

CHEF DE PROJET MULTIMEDIA

- **Synonyme(s)** : chef de projet fonctionnel / chef de projet web
- **Métier(s) associé(s)** : directeur(trice) d'une agence de communication / producteur(trice)
- **Famille(s) ROME** : Systèmes d'information et de télécommunication
- **Discipline(s)** : multimédia
- **Centre(s) d'intérêt** : coordonner l'activité d'une équipe / programmer, créer du contenu numérique
- **Fonction(s)** : fonction études développement informatique
- **GFE** : GFE techniques de la communication média / chef de projet multimédia
- **Secteur(s) d'activités** : secteur édition - presse / secteur de la publicité / secteur sociétés de service et de conseil en informatique
- **Statut(s)** : indépendant / salarié

Accroche

Le chef de projet multimédia coordonne l'ensemble de la production d'un projet multimédia. Son objectif : proposer au client un produit de qualité, dans les délais impartis et respectant le budget défini au préalable.

Synthèse

Sites Internet, jeux vidéo, CD-ROM... le chef de projet multimédia analyse les besoins d'un client et supervise la production de ces produits. Pour cela, il anime une équipe d'auteurs, de scénaristes, de rédacteurs, de réalisateurs vidéo, d'ingénieurs du son, de chargés de production, d'infographistes, de développeurs multimédia, de webdesigners. Salarié ou indépendant, il possède plusieurs années d'expérience dans le multimédia ainsi que des compétences affirmées en gestion de projet.

Nature du travail

Analyser des besoins

Le chef de projet multimédia commence par analyser les besoins d'un client. Il le conseille, et consigne ses attentes et ses contraintes dans un cahier des charges qui définit la nature du projet demandé, la cible, le budget, l'échéance de réalisation, la charte graphique, etc. Puis le chef de projet évalue les compétences et les besoins nécessaires à la réalisation du projet et estime avec précision la répartition du budget et le temps de travail demandé pour chaque étape (conception, production, tests).

Conduire un projet

Une fois définis le cahier des charges, les moyens humains, techniques et financiers nécessaires et le planning, le chef de projet constitue une équipe. Rédacteur, graphiste, scénariste, webdesigner, développeur, réalisateur vidéo... autant de professionnels du multimédia dont il devra coordonner et superviser le travail. Véritable homme-orchestre, il connaît bien ces différents corps de métier, ce qui lui permet de dialoguer avec les prestataires et de veiller à la qualité de la réalisation technique. En cas de problème, il intervient rapidement et propose des ajustements ou des modifications au client. Enfin, il effectue une veille technique et étudie la concurrence afin de se tenir au courant des nouveautés et des tendances du moment.

Conditions de travail

Salarié...

Le chef de projet multimédia peut être salarié d'une agence de conception de produits multimédias ou de sites Internet (agence " digitale "), d'une agence de communication ou de pub, d'une ESN (entreprise de services du numérique), d'un éditeur de jeux, d'un producteur d'images 3D et d'effets spéciaux, ou au sein des départements dédiés au multimédia dans les entreprises (cabinets de consultants, banques, organismes de formation, grande distribution, médias, assurances, constructeurs automobiles).

... ou indépendant

Mais le chef de projet peut également se mettre à son compte en free lance, en créant sa propre entreprise ou en exerçant ses talents en tant que consultant. Il devra alors prospecter de lui-même ses clients et gérer des tâches administratives et de gestion. Il pourra aussi être amené à gérer simultanément les projets de plusieurs clients.

De la création à la gestion de projet

Selon la structure dans laquelle il exerce, le chef de projet multimédia est plus ou moins polyvalent. Dans les petites structures ou quand il est indépendant, il aura parfois de la conception à faire en plus de la gestion de projet. Dans tous les cas, le rythme est intense et les horaires variables : la priorité étant en effet que le projet soit présenté au client dans les délais.

Vie professionnelle

Des profils spécialisés

Le secteur du multimédia, encore jeune, comprend de nombreux métiers aux frontières parfois floues : un webmaster peut ainsi être également infographiste, voire chef de projet web. On constate cependant que ces métiers s'affinent et se spécialisent. Un phénomène qui s'explique par le développement de formations spécifiques : le chef de projet multimédia est ainsi de plus en plus formé aux réalités du métier.

Un poste à responsabilités

Le poste de chef de projet multimédia est peu accessible aux débutants. Il requiert en effet une expérience de plusieurs années dans le multimédia, en tant que concepteur multimédia par exemple, ainsi qu'une expertise confirmée dans la gestion de projet, acquise sur le terrain. En outre, un chef de projet débute souvent en tant que junior avant de devenir chef de projet multimédia senior.

Un secteur porteur

En quelques années, le multimédia s'est imposé dans tous les secteurs d'activité et jusque dans la sphère privée. Toutes les entreprises ou presque ont leur site Internet ou leur support multimédia, à l'image des journaux qui proposent désormais leurs articles en ligne. Devenu incontournable, le multimédia constitue donc un secteur professionnel très porteur d'emplois.

