

#ChallengeAutomassage

*Le mouvement des massothérapeutes
pour aider les jeunes à contrer l'anxiété.*

Guide de participation du massothérapeute

Rejoignez le [groupe Facebook : #ChallengeAutomassage - Massos & Cie !](#)
>>> Une vidéo sur ce groupe fait le tour de ce guide en détail et montre comment publier sur Instagram de manière efficace avec une «couverture» attrayante.

Rédigé par Raphael Lavoie-Brand, B.A., massothérapeute agréé,
avec la grande aide et l'inspiration de multiples allié.e.s
challengeautomassage.com

Pourquoi cette initiative?

- Les spécialistes, les profs et les parents s'inquiètent beaucoup face au niveau élevé d'anxiété des jeunes en ces temps de pandémie, et en particulier à l'aube de la seconde vague et du premier automne en pandémie, avec les mesures de distanciations prolongées, la fin de session et d'étape dans l'isolement, le froid qui s'installe et les jours qui raccourcissent (p. ex. La Presse, Radio-Canada).
- Ensemble, les massothérapeutes peuvent faire une différence pour aider les jeunes à contrer l'anxiété (les ados, les étudiants, les jeunes adultes... et toutes les autres personnes qui en ont besoin).

Comment faire partie de la solution?

- Faisons découvrir aux jeunes le trésor qu'ils ont dans leurs mains, avec le toucher thérapeutique offert à soi-même.
- Collaborons avec leurs écrans de cellulaire et leurs neurones miroirs sur Instagram. Nous allons les aider à retrouver l'apaisement à travers l'auto-massage.
- Le hashtag #challengeautomassage placé dans nos publications permettra aux utilisateurs de facilement retrouver toutes nos capsules à un seul endroit, la page du hashtag, dans le creux de leur main que nous allons éveiller.

4 principes pour une synergie optimale !

Ensemble, nous pouvons faire de ce mouvement un succès et rejoindre le plus de personnes possibles qui en ont besoin. Pour être relayé par des partenaires de visibilité et gagner la sympathie des médias, **nous devons être cohérents pour offrir une belle expérience du hashtag.**

1. Cohérence de l'intention et l'esprit de générosité

Nous agissons solidairement pour une cause - aider les jeunes à contrer l'anxiété.

Évitons la pub, mais on peut évidemment se présenter (nom, entreprise, ville). Si vous avez des services à offrir, inscrivez-les dans votre profil instagram.

>>> Seule une campagne sans publicité peut générer de la visibilité gratuite des médias

2. Cohérence du message

Communiquons la cause dans nos capsules, chacun à notre manière, pour que le mouvement soit connu (chaque vidéo peut être le point d'entrée qu'une personne).

Un exemple : « *Bonjour! Dans cette capsule je vous montre à (thème de l'auto-massage)... Je m'appelle (Prénom), massothérapeute de (Ville) et je fais partie d'un mouvement de massos pour aider les jeunes à contrer l'anxiété en temps de pandémie avec le hashtag #challengeautomassage.* »

3. Cohérence du hashtag

On place le hashtag #challengeautomassage seulement dans des publications pertinentes pour la cause, afin que les jeunes et tous les autres s'y retrouvent facilement à long terme et que ça soit agréable à naviguer.

4. Cohérence de publication avec une couverture (titre et durée)

Pourquoi une couverture à nos vidéos?

[\(Chercher la vidéo « TUTORIEL INSTAGRAM » dans le groupe Facebook\)](#)

Pour créer une belle vidéothèque facile à naviguer (faciliter le choix d'une séance) sur la page du hashtag.

Je suggère d'indiquer le titre et la durée.

