



KabochArts  
AGENCE AUDIOVISUELLE

# LES FORMATS VIDÉO

**SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX EN 2026 !**





# SOMMAIRE

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| <b>Qui sommes-nous ?</b>  | <b>3</b>  |
| <b>Introduction</b>       | <b>4</b>  |
| <b>Organique ou ADS ?</b> | <b>5</b>  |
| <b>01. Facebook</b>       | <b>6</b>  |
| <b>02. Instagram</b>      | <b>12</b> |
| <b>03. LinkedIn</b>       | <b>18</b> |
| <b>04. Youtube</b>        | <b>23</b> |
| <b>05. Tiktok</b>         | <b>29</b> |
| <b>Conclusion</b>         | <b>33</b> |



## QUI SOMMES-NOUS ?

[revenir au sommaire](#)

Nous sommes les KabochArts, **nous réalisons des films et reportages photo sur mesure** pour les entreprises et les institutions publiques. Industrie, luxe, TV, établissements publics... On s'adapte à tous les univers.

Capturer l'émotion, raconter l'essentiel : notre équipe maîtrise l'image pour créer des **vidéos authentiques et immersives**.



**SUIVEZ-NOUS :**





# INTRODUCTION

[revenir au sommaire](#)

**Qu'est ce qu'un format vidéo ?** Avant de rentrer dans les détails techniques, posons les bases.

Un format vidéo, **c'est l'ensemble des caractéristiques techniques qui définissent votre contenu :**

- ✓ **Le ratio d'image** : carré (1:1), vertical (9:16), horizontal (16:9), etc.
- ✓ **La taille en pixels** : 1080×1080, 1920×1080...
- ✓ **La durée** : quelques secondes ou plusieurs minutes
- ✓ **Le type de diffusion** : publicité, post organique, story, reel...
- ✓ **Le format de fichier** : MP4, MOV...

Ces éléments influencent la manière dont votre vidéo s'affiche, capte l'attention, et surtout... convertit.





## ORGANIQUE OU ADS ?

[revenir au sommaire](#)

Avant toute chose, il est important de **choisir le contenu le plus adapté à votre objectif**.

Il faut aussi déterminer si vous souhaitez le **diffuser de manière organique (gratuitement)** ou en passant **par des publicités payantes (ADS)**.

### QUE CHOISIR ?

- ✓ **Organique** : pour bâtir une présence solide, montrer vos valeurs et créer du lien.
- ✓ **Ads** : pour promouvoir avec résultats rapides et cibler précisément votre audience.

# 01. FACEBOOK

[revenir au sommaire](#)

Vous voulez créer du contenu vidéo sur Facebook, mais vous ne savez jamais quel format choisir ? Entre les stories, les reels, et les posts classiques, il est facile de s'y perdre. Alors, comment savoir si vous devez publier en carré, vertical ou horizontal ? Quelle résolution, quelle durée, pour quel objectif ?

## VIDÉOS FIL D'ACTUALITÉ (ORGANIQUE OU ADS)



- ✓ Ratio : 1:1
- ✓ Taille idéale : 1080 x 1080px
- ✓ Format vidéo : MP4 ou MOV
- ✓ Poids max : 4 Go
- ✓ Durée idéale : 15 à 60 sec
- ✓ Durée max : 241 min

### CARRÉ

Fil d'actualité desktop & mobile

Le format carré est un classique **polyvalent**, pensé pour s'afficher efficacement **sur mobile comme sur desktop**, dans tous les fils d'actualité.

*Très bon compromis si vous ne ciblez pas un appareil spécifique et bonne performance en termes de clics et de visionnage.*

## VERTICAL

Fil d'actualité mobile



- ✓ **Ratio :**  
4:5 ou 9:16
- ✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1350px  
1080 x 1920 px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max :**  
4 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
15 à 60 sec
- ✓ **Durée max :**  
241 min

Ce format **prend plus de place à l'écran sur mobile**, ce qui en fait un **choix stratégique pour capter l'attention**.

*Fonctionne très bien pour les pubs lifestyle ou e-commerce, en format portrait.*

## HORIZONTAL

Fil d'actualité desktop



- ✓ **Ratio :**  
16:9
- ✓ **Taille idéale :**  
1920 x 1080px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max :**  
4 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
15 à 60 sec
- ✓ **Durée max :**  
241 min

**Adapté à l'affichage sur ordinateur**, offre une esthétique cinéma sur les supports larges.

*Idéal pour les formats interviews, témoignages ou démonstrations produits.*

## FORMAT RECOMMANDÉ

[revenir au sommaire](#)

✓ Carré : ratio 1:1

Il s'adapte à la plupart des usages, capte l'attention dans les fils d'actualité, et offre une lecture fluide sur desktop comme sur mobile. **C'est le format le plus « passe-partout », sans sacrifier l'efficacité.**

## REELS (ORGANIQUE OU ADS)



- ✓ Ratio : 9:16
- ✓ Taille idéale : 1080 x 1920 px
- ✓ Format vidéo : MP4 ou MOV
- ✓ Poids max : 4 Go
- ✓ Durée idéale : 15 à 30 sec
- ✓ Durée max : 1 min 30

Les Facebook Reels, c'est l'arme secrète pour **toucher un public plus large, sans investir en pub**. L'algorithme les pousse naturellement, à condition que le contenu soit engageant.

