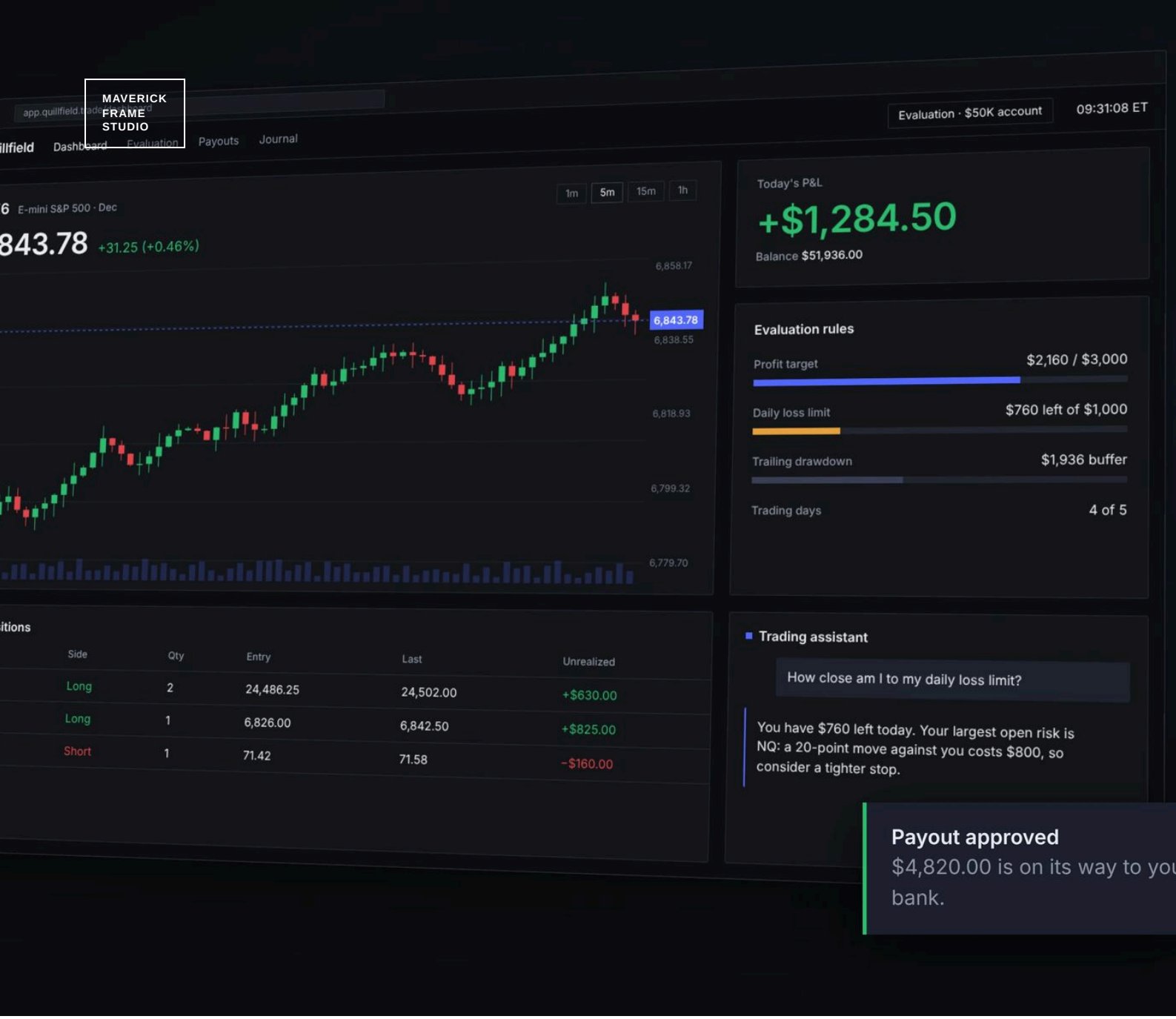


GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Brief de pub fintech : ce qu'il faut préparer avant de commander.

Enregistrements d'écran, comptes de démo, affirmations validées, avertissement sur les risques : la checklist, les déclinaisons et 12 questions pour planifier vite une pub YouTube fintech.

Dim Kuzmenko
Cofondateur, Maverick Frame Studio
maverickframe.com

POUR COMMENCER

Les images, c’est votre plateforme. Préparez-les.

Une publicité YouTube pour une plateforme de trading, un courtier ou une application fintech se construit à partir du produit lui-même. Avant d’écrire un script, le studio a besoin des écrans, des données qui peuvent y apparaître et des formulations validées par votre équipe conformité. La plupart des retards naissent ici, pas dans l’animation.

