

## Les auteurs réalisateurs de produits multimédias

---

Christine Potier  
Christine Vercken

**D**'après l'OCDE, la très récente industrie du multimédia est issue des industries de l'informatique, du contenu (édition) et des télécommunications pour les produits en ligne. Un produit multimédia, quel qu'en soit le support, est un produit numérique où peuvent cohabiter du texte et du son, de l'image et de la vidéo numériques ou numérisés et qui, généralement, réagit à certaines actions de l'utilisateur : déplacement et clic de la souris, frappe de caractères, utilisation de manettes et bientôt de la parole. Ces produits sont le plus souvent des jeux, des produits culturels ou ludo-éducatifs pour le grand public, des produits de formation utilisés par les entreprises ou les établissements d'enseignement ou des produits commerciaux : sites web d'entreprises ou de commerce en ligne.

Leur conception et leur réalisation nécessitent de nombreuses compétences ; des musiciens, des ingénieurs du son, des graphistes, des professionnels de la vidéo, des informaticiens et aussi des auteurs, des concepteurs et des chefs de projet y participent. Nous essaierons, ici, de cerner ces trois dernières fonctions qui sont nouvelles et spécifiques au multimédia et parfois un peu floues. Quelles sont les compétences mises en jeu pour chacune d'elles ? Dépendent-elles du secteur auquel le produit est destiné : presse, média, établissements culturels, entreprises, publicité ?

Cependant cette industrie, en pleine évolution, sort tout juste du stade artisanal et n'est pas encore bien structurée ; il faut donc s'attendre à une évolution de ces métiers dans les années à venir mais il semble que le travail en équipe est et restera nécessaire pour la réalisation d'un produit multimédia et que l'aptitude à ce type de travail est essentielle pour tous les métiers du multimédia.

### **De l'idée à la réalisation : la chaîne de production d'un produit multimédia**

Les phases de conception et de réalisation sont différentes pour les produits off line, cédéroms, DVD, cartouches de jeu, et pour les sites web (on line), qui par essence sont évolutifs ; mais les fonctions d'auteur, concepteur et chef de projet sont sensiblement les mêmes dans les deux cas.

Au début est l'idée : idée d'auteur qui doit faire preuve de persuasion pour convaincre un éditeur, idée d'éditeur qui doit faire appel aux compétences internes ou externes pour la mise en œuvre. Vient ensuite la conception qui se traduit, généralement, par un cahier des charges (spécifications fonctionnelles) et une maquette du produit. Cette étape demande de la créativité et de la rigueur car le cahier des charges décrit le produit et la réalisation est basée sur lui. Le chef de projet établit un budget, un planning réunit une équipe et coordonne toutes les compétences pendant la réalisation en veillant au respect du budget et du planning. Un produit off line est alors édité et distribué tandis qu'un produit on line est ouvert à la consultation et peut, éventuellement, être rentabilisé par la présence de publicité.

### **Des compétences suivant les fonctions**

La notion d'auteur multimédia est encore controversée : Sesam, société créée en 1996, à l'initiative de la Sacem, reconnaît chacun des auteurs indépendamment les uns des autres et propose de les rémunérer à la durée de leur création, tandis que de nombreux professionnels du multimédia pensent qu'une œuvre, à quelques exceptions près comme *Immemory* de Chris Marker, est avant tout collective. La société civile Grace (Groupement des artistes et créateurs d'environnements) soutient ce dernier point de vue en affirmant que le multimédia n'est pas uniquement un moyen de diffusion mais aussi un cadre de création en lui-même. Par exemple, la bande dessinée *Brouillard au pont de Tolbiac* de Léo Malet et Tardi n'est pas la juxtaposition du roman de Léo Malet et des planches de Tardi mais une œuvre originale issue d'un travail collaboratif des deux

auteurs. Il en est de même pour beaucoup de produits multimédias : ce sont des œuvres collectives conçues et réalisées sous la direction d'un ou plusieurs auteurs.

Le terme auteur peut aussi bien être appliqué aux créateurs de contenus visuels, sonores ou textuels qu'à la personne qui est le concepteur de l'interactivité, forme nouvelle d'écriture. Suivant le produit et selon son implication et son degré de créativité dans le projet, une personne peut être auteur, auteur-concepteur, concepteur-chef de projet.