**Conseil :** *accroche forte dès la première seconde. On « scroll » très vite, donc il faut captiver immédiatement.*



## STORIES (ORGANIQUE OU ADS)

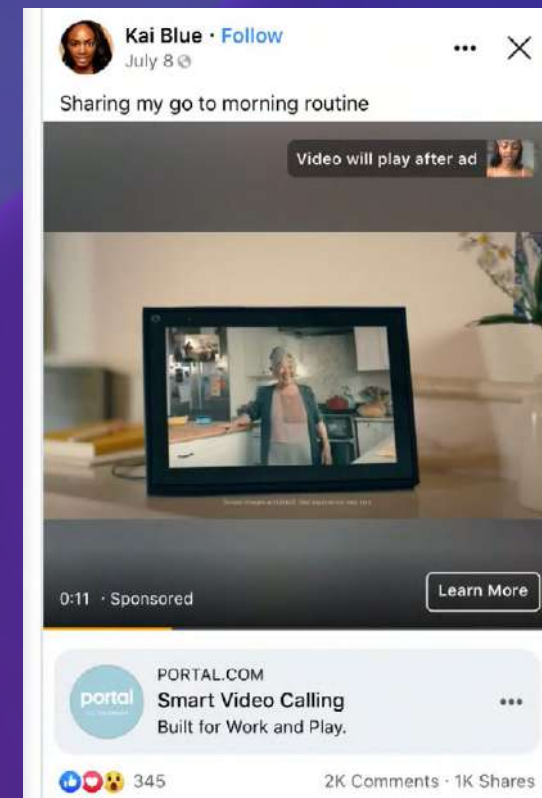
L'affichage plein écran permet une immersion totale, fonctionne aussi bien en organique qu'en publicité, appel à l'action grâce à des stickers.



- ✓ **Ratio :**  
9:16
- ✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1920 px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max :**  
4 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
7 à 15 sec
- ✓ **Durée max :**  
1 min

## IN-STREAM

Publicités vidéo insérées au milieu ou avant d'autres vidéos Facebook que les utilisateurs regardent déjà.



- ✓ **Ratio :**  
1:1
- ✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1080 px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max :**  
4 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
5 à 15 sec
- ✓ **Durée max :**  
10 min

**Astuce :** ajoutez des sous-titres ou du texte animé car beaucoup regardent sans le son.

## REEL POST-LOOP

Publicité qui s'ajoute lors de la lecture d'un reel.



- ✓ **Ratio :**  
1:1
- ✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1080 px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max :**  
4 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
4 à 15 sec
- ✓ **Durée max :**  
15 sec

## BUSINESS EXPLORE

Permet de présenter votre entreprise à des utilisateurs intéressés en leur proposant un mélange de publicités et de contenus organiques.



- ✓ **Ratio :**  
4:5
- ✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1350 px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max :**  
4 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
10 à 30 sec
- ✓ **Durée max :**  
241 min

[revenir au sommaire](#)

## TABLEAU RÉCAP

| Usage                   | Ratio | Taille recommandée               | Durée idéale       | Durée max        | Format fichier  | Type de contenu                  | Support principal               |
|-------------------------|-------|----------------------------------|--------------------|------------------|-----------------|----------------------------------|---------------------------------|
| <b>Carré</b>            | 1:1   | 1080 x 1080 px                   | 6 à 15 sec         | 240 min          | MP4 / MOV       | Polyvalent                       | Mobile & Desktop                |
| <b>Vertical</b>         | 4:5   | 1080 x 1350 px                   | 6 à 15 sec         | 240 min          | MP4 / MOV       | Optimisé mobile                  | Fil d'actualité mobile          |
| <b>Horizontal</b>       | 16:9  | 1920 x 1080 px                   | 15 à 60 sec (ou +) | 240 min          | MP4 / MOV       | Narratif ou long                 | Desktop                         |
| <b>STORY</b>            | 9:16  | 1440 x 2560 px                   | 7 à 15 sec         | 2 min            | MP4 / MOV / GIF | Contenu spontané / immersif      | Story plein écran               |
| <b>REEL</b>             | 9:16  | 1080 x 1920 px ou 1440 x 2560 px | 15 à 30 sec        | pas de durée max | MP4 / MOV / GIF | Contenu boosté par algo          | Fil Reels mobile                |
| <b>Reel post loop</b>   | 1:1   | 1080 x 1080 px                   | 4 à 15 sec         | 15 sec           | MP4 / MOV       | Publicité intégrée               | Fil Reels mobile                |
| <b>Instream</b>         | 1:1   | 1080 x 1080 px                   | 5 à 15 sec         | 15 sec           | MP4 / MOV / GIF | Message publicitaire direct      | Vidéo Facebook desktop & mobile |
| <b>Business explore</b> | 4:5   | 1080 x 1350 px                   | 10 à 30 sec        | 241 min          | MP4 / MOV / GIF | Contenu découverte et engagement | Fil Reels mobile & Desktop      |