Ce qu’il faut avoir prêt avant le premier appel

- [ ] **Enregistrements d’écran** des parcours à montrer, en pleine résolution, ou un **identifiant de test** pour que nous enregistrions nous-mêmes
- [ ] **Comptes de démonstration** avec des soldes, positions et historiques de démo réalistes, pour ne jamais capturer de données client
- [ ] **Charte et fichiers de design** : Figma ou kit UI, polices, logos et couleurs
- [ ] **Affirmations validées** : les phrases et chiffres que le marketing peut utiliser, chacun avec sa source et sa date
- [ ] **Avertissement sur les risques** rédigé par votre équipe conformité ou juridique, pour chaque marché et chaque langue
- [ ] **Canaux et durées** : où la publicité sera diffusée et quelles versions il vous faut
- [ ] **Validateurs** : qui approuve le script, les planches de style et le montage final

Enregistrez le produit, pas un compte réel

Capturez la plateforme dans un environnement de démo ou de test dès le départ. Un enregistrement fait sur un compte réel doit être vérifié image par image, et ce qui passe entre les mailles se retrouve dans chaque version.

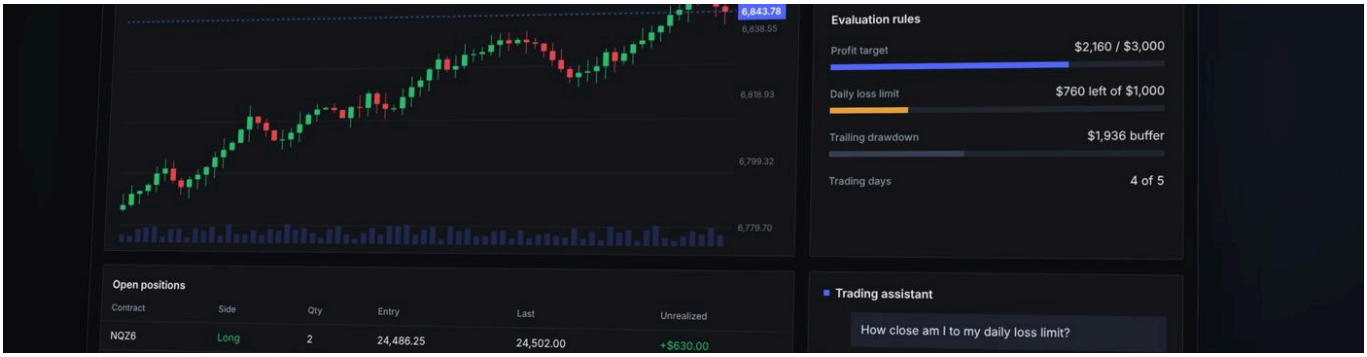


Tableau de bord d’une plateforme de trading, tiré d’une publicité concept de Maverick Frame Studio. Tous les chiffres sont des données de démo.

LES DÉCLINAISONS

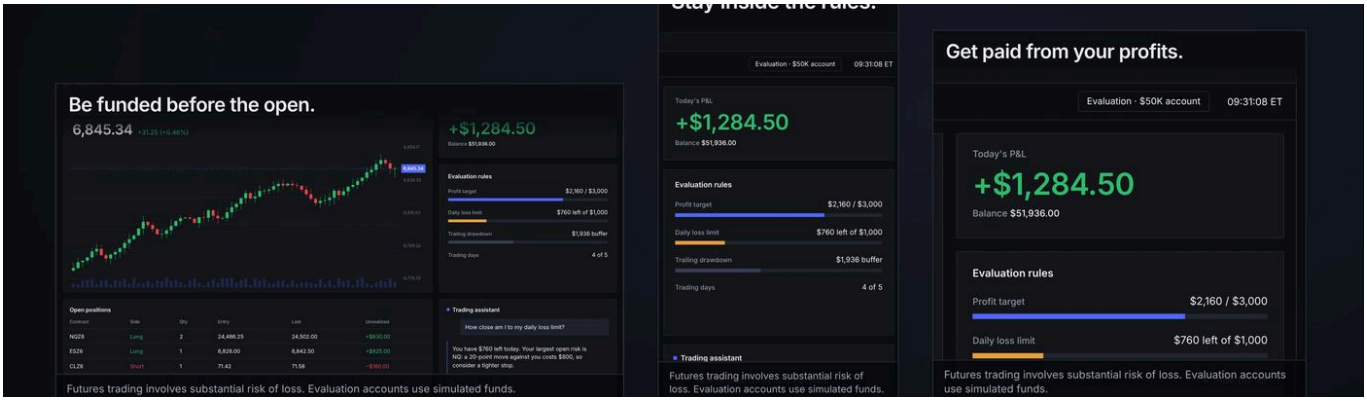
Un master, cinq versions

Pensez la publicité comme un montage master et une série de déclinaisons. Chaque version a une seule mission et est montée pour sa durée, pas raccourcie depuis la version longue, pour que l'accroche porte dès les premières secondes.

