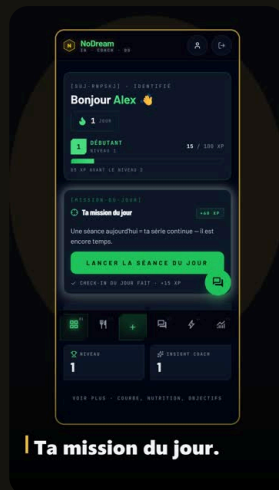


Fabriquer des pubs vidéo « récit » pour son app

Un personnage inventé, un frein réel, un geste simple — et une promesse que l'écran de l'app prouve. La méthode complète, à reprendre pour ton propre projet.



Plan 1 — qui, et la marque tout de suite



La preuve : un vrai écran de l'app



Le geste : il la lance



Signature, fin positive

Cadrage → Personnas → Scripts → Contrôle → Voix → Images → Captures →
Montage → Écran de fin → Stories fixes → Validation

Pour qui : une personne qui lance une app ou un service et veut produire elle-même des pubs courtes (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube Shorts). Deux voies : **sans code** (Flow + outil de voix + CapCut) ou **avec Claude Code** (montage automatisé).

Règles juridiques citées : françaises, vérifiées le 31/07/2026 — pas un avis juridique. Les interfaces des outils changent souvent.

0 En une minute

LA FORMULE

Une pub = **un personnage inventé** + **un frein réel** + **le geste qu'il fait avec l'app** + **une promesse que l'écran de l'app prouve.**

Ce que NoDream a produit avec cette méthode

12

personas écrits (9 pour la série, 3 pour la campagne de rentrée)

8

pubs montées jusqu'à l'écran de fin

8

fichiers par persona :
longue/courte × sous-titrée/sobre × 16:9/9:16

24

images de stories fixes (6 stories × 2 styles × publier/maquette)

Coûts observés

POSTE	COÛT
Voix off (8 voix, longues + courtes)	61 crédits Hedra au total
1 clip vidéo Google Flow de 6 s	10 crédits (24 clips ≈ 240 crédits)
Montage, écran de fin, stories fixes	0 € (outils gratuits)

Sommaire

- 1 Le principe qui fait marcher la série
- 2 La fiche de cadrage
- 3 Les 10 étapes
- 4 Les pièges déjà payés
- 5 Ce qui n'est pas encore prouvé
- 6 Le kit à remplir
- 7 Les outils

1 Le principe qui fait marcher la série

Une marque, un public par pub

Chaque persona ouvre **une porte d'entrée différente** : un frein précis que vit une vraie partie de ta cible. Chez NoDream (coaching sportif) :

PERSONA	LE FREIN
Karim, 38 ans	Horaires décalés : jamais le bon créneau
Thomas, 31 ans	Ancien sportif : peur d'être mauvais
Sofia, 26 ans	Jamais fait de sport : peur du ridicule
Damien, 45 ans	Dix heures assis par jour
Hugo, 27 ans	Inscrit en salle, mais sans plan

Pour ton projet : liste les 5 à 10 raisons pour lesquelles les gens *n'utilisent pas encore* une solution comme la tienne. Chaque raison = un persona.

La trame du récit — copie la structure, pas les mots

#	TEMPS DU RÉCIT	EXEMPLE NODREAM (KARIM)
1	Qui + la situation	« À trente-huit ans, Karim travaillait quand les autres dormaient. »
2	Le vrai frein (jamais « la paresse »)	« Le sport, c'était toujours pour le prochain planning. »
3	La rencontre avec l'app	« Un soir, il tombe sur NoDream. Pas un cours à heure fixe. Juste une phrase : Ta mission du jour. »
4	Le geste	« Il la lance. Le lendemain, il recommence. »
5	Ce que l'app ne fait pas (vrai par construction)	« L'app ne lui a jamais demandé l'heure. »
6	Une progression sobre	« Trois jours. Puis dix. »
7	La bascule	« Karim n'a pas trouvé le bon créneau. Il a arrêté d'en chercher un. »
8	Signature + appel à l'action	« NoDream. Pas de rêve. Des résultats. Ta première mission t'attend. »

Le temps n° 5 est la trouvaille de la série : on transforme une **absence** (pas d'horaire imposé, pas de classement, pas de fil social) en argument. C'est toujours vrai, donc toujours défendable.

