



## Fiche métier : Chargé de production vidéo

*Producteur audiovisuel et rich média, Producteur web TV/web-télé, Chef de projet web TV et rich média, Producteur de contenus rich média et web TV, Producteur de contenus audiovisuels pour le web, Chargé de production internet*

Le chargé de production vidéo et rich média assure la gestion et l'animation de projets audiovisuels destinés à être diffusés sur Internet : vidéos, web-TV et rich média (vidéo-chats, webcasts, vidéo-mails, vidéos 3D...). Il recueille les besoins du client, rassemble les moyens techniques, humains et financiers nécessaires et assure le suivi du projet, depuis la conception de l'oeuvre jusqu'à sa diffusion. Il est l'interface entre les différents métiers intervenant dans la chaîne de production.

### Présentation

Professionnel de l'audiovisuel et du multimédia, le chargé de production vidéo a la responsabilité d'évaluer, réunir, organiser et coordonner les moyens techniques, humains et financiers pour garantir la réalisation et la diffusion d'une oeuvre audiovisuelle adaptée aux technologies et aux usages du Web : spot publicitaire viral, film institutionnel, bande-annonce, interview, fiche produit, témoignage client/expert, formation, tutoriel, etc.

Il peut également encadrer la production de webTV (ou web-télé), c'est-à-dire de sites web proposant la diffusion de programmes originellement destinés à la diffusion TV ou de programmes uniquement destinés à une diffusion sur Internet. Les programmes sont classés par thème et diffusés à la demande et/ou en direct.

Le développement de l'Internet crée de nouveaux modes de consommation des oeuvres audiovisuelles auxquels le chargé de production doit s'adapter. Il est notamment de plus en plus amené à produire des oeuvres audiovisuelles incluant des rich média, c'est-à-dire des médias enrichis de contenus interactifs synchronisant vidéo, texte et son (vidéo-chats, webcasts, vidéo-mails, vidéos 3D...).

Il assure le suivi du projet, depuis la conception de l'oeuvre jusqu'à sa diffusion et coordonne les différents métiers intervenant dans la chaîne de production. À ce titre, le chargé de production vidéo doit avoir des connaissances étendues pour s'adapter au langage professionnel des techniciens, des juristes, des comptables, des journalistes ou encore des comédiens.

### Missions

Le chargé de production vidéo recueille les besoins d'un client pour les formaliser avec une équipe technique.

Il gère l'infrastructure financière d'une production, ce qui l'amène à : effectuer l'évaluation financière du projet (pièce, livret, scénario), définir l'enveloppe budgétaire, la valider avec le client, dresser et respecter le budget par grands postes, rédiger et négocier les contrats, procéder aux sorties de trésorerie, établir le bilan financier.

Il assure la mise en oeuvre et le suivi des moyens matériels et humains d'un tournage, d'une représentation ou d'un enregistrement, en respectant le cadre budgétaire prévu.

De façon complémentaire, il participe à la mise en oeuvre de la stratégie de diffusion de l'oeuvre sur internet. Dans ce cadre, il peut être amené à proposer des services d'hébergement et de référencement.



## Domaines et périmètre d'intervention

Sous l'autorité du producteur, le chargé de production travaille en équipe, en étroite collaboration avec des interlocuteurs divers : chargé de communication web, webmarketeur de l'entreprise commanditaire, chef de projet technique Web, chef de projet fonctionnel web, développeur web, intégrateur, webdesigner, infographiste, référenceurs, réalisateur, monteur, décorateur, artistes-interprètes, financeurs...

Les projets qu'il mène ont pour principales finalités : accroître l'audience d'un site ou d'une campagne publicitaire, diffuser un événement, un spectacle en direct, concevoir des vidéos de formation, des tutoriels etc.

Le métier s'exerce en bureau (à l'agence de communication ou chez le client) et sur les lieux d'enregistrement (studio, entreprise, extérieur).

Le chargé de production vidéo travaille dans des structures privées (sociétés de production ou de post-production privées, agences de communication, chaîne de télévision ou diffuseur de programme, festivals, entreprises culturelles, etc.), ou des administrations publiques qu'elles soient commanditaires de projets ou elles-mêmes productrices dans le domaine de l'audiovisuel, du multimédia ou de l'organisation d'événements.

