

# Mieux vaut une vidéo qu'un long discours

**Plus attractive qu'un dépliant commercial, une vidéo numérique est aussi un moyen efficace pour l'entreprise de vulgariser ses activités. Un support loin d'être démodé.**

**L**e film d'entreprise serait « l'écriture de la communication du XXI<sup>e</sup> siècle ». C'est la direction du festival international du film corporate — dont la deuxième édition se tient à La Baule (Loi-

re-Atlantique) du 17 au 19 mai — qui le dit. A l'heure du tout connecté, la vidéo numérique est le moyen privilégié pour communiquer. En 2017, elle devrait peser pas moins de 70 % de la consommation Internet. « Le

marché se porte bien. Des entreprises de toute taille nous contactent, de la TPE au grand compte, et de tous les secteurs, prévient Stéphane Deville, fondateur associé de la société EO production, spécialisée dans la



Rapide à réaliser, le film d'entreprise permet de présenter son activité de manière simple et efficace. (LP/Arnaud Baur)

vidéo corporate. Un film de présentation de deux minutes qui vulgarise l'activité de votre entreprise retient plus l'attention qu'un PowerPoint ou un long texte. » En plus de se substituer au traditionnel onglet *Qui sommes-nous ?* sur les pages d'accueil des sites Web des entreprises, ces vidéos explicatives ont vocation à alimenter les réseaux sociaux, les sites spécialisés sur les ressources humaines — dans le cadre de campagnes pour booster sa marque employeur —, les chaînes YouTube des sociétés, voire à être diffusées sur les salons. Il permet également de mieux faire passer des messages en interne. Mais pas seulement. « Il s'agit aussi d'un bon support pour les commerciaux lorsqu'ils se rendent chez un client ou un prospect munis d'une tablette. En deux minutes, votre interlocuteur a compris votre activité et vos produits. C'est plus efficace qu'un dépliant », vante Benjamin Girard, fondateur de Bproduction.

**Un tarif compris  
entre 5 000 et 10 000 €**

Un avis partagé par Valérie Legoubet, gérante de la société de coaching et de formation Elveor, qui dispense des conférences à

destination de managers chez Schneider Electrics ou Sanofi. « Le film que nous avons commandé résume en moins de deux minutes les sept métiers différents que nous opérons. Depuis, nous ne distribuons plus de plaquettes. De plus, nous capitalisons dessus depuis deux ans maintenant. Bien plus que ce qu'une campagne de pub nous aurait permis. » Au-delà du prix, qui oscille généralement entre 5 000 € et 10 000 €, la rapidité de livraison du film institutionnel séduit également les entreprises. « Entre le premier brief et la mise en ligne, il s'écoule généralement entre un mois et demi et deux mois », confirme Benjamin Girard. D'après lui, la tendance actuelle dans le film d'entreprise serait à l'image aérienne, via des plans captés par des drones, ce qui alourdit un peu la facture.

■ MARC HERVEZ