Rémunération

Salaire du débutant

À partir de 2575 euros brut par mois.

Source : Convention collective nationale des bureaux d'études techniques, des cabinets d'ingénieurs-conseils et des sociétés de conseil (dont métiers de l'Internet).

Compétences

Pro du multimédia

Le chef de projet multimédia est un expert dans le domaine du multimédia : il connaît tous les métiers que le secteur regroupe, maîtrise toutes les technologies du multimédia, les techniques de production, les ressources nécessaires, les coûts et les délais de production. Il connaît les outils du multimédia comme les logiciels de conception graphique, de montage vidéo ou les langages informatiques. Il est également créatif et capable de proposer des concepts esthétiques, adaptés et innovants. Une bonne connaissance de l'anglais est un atout supplémentaire.

Leadership et sens de la pédagogie

Le repérage des compétences nécessaires et la planification du temps et de l'argent requièrent de solides qualités en matière d'évaluation des besoins, de communication, de gestion de projet et d'encadrement. Le chef de projet multimédia doit donc savoir animer une équipe et faire preuve d'autorité. Il est également à l'écoute de son équipe et de ses clients, et doit parfois user de diplomatie et de pédagogie pour que le client adhère à sa proposition.

Rigueur et ténacité

Il doit être extrêmement rigoureux, méthodique et persévérant. En cas de problème ou de réajustement du cahier des charges, il doit être capable de trouver rapidement les solutions de rechange adéquates.

Sources et ressources

Publications Onisep

Les métiers d'Internet, Parcours, 2012, Onisep

Adresses utiles

Institut national de l'audiovisuel, INA, 4 avenue de l'Europe, 94366, Bry-sur-Marne, 01 49 83 20 00, www.ina.fr

Syntec Numérique (chambre syndicale des ESN et des éditeurs de logiciels), 3 rue Léon Bonnat, 75016, Paris, 01 44 30 49 70, www.syntec-informatique.fr

Agence française pour le jeu vidéo, AFJV, 49 rue de Boulainvilliers, 75016, Paris, www.afjv.com

Témoignages

Pascal, chef de projet web pour la division grand public de Sony

" Une semaine type ? Ça n'existe pas ! "

Tournage de film pour les réseaux sociaux, réunions avec les agences, les équipes marketing... je me déplace souvent en Angleterre et en Belgique pour rencontrer mes homologues européens, partager nos objectifs et résultats. Mon rôle principal est le pilotage de projet. Je suis constamment à la recherche de concepts et d'une exécution parfaite auprès des agences afin de soutenir les besoins du marketing et des ventes.

J'ai démarré comme assistant marketing audience chez Microsoft, puis je suis entré chez Sony comme assistant chef de produit, avant d'être nommé chef de projet web. La gestion de la relation client est primordiale dans mon activité. Je mets en place des campagnes à forte visibilité sur les réseaux, forums et communautés du Web. Je dois être à l'écoute du consommateur en accompagnant son expérience avec la marque. Une grande rigueur est nécessaire. Faire l'ascenseur entre l'opérationnel et le stratégique fait partie de mon travail.

WEBMESTRE

- **Synonyme(s)** : administrateur(trice) de site / webmaster
- **Famille(s) ROME** : Systèmes d'information et de télécommunication
- **Discipline(s)** : études développement informatiques / réseau informatique / conception de produit multimédia / internet
- **Centre(s) d'intérêt** : informer, communiquer / programmer, créer du contenu numérique
- **GFE** : GFE techniques de la communication média / webmestre
- **Secteur(s) d'activités** : secteur édition - presse / secteur de la publicité / secteur sociétés de service et de conseil en informatique
- **Statut(s)** : salarié

Accroche

À la fois technicien, graphiste et rédacteur, le webmestre est responsable de la vie d'un site, du développement à l'animation, en passant par la mise en ligne et la veille technologique. Un métier à géométrie variable nécessitant d'avoir plusieurs cordes à son arc.

Synthèse

Responsable d'un site Internet, le webmestre y ajoute du contenu (textes, images, sons...), résout les problèmes techniques et joue un rôle d'interface entre les différents intervenants (graphistes, rédacteurs...). Selon le type et la taille de l'entreprise, le métier diffère fortement. Certains webmestres s'occupent de la totalité d'un site, de la conception à la maintenance ; d'autres se spécialisent dans les aspects techniques ou rédactionnels.

Nature du travail

Avant la mise en ligne

L'activité du webmestre dépend de l'entreprise pour laquelle il travaille. Il peut intervenir dès la conception du site Internet : il l'alimente alors en contenus (publication d'articles, création de fiches produit...) et vérifie sa compatibilité avec les principaux navigateurs. Il signale les problèmes techniques rencontrés et traque les bugs d'affichage. Lorsque tous les problèmes sont résolus, le site peut être mis en ligne.