Les deux règles d'or

RÈGLE 1

Le personnage dit ce qu'il a fait. Jamais ce que l'app lui a fait.

✓ « Il la lance. Le lendemain, il recommence. »

✗ « Son sommeil s'est amélioré. »

RÈGLE 2

Chaque promesse doit se voir sur un vrai écran de l'app.

Si l'écran ne le montre pas, la pub ne le dit pas.

2 Avant de commencer : la fiche de cadrage

30 minutes, par écrit, avant de générer quoi que ce soit.

QUESTION	CE QU'ON ATTEND
Le produit en une phrase	Et sa signature (ex. « Pas de rêve. Des résultats. »).
La promesse visible	Quelle phrase ou quel écran de l'app résume ce que la personne obtient ? (NoDream : l'écran « Ta mission du jour ».)
Les preuves	Quels écrans réels, remplis de données de démonstration, peux-tu montrer ?
Les interdits du secteur	Santé, finance, enfants, alcool... (voir étape 3).
Le prix et l'offre exacts	Lus dans la vraie grille tarifaire, pas de mémoire.
Le budget	Crédits images, vidéo, voix — et le nombre de personas visé.
Les formats	9:16 d'abord (réseaux), 16:9 ensuite (YouTube, site).

3 Les 10 étapes, une par une

1 Choisir les personas

- Un frein = un persona. Un prénom, un âge, une contrainte concrète.
- **Fais un tableau de différences** avant d'écrire. Chez NoDream, deux scripts (Jessica et Chloé) étaient *le même texte avec le prénom changé* : il a fallu en réécrire un.
- Deux personas proches se distinguent par le frein **et** la fin (Karim = pas la bonne *heure* ; Antoine = pas la bonne *date*).
- Si tu as déjà des images générées, **regarde-les avant d'écrire** : elles portent souvent une histoire plus précise que ton idée de départ.

2 Écrire deux voix off par persona

- **Longue** : 40 à 50 s (≈ 110 à 130 mots). **Courte** : 22 à 28 s (≈ 60 à 70 mots). La fenêtre utile d'un fil vertical est **15 à 30 s** : la courte est la vraie pub réseaux.
- Phrases courtes, rythme en trois temps (« Trois jours. Puis dix. »).
- **Nombres et dates en toutes lettres** (« trente-huit », « le trente et un décembre ») : la voix de synthèse les lit mieux.
- Le récit **atterrit sur du positif tenu**, pas sur le malaise du départ.
- Ne te moque jamais d'un public (les débutants de janvier sont ta cible suivante), ne dénigre pas les concurrents.

3 Le contrôle de conformité — sur CHAQUE script et CHAQUE image

QUESTION	SI OUI →
Le personnage dit-il ou suggère-t-il un effet santé (sommeil, poids, moral, dos, souffle) ?	Retirer. Un témoignage qui évoque un effet santé <i>est</i> une allégation de santé.
Un avant/après , un chiffre corporel, une balance, une comparaison entre personnes ?	Retirer.
Un chiffre ou un prix affiché ?	Vrai à la date de diffusion et dans la grille réelle ?
On parle d' essai gratuit ?	L'offre montrée l'inclut-elle vraiment ?
Un nombre d'utilisateurs , une note, un « ils sont X à... » ?	Interdit s'il n'est pas mesuré.
L' écran montré contredit-il la voix ?	Changer d'écran (étape 5).
Le texte colle-t-il à l'image (âge, lieu, objets visibles) ?	Sinon, adapter l'un ou l'autre.

Le personnage ressemble-t-il à une **personne réelle** ?

Interdit. Jamais de photo d'une vraie personne en référence.

À savoir (France, position du CEP/ARPP) : **aucune obligation générale d'écrire « créé avec l'IA »** sur une pub. Ce qui doit être vrai, c'est ce qu'on promet.

