

Gestion de projet multimédia

Cas de produit off line

Extrait du livre « Gestion et management de projet multimedia »

Alain MILON

Franck CORMERAIS

Ed : L'Harmattan

Paris 1999

Kamel KADRI

SRC 1 : Meaux / Avon

Gestion de projet Multimédia

Les étapes du projet multimédia

- ◆ Des besoins aux objectifs
- ◆ L'extension du concept et l'organisation des ressources
- ◆ Gestion des contenus et réalisation de la maquette fonctionnelle
- ◆ Développement informatique et pré-mastering
- ◆ Édition et promotion du produit
- ◆ Suivi, évolution et mise à jour du produit

Étape 1 : Des besoins aux objectifs

- ◆ Début de l'étape :
 - Définition des limites du projet
- ◆ Fin de l'étape :
 - Contrat de réalisation et contrat de coproduction après acceptation du dossier de proposition
- ◆ Objectifs :
 - Élaborer globalement les caractéristiques du produit
 - Concevoir une version préliminaire
 - Évaluer la faisabilité technique et économique
- ◆ Contenu de l'étape :
 - Version préliminaire
 - Étude de marché
 - Le cahier des charges
 - Le dossier de proposition
 - Contrat de réalisation, pré-montage financier et juridique

Phase 1 : Version préliminaire

- ◆ Entrée :
 - Idée du produit
 - Intérêt éditorial
 - Définition des besoins
 - Description des postes budgétaires
 - Prévision des ventes
- ◆ Sortie :
 - Dossier « constitution du projet » précisant :
 - originalité et le besoin
 - La grille éditoriale et choix linguistique
 - Le synopsis
 - L'enrichissement des objectifs
 - La plate-forme informatique utilisateur
 - Le budget estimatif

- ◆ Déroulement de la phase :
 - Idée éditoriale
 - Évaluation de la faisabilité
 - Écriture du synopsis
 - Élaboration de l'argumentaire de la version 1 du produit
- ◆ Critère de validation :
 - Accord entre le producteur et l'auteur ou le scénariste

Le synopsis

- ◆ L'introduction, pour présenter succinctement le produit
- ◆ Quel usage, dans quel contexte, pour quel type de matériel
- ◆ Une petite présentation des produits concurrents et comment votre produit se positionne face à cette concurrence
- ◆ La métaphore et le type de navigation utilisés
- ◆ Une présentation plus développée de votre produit
- ◆ Le plan général (modules et sous-module)
- ◆ Des exemples d'écriture
- ◆ Des exemples de déroulement
- ◆ La description des personnages principaux
- ◆ Quelques exemples d'écrans

Phase 2 : l'étude de marché

- ◆ Entrée :
 - Données marketing
 - Dossier constitution de projet (phase 1)
- ◆ Sortie :
 - Plan marketing :
 - Positionnement et prix du produit
 - Définition de la cible
 - Calcul de rentabilité (retour sur investissement)
 - Stratégie commerciale à court terme
 - Validation des objectifs
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Approche du marché
 - Définition du contexte de commercialisation
 - Révision de la version 1 du produit
- ◆ Critère de validation :
 - Dépouillement de l'étude de marché
 - Diagnostic marketing

Phase 3 : Le cahier des charges

- ◆ Entrée :
 - Dossier constitution de projet (phase 1)
 - Plan marketing (Phase 2)
- ◆ Sortie :
 - Appel d'offre rédigé
 - Cahier des charges structuré
 - Charte « qualité »
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Exposer les spécification fonctionnelles du produit
 - Définir l'approche « qualité »
 - Préciser les contraintes et les délais
- ◆ Critère de validation :
 - Signature du cahier des charges par les parties

Le cahier des charges

- ◆ Les spécifications du commanditaire
- ◆ Les objectifs du produit
- ◆ Le public-cible
- ◆ La typologie des informations, leur nature et leur qualité
- ◆ La structure du produit (organisation des contenus, concept de navigation et principe de navigation)
- ◆ Les délais
- ◆ Les choix techniques

Phase 4 : Le dossier de proposition

- ◆ Entrée :
 - Appel d'offre
 - Cahier des charges
- ◆ Sortie:
 - Dossier de proposition :
 - Présentation du concept de navigation
 - Synopsis détaillé
 - Éléments de la charte graphique
 - Scénario (extraits)
 - Évaluation du contenu des médias
 - Identification des ressources informatiques
 - Présentation des équipes de réalisation et de production
 - Engagement sur un budget prévisionnel et les délais
 - Dépôts auprès de l'agence pour la protection des programmes (APP)
- ◆ Déroulement de la phase :