Les auteurs doivent être imaginatifs, créatifs et savoir travailler en équipe : dialoguer, suggérer et critiquer. Les concepteurs doivent aussi être créatifs et très rigoureux car ils sont responsables du cahier des charges. Ils doivent avoir une grande culture générale ainsi qu'une bonne culture technique qui leur permet de voir ce qui est techniquement réalisable : notions de programmation, connaissance des logiciels auteurs et capacité à suivre leur évolution, connaissances sur les réseaux (débits, protocoles). Le chef de projet doit avoir les capacités de coordonner et de fédérer les compétences, de établir un budget. Il doit aussi avoir des connaissances juridiques pour régler les problèmes de droit d'auteur.

### **Compétences suivant le positionnement de l'entreprise dans les NTIC**

Il est nécessaire à ce niveau de faire une distinction entre deux (ou trois ?) types d'entreprises ou de secteurs économiques.

Les sociétés pour lesquelles les produits multimédias sont au cœur de l'entreprise sont par exemple les entreprises de production de jeux vidéo, les start-up de la net-économie qui n'ont d'existence que par l'internet (entreprises de commerce électronique, entreprises dédiées à la création de contenu sur l'internet ou de services en ligne, etc.).

Des entreprises plus classiques ont pris le virage de l'internet et utilisent le multimédia comme un produit dérivé ou une plus-value, une vitrine de leurs services ou de leurs produits déjà existants. On trouve les services de presse (*Le Monde, Libération, Télérama, Le Parisien*, etc.), les chaînes de télévision, les banques, les entreprises de publicité, les établissements culturels, etc.

A l'extrémité de cette catégorie, ce qui peut constituer une troisième catégorie, on peut inclure les entreprises qui souhaitent se faire un *lifting web* afin d'offrir une image plus jeune, et qui se contentent d'avoir un site

d'information pour l'extérieur et un intranet pour leur communication interne et leur système d'information.

Il est important de distinguer ces entreprises car le type et l'ambiance de travail sont assez différentes. De plus, des compétences particulières peuvent être nécessaires même si les compétences et qualités de base restent les mêmes.

Editeur de jeu Start-up de la net-économie	Entreprise qui a pris le virage de l'internet	Entreprise qui dispose d'un site ou d'un intranet
Forte créativité	Créativité	Peu de créativité

Tableau 1. Classification des entreprises en fonction de la part de créativité dans le travail

La notion de créativité est un facteur essentiel chez les éditeurs de jeux et devient quasiment inexistante quand il s'agit de maintenir le site intranet d'une banque en étant employé de cette même banque. Il y a moins de réactivité, plus de lenteur dans les décisions car généralement la taille des entreprises et donc le poids de la hiérarchie augmentent.

Dans la première catégorie d'entreprises, la culture d'entreprise est celle des jeux vidéo ou de l'internet. On trouve dans ces sociétés des auteurs ou chefs de projet qui sont généralement assez jeunes, la « génération Nintendo », des personnes nées un joystick dans la main. Ce sont principalement des hommes. Les jeunes que nous retrouvons dans ces entreprises ont pour la plupart suivi une formation complémentaire sur les outils auteurs pour le développement multimédia, l'écriture interactive, la gestion de projet, le marketing et le droit du multimédia, etc., afin de parfaire leur formation. Ils ont été retenus par l'entreprise pour leurs connaissances mais aussi pour leur passion des jeux vidéo et de l'internet. Ce qui les attire dans ces entreprises, c'est le côté ludique du travail, une sorte de prolongement de leurs loisirs que les start-up contribuent à entretenir, l'absence de routine et de hiérarchie, une grande réactivité, le côté pionnier et l'excitation d'être là où ça se passe.

Dans la deuxième catégorie, la culture d'entreprise et le savoir-faire sont prépondérants. On trouve des chefs de projet pour lesquels la partie créative est plus ou moins importante. Ce qui est primordial dans ce cas, c'est la double compétence, c'est-à-dire la maîtrise d'une fonction acquise préalablement, à laquelle s'ajoutent les connaissances nécessaires au développement de contenus multimédias. Ce sont des personnes ayant

choisi de ne pas passer à côté du grand mouvement des NTIC. Il s'agit plutôt d'une réorientation que d'un nouveau métier, avec ou sans un changement de secteur économique.

### **Quelques exemples de métiers du multimédia**

#### *Des métiers très créatifs : imagination et qualités artistiques*

Il s'agit de métiers d'auteur ou plus exactement d'auteur-réalisateur car il ne suffit pas d'avoir l'idée, il faut aussi participer à la mise en œuvre, comme dans l'industrie cinématographique.

