

# Profil de Compétences

- *NOUVEAUX MÉDIAS*  
*Création du contenu*
- *Une analyse de compétences*

[www.crhsculturel.ca](http://www.crhsculturel.ca)



CRHSC  
Conseil  
des ressources humaines  
du secteur culturel

CHRC  
Cultural  
Human Resources  
Council

# Compétences recommandées pour

Créateurs, créatrices de contenu en  
médias interactifs / nouveaux médias

## PROFIL DE COMPÉTENCES

Ce projet est financé par  
le gouvernement du  
Canada par l'entremise du  
Programme des conseils  
sectoriels

Canada

### Conseil des ressources humaines du secteur culturel

17, rue York, pièce 201

Ottawa (Ontario) K1N 9J6

Téléphone : (613) 562-1535 / 1-866-562-1535

Télécopieur : (613) 562-2982

Courriel : [info@crhsculturel.ca](mailto:info@crhsculturel.ca)

Site Web : [www.crhsculturel.ca](http://www.crhsculturel.ca)



Cultural Human  
Resources Council

Conseil des  
ressources humaines  
du secteur culturel

Dans le présent document, le masculin est utilisé sans discrimination et uniquement dans le but d'alléger le texte

#### LIMITATION DE RESPONSABILITÉ

**CRÉATEUR DE CONTENU EN MÉDIAS INTERACTIFS / NOUVEAUX MÉDIAS – Profil de compétences** © Conseil des ressources humaines du secteur culturel,  
Version 1.1, 2004.  
Tous droits réservés.

De nombreux représentants du secteur culturel canadien ont généreusement participé à la préparation de ce **Profil de compétences**. Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel espère que ces informations seront utiles et faciles à consulter, mais les fournit « telles quelles ». Il n'offre aucune garantie concernant lesdites informations et ne fait aucune représentation par leur publication. Le CRHSC rejette toute responsabilité, quelle qu'elle soit, découlant de l'utilisation, ou l'impossibilité d'utiliser ces informations.

Les opinions et les interprétations figurant dans la présente publication sont celles de l'auteur et ne représentent pas nécessairement celles du CRHSC et du gouvernement du Canada.

## TABLE DES MATIÈRES

---

INTRODUCTION | 4

SOMMAIRE – CHARTE DES COMPÉTENCES | 6

PROFIL DE COMPÉTENCES | 8

**A. FAIRE DE LA RECHERCHE / EXPLORER DES IDÉES | 9**

**B. DÉTERMINER L'(LES) OBJECTIF(S) DU PROJET | 13**

**C. PROPOSER UN PROJET | 16**

**D. CONCEVOIR UN PROJET | 20**

**E. ÉLABORER UN PROJET (PRODUCTION) | 26**

**F. GÉRER UN PROJET | 35**

**G. INTERAGIR AVEC LE CLIENT | 39**

**H. FAIRE LA PROMOTION DU PROJET / DES SERVICES | 40**

**I. UTILISER DES OUTILS ET DE L'ÉQUIPEMENT | 44**

**J. PARTAGER CONNAISSANCES ET INFORMATION | 49**

.... ET POUR EXERCER LES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES  
ÉNUMÉRÉES CI-DESSUS, UN **CRÉATEUR DE CONTENU EN MÉDIAS  
INTERACTIFS / NOUVEAUX MÉDIAS** DOIT POUVOIR.... :

**K. DÉMONTRER DES HABILITÉS INTERPERSONNELLES | 53**

**J. DÉMONTRER DES HABILITÉS PERSONNELLES | 58**

## INTRODUCTION

Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel ([www.crhsculturel.ca](http://www.crhsculturel.ca)) est un organisme national dont le rôle est de renforcer la main-d'œuvre culturelle canadienne et d'améliorer l'environnement en RH dans le secteur culturel. Le Conseil s'efforce d'être à l'avant-garde en termes de réflexion et de vision dans le développement des ressources humaines culturelles. Les membres du CRHSC incluent des artistes pigistes, des travailleurs culturels et des organisations artistiques dans les diverses disciplines du secteur culturel.