VERSION	OÙ ELLE EST DIFFUSÉE	SA SEULE MISSION
6 s, 16:9	Annonces bumper YouTube	Une promesse et la marque. Pas de tour des fonctionnalités.
15 s, 16:9 et 9:16	YouTube in-stream, Shorts, Reels	Une accroche, une fonctionnalité et l'appel à l'action.
30 s, 16:9 et 9:16	YouTube in-stream, TikTok, TV connectée	Le problème, deux fonctionnalités, une preuve et l'appel à l'action.
60 s, 16:9	YouTube, site web, pages d'atterrissage	L'histoire complète de la plateforme, avec l'avertissement à l'écran.
Toute durée, 9:16	Shorts, Reels, TikTok, Stories	Un montage vertical avec sous-titres et zones de sécurité pour les boutons de la plateforme.

Prévoyez la place de l'avertissement

Réservez dans le storyboard un bandeau ou un carton final pour l'avertissement sur les risques, dans chaque format. Ajouté après le montage, il masque l'interface ou se retrouve écrasé, et les deux sont pires que de l'avoir prévu.



Une publicité en 16:9, 9:16 et 1:1, chacune avec sa ligne d'avertissement. Concept Maverick Frame Studio.

À L'ÉCRAN

Ce qui peut apparaître, et ce qu'il faut faire valider

Une publicité de plateforme est jugée deux fois : par le spectateur et par votre équipe conformité. Validez la liste ci-dessous avant le storyboard, et la relecture finale devient une vérification plutôt qu'une réécriture.

	EN GÉNÉRAL SANS PROBLÈME	À VALIDER D'ABORD AVEC LA CONFORMITÉ
01	**Votre interface avec des données de démo**	Tout nom, solde, numéro de compte ou position réels. Remplacez-les par des données de démo.
02	**Le fonctionnement d'une fonctionnalité, pas à pas**	Les chiffres de gain, de rendement ou de paiement, et tout exemple de résultat.
03	**Les règles d'un compte ou d'un challenge, telles que vous les publiez**	Des mots comme garanti, sans risque, argent facile ou profit immédiat.
04	**Des données de marché de source publique, avec leur date**	La performance d'un compte réel ou d'un trader réel.
05	**Des personnes et des décors autour du produit**	Témoignages, influenceurs et tout ce qui ressemble à un conseil.

Qui décide de la formulation

Nous sommes un studio vidéo. Nous intégrons la formulation validée par votre équipe conformité ou juridique, dans chaque langue et chaque version, et nous ne donnons aucun conseil juridique ou réglementaire. Les règles varient selon les marchés : voyez cette liste comme le début de cette discussion, pas comme un avis.

Données de démo, signalées

Soldes, cours et résultats issus de données de démo peuvent l'indiquer à l'image. Une ligne suffit, et une question disparaît.

Sources et dates

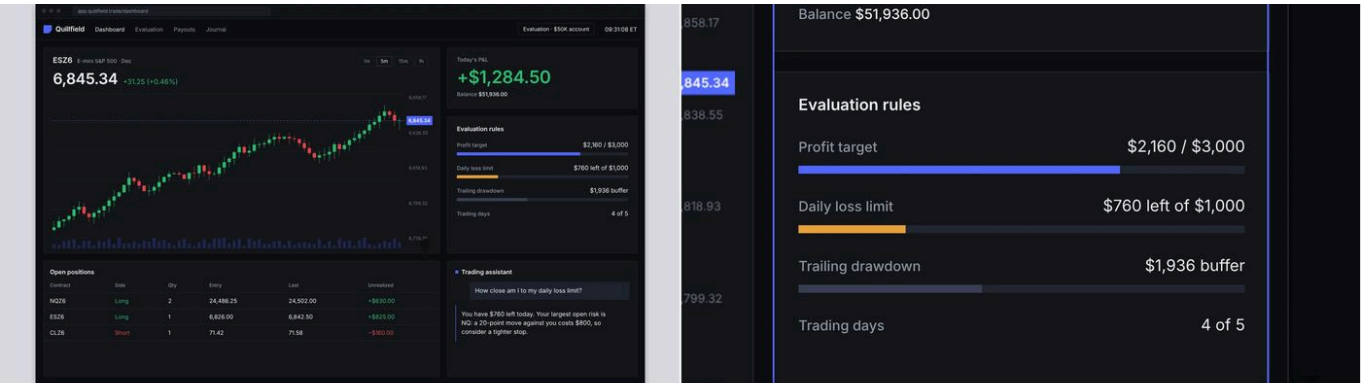
Un chiffre de marché à l'écran porte sa source et sa date, pour qu'un spectateur comme un relecteur puisse le vérifier.