- Réponse à l'appel d'offre
- Lecture et annotation du cahier des charges
- Présentation de la proposition et argumentation
- Dépôt du synopsis détaillé
- ◆ Critère de validation :
 - Acceptation du dossier de proposition
 - Signature de la proposition de la scénarisation

Phase 5 : Contrat de réalisation, pré-montage financier et juridique

- ◆ Entrée :
 - Plan marketing
 - Cahier des charges
 - Dossier de proposition
- ◆ Sortie :
 - Accord de coproduction
 - Plan de financement
 - Définition des responsabilités de conception et développement
 - Identification et préparation des partenariats contractuels
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Acceptation de la proposition
 - Structure de l'équipe projet et du comité de pilotage
 - Tour de table des investisseurs
 - Négociation du budget
 - Présentation des solutions juridiques
- ◆ Critère de validation :
 - Signature du contrat de réalisation et éventuellement, du contrat de co-production

Étape 2 : L'extension du concept et l'organisation des ressources

- ◆ Début de l'étape :
 - Passage du pré-projet à la gestion du projet
- ◆ Fin de l'étape :
 - Présentation de la pré-maquette et planification du développement
- ◆ Objectifs :
 - Établir une scénarisation complète
 - Évaluer les tâches, les délais, les budgets
 - Planifier la production
- ◆ Contenu de l'étape :
 - Arborescence détaillée
 - Design visuel et validation de la charte graphique
 - Story-board, inventaire et recherche des media
 - Solution informatiques et audiovisuelles, définition des tâches et choix des collaborations

- Diagramme de Gantt et réseau Pert
- Contrat de production et planning exécution

Phase 6 : Arborescence détaillée

- ◆ Entrée :
 - Version 2 du produit (phase 3)
 - Dossier de proposition (phase 4)
- ◆ Sortie :
 - Arborescence détaillée
 - Schéma de navigation
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Finalisation de l'arborescence
 - Établissement des chemins interactifs
- ◆ Critère de validation :
 - Accord sur le concept et les principes de navigation

Phase 7 : Design visuel et validation de la charte graphique

- ◆ Entrée :
 - Dossier de proposition (phase 4)
 - Arborescence détaillée
- ◆ Sortie :
 - Design visuel du produit
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Finalisation de l'identité visuelle
 - Conception de l'écran titre
 - Conception du sommaire
 - Conception des pages types
- ◆ Critère de validation :
 - Épreuve 2 de la charte graphique

Phase 8 : Story board, inventaire des médias et recherche des médias

- ◆ Entrée :
 - Charte graphique (phase 4)
 - Design visuel du produit
 - Premier inventaire médias

- ◆ Sortie :
 - Story board finalisé
 - Liens
 - Description des medias (texte, image, son, vidéo)
 - Dépôt (APP)
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Scénarisation
 - Relevé exhaustif des besoins en médias
 - Recherche documentaire des des médias
- ◆ Critère de validation :
 - Validation du story board

Phase 9 : Solution informatique et audiovisuelles, définition des tâches et choix des collaboration

- ◆ Entrée :
 - Dossier de proposition (phase 4)
 - Story board et inventaire des medias
 - Premier inventaire médias
- ◆ Sortie :
 - Choix technique (matériel et logiciel)
 - Choix des collaborations
 - Définition des tâches
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Sélection des logiciels envisagés
 - Définition du mode de production audiovisuel et informatique
 - Approche des tâches
 - Attribution des responsabilités de production
- ◆ Critère de validation :
 - Validation des choix techniques

Phase 10 : Diagramme de Gantt et réseau Pert

- ◆ Entrée :
 - Dossier de proposition (phase 4)
 - Cahier des charges
 - Collaboration technique
- ◆ Sortie :
 - Planning de production ajusté (Gantt)
 - Réseaux de Pert (temps, charges)

- ◆ Déroulement de la phase :
 - Diagramme de Gantt
 - Enchaînement logique des tâches
 - Chemin critique
 - Les marges hors-chemin critique
- ◆ Critère de validation :
 - Modélisation avec un outil logiciel de gestion de projet