La présente charte de compétences doit être utilisée en conjonction avec le profil de compétences des créateurs de contenu en médias interactifs / nouveaux médias élaboré par les travailleurs en médias interactifs / nouveaux médias, réalisé en partenariat avec le Conseil des ressources humaines en culture et soutenu financièrement par Développement des ressources humaines Canada. Ce document présente l'ensemble des compétences des professionnels dans une vaste gamme d'emplois de création de contenu en médias interactifs / nouveaux médias. Par exemple : animateur en 3-D, concepteur d'applications, consultant en création de contenu, concepteur de jeux, artiste graphique, illustrateur, compositeur de musique et de sons, artiste en nouveaux médias, concepteur de programme, programmeur, écrivain, architecte de systèmes, etc.

Sur un plan individuel, la charte et le profil peuvent être utilisés pour s'auto-évaluer et identifier les compétences nécessitant un perfectionnement. Au plan des organisations, ces documents peuvent servir à définir des profils de postes, élaborer des programmes de développement professionnel, négocier le développement, l'achat et l'adaptation des programmes de formation, élaborer des programmes de planification de carrière, établir des profils de postes individuels à des fins de recrutement. Dans une perspective plus large, la charte et le profil de compétences peuvent être utilisés pour assurer une meilleure compréhension du travail des créateurs de contenu en nouveaux médias, en particulier dans les organisations qui n'œuvrent pas principalement dans le secteur des nouveaux médias.

Pour commander une publication du CRHSC, incluant **L'art de gérer sa carrière**, visitez le site <http://www.crhsculturel.ca> ou écrivez à : [info@crhsculturel.ca](mailto:info@crhsculturel.ca)

## PRÉAMBULE

Ce document présente les résultats d'une analyse professionnelle (1) sur les Créateurs de contenu en médias interactifs / nouveaux médias. Proposée et coordonnée par le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC) grâce au soutien financier de Développement des ressources humaines Canada (DRCH), cette étude servira de cadre à la création de programmes de formation et à la révision des programmes de développement professionnels en cours.

*«Bien qu'elles ne constituent pas un domaine principal d'activité du créateur de contenu en nouveaux médias, la production d'hybrides électronique/science-technologie ainsi que l'utilisation d'outils liés à l'électronique, la science et la technologie, sont cependant largement considérées au sein de l'industrie des nouveaux médias comme des facteurs importants de croissance et de développement de l'industrie. En effet, les compagnies qui commercialisent des logiciels et des applications hybrides et basées sur l'électronique, créent des systèmes et des dispositifs électroniques pour soutenir leur travaux en nouveaux médias. Dans d'autres cas, la biométrie et la génétique ont considérablement empiété sur le secteur national des nouveaux médias. Cette association entre contenu et recherche et développement technologiques donne une impulsion au développement futur. Le contenu est essentiel pour les nouveaux médias, et les compagnies oeuvrant dans ce domaine élaborent de nouvelles méthodes pour créer et livrer le contenu, contribuant ainsi de façon significative à la croissance et au développement de l'industrie des nouveaux médias au sein d'une économie globale.»*

Rick Mason, Directeur technique, Pangaea NewMedia Inc.

La décision d'effectuer une analyse professionnelle de la gestion de l'exportation de biens culturels a été prise suite aux résultats d'études réalisées pour le CRHSC de 1997 à 2000 :

- "Les exigences en matière de compétence dans les médias interactifs : *Les défis des ressources humaines, recherche d'évaluation des besoins*", MMSG, Décembre 2000.
- Rapport de la table ronde "New Media Skills Dialogue" avec la Training and Education Community, Lorraine Farkas, Ottawa, 1999.
- "Study of HR needs in the New Media Industry", Ekos Research Associates, Juillet 1998.
- "HR Issues and Challenges for Cultural Workers in the Multimedia/New Media Industry" Nancy C. Abell & L. Beccari, Juillet 1997

## MÉTHODOLOGIE

Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel a choisi le modèle DACUM (**D**eveloping **A** Curricul**U**M) pour procéder à cette analyse de compétence. L'un des éléments clés du DACUM est de confier à un groupe de professionnels la révision des compétences requises dans un domaine donné.