CHOISIR LES IMAGES

Enregistrement, écran recréé ou plan IA ?

La plupart des publicités de plateforme mêlent trois types d'images. Choisir scène par scène plutôt que film par film garde le produit exact là où il compte et fait gagner du temps ailleurs.

	ENREGISTREMENT D'ÉCRAN	ÉCRAN RECRÉÉ	PLAN IA
Idéal pour	Démos produit et clips d'onboarding	Moments forts, graphiques et chiffres qui doivent rester nets	Personnes, lieux et ambiances autour du produit
Fait à partir de	Votre capture ou la nôtre, nettoyée	Vos fichiers de design ou l'enregistrement, redessinés en calques	Un brief et des références ; l'interface est ajoutée au compositing
Après une mise à jour	Réenregistrer le parcours	Modifier le calque concerné	Reste en général tel quel
Points de vigilance	Données réelles, notifications, curseur parasite	Coller exactement au produit en ligne	L'IA ne doit jamais générer l'interface elle-même



Un enregistrement d'écran brut à côté du même écran recréé en image publicitaire. Concept Maverick Frame Studio.

De vrais écrans, toujours

Quel que soit le mélange, l'interface à l'écran vient de votre plateforme. Un spectateur qui s'inscrit doit retrouver le produit vu dans la publicité.

LE BRIEF

Douze questions pour le brief

Répondez-y dans un e-mail et joignez un enregistrement d’écran ou quelques captures. Cela suffit pour planifier la publicité, lister les versions et préparer un devis.

	QUESTION	CE QUE NOUS DEVONS SAVOIR
01	**Objectif**	Que doit faire le spectateur après la publicité : commencer un challenge, ouvrir un compte, réserver une démo ?
02	**Public**	À qui s’adresse-t-elle : traders de futures, de forex ou de crypto, particuliers, institutionnels, partenaires ?
03	**Marchés**	Quels pays et quelles langues, et chacun a-t-il besoin de son propre avertissement ?
04	**Canaux**	YouTube in-stream, Shorts, Reels, TikTok, le site web, une présentation commerciale ?
05	**Versions**	Quelles durées et quels formats : 6, 15, 30 ou 60 secondes ; 16:9, 9:16 ou 1:1 ?
06	**Images**	Enregistrements d’écran, identifiant de test ou les deux, et qui prépare les données de démo ?
07	**La fonctionnalité clé**	Quelle fonctionnalité ou quel moment vend le mieux la plateforme ?
08	**Affirmations**	Quelles phrases et quels chiffres sont validés, et quelles sont leurs sources ?
09	**Avertissement**	Qui rédige l’avertissement sur les risques, et combien de temps doit-il rester à l’écran ?
10	**Marque**	Charte, Figma ou kit UI, polices, logos et tonalité ?
11	**Son**	Voix off ou non, quel accent, quel type de musique ?
12	**Validations et dates**	Qui valide le script, les planches de style et le montage final, et quand a lieu le lancement ?

LA SUITE

Envoyez-nous les réponses et un enregistrement

Les réponses aux douze questions, un enregistrement d’écran ou un identifiant de test et vos fichiers de marque, dans l’état où ils sont. Nous vous répondrons avec la publicité que nous ferions, les versions nécessaires et un devis, par écrit, sans appel commercial.

Le formulaire de contact	maverickframe.com/contacts/
Vidéo fintech	maverickframe.com/fr/solutions/production-video-fintech/
Ou tout simplement	répondez à l’e-mail qui vous a apporté ce guide.

Écrit par ceux qui produisent ces publicités

Dim Kuzmenko est cofondateur de Maverick Frame Studio. Les checklists de ce guide reprennent les questions que nous posons avant chaque vidéo de plateforme. Aucun prix ici : chaque publicité de plateforme est chiffrée selon son périmètre exact.