Une phrase qui **refuse** l'effet est un bouclier : « Son sommeil restait fragile » est conforme ; « Son sommeil aussi [allait mieux] » ne l'est pas.

4 Générer le personnage et ses 6 plans (Google Flow)

Dans Flow (interface au 01/08/2026) :

1. Nouveau projet, nommé `<Marque>` - `<Prénom>`.
2. Onglet **Personnages** → coller la description → **Créer**.
3. Fiche du personnage → crayon → coller la **description de jeu** → **bouton OK en haut à droite** (le seul qui enregistre : ni Entrée ni Tab).
4. Revenir au projet, coller chaque prompt de plan. Commencer par « Génère maintenant, sans me redemander, ... » évite une confirmation.
5. Télécharger en **taille Originale** (le « 2K amélioré » coûte des crédits pour rien).

Modèle de description de personnage (en anglais, ça marche mieux) :

```
<Prénom>, a <nationality> <man/woman> in <his/her> <age range>, <job or situation>.  
<Hair>, <distinctive feature>, <plain simple clothing>.  
Reserved and understated: never performs for the camera, no heroic posing, no slow motion.  
Natural cinematic realism, muted desaturated colors, soft available light.  
No visible text or logos.
```

Les 6 plans type (à adapter au frein) :

PLAN	CONTENU	EXEMPLE KARIM
1	Le lieu du frein	Il sort de son atelier au petit matin gris
2	Seul, téléphone en main	Dans sa cuisine la nuit, il regarde son téléphone
3	Premier essai, hésitant	En tenue sur le tapis du salon, il se met en position
4	Effort régulier	Il enchaîne des exercices au sol
5	Respiration, calme	Devant la fenêtre à l'aube, une tasse à la main
6	Vie ordinaire, léger sourire	Il marche dans une rue, sans cadrage héroïque

Règles de sortie :

- Clips de 6 s. **Deux variantes** par plan si le budget le permet. Juger sur une **image extraite** du clip, jamais sur le nom du fichier.
- **Aucun plan idéalisé** : pas de ralenti, pas de marche triomphale, pas de transformation physique.

- **Le 9:16 se régénère** (même prompt, format vertical). Recadrer un 16:9 donne une image molle : chez NoDream, le visage de Damien était illisible.
- **Garder le même visage d'un plan à l'autre.** Des prompts indépendants font dériver le visage. Pour une série : 4 à 5 images de référence du personnage (face, profil, en pied), puis des **chaînes** — 1 plan de base qui cite les références + **3 modifications au maximum** (« Same man, now... »), puis une nouvelle base.
- **Jamais de nom de marque, de magazine ou de studio** dans un prompt : l'IA l'écrit en gros dans l'image.
- **Modération** : certains mots bloquent sans raison (« platform », « train arrives » pour une scène de métro). Reformuler.
- Nommage : `PRENOM-N-slug-v1.mp4` (ex. `KARIM-3-premiere-serie-v1.mp4`).

5 Capturer de VRAIS écrans de l'app

- Un **compte de démonstration rempli** de données crédibles. Jamais la production, jamais les données d'un vrai utilisateur.
- **Jamais** : écran vide, fenêtre de connexion, avertissement, écran de chargement. Chez NoDream, 7 captures sur 7 étaient l'écran « Préparation de ton espace... » : il faut attendre que le chargement **disparaisse**, pas un délai fixe.
- **Écarter les écrans qui contredisent la pub.** Un « 75 kg » sous la phrase « pas pour un chiffre sur la balance » annule la phrase. Un champ vide reste acceptable (la fonction existe) ; un champ rempli met un résultat en avant.
- Vérifier que la capture montre **la version actuelle** de l'app.
- Au montage, un écran d'app reste **immobile** : un zoom lent le fait trembler.

6 Produire les voix

- Synthèse vocale en français (NoDream : **Hedra** ; alternative : ElevenLabs).
- **Une voix différente par persona**, adaptée à l'âge. Tenir la liste des voix déjà prises.
- Coût observé : ~12 crédits Hedra pour une longue, ~7 pour une courte.
- Récupérer le **minutage de chaque mot** : Whisper (gratuit, local) ou les sous-titres automatiques de CapCut. On en tire le début et la fin de chaque phrase.