Auteur chez un éditeur de jeux vidéo (Indexplus), il a intégré cette société avec un projet de scénario de jeu vidéo, une bande dessinée interactive. Il avait besoin d'un « producteur » pour mener à bien son projet. On attend de lui de nouvelles idées de jeu, des innovations en matière de scénario. Il est en fait auteur-concepteur car il participe à la réalisation des cédéroms avec une équipe pluridisciplinaire. C'est un salarié de l'entreprise, ce qui peut sembler un peu paradoxal pour un auteur.

« Auteur à façon » en free-lance, elle travaille actuellement pour la Cité des Sciences. Elle a des commandes en relation avec les expositions permanentes ou temporaires. Elle réalise des magazines en ligne et des sites ou programmes destinés aux visiteurs. Par exemple, elle a réalisé un produit interactif sur la lecture consultable lors de la visite de l'exposition *Désir d'apprendre*. Ce site, réalisé en Flash, devait être à la fois simple d'emploi, pédagogique, ludique et esthétique. Elle a aussi réalisé un très beau site *Cuba-Baila* permettant d'apprendre à danser la rumba. Ce site, qui donnait aussi des informations sur Cuba, sur les exposés et événements se déroulant sur place, a été ouvert pour une exposition qui a eu lieu à Bordeaux. On attend d'elle des innovations artistiques créées avec des techniques de créativité d'avant-garde.

#### *Des spécialistes du contenu : la qualité de l'information et des messages*

Voici maintenant des exemples de personnes ayant des compétences rédactionnelles classiques acquises au cours d'études littéraires ou de journalisme et qui utilisent ces compétences dans un autre mode d'écriture.

Une ancienne journaliste de TF1 occupe maintenant le poste de directeur éditorial du site *alafolie.com*, site à la fois commercial et éditorial consacré à l'organisation de mariages pour des personnes voulant sortir des sentiers battus. Le contenu éditorial d'un site web nécessite un style d'écriture

interactive particulier : peu de texte, des phrases courtes, des mots précis accompagnés d'images et de sons. Offrir des services en ligne non commerciaux, forum, *chats*, votes, possibilité de mise en ligne de pages personnels des futurs mariés, etc. Il lui a fallu acquérir une nouvelle forme d'écriture, la scénarisation de document multimédia, la connaissance des outils et une culture multimédia qui lui ont donné une plus grande confiance en elle et qui lui permettent de dialoguer avec tous les acteurs du domaine. Elle travaille en relation avec des journalistes qui vont sur le terrain à la recherche de lieux magiques pour la réception, pour le voyage de noces...

Architectes de site dans une agence web qui n'est pas seulement une agence de communication mais qui offre des solutions globales d'accompagnement à la création de start-up, ils ont la responsabilité du contenu des solutions : scénarisation (maquette fonctionnelle), organisation du contenu, rédaction, ergonomie et intelligence de navigation. Ils ont également une fonction de chef de projet, coordinateurs permanents des équipes de design et d'intégration technique. Les compétences nécessaires sont une bonne culture générale, des notions de base de données et une bonne connaissance des outils, même si finalement ils n'utilisent que PowerPoint pour faire des présentations de maquette.

Deux anciens de la communication, ils sont directeur de la création et directeur éditorial chez Grey Interactive. Ils travaillent sur la publicité on line après avoir travaillé dans l'audiovisuel pour l'un et dans la communication pour l'autre. La publicité on line ne comprend pas uniquement la conception et la réalisation des bandeaux sur lesquels on peut cliquer, mais aussi des créations de sites complets, des programmes de personnalisation, profiling. D'après eux, les qualités nécessaires sont être jeune, à l'écoute des clients, suggérer, s'adapter, être souple : « Pour chaque nouveau projet, on commence incompetent. »

### *Des métiers à leur double compétence*

Soit ils ont précédemment exercé une activité de chef de projet dans un autre secteur économique et sont maintenant des chefs de projet, ce qui sous-entend qu'ils ont les compétences classiques de chef de projet : dialogue, animation d'une équipe, etc. mais avec chacun une spécificité. La terminologie de ce métier est encore assez floue comme dans tout secteur en pleine expansion. Soit ils développent des contenus dans leur sphère de compétences.

Une ancienne architecte, chef de projet dans un cabinet, est maintenant responsable de l'édition des produits vidéo et multimédias pour Arte. Il s'agit de concevoir les produits dérivés des émissions, voir quel est leur support le mieux adapté : livre, cassette, cédérom, DVD, DVD-rom. Son activité principale est la conduite et le montage de projet, le respect des délais et des coûts, la gestion des droits. Les compétences requises sont outre les compétences classiques d'un chef de projet, des connaissances dans les différentes technologies et interactivités possibles afin de faire le bon choix de support.