Alimenter un site

Pour attirer les visiteurs, le webmestre ajoute du contenu (textes, sons, images, vidéos...) et réalise des mises à jour quotidiennement. Il peut aussi améliorer le référencement (positionnement du site dans les résultats des moteurs de recherche). En cas de problème grave, il peut solliciter les développeurs, ou restaurer le site à partir des sauvegardes qu'il effectue régulièrement. Il assure aussi la veille technologique vis-à-vis des sites concurrents.

Un rôle d'interface

En tant que responsable du site Internet et/ou intranet, il joue un rôle d'interface. Il s'assure que les rédacteurs respectent la charte éditoriale et peut leur proposer certaines corrections en vue d'optimiser le référencement. Il est en contact avec les développeurs et les webdesigners pour faire évoluer le site...

Conditions de travail

Disponibilité

Le webmestre passe presque toute la journée devant son écran. En général, les horaires sont réguliers mais, pour certains sites qui doivent être constamment mis à jour, il doit faire preuve d'une grande disponibilité. Les webmestres exercent parfois leur activité en télétravail, le plus souvent sous le statut d'auto-entrepreneur.

Plusieurs projets de front

Les sites à forte audience peuvent être gérés par plusieurs administrateurs : chaque webmestre ne prend alors en charge qu'une partie du site. Chez un prestataire de services informatiques et Internet ou dans une agence web, il travaille sur plusieurs projets à la fois. Il peut aussi être associé à des missions ponctuelles. Ainsi, son travail prend fin immédiatement après la mise en place d'un site.

Polyvalence

Le webmestre est avant tout un chef d'équipe expérimenté, mais le métier diffère parfois fortement selon le type et la taille de l'entreprise. Le webmestre peut ainsi assurer les missions de l'intégrateur HTML, du concepteur de contenus multimédias, du chargé de communication, de l'éditorialiste, de l'animateur de communautés web... Les aspects commerciaux et marketing peuvent aussi relever de sa responsabilité.

Vie professionnelle

Un marché sans limites

Les nombreuses entreprises disposant d'un site Internet n'ont pas forcément besoin de faire appel à des professionnels du Web. De plus, nombreux sont les sites "bricolés" et les portails "vitrines" actualisés plus ou moins régulièrement. Le webmestre devient pourtant rapidement indispensable pour une entreprise qui se tourne vers l'Internet. La Toile ouvre des perspectives économiques importantes. En effet, des milliers d'entreprises (principalement les PME) n'ont pas encore de site...

Expérience recommandée

Agences de communication, agences web et fournisseurs d'accès recrutent des candidats qui possèdent une première expérience (de 1 à 5 ans) ou qui ont déjà effectué de nombreux stages (de longue durée).

Prendre du galon

Parce que le webmaster peut être amené à aborder toute la gamme des métiers d'Internet, ses possibilités d'évolution sont nombreuses. Un webmaster qui possède des qualités rédactionnelles pourra évoluer vers un poste de rédacteur en chef, tandis qu'un webmaster qui aura su développer ses compétences techniques, se dirigera plus naturellement vers un poste de chef de projet ou de directeur technique.

Rémunération

Salaire du débutant

À partir de 2000 euros brut par mois.

Source : Apec, 2013.

Compétences

Informaticien, mais pas seulement

Le webmestre est un informaticien doté de solides compétences en graphisme et en rédaction, et qui connaît parfaitement la culture et la stratégie de son entreprise. Il possède un bon niveau d'anglais et des compétences techniques. Il maîtrise les langages de programmation du Web (XML, Java, Flash, HTML...) et s'informe régulièrement de l'évolution des outils d'Internet. Créatif, rigoureux, autonome, il sait aussi se montrer polyvalent.

Le goût du contact

Le webmestre sait animer une équipe et communiquer. D'abord en interne, puisqu'il centralise des informations issues de différents services. Mais aussi à l'extérieur, puisqu'il s'enquiert, en permanence, des réactions des internautes qui visitent le site pour l'ajuster au mieux.

Disponible et efficace

Pour respecter les délais et réagir au plus près de l'actualité, ses horaires sont étendus, parfois décalés. En cas d'imprévu, il doit se montrer disponible et efficace... très rapidement !

Sources et ressources

Publications Onisep

Les métiers d'Internet, Parcours, 2012, Onisep

Témoignages

Sylvain, webmestre

Un métier à multiples facettes

Il m'est difficile de donner une définition simple du métier de webmestre, car son activité est variée. Pour ma part, je m'occupe principalement de la création de sites Internet (dont je définis les spécifications avec le chef de projet) et de la mise à jour des contenus. Les clients me demandent aussi d'adapter leur site à la stratégie commerciale de leur entreprise. La création d'un portail Internet peut demander plusieurs mois de travail. Je me souviens, par exemple, du lancement d'un site de commerce en ligne où l'ajout des contenus n'a pas été une mince affaire. Nous avons mis en ligne plusieurs centaines de photos, textes et détails techniques d'articles. Nous avons aussi fait appel aux services d'un rédacteur. Eh bien entre la phase de création et la correction des derniers bugs, une année s'était écoulée !