Le Profil de compétences énumère l'ensemble des compétences requises, identifiées par un groupe de professionnels sur la base de leur expérience et de leur expertise dans le domaine.

Un profil de compétences DACUM détermine quatre niveaux d'analyse :

- Une série de **champs de compétences** générales, plus communément appelés **CDC**. Il existe deux types de CDC : les champs de **compétences professionnelles** (sections A à J) et les champs de **compétences générales** (voir Annexe 1).
- Chacun des champs de compétences est ensuite décomposé en **tâches**. Un énoncé de tâche, à l'instar des champs de compétences, est défini en termes comportementaux et débute par un verbe d'action.
- Chaque tâche est à son tour décortiquée en **tâches spécifiques**. Une tâche spécifique est l'étape intermédiaire entre la tâche complète et les actions détaillées reliées à l'accomplissement d'une tâche donnée.
- Une série (non-exhaustive) **d'actions clés**, indiquant certaines étapes critiques à suivre ou décisions à prendre lors de l'accomplissement d'une tâche ou l'utilisation d'une compétence. Ces éléments peuvent aussi constituer des indicateurs de performance, et servir de critères d'évaluation de la compétence dans l'habileté requise.

## REMERCIEMENTS

**Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel tient à remercier pour leur contribution :**

### **LE GROUPE DE TRAVAIL DES EXPERTS EN MÉDIAS INTERACTIFS / NOUVEAUX MÉDIAS DU CRHSC**

**Martin Best** (Ont)  
**Gail Bryanton**, Minds Eye Interactive (Sask)  
**Luc A. Charette**, Galerie d'art, GAUM (N-B)  
**Dan Choy**, Manlab Resources Inc. (Man)  
**Jon Gelinis**, BYTE Society, Yukon Youth Directorate (Yn)  
**Jonathan W. Hill** (Alb)  
**Cat Horbatiuk**, Mad Crayon (Man)  
**Randy Knott** (Ont)  
**Julie Lapalme**, Cuckoo Grafik (Qc)  
**Rick Mason**, Pangaea NewMedia Inc. (Ont)  
**Elizabeth Pickard** (T-N-L)  
**Jody Richardson** (T-N-L)  
**Jon Tupper**, Confederation Centre Art Gallery (Î-P-É)

### **LE COMITÉ DIRECTEUR EN MÉDIAS INTERACTIFS / NOUVEAUX MÉDIAS DU CRHSC**

**Daniel Boisvenu**, MédiaSphère Bell (Qc)  
**Andrea Cooper** (T-N-L)  
**Lucas Damberg**s, Khybert Digital Media Centre (N-É)  
**Adam Froman**, Delvinia Interactive Inc. (Ont)  
**Greg Gazin**, Alberta New Media, Edmonton Chapter (Alb)  
**John Jameson**, Manitoba Interactive Digital Media Association (Man)  
**Ian Kelso**, New Media Business Alliance (Ont)  
**Ed Krahn**, Cultural Services Branch; Business, Tourism and Culture Yukon (Yn)  
**Ryan Lejbak**, Saskatchewan New Media Developers Association (Sask)  
**Jessica Schaap**, Policy New Media BC (C-B)  
**Denise Shortt**, Ryerson College (Ont)  
**Tony Tobias**, Pangaea NewMedia Inc., The Pangaea Music House; Canada By Canoe Inc. (Ont)  
**John Tupper**, Confederation Centre Art Gallery (Î-P-É)  
**Barbara Ulrick**, Conseil québécois des arts médiatiques (Qc)

### **L'ÉQUIPE DE SOUTIEN**

**Susan Annis**, Directrice, CHRC  
**Matthew Blue**, Développement des ressources humaines Canada (DRHC)  
**Lucie D'Aoust**, Gestionnaire de projets senior, CRHSC  
**Pierre Morin**, Consultant et facilitateur DACUM

## COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

**A. FAIRE DE LA RECHERCHE /  
EXPLORER DES IDÉES**

1. Jouer / Expérimenter
2. Accumuler des idées / découvertes
3. Anticiper les courants culturels
4. S'immerger dans diverses expressions culturelles
5. Identifier le public potentiel
6. Effectuer des recherches sur un sujet précis
7. Évaluer le potentiel d'une idée
8. Faire l'analyse des succès / des échecs