## Activités et tâches

### Activités 1

#### Créer et développer un projet audiovisuel/ rich média

### Tâches

Identifier et recenser les besoins du demandeur par rapport aux :

- Messages à faire passer
- Cibles
- Exigences techniques (graphisme, animations, durée)
- Contraintes juridiques et financières

Établir les documents de gestion :

- Devis
- Contrat

Mettre en oeuvre l'atelier d'écriture de projet

### Activités 2

#### Gérer la pré-production

### Tâches

Valider un devis définitif

Verrouiller le calendrier

Recruter puis encadrer les artistes, les collaborateurs technico-artistiques, les techniciens et ouvriers

Rechercher des moyens nécessaires à la réalisation (lieux, matériels)

### Activités 3

#### Superviser la réalisation

### Tâches

Déterminer les modalités d'actions des acteurs du projet :



- Fréquence des rencontres
- Principes de relances lors de retards (exemple : éléments à fournir par l'entreprise)

Créer des alertes :

- Notification de mise à jour de versions intermédiaires
- Programmation d'échéance

Définir les moyens de communication :

- Réunions de travail
- Espace de travail

#### Activités 4

#### **Livrer le projet finalisé**

#### Tâches

Valider le projet en fonction du cahier des charges :

- Réunion de l'équipe projet (réalisateur + entreprise) pour la visualisation
- Ajustements si nécessaire

Livrer la version finale :

- Copie du projet sur les médias demandés

Assurer le service après-vente :

- Conserver les rushes et les fichiers de montage pour toute demande ultérieure (fourniture de copie, nouveau montage)

#### Activités 5

#### **Faire de la veille**

#### Tâches

#### Activités 6

#### Tâches

## Compétences

#### Savoirs

Connaissance technico-artistiques :

- Langage de l'image et du son, éléments de syntaxe audiovisuelle et d'écriture scénaristique (repères),
- Genres audiovisuels,
  - Traitement technico-artistique du scénario ou du synopsis : lecture, dépouillement,



découpage technique,

- Métiers technico-artistiques.

Connaissances de l'économie de la filière audiovisuelle et de la production

Connaissances de la gestion budgétaire, administrative et comptable

Connaissances des droits de l'audiovisuel :

- Cadre réglementaire de la production et de la diffusion des programmes audiovisuels
- Droits d'auteurs et droits voisins,
- Droit à l'image,
- Droit du travail,
- Chaîne des droits et leur mise en oeuvre : les différents contrats.

Connaissances techniques :

- Processus et techniques de fabrication d'une oeuvre audiovisuelle et multimédia
- Principes et modalités du Web (internet, intranet, extranet)
  - Supports de diffusion : ordinateur, téléphone mobile, tablettes interactives, consoles de jeux
  - Possibilité offerte par le rich média : vidéo-chats, webcasts, vidéo-mails, vidéos 3D...
  - Moyens de diffusion : Windows Media Player, Flash, streaming, téléchargement progressif (progressive download)
    - Formats de diffusion : Windows Media, Silverlight, Quicktime, Real Player, Flash Vidéo, HTML5
    - Norme de compression audio et vidéo : MPEG4/AVC et SVC, HE-AAC
    - Services de diffusion de vidéo et de rich média : podcast, vidéo à la demande, vidéo en direct
    - Principes d'encodage de vidéo
    - Modalités d'hébergement de vidéos : infrastructure, facturation au volume, facturation à la bande passante
    - Référencement vidéo : VSEO (Video Search Engine Optimization)

Connaissance de l'entreprise commanditaire :

- Ses produits
- Ses services
- Sa culture

Compréhension de son environnement visuel et technique :

- Charte graphique
- Charte éditoriale
- Charte technique



### Savoir faire

Pratique et expérience de la communication audiovisuelle :

- Reportages
- Interviews
- Films artistiques et institutionnels
- Bande-annonce
- Etc.

Utilisation de logiciels spécifiques :

- Bureautique
- Comptabilité/gestion

### Savoir être

Sens de la communication sous ses différentes modalités :

- Communication écrite et orale (clarté, concision)
- Communication relationnelle

Ouverture aux autres

- Écoute
- Empathie

Curiosité d'esprit à l'égard de :

- Les technologies du Web et leurs enjeux (veille)
- Les usages du Web
- La création audiovisuelle
- Les sources de financement

Sens de l'animation :

- Management d'équipe
- Goût pour l'échange
- Sens pédagogique
- Aptitude à l'animation de réseau

Sens du management :

- Implication et motivation
- Goût pour la gestion d'équipe
- Charisme et entraînement
- Force de proposition
- Arbitrage



Cette fiche métier est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution 2.0 France.

Dernière mise à jour : 16 avril 2012.

## Contributeurs

- Délégation aux usages de l'Internet - septembre 2011

.

CELSA - Ecole des hautes études en sciences de l'information et de la communication, Université Paris IV-Sorbonne - MASTER 2 Ressources humaines et communication : Sylvain QUERIAUD

- mai 2009