## 02. INSTAGRAM

[revenir au sommaire](#)

Instagram est devenu un terrain de jeu majeur pour les marques et créateurs. Mais pour performer, il ne suffit plus de publier une belle vidéo : il faut choisir le bon format. Les formats que vous allez voir sont utilisables pour des contenus organiques ou pour des publicités (Ads).

### VIDÉOS EN FIL D'ACTUALITÉ

### (ORGANIQUE OU ADS)

#### CARRÉ

Fil d'actualité desktop & mobile

Affichage équilibré sur mobile et desktop, format sûr pour tout type de contenu visuel, compatible avec de nombreux templates.



- ✓ **Ratio** : 1:1
- ✓ **Taille idéale** : 1080 x 1080px
- ✓ **Format vidéo** : MP4
- ✓ **Poids max** : 4 Go
- ✓ **Durée idéale** : 15 à 60 sec
- ✓ **Durée max** : 60 min



[revenir au sommaire](#)

## VERTICAL

Fil d'actualité mobile

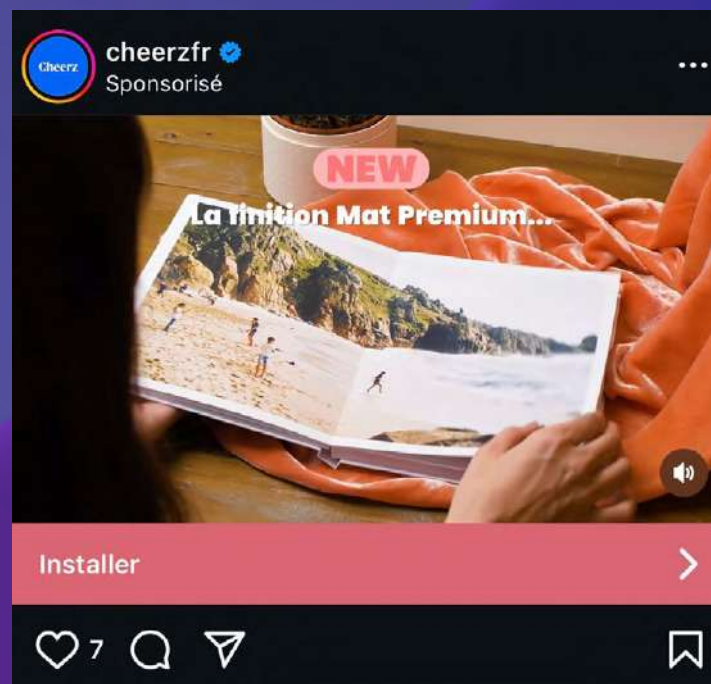


- ✓ **Ratio :**  
4:5
- ✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1350px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4
- ✓ **Poids max :**  
4 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
15 à 60 sec
- ✓ **Durée max :**  
60 min

Immersif sur écran mobile, idéal pour des contenus informatifs, lifestyle, ou storytelling léger.

## HORIZONTAL

Fil d'actualité desktop



- ✓ **Ratio :**  
16:9
- ✓ **Taille idéale :**  
1920 x 1080px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max :**  
4 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
15 à 60 sec
- ✓ **Durée max :**  
60 min

Le format horizontal est moins courant sur Instagram, mais il reste utile pour certains contenus, comme les interviews ou vidéos de type « cinéma ».

## FORMAT RECOMMANDÉ

[revenir au sommaire](#)

✓ **Vertical** : ratio 4:5

Etant donné qu'Instagram est un réseau principalement utilisé sur mobile, ce format d'image est le plus recommandé pour occuper quasiment la totalité de l'écran.

### REELS (ORGANIQUE OU ADS)



✓ **Ratio :**  
9:16

✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1920 px

✓ **Format vidéo :**  
MP4

✓ **Poids max :**  
4 Go

✓ **Durée idéale :**  
15 à 90 sec

✓ **Durée max :**  
15 min

Les reels dominent Instagram en 2026. Ce format est propulsé par l'algorithme, parfait pour atteindre de nouveaux utilisateurs et devenir viral.