**B. DÉTERMINER L'(LES)  
OBJECTIF(S) DU PROJET**

1. Analyser les besoins
2. Définir le public cible
3. Déterminer les facteurs de réussite
4. Déterminer les conditions financières
5. Estimer les délais
6. Évaluer les ressources existantes (RH et outils)
7. Estimer les retombées

**C. PROPOSER UN PROJET**

1. Élaborer une proposition
2. Effectuer une analyse de la concurrence
3. Identifier les principaux obstacles
4. Utiliser l'expertise interne / externe pour préparer / présenter la proposition
5. Préparer une proposition de budget
6. Identifier les sources potentielles de financement / investissement / commandites
7. Élaborer un contenu de proposition sur mesure
8. Créer des partenariats
9. Présenter le projet
10. Conclure un marché

**D. CONCEVOIR UN PROJET**

1. Déterminer la technique de livraison
2. Créer des scénarios-maquettes
3. Structurer le contenu
4. Élaborer un (des) échéancier(s) du projet
5. Finaliser le projet
6. Déterminer une méthodologie de production
7. Déterminer les besoins en RH pour la production
8. Expérimenter des concepts
9. Régler les questions juridiques (droit d'auteur, de licence, permis...)
10. Élaborer des prototypes
11. Déterminer les cahiers des charges fonctionnels
12. Rédiger un script détaillé
13. Créer un traitement (conception du document)
14. Élaborer un plan de production du vidéo / film

**E. ÉLABORER UN PROJET  
(PRODUCTION)**

1. Utiliser l'environnement existant
2. Réutiliser des références / modèles ou gabarits catalogués
3. Créer un code
4. Créer une base de données
5. Créer une interface
6. Produire un contenu à partir d'un texte
7. Créer des illustrations
8. Concevoir des images
9. Produire un vidéo
10. Construire des ensembles / maquettes architecturales en 3-D
11. Concevoir une animation en 3-D
12. Concevoir une animation traditionnelle
13. Concevoir l'éclairage
14. Produire le volet sonore
15. Créer la musique

16. Élaborer les installations médiatiques
17. Intégrer les éléments techniques et artistiques
18. Assurer un contrôle de qualité (tests)
19. Déterminer l'environnement de la commercialisation
20. Créer un document de soutien
21. Lancer le produit
22. Évaluer le projet

**F. GÉRER UN PROJET**

1. Définir les attentes du client
2. Négocier un contrat
3. Établir clairement les rôles et responsabilités de toutes les parties
4. Assurer les communications (à l'interne / à l'externe)
5. Contrôler le projet (prévisions et réalisations)
6. Gérer les changements
7. Maintenir les flux de trésorerie
8. Maintenir l'enthousiasme et la vision (long terme)
9. Effectuer une analyse post mortem du projet

**G. INTERAGIR AVEC LE CLIENT**

1. Bien informer le client
2. Résoudre les conflits
3. Maintenir la relation avec le client une fois le projet complété
4. Bien informer le client
5. Résoudre les conflits

**H. FAIRE LA PROMOTION DU  
PROJET / DES SERVICES**

1. Établir une identité visuelle / professionnelle (stratégie de marque)
2. Monter un dossier professionnel
3. Obtenir une couverture des médias

4. Créer une attente pour le produit
5. Publiciser un produit
6. Générer / maintenir l'intérêt pour le produit
7. Obtenir des témoignages publicitaires
8. Identifier les opportunités de marketing croisé
9. Créer des opportunités de mise en marché
10. Participer à des foires commerciales
11. Commanditer des événements / des organismes

**I. UTILISER DES OUTILS ET DE  
L'ÉQUIPEMENT**

1. Utiliser de l'équipement de bureau et des logiciels de base
2. Utiliser de l'équipement et des logiciels de fond d'image
3. Utiliser de l'équipement et des logiciels de vidéo
4. Utiliser de l'équipement et des logiciels de sonorisation
5. Utiliser de l'équipement et des logiciels de musique
6. Se servir d'éditeurs et de compilateurs de programmation
7. Se servir de / entretenir un ordinateur
8. Utiliser de l'équipement et des logiciels de numérisation en 3-D
9. Utiliser de l'équipement et des logiciels d'animation en 2-D

SUITE...