7 Le montage

La trame de plans NoDream (texte à l'écran entre guillemets) :

PLAN	VERSION LONGUE	VERSION COURTE
1	Clip 1 — « Karim, 38 ans. »	Clip 1 — « Karim, 38 ans. »
2	Clip 2 — l'accroche	Écran app — « Ta mission du jour. »

3	Écran app — « Ta mission du jour. »	Clip 3 — « Il la lance. »
4	Clip 3 — « Il la lance. »	Écran app — « Félicité d'être venu. »
5	Écran app — « Félicité d'être venu. »	Clip 6 — signature
6	Clip 4 — « Trois jours. Puis dix. »	
7	Clip 5 — la bascule	
8	Clip 6 — « NoDream. Pas de rêve. Des résultats. »	

LES DURÉES NE S'INVENTENT PAS

On découpe la voix en autant de groupes de phrases que de plans, de durées à peu près égales, et chaque plan couvre exactement son groupe.

Deux versions de chaque pub :

- **Sous-titrée** (« abcd ») : un texte court sur chaque plan, **et la marque dès le premier plan**. C'est la version réseaux : ~85 % des vidéos Facebook seraient vues sans le son (chiffre d'agences, non vérifié chez Meta), et une marque visible avant la 5^e seconde est mieux mémorisée (étude YouTube / Ipsos).
- **Sobre** (« fidèle ») : texte seulement sur le dernier plan.

Puis chaque version en **9:16** et en **16:9** — 8 fichiers par persona.

CONTRÔLES AVANT DE LIVRER

- Durée finale = durée de la voix. Si un plan dure plus que son clip, l'outil peut **couper en silence** (une pub est sortie à 53,6 s pour une voix de 56,2 s). Parade : deux passages du même clip, ou rallonger le clip.
- Ne jamais couper la voix pour caler sur la vidéo : on rallonge la vidéo.
- Extraire 3 images de la vidéo finale et **les regarder** : texte coupé ? écran vide ? visage qui change ?
- Lire le fichier en entier une fois (un fichier peut sortir corrompu).

8 L'écran de fin

- Fond de la marque, nom, **3 avantages réels** (chacun vérifiable dans le produit ou la page de prix), le prix exact, l'adresse du site.
- Fondu d'entrée court (0,4 s), durée 6 à 12 s.
- NoDream l'a ajouté pour dépasser **60 s**, seuil du programme de rémunération des créateurs TikTok au 02/08/2026. Il concerne les **vidéos publiées normalement**, pas les pubs payantes, et peut avoir changé : **à vérifier**.
- Piège payé : « essai gratuit » affiché à côté d'un prix qui n'en a pas → **retiré**.



L'écran de fin NoDream

9 Les stories fixes 9:16 (images)

Même histoire, en une image. Gabarit :

- Bandeau de marque** en haut, **sous** la zone que l'interface recouvre (~14 % du haut).
- Accroche en capitales**, 3 à 6 mots.
- Titre** sur 2-3 lignes, repris d'un script **déjà contrôlé**.
- Photo** du persona sous un dégradé.
- Tout le texte **au-dessus** des ~20 % du bas.
- Accroches **neutres en genre** quand aucun prénom n'est visible.



Style noir et or



Style clair (couleurs de l'app)

Deux dossiers, jamais mélangés :

- a-televerser/** : l'image nue, **sans** « Sponsorisé » ni bouton dessiné — la plateforme les ajoute. Un faux bouton dans l'image = pub trompeuse.
- maquette/** : l'image dans un faux fil Instagram, **pour présenter uniquement**.

Le bouton se choisit dans le gestionnaire de pubs : « S'inscrire » pour une app qui s'ouvre dans le navigateur, « Installer » seulement pour une fiche de store. Un chiffre lié à la date (« 4 mois d'avance » en septembre) → **la date dans le nom du fichier** (05-avance-sept2026.png), et on régénère le mois suivant.