- Forte visibilité naturelle via l'onglet Reels
- Meilleur engagement en format court, fun et créatif
- Format favori de l'algorithme pour booster l'organique

kabocharts et micka.d.m

Nouvelle pub pour ...

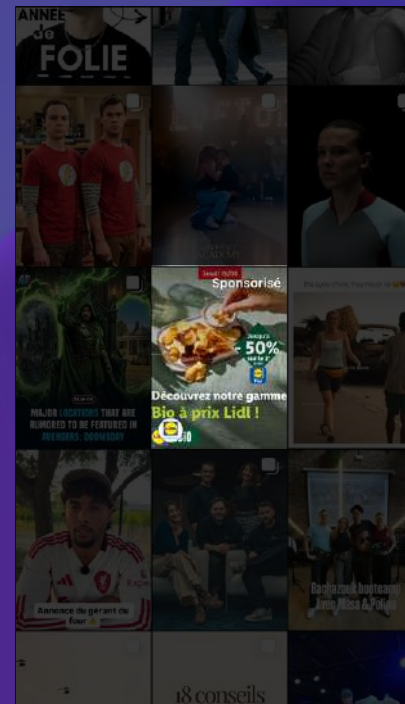
## STORIES (ORGANIQUE OU ADS)



- ✓ **Ratio :**  
9:16
- ✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1920 px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max :**  
4 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
15 sec par slide
- ✓ **Durée max :**  
1 min

Plein écran pour une immersion totale, excellent format pour l'instantané et l'interaction (stickers, sondages...) et idéal pour booster les clics avec un CTA rapide.

## EXPLORER (ADS)

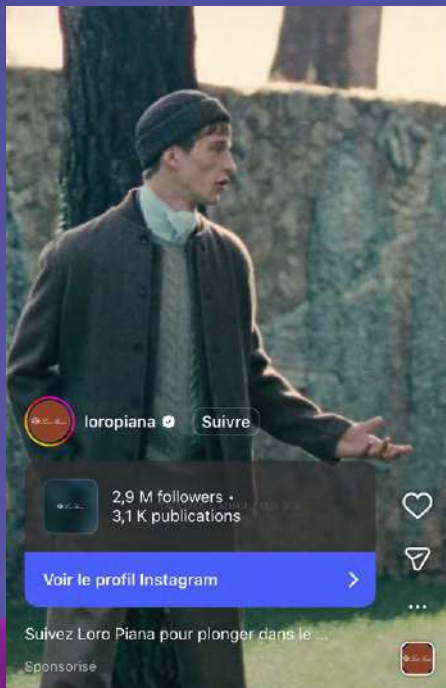


- ✓ **Ratio :**  
4:5
- ✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1350 px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max :**  
4 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
5 à 30 sec
- ✓ **Durée max :**  
60 min

Publicités vidéo qui apparaissent entre les contenus organiques dans la partie Explorer d'Instagram.



## PROFIL (ADS)



- ✓ **Ratio :**  
9:16
- ✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1920 px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max :**  
4 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
10 à 30 sec
- ✓ **Durée max :**  
15 min

Pubs diffusées dans le fil du profil Instagram ou dans le fil Reels des profils publics.

## CARROUSEL (ADS)



- ✓ **Ratio :**  
1:1
- ✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1080 px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Durée idéale :**  
10 à 20 sec  
par slide

Publicités vidéo qui apparaissent entre les contenus organiques dans la partie Explorer d'Instagram.

[revenir au sommaire](#)

## TABLEAU RÉCAP

| Usage            | Ratio  | Taille recommandée | Durée idéale          | Durée max     | Format fichier  | Type de contenu                  | Support principal                 |
|------------------|--------|--------------------|-----------------------|---------------|-----------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| Fil – Vertical   | 4:5    | 1080 x 1350px      | 3 à 60 sec            | 60 min        | MP4, MOV, GIF   | Post optimisé mobile             | Fil d'actualité mobile            |
| Fil – Carré      | 1:1    | 1080 x 1080 px     | 15 à 60 sec           | 60 min        | MP4, MOV, GIF   | Post universel                   | Mobile & Desktop                  |
| Fil – Horizontal | 16:9   | 1080 x 566 px      | 15 à 60 sec           | 60 min        | MP4, MOV, GIF   | Vidéo longue, storytelling       | Desktop                           |
| STORY            | 9:16   | 1080 x 1920 px     | 15 sec par slide      | 1 min (4x15s) | MP4, MOV, GIF   | Contenu spontané / immersif      | Story plein écran                 |
| REEL             | 9:16   | 1080 x 1920 px     | 15 à 90 sec           | 15 min        | MP4 / MOV       | Contenu viral, créatif           | Fil Reels mobile                  |
| Explorer         | 4:5    | 1080 x 1350 px     | 5 à 30 sec            | 60 min        | MP4 / MOV / GIF | Vidéos et images pour découverte | Instagram Explorer                |
| Carrousel        | 1:1    | 1080 x 1080 px     | 10 à 20 sec par slide | /             | /               | Images et vidéos séquencées      | Fil d'actualité mobile et desktop |
| Profil Ads       | 9 : 16 | 1080 x 1920 px     | 10 à 30 sec           | 15 min        | MP4 / MOV       | Fil du profil Instagram          | Profil public                     |



## 03. LINKEDIN

[revenir au sommaire](#)

LinkedIn est devenu un véritable terrain de jeu pour les contenus vidéos, que ce soit pour développer sa visibilité ou pour convertir une audience ciblée grâce aux campagnes sponsorisées.