Phase 11 : Contrat de production et planning d'exécution

- ◆ Entrée :
 - Budget prévisionnel
 - Pré-montage financier
 - Collaboration technique
- ◆ Sortie :
 - Échéancier financier
 - Contrat de sous-traitance
 - Calendrier exécution
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Préparer un planning des dépenses
 - Préparer un planning de production
 - Organiser l'environnement juridique de la production
- ◆ Critère de validation :
 - Planning et Budget soumis à avis et accord des responsables
 - Contrat

Étape 3 : Gestion des contenus multimédia et réalisation de la maquette finalisée

- ◆ Début de l'étape :
 - Calendrier exécution
- ◆ Fin de l'étape :
 - Médias prêts pour intégration
 - Validation des modules interactifs (chemin) de la maquette
- ◆ Objectifs :
 - Valider l'épreuve 2 de tous les médias
 - Mettre au point la maquette
- ◆ Contenu de l'étape :
 - Acquisition et/ou création du contenu éditorial, régularisation des droits d'auteur
 - Traitement et numérisation des médias

- Contrôle « qualité » après conversion
- Création graphique et maquette dessinée
- Réalisation de la maquette finalisée

Phase 12 : Acquisition et/ou création du contenu éditorial, régularisation des droits d'auteur

- ◆ Entrée :
 - Inventaire des médias (phase 8)
 - Choix techniques
- ◆ Sortie :
 - Dossier médias :
 - Stockage des médias déjà disponibles
 - Création des séquences vidéo et photos
 - Création des bandes son
 - Enregistrement des voix-off
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Capture des médias
 - Création des médias
 - Gestion des droits de citation
- ◆ Critère de validation :
 - Valider le dossier médias

Phase 13 : Numérisation et traitement des médias

- ◆ Entrée :
 - Médias (Phase 12)
- ◆ Sortie :
 - Dossier médias(épreuve 2):
 - Stockage des médias préparés et prêt pour intégration
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Numérisation (encodage des données)
 - Traitement et retouche des médias
 - Montage numérique
- ◆ Critère de validation :
 - Valider le dossier médias (épreuve 2)

Phase 14 : Contrôle qualité des medias

- ◆ Entrée :
 - Fichiers médias (Phase 14)

- Charte « Qualité » (Phase 3)
- ◆ Sortie :
 - Dossier médias(épreuve 2):
 - Validation des médias après conversion
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Examen des médias
- ◆ Critère de validation :
 - Test qualité, vérification des graphiques et des transitions

Phase 15 : Création graphique et pré-maquette informatique

- ◆ Entrée :
 - Design visuel
 - Story-board complet
- ◆ Sortie :
 - Dossier graphique :
 - Écrans prêt pour l'intégration
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Création des écrans, des fonds et des textures
 - Création des barres
 - Création des outils de navigation
- ◆ Critère de validation :
 - Épreuve 3 de la charte graphique

Phase 16 : Maquette fonctionnelle

- ◆ Entrée :
 - Médias contrôlés
- ◆ Sortie :
 - Maquette fonctionnelle présentant une sélection de modules interactifs
 - Maquette validée
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Assemblage des écrans
 - intégration des médias sur des chemins(modules) interactifs
 - Validation de la maquette
- ◆ Critère de validation :
 - Tests sur la maquette relatifs aux spécifications de résultats

Étape 4 : Développement informatique et pré-mastering

- ◆ Début de l'étape :
 - Validation de la maquette
- ◆ Fin de l'étape :
 - Reprise du pré-master
- ◆ Objectifs :
 - Assemblage de tous les écrans
 - Validation de la maquette développée
- ◆ Contenu de l'étape :
 - Intégration des médias
 - Programmation des animations
 - Tests internes du prototype et prémastering
 - Localisation et ajustement des coûts de production

Phase 17 : Intégration des médias

- ◆ Entrée :
 - Maquette fonctionnelle
- ◆ Sortie :
 - Maquette développée
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Intégration des médias dans la maquette
 - Contrôle des délais de développement
- ◆ Critère de validation :
 - Validation par le chef de projet

Phase 18 : Programmation des animations

- ◆ Entrée :
 - Maquette développée
- ◆ Sortie :
 - Maquette finalisée ou prototype
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Programmation des chemins interactifs en fonction du langage de programmation choisie
 - Développement de séquence 3D
- ◆ Critère de validation :
 - Vérification de la syntaxe du langage de développement

