mettre en ligne une vidéo, comme vous le faites en temps normal.



Diffuser une Première

Afin de démarrer une Première, commencez par uploader 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 tous 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

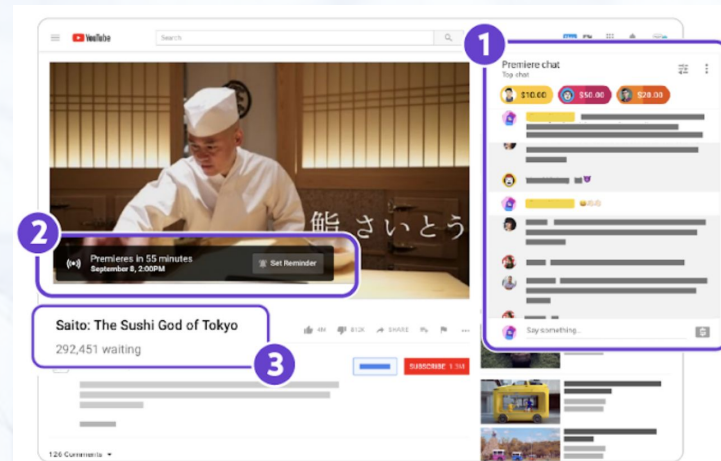
La vidéo reste sur votre chaîne comme une vidéo mise en ligne normalement.
Remarque : après la Première, le compte à rebours n'apparaîtra plus.

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 metadata 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 live. 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 lors 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 ne démarre pour leur laisser savoir que vous serez là pour participer à la conversation pendant 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!