### VIDÉOS (ADS)



- ✓ **Ratio** : 1:1
- ✓ **Taille idéale** : 1080 x 1080px
- ✓ **Format vidéo** : MP4
- ✓ **Poids max** : 500 Mo
- ✓ **Durée idéale** : 15 à 30 sec
- ✓ **Durée max** : 30 min

### CARRÉ

Fil d'actualité desktop & mobile

Le format le plus performant : compact, efficace, impactant.



## VERTICAL

Fil d'actualité mobile



- ✓ **Ratio :**  
4:5 ou 9:16
- ✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1350px  
ou 1080 x 1920px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4
- ✓ **Poids max :**  
500 Mo
- ✓ **Durée idéale :**  
15 à 30 sec
- ✓ **Durée max :**  
30 min

Pour des campagnes pensées mobile-first.

## HORIZONTAL

Fil d'actualité desktop



- ✓ **Ratio :**  
16:9
- ✓ **Taille idéale :**  
1920 x 1080px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4
- ✓ **Poids max :**  
500 Mo
- ✓ **Durée idéale :**  
15 à 30 sec
- ✓ **Durée max :**  
30 min

Pour une diffusion sur ordinateur uniquement.

## FORMAT RECOMMANDÉ

[revenir au sommaire](#)

✓ Carré : ratio 1:1

Il s'adapte à la plupart des usages, capte l'attention dans les fils d'actualité, et offre une lecture fluide sur desktop comme sur mobile. **C'est le format le plus « passe-partout », sans sacrifier l'efficacité.**

### VIDÉOS (ORGANIQUE)



- ✓ Ratio : 1:1
- ✓ Taille idéale : 1080 x 1080px
- ✓ Format vidéo : MP4 ou MOV
- ✓ Poids max : 5 Go
- ✓ Durée idéale : 30 à 90 sec
- ✓ Durée max : 15 min

### CARRÉ

Fil d'actualité desktop & mobile

Idéal pour le fil d'actualité LinkedIn (desktop & mobile).

## VERTICAL

Fil d'actualité mobile



- ✓ **Ratio :**  
4:5 ou 9:16
- ✓ **Taille idéale :**  
1080 x 1350px  
ou 1080 x 1920px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max :**  
5 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
30 à 90 sec
- ✓ **Durée max :**  
15 min

Très engageant sur smartphone, rendu parfois tronqué ou moins lisible sur desktop.

## HORIZONTAL

Fil d'actualité desktop



- ✓ **Ratio :**  
16:9
- ✓ **Taille idéale :**  
1920 x 1080px
- ✓ **Format vidéo :**  
MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max :**  
5 Go
- ✓ **Durée idéale :**  
30 à 90 sec
- ✓ **Durée max :**  
15 min

Adapté aux vidéos longues ou aux contenus institutionnels, moins performant en termes d'engagement mobile.





## FORMAT RECOMMANDÉ

[revenir au sommaire](#)

✓ Vertical : ratio 4:5

### TABLEAU RÉCAP

| Format                        | Ratio      | Taille recommandée           | Durée max                  | Usage principal                                          |
|-------------------------------|------------|------------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------|
| Vidéo verticale organique     | 4:5 / 9:16 | 1080 x 1350 / 1080 x 1920 px | 10 min                     | Contenu mobile-first, immersif, publication gratuite     |
| Vidéo carrée organique        | 1:1        | 1080 x 1080 px               | 10 min (90 sec idéal)      | Format polyvalent, mobile & desktop, très visible        |
| Vidéo horizontale organique   | 16:9       | 1920 x 1080 px               | 10 min                     | Idéal pour le desktop, contenus posés ou professionnels  |
| Vidéo verticale sponsorisée   | 4:5 / 9:16 | 1080 x 1350 / 1080 x 1920 px | 30 min                     | Campagnes ciblées sur mobile, formats performants        |
| Vidéo carrée sponsorisée      | 1:1        | 1080 x 1080 px               | 30 min (15 à 30 sec idéal) | Format pub le plus efficace, compact, impact visuel fort |
| Vidéo horizontale sponsorisée | 16:9       | 1920 x 1080 px               | 30 min                     | Vidéo ads desktop, souvent utilisée pour B2B ou branding |

## 04. YOUTUBE

[revenir au sommaire](#)

YouTube est aujourd'hui l'un des meilleurs leviers pour faire de la pub, mais pour vraiment performer, encore faut-il choisir le bon format. Car entre vidéos classiques, Shorts, InStream et Bumper Ads... Chaque format a ses propres règles.