10 Valider, publier, mesurer

1. Mettre en ligne **en privé** d'abord (ex. YouTube non répertorié) pour relire sur téléphone.
2. Relecture humaine avec la checklist de l'étape 3.
3. **Livrer plusieurs versions**, sans désigner de gagnant à l'avance : c'est la diffusion qui tranche.
4. Mesurer le **taux d'accroche** = vues de 3 s ÷ impressions (repère d'agences : > 30 %, non vérifié à la source), puis le **coût par inscription**.

4 Les pièges déjà payés

Chacun a coûté du temps ou des crédits sur NoDream. Ne les repaie pas.

PIÈGE	CE QUI S'EST PASSÉ	PARADE
Témoignage santé	« Son sommeil aussi. » dans la pub de Marc	Phrase retirée, voix régénérée
Écran qui contredit la voix	« 75 kg » affiché sous « pas pour un chiffre sur la balance »	Remplacé par un écran d'effort
Deux personas identiques	Jessica et Chloé : même texte, prénom changé	Chloé réécrite sur un autre frein
Sujet médical caché	Léa reprend le sport « entre deux tétées » : juste après un accouchement, c'est médical	« Le deuxième avait six mois », âge compatible avec la poussette visible
Plan trop héroïque	Marche triomphale au ralenti	Refait en « pas ordinaire, léger sourire »
Visage qui change	Prompts indépendants pour chaque plan	Images de référence + chaînes de 3 modifications max
Écrans qui tremblent	Zoom lent sur une capture d'interface	Écrans d'app immobiles
Vidéo plus courte que la voix	Coupure silencieuse de l'outil de montage	Vérifier durée du clip ≥ durée du plan
9:16 flou	Recadrage d'un clip 16:9 en 720p	Régénérer en vertical
Faux bouton dans l'image	« Sponsorisé » + « Installer » dessinés dans le PNG	Deux dossiers : à publier / maquette
Offre fausse	« Essai gratuit » sur une formule qui n'en a pas	Lire la vraie grille tarifaire
Chiffre périmé	« 4 mois d'avance » faux dès octobre	Date dans le nom, régénérer
Captures ratées	7 captures sur 7 = écran de chargement	Attendre la disparition du chargement
Texte parasite	Nom de magazine cité dans un prompt → écrit dans l'image	Décrire le style, jamais un nom
Pubs trop longues	48-57 s pour une fenêtre de 15-30 s	Toujours une version courte

5 Ce qui n'est PAS encore prouvé

À lire avant d'investir du temps et du budget.

LA PERFORMANCE

La méthode est éprouvée **en fabrication**. Je n'ai trouvé dans nos dossiers aucune mesure de diffusion payante (taux d'accroche, coût par inscription). Confiance moyenne : le gestionnaire de pubs n'a pas été consulté.

Sous-titrée ou sobre ? Jamais tranché : les deux versions existent pour chaque persona.

9:16 natif ou recadré ? Le natif est plus net mais double les générations. Pas arbitré.

Le visage constant. Sur la pub de Karim (images de couverture), le visage du plan « il la lance » ne ressemble pas tout à fait à celui du plan 1. La méthode des chaînes (étape 4) sert à corriger ça, mais elle n'a été rédigée que pour les reprises de Marc, et son effet n'a pas été mesuré.

LE TEST LE MOINS CHER AVANT DE TOUT PRODUIRE

1 persona en version **courte, sous-titrée, 9:16 + 1 story fixe** du même persona.

Diffuser les deux avec un petit budget sur la même cible, pendant une semaine.

Comparer **taux d'accroche** et **coût par inscription**.

Seulement ensuite : les autres personas et les 8 déclinaisons.