Il existe 3 types de vidéos sur Instagram :

1. **COURTS : Moins de 1 min sur le fil de publications** : Format standard pour Instagram avant 2018. Ces vidéos sont jouées entièrement dans le fil Instagram. Il n'est pas possible de mettre de couverture à la vidéo à moins de faire un montage, ce qui est compliqué, mais voici quand même un [exemple](#).
2. **LONGS (à privilégier) : De 1 à 10 min sur le fil de publications : IGTV** (la télé Instagram) depuis 2018. Ces vidéos sont visionnées 15 sec sur le fil Instagram, puis on clique pour voir la suite sur une fenêtre plus immersive en format vertical. Ce format permet de choisir une **couverture indépendante de la vidéo sur laquelle on peut mettre un**

titre et la durée au préalable (voir les instructions plus bas). [Explications faciles ici dans le groupe FB, chercher «TUTORIEL INSTAGRAM »!](#)

3. **Les stories dans le haut du profil** : Le gros désavantage est de ne pas pouvoir être identifiées avec un hashtag pour faire partie de la grande vidéothèque que nous créons ensemble. Pour cette raison, nous n'entrerons pas dans les détails ici. Publier des *stories* peut avoir un impact seulement si on a beaucoup de *followers*.

Suggestions pour format des vidéos IGTV (1 à 10 min)

LESS IS MORE

(trop c'est comme pas assez)

- **Beaucoup d'idées ? Séparez-les en plusieurs micro-séances** pour plus de contenu et de partages sur Instagram !
- **Une vidéo peut même contenir 1 seule manoeuvre**, voici [un exemple short & sweet](#) de l'utilisatrice @automassages.

DURÉE

- Rappel : l'attention des jeunes est souvent courte.
- **On pourrait viser de 3 à 10 min (durée maximale) pour les capsules**, et voir ce qui fonctionne bien avec le temps.

FORMAT

- Le format par défaut d'Instagram est le carré, mais un téléphone filme un rectangle horizontal ou vertical.
- **Vidéo horizontale** : vous pouvez la publier telle quelle, mais il est mieux de recadrer en carré au moment de la publication (faites abstraction des marges en filmant). Si vous publiez un rectangle horizontal, vous paraîtrez très petit à l'écran.
- **Vidéo verticale (plus immersive)** : il est possible de publier un rectangle vertical, mais il sera plus court qu'une vidéo verticale, donc faites abstraction des marges en filmant.

Bon éclairage pour vos vidéos

- **La qualité de l'image sera faible si l'éclairage est insuffisant**, peu importe la qualité de votre caméra.
- **Placez-vous FACE à une fenêtre (pas à la lumière directe du soleil), si vous n'avez pas d'éclairage fait pour le tournage**. C'est tout simplement la meilleure manière d'avoir une belle qualité de lumière sans équipement spécialisé.
- Si vous n'avez pas de fenêtre, placez-vous devant une grande source de lumière.
- **Évitez d'être dos à une fenêtre**. Vous apparaîtrez très sombre sinon.

Prise de vue de la caméra

Placez la caméra à la hauteur de vos yeux.

Si le téléphone est trop bas, ce n'est généralement pas avantageux pour nos traits de visage, et la personne qui regarde la vidéo se sent en-dessous de vous.

Comment avoir l'air naturel à la caméra

C'est facile d'avoir l'air robotique quand on n'est pas habitué.e.

Pensez très fort à une personne en particulier que vous aimez beaucoup. Adressez-vous à cette personne, dédiez-lui la vidéo et l'automassage.

Vous pouvez accentuer cet effet en plaçant une photo d'une personne aimée juste derrière la caméra ou près de l'objectif. Imaginez que cette personne est dans l'objectif de la caméra.

Avant de filmer, prenez une grande respiration, souriez intérieurement avec une pensée de gratitude, puis souriez à la caméra comme si c'était cette personne!

Quoi ajouter à ce guide ?

Vos suggestions dans le groupe Facebook sont plus que bienvenues!

On se voit ici : [groupe Facebook : #ChallengeAutomassage - Massos & Cie](#)

Quels hashtags utiliser en plus?

Ajoutez des hashtags, de 5 à 7 au total. On suggère les suivants pour communément occuper ces espaces et moins s'y noyer!

#challengeautomassage

#automassage

#détente

#anxiété

#untempspoursoi

#routinebienetre

#biendansmoncorps