### VIDÉOS (ADS)



### PUBLICITÉS INSTREAM

Des vidéos diffusées avant ou pendant une autre vidéo.

- ✓ **Paysage** : ratio 16:9
- ✓ **Taille recommandée** : 1920 x 1080 px
- ✓ **Format fichier** : MP4

- Format classique pour les campagnes de notoriété ou d'acquisition
- Bonne mémorisation si le message est clair rapidement

| Type                      | Durée         | Particularité                                               |
|---------------------------|---------------|-------------------------------------------------------------|
| InStream désactivable     | Pas de limite | L'utilisateur peut passer la pub après 5 secondes           |
| InStream non désactivable | 15 à 60 sec   | La pub n'est pas skippable, elle est imposée jusqu'à la fin |



## MID-ROLL ADS

Des pubs diffusées au milieu d'une vidéo longue.

- ✓ **Horizontal** : ratio 16:9
- ✓ **Taille recommandée** : 1280 x 720 px ou 1920 x 1080 px
- ✓ **Format fichier** : MP4
- ✓ **Durée** : variable (conseillé : 15 à 30 sec)
- ✓ **Condition** : la vidéo hôte doit durer au moins 8 min

- Utilisé sur les vidéos longues pour insérer une coupure pub
- Permet de cibler une audience déjà engagée

## YOUTUBE ADS IN-FEED

Des vidéos publicitaires intégrées au fil YouTube (page d'accueil, recherches, suggestions).

- ✓ **Ratio** : 16:9, 1:1 ou 9:16
- ✓ **Taille recommandée** : 1920 x 1080 px, 1080 x 1080 px ou 1080 x 1920 px
- ✓ **Durée idéale** : 20 sec recommandées
- ✓ **Format fichier** : .MP4, .MOV

- S'affiche comme une vidéo normale, mais en sponsorisé
- Très bon format pour attirer des clics sans interruption



## BUMBER ADS

De courtes publicités diffusées avant, pendant ou après une vidéo.

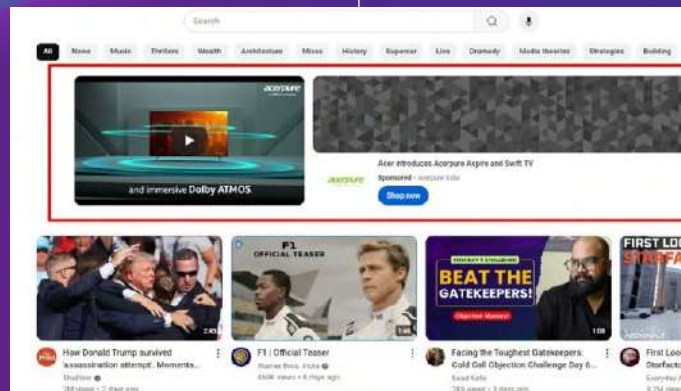
- ✓ **Ratio** : 16:9
- ✓ **Taille idéale** : 1920 x 1080px
- ✓ **Format vidéo** : MP4
- ✓ **Poids max** : 1 Go
- ✓ **Durée** : 6 sec

Excellent choix pour booster sa notoriété ou toucher un large public à moindre coût, sans saturer l'attention des utilisateurs.

## BANNIÈRE MASTHEAD

Pub qui s'affiche dans le flux d'accueil sur tous les appareils.

- ✓ **Ratio** : 16:9
- ✓ **Taille idéale** : 1920 x 1080px
- ✓ **Format vidéo** : MP4
- ✓ **Durée** : 30 sec



Les mastheads YouTube vous permettent de présenter votre marque, votre produit ou votre service.

## VIDÉO PREMIÈRE

Live YouTube pour lancer votre contenu en direct.

- ✓ **Ratio** : automatique
- ✓ **Taille idéale** : automatique
- ✓ **Durée** : pas de limites

Interagissez avec votre communauté en temps réel. Une fois la Première terminée, la vidéo reste disponible sur votre chaîne comme une vidéo classique.