6 Le kit à remplir pour ton projet

6.1 Tableau des personas

#	PRÉNOM, ÂGE	LE FREIN (1 PHRASE)	CE QUE L'APP NE FAIT PAS (VRAI)	ÉCRAN PREUVE	VOIX
1					
2					
3					

6.2 Gabarit de voix off longue

À <âge en lettres> ans, <Prénom> <situation concrète>. <Détail qui rend la situation vraie>.
<Le frein, formulé comme une peur ou une contrainte, jamais comme de la paresse>.
Un soir, <il/elle> tombe sur <Marque>. Pas <ce qu'il/elle redoutait>.
Juste une phrase : <la promesse visible à l'écran>.
<Ce que l'app propose, concrètement>. <Il/Elle> la lance. Le lendemain, <il/elle> recommence.
<Ce que l'app ne lui a jamais demandé / imposé>. <Petite reconnaissance réelle de l'app>.
Trois jours. Puis dix.
<Prénom> n'a pas <le grand changement attendu>. <Il/Elle> a <le petit changement vrai>.
<Marque>. <Signature>. <Appel à l'action>.

6.3 Gabarit de prompt de plan

[<Prénom>] <action simple>, <lieu>, <moment de la journée et lumière>, <émotion sobre>.
<Cadrage : caméra fixe / pas de ralenti / pas de cadrage héroïque>.

6.4 Checklist avant de valider une pub

- ☐ Une accroche forte dans les 3 à 5 premières secondes ?
- ☐ La marque visible avant la 5^e seconde ?
- ☐ Le message compris **sans le son** ?
- ☐ La fin est positive ?
- ☐ Une version 9:16 de 30 s ou moins ?
- ☐ Un appel à l'action clair ?
- ☐ Chaque promesse visible sur un vrai écran ?
- ☐ Zéro effet santé, zéro résultat corporel, zéro faux chiffre ?
- ☐ Prix et offre vérifiés à la date de diffusion ?
- ☐ Personnage non identifiable comme une vraie personne ?

6.5 Rangement des dossiers

```
mon-projet-pubs/  
  _CADRAGE.md          la fiche de la partie 2  
  _PERSONAS.md         scripts longs + courts + contrôle de conformité  
  _PROMPTS-FLOW.md     descriptions des personnages + 6 plans chacun  
ecrans/  
karim-clips/           captures réelles de l'app (compte démo)  
karim-story/           KARIM-1-atelier-v1.mp4 ... KARIM-6-rue-v1.mp4  
  _endcard/            vo_karim_long.mp3, vo_karim_court.mp3, minutages, 8 montages  
  _stories-statiques/  image de fin + versions avec fin  
    a-televerser/      les images à publier  
    maquette/          pour présenter seulement
```

7 Les outils

BESOIN	UTILISÉ POUR NODREAM	VOIE SANS CODE	COÛT
Écrire et contrôler	Claude	Tout assistant IA + la checklist	Abonnement
Personnages et clips	Google Flow	Idem	Crédits de l'abonnement Google AI

Voix	Hedra (voix françaises)	ElevenLabs	~12 crédits / voix longue
Minutage des phrases	Whisper (local)	Sous-titres auto CapCut	0 €
Montage	Skill <code>saas-ad-studio</code> (ffmpeg + storyboard)	CapCut ou DaVinci Resolve	0 €
Écran de fin	Python + Pillow	Canva	0 €
Stories fixes	Page HTML → PNG (Playwright)	Canva ou Figma	0 €

Le skill utilisé : `saas-ad-studio`

Ce que c'est. Un *skill* Claude Code : un dossier avec un mode d'emploi (`SKILL.md`) et des scripts, que Claude charge quand on lui dit « fais une pub pour <app> ». Créé le 01/07/2026 à partir du tutoriel de Duncan Rogoff « Cinematic AI Ads From Any Website » (formation *Learn Claude Code*), en remplaçant l'outil payant Higgsfield par des outils déjà en place.

PAS DE LIEN PUBLIC

Le skill n'est publié nulle part. Il vit sur la machine d'Audrey : `C:\Users\Utilisateur\.claude\skills\saas-ad-studio\`. Pour le transmettre, il faut copier le dossier (voir plus bas).