Une ancienne responsable marketing, chef de projet ayant une formation commerciale, qui, après avoir travaillé sur des produits éditoriaux on line et off line destinés à des juristes, est devenue directeur marketing et ventes à l'Institut national de l'audiovisuel. Elle travaille en relation avec le responsable des produits qui dirige une équipe d'ingénieurs et elle s'intéresse plus particulièrement à l'aspect interface et ergonomie des produits. La connaissance des outils de développement lui permet de dialoguer plus facilement avec les ingénieurs.

Une ancienne chef de projet informatique, qui a occupé un poste de chef de projet informatique pendant huit ans dans le secteur bancaire après des études d'ingénieur, travaille maintenant chez Gallimard Multimédia comme responsable technique de site web ; c'est un métier intermédiaire entre auteur et chef de projet qui demande bien sûr des compétences techniques, un travail sur le son et sur l'image, d'être au fait des outils de développement mais aussi d'avoir des méthodes d'organisation pour la gestion de projet et des qualités de relations humaines car l'aspect psychologique est fondamental dans l'encadrement d'une équipe.

Après des études d'ingénieur, elle travaille chez Montparnasse multimédia pour développer un cédérom basé sur fait la série des expériences *Les petits débrouillards*. Albin Michel Jeunesse a édité une encyclopédie de cinq cents expériences faciles à réaliser pour faire découvrir la science aux enfants tout en s'amusant. Comment transformer ces expériences sur fiches en expériences multimédias ? Il fallait donc trouver une idée d'animation sur le cédérom, une sorte d'atelier en multimédia, qui simule ces expériences, qui soit ludo-éducative et exacte scientifiquement. C'est donc en particulier pour ses connaissances scientifiques que cette personne a été recrutée pour participer à la conception et à la réalisation de ces titres.

Un ancien cadre bancaire, après avoir travaillé pendant plusieurs années pour une grande banque, a souhaité faire évoluer son poste et utiliser ses compétences pour développer un site destiné aux clients de la banque. Son

employeur lui a offert une formation pour acquérir en particulier les techniques de développement de contenu et d'écriture interactive. Il était plus judicieux pour l'employeur de permettre cette évolution plutôt que de recruter un spécialiste du contenu multimédia car ce poste de webmaster nécessite une bonne compréhension des problèmes spécifiques des clients de ce secteur.

### ***Un pur chef de projet***

Chef de projet chez Infograme, il reçoit des propositions de jeux vidéo, évalue le projet et se charge de la réalisation en tant que chef de projet, donne son avis sur l'esthétique. Il doit choisir les compétences là où elles se trouvent, doit faire preuve de rigueur d'encadrement. S'il n'utilise que le traitement de texte et un tableur comme outil informatique, il doit cependant se tenir au courant des différents logiciels et dernières possibilités en matière de développement, des expériences et des compétences nouvelles qui émergent et qui se développent.

### **Conclusion**

L'industrie de haute technologie présuppose l'utilisation d'une main-d'œuvre de haut niveau. Les entreprises du multimédia demandent aux auteurs certaines qualités et compétences qui sont généralement exclues par les autres entreprises.

Si elles cherchent des auteurs, elles incitent les employés à créer des innovations artistiques par des techniques de créativité d'avant-garde. Elles demandent donc des qualités artistiques mais aussi des connaissances en informatique. Si la production multimédia doit leur servir à faire passer un message, elles chercheront des professionnels spécialisés dans les domaines rattachés au type de contenu : scientifiques, financiers, etc. d'où l'intérêt de la double compétence.

Dans tous les cas, ceci sous-entend une formation de haut niveau, comprenant une excellente culture générale et une bonne culture technique. De plus, il faut être capable de suivre l'évolution très rapide des technologies et de s'adapter le plus vite possible, aimer bouger et entreprendre de nouveaux défis, pour suivre une industrie en continuelle mutation. C'est un domaine où l'on travaille plus par passion que par raison !



### **Bibliographie**

Forum de *Libération* : « Les auteurs perdus dans la cyberindustrie », propos recueillis par Annick Rivoire

[www.liberation.com/multi/cahier/articles/sem99.09/cah990226i.html](http://www.liberation.com/multi/cahier/articles/sem99.09/cah990226i.html)

Forum de *Libération* : « Mais où sont passés les artistes ? » propos recueillis par Nidam Abdi

[www.liberation.com/multi/cahier/articles/sem98.49/cah981127j.html](http://www.liberation.com/multi/cahier/articles/sem98.49/cah981127j.html)