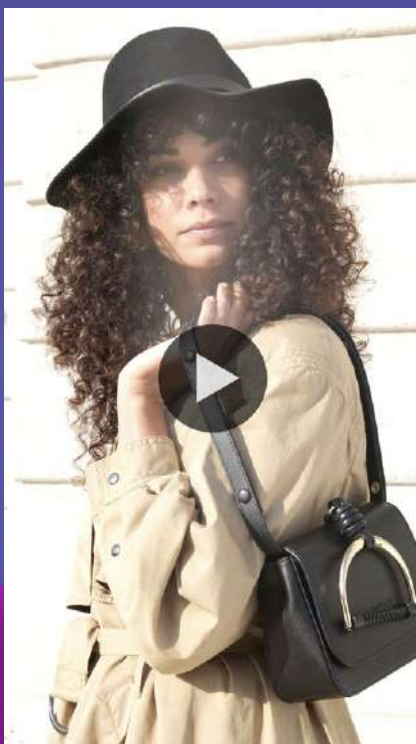
## VIDÉOS (ORGANIQUE)

- ✓ **Ratio** : 16:9
- ✓ **Taille idéale** : 1920 x 1080px
- ✓ **Format vidéo** : MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max** : 256 Go
- ✓ **Durée idéale** : 8 à 12 min
- ✓ **Durée max** : 12 h



- Idéal pour les tutoriels, interviews, démonstrations ou storytelling
- Très bon référencement naturel sur YouTube (SEO vidéo)

## SHORT (ORGANIQUE OU ADS)



- ✓ **Ratio** : 4:5 ou 9:16
- ✓ **Taille idéale** : 1080 x 1350 px ou 1080 x 1920 px
- ✓ **Format vidéo** : MP4 ou MOV
- ✓ **Durée idéale** : 15 à 60 sec
- ✓ **Durée max** : 3 min

- Parfait pour capter l'attention en quelques secondes
- Format priorisé par l'algorithme YouTube (onglet Shorts dédié)

**Conseil** : accrochez l'audience dès les 2 premières secondes pour éviter le swipe.



[revenir au sommaire](#)

## TABLEAU RÉCAP

| Format                    | Ratio      | Taille recommandée    | Durée max | Usage principal                                      |
|---------------------------|------------|-----------------------|-----------|------------------------------------------------------|
| Vidéo classique           | 16:9       | 1920 x 1080 px        | 12h       | Contenu long, organique, storytelling                |
| Short organique           | 9:16       | 1080 x 1920 px        | 3 min     | Format viral, mobile, spontané                       |
| InStream désactivable     | 16:9       | 1280 / 1920 px        | illimité  | Pub avant vidéo (skippable après 5 sec)              |
| InStream non désactivable | 16:9       | 1280 / 1920 px        | 60 sec    | Pub imposée, sans option de « skip »                 |
| Bumper Ads                | 16:9       | 1280 / 1920 px        | 6 sec     | Pub courte, ultra impactante                         |
| Mid-roll Ads              | 16:9       | 1280 / 1920 px        | variable  | Pub insérée au milieu d'une longue vidéo             |
| Ads In-Feed               | 16:9 / 1:1 | 1920x1080 / 1080x1080 | 20 sec    | Pub placée dans le feed ou les suggestions           |
| Short Ads                 | 9:16       | 1080 x 1920 px        | 3 min     | Pub mobile, immersive et dynamique                   |
| Bannière Masthead         | 16:9       | 1920 x 1080 px        | 30 sec    | Présentation rapide de la marque, produit ou service |
| Vidéo première            | /          | /                     | /         | Lancement programmé, événementiel, rendez-vous live  |

## 05. TIKTOK

[revenir au sommaire](#)

Stop aux vidéos invisibles sur TikTok ! Avec toutes les vidéos qui défilent, comment faire en sorte que la vôtre sorte du lot ? TikTok, c'est LE terrain de jeu des vidéos courtes, mais avec une telle quantité de contenu, il est facile de se noyer dans la masse...

### VIDÉOS (ORGANIQUE)



- ✓ **Ratio** : 9:16
- ✓ **Taille idéale** : 1080 x 1920 px
- ✓ **Format vidéo** : MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max** : 500 Mo
- ✓ **Durée idéale** : 15 à 60 sec
- ✓ **Durée max** : 10 min

Le format s'intègre directement dans le fil d'actualité, pour une expérience fluide et immersive. C'est le standard à adopter.

## IN-FEED (ADS)



- ✓ **Ratio** : 9:16
- ✓ **Taille idéale** : 1080 x 1920 px
- ✓ **Format vidéo** : MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max** : 500 Mo
- ✓ **Durée idéale** : 9 à 15 sec
- ✓ **Durée max** : 60 sec

Publicités vidéo qui apparaissent dans le feed “Pour Toi”, comme du contenu organique.