FICHIER	RÔLE
<code>SKILL.md</code>	Le mode d'emploi que suit Claude : les 5 étapes, le format du storyboard, les coûts
<code>references/ad-best-practices.md</code>	Bonnes pratiques : cadre ABCD (YouTube/Ipsos), émotion (System1, Kantar), formats sociaux, règles françaises, checklist
<code>references/fable-notes.md</code>	Notes de jugement : une pub PROMET, chaque chiffre doit être prouvé ; la pub se juge sans le son
<code>assets/brand_dna.py</code>	Lit le site de la marque : nom, slogan, couleur, image principale
<code>assets/adgen.py</code>	Le moteur : lit <code>storyboard.json</code> et rend la vidéo (clips, captures en cadre d'écran, texte incrusté, zoom lent sur les images)
<code>assets/music_lyria.py</code>	Musique de fond générée par Google Lyria 3 (optionnel)

Ses 5 étapes : 1. lire la marque (`brand_dna.py`) · 2. proposer 3 concepts et en recommander 1 · 3. écrire le storyboard · 4. rendre la vidéo (`adgen.py`) · 5. montrer, corriger, relancer.

Ce que les pubs récit NoDream ont ajouté par-dessus (scripts à part, rangés dans `E:\article\nodream-ads\`) :

- Les plans ne sont **pas** générés par le skill : ce sont des clips Flow et des captures, donnés en `"type": "file"`.
- `adgen.py` sort une vidéo **muette**. La voix off vient de `_make_vo_nouveaux.py` (voix Hedra + minutage Whisper) et `_build_nouveaux.py` (trame de l'étape 7, durées, 8 versions, appel d' `adgen.py` , ajout de la voix).
- `_endcard/build_endcard.py` (écran de fin) et `_stories-statiques/build_stories.py` + `render_png.mjs` (stories fixes).

POUR L'INSTALLER CHEZ QUELQU'UN D'AUTRE

Le kit KIT-PUBS-VIDEO-RECIT fait déjà tout ça (chemins portables, `hedra_client.py` dans `assets/`, `.env.example`, aucune clé) : suivre son `LISEZ-MOI.md`. Les étapes ci-dessous servent seulement si on repart du skill d'origine.

1. Copier le dossier `saas-ad-studio` dans `~/.claude/skills/` sur sa machine.
2. Installer Python + Pillow, FFmpeg.
3. Corriger les chemins écrits pour la machine d'Audrey : `adgen.py` ligne 20 (dossier de `hedra_client.py` — **ce fichier n'est pas dans le skill**, le fournir aussi) ; `music_lyria.py` ligne 16 (chemin du `.env`) ; `adgen.py` ligne 24 (police Segoe UI Black, Windows seulement).
4. Créer **son propre** `.env` avec **ses** clés : `HEDRA_API_KEY` (seulement pour générer des images) et `GEMINI_API_KEY` (seulement pour la musique). **Ne jamais copier le .env d'Audrey**, ni ses identifiants de voix personnels.
5. Pour monter seulement des clips Flow et des captures (comme NoDream), aucune clé n'est nécessaire : `hedra_client.py` doit juste être présent.

Voie « avec Claude Code » : le storyboard

Le montage automatique lit un fichier `storyboard.json` : une liste de plans, chacun avec son fichier (clip ou capture), sa durée, son point d'entrée dans le clip et son texte.

```
{
  "brand": { "name": "MaMarque", "accent": "#E9B949" },
  "aspect_ratio": "9:16",
  "music": null,
  "shots": [
    { "id": 1, "type": "file", "image": "karim-clips/KARIM-1-atelier-v1.mp4",
      "start": 0.3, "duration": 5.2, "text": "MaMarque – Karim, 38 ans." },
    { "id": 2, "type": "file", "image": "ecrans/dashboard.png",
      "motion": "none", "fit": "contain", "duration": 4.8, "text": "Ta mission du jour." }
  ]
}
```

LA CONSIGNE À DONNER

« Lis `_PERSONAS.md`, génère les voix, calcule le minutage, écris le storyboard selon la trame de l'étape 7, monte les 8 versions et montre-moi 3 images de chaque. »
Exige qu'il **regarde** les images extraites avant de dire que c'est fini.