Phase 19 : Tests internes du prototype et prémastering (pré-matricage)

- ◆ Entrée :
 - Maquette développée avec animation
- ◆ Sortie :
 - Pré master contrôlé
 - Bon à graver
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Tests des chemins interactifs (modules)
 - pré-matrigage
- ◆ Critère de validation :
 - Contrôle du développement informatique

Phase 20 : Localisation

- ◆ Entrée :
 - Pré master contrôlé
 - Données marketing
- ◆ Sortie :
 - Pré master de la version en langue étrangère
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Adaptation interculturelle
 - Traduction
- ◆ Critère de validation :
 - Établissement d'un partenariat international

Étape 5 : Édition et promotion du produit

- ◆ Début de l'étape :
 - Modification du pré master
- ◆ Fin de l'étape :
 - Commercialisation
- ◆ Objectifs :
 - Industrialiser la fabrication
 - Assurer l'accès au produit
- ◆ Contenu de l'étape :
 - Recettage (révision) du pré master et gravure du glassmaster
 - Pressage du master
 - Politique de distribution et plan de communication
 - Diffusion et exploitation du produit

Phase 21 : Recettage (révision) du pré master et gravure du glassmaster

- ◆ Entrée :
 - Pré master contrôlé
- ◆ Sortie :
 - Pré master révisé et mise en place de la matrice
 - Bon à presser
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Tests
 - Modification des erreurs informatiques
 - Réalisation du glassmaster
 - Mise en place de la mère, pièce d'archivage
 - Réalisation du stamper (matrice)
- ◆ Critère de validation :
 - Zéro défaut

Phase 22 : Pressage du CD-Rom

- ◆ Entrée :
 - Pré master contrôlé
- ◆ Sortie :
 - CD-Rom dupliqué
 - Jacket
 - Packaging du CD-Rom
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Matricage
 - Contrôle de la production
 - Impression des la sérigraphie et / ou passage offset sur la face non gravée
- ◆ Critère de validation :
 - Négociation avec la société de pressage
 - Test de sortie

Phase 23 : Politique de distribution et plan de communication

- ◆ Entrée :
 - Stratégie de commercialisation
- ◆ Sortie :
 - Politique de commercialisation
 - Plan général de distribution
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Communication produit
 - Conception du packaging

- Contact distribution
- Contact force de vente
- ◆ Critère de validation :
 - Analyse des circuits de distribution (direct, court, long, intégré)

Phase 24 : Diffusion et exploitation du produit

- ◆ Entrée :
 - Produit emballé
- ◆ Sortie :
 - Linéaire des distributeurs
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Post-test
 - Retroplanning (modification du plan de communication en fonction des post-tests)
 - Argumentaire distributeur
 - Argumentaire force de vente
 - Date de mise sur le marché
- ◆ Critère de validation :
 - Partenariat culturel, éducatif ou institutionnel

Étape 6 : Suivi et mise à jour du produit

- ◆ Début de l'étape :
 - Bilan financier, technique et comptable
- ◆ Fin de l'étape :
 - Relance du cycle de vie du produit
- ◆ Objectifs :
 - Faire vivre le produit et assurer son succès
 - Améliorer le produit en tenant compte des utilisateurs
- ◆ Contenu de l'étape :
 - Suivi marketing
 - Évolution, réédition et actualisation du produit

Phase 25 : Suivi marketing

- ◆ Entrée :
 - Retour clientèle
 - Retour des ventes
 - Retour presse et circuit de distribution
- ◆ Sortie :
 - Diagnostic et impact en terme de part de marché
- ◆ Déroulement de la phase :

- Étude de terrain
- Enquête consommateur
- Mailing et dépouillement
- ◆ Critère de validation :
 - Rapport de la force de vente
 - Diagnostic marketing du producteur

Phase 26 : Évolution, réédition et actualisation du produit

- ◆ Entrée :
 - Diagnostic et impact en terme de part de marché
- ◆ Sortie :
 - Arrêt ou continuation du produit
- ◆ Déroulement de la phase :
 - Déclinaison du concept du produit
 - Liste des information nécessaire à l'actualisation
- ◆ Critère de validation :
 - Retour de la presse spécialisée
 - Contacts des nouveaux prospects