## ANNONCES TOPVIEW (ADS)

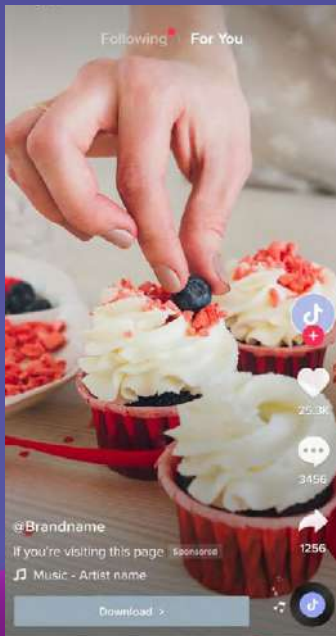


- ✓ **Ratio** : 9:16
- ✓ **Taille idéale** : 1080 x 1920 px
- ✓ **Format vidéo** : MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max** : 500 Mo
- ✓ **Durée idéale** : 9 à 15 sec
- ✓ **Durée max** : 60 sec

Publicités vidéo qui s’affichent dès l’ouverture de TikTok.



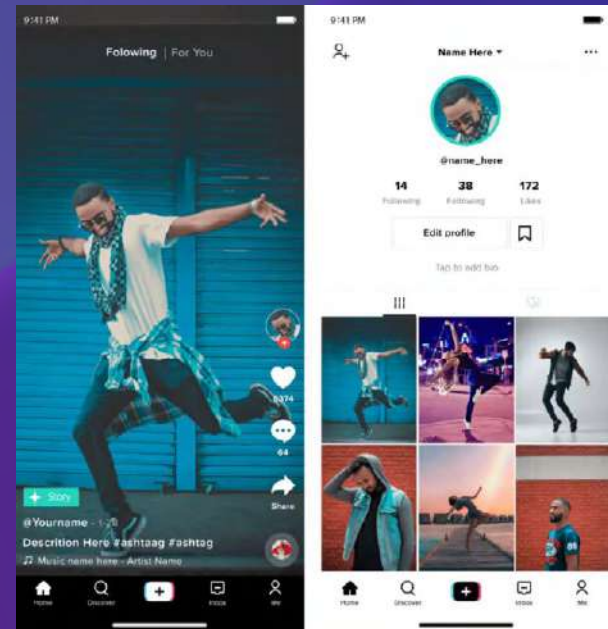
## SPARK ADS (ADS)



- ✓ **Ratio** : 9:16
- ✓ **Taille idéale** : 1080 x 1920 px
- ✓ **Format vidéo** : MP4 ou MOV
- ✓ **Poids max** : 500 Mo
- ✓ **Durée idéale** : 9 à 15 sec
- ✓ **Durée max** : 60 sec

Sponsorise du contenu organique existant.  
Il garde les caractéristiques du post original.

## STORIES (ORGANIQUE OU ADS)



- ✓ **Ratio** : 9:16
- ✓ **Taille idéale** : 1080 x 1920 px
- ✓ **Format vidéo** : MP4 ou MOV
- ✓ **Durée idéale** : 15 à 35 sec
- ✓ **Durée max** : 60 sec

Elles sont parfaites pour des contenus instantanés, des promotions flash ou des messages directs.

## TABLEAU RÉCAP

| Usage                  | Ratio | Taille recommandée | Durée idéale | Durée max | Format fichier | Support principal             |
|------------------------|-------|--------------------|--------------|-----------|----------------|-------------------------------|
| Vidéo TikTok organique | 9:16  | 1080 x 1920 px     | 15 à 60 sec  | 10 min    | MP4, MOV       | Fil Pour toi mobile           |
| In Feed Ads            | 9:16  | 1080 x 1920 px     | 9 à 15 sec   | 60 sec    | MP4, MOV       | Fil Pour toi mobile           |
| Annonce Top View       | 9:16  | 1080 x 1920 px     | 9 à 15 sec   | 60 sec    | MP4, MOV       | Écran d'ouverture application |
| Spark Ads              | 9:16  | 1080 x 1920 px     | 9 à 15 sec   | 60 sec    | MP4, MOV       | Fil Pour toi mobile           |
| Story                  | 9:16  | 1080 x 1920 px     | 10 sec       | 60 sec    | MP4, MOV       | Story plein écran mobile      |



Nous avons réalisé une vidéo interview dédiée à TikTok, cette plateforme qui révolutionne la manière de communiquer en ligne.

Au cœur de cette vidéo : des clés pour **comprendre comment TikTok permet aux marques de capter l'attention**, créer du lien et se démarquer grâce à des contenus courts, créatifs.



## CONCLUSION

[revenir au sommaire](#)

Pour conclure, le bon format dépend de votre stratégie. Contenu organique ou sponsorisé : chaque format a ses atouts, à condition d'être aligné avec vos objectifs et votre cible.

En bref : créez du contenu de qualité, pensé pour votre audience et la plateforme, et répétez encore et encore.



**Nous joindre**  
04 72 41 71 11



**Nous écrire**  
[contact@kabocharts.com](mailto:contact@kabocharts.com)



[www.kabocharts.com](http://www.kabocharts.com)