...SUITE

**J. PARTAGER CONNAISSANCES  
ET INFORMATION**

1. Présenter les œuvres en nouveaux médias dans des lieux publics
2. Participer à des événements en nouveaux médias
3. Contribuer au dialogue dans le domaine des nouveaux médias
4. Partager son expertise avec des intervenants intéressés
5. Enseigner
6. Agir comme mentor

## COMPÉTENCES GÉNÉRALES

**K. DÉMONTRER DES HABILITÉS  
INTERPERSONNELLES**

1. Travailler en équipe
2. Collaborer avec d'autres disciplines
3. Avoir une approche diplomatique
4. Savoir écouter
5. Faire preuve de souplesse
6. Questionner / interviewer
7. Établir des attentes réalistes
8. Négocier
9. Faire preuve de leadership
10. Démontrer des habiletés de communication orale
11. Convaincre
12. Communiquer par écrit
13. Constituer des réseaux stratégiques
14. Émettre / accepter des critiques constructives
15. Se vendre

**L. DÉMONTRER DES HABILITÉS  
PERSONNELLES**

1. Manifester de la passion pour son travail
2. Faire preuve d'intégrité professionnelle
3. Utiliser l'informatique
4. Démontrer des habiletés conceptuelles
5. Manifester des habiletés artistiques
6. Faire preuve de créativité
7. Démontrer des habiletés analytiques
8. Résoudre des problèmes
9. S'adapter
10. Innover
11. Planifier
12. Faire preuve de fiabilité
13. Prendre des risques
14. Gérer le stress
15. Effectuer des tâches multiples
16. Se motiver
17. Se tenir au courant
18. Apprendre de ses succès / échecs
19. Équilibrer sa vie personnelle et professionnelle
20. Travailler méthodiquement

## PROFIL DE COMPÉTENCES

**UN CRÉATEUR DE CONTENU EN MÉDIAS INTERACTIFS / NOUVEAUX MÉDIAS  
DOIVENT ÊTRE CAPABLE DE ...**

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES	TÂCHES SPÉCIFIQUES	ACTIONS CLÉS	COMPÉTENCES GÉNÉRALES
<b>1. Jouer / Expérimenter</b>	1.1 Apprendre à utiliser de nouvelles technologies et de nouveaux outils	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consulter les manuels d'instruction</li> <li>• Effectuer des recherches sur les versions démos et bêta</li> <li>• Expérimenter avec d'autres médias</li> </ul>	<p>Habiletés interpersonnelles ou personnelles les plus cruciales en lien avec la compétence</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• FAIRE PREUVE DE CREATIVITE (L6)</li> <li>• RESOUDRE DES PROBLEMES (L8)</li> </ul>
	1.2 Participer à des jeux de rôles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpréter différents personnages</li> <li>• Jouer les concepts et les idées</li> </ul>	
	1.3 Guider le flot des pensées	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Griffonner et faire des croquis</li> <li>• Créer des journaux de bord, listes et autres documents.</li> </ul>	
<b>2. Accumuler des idées / découvertes</b>	2.1 Brasser et partager des idées	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participer à des groupes de discussion et des babillards en ligne</li> <li>• Créer et assister à des événements avec des pairs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ÉTABLIR DES ATTENTES REALISTES (K7)</li> <li>• COLLABORER AVEC D'AUTRES DISCIPLINES (K2)</li> </ul>
	2.2 Identifier les résultats significatifs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Établir un système d'évaluation des idées ou découvertes</li> </ul>	
	2.3 Documenter les idées et découvertes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Établir un système d'organisation des idées et découvertes, c.-à-d., un système de classement</li> </ul>	
<b>3. Anticiper les courants culturels</b>	3.1 Se tenir au courant des technologies émergentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suivre les médias concernés</li> <li>• Consulter ses pairs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MANIFESTER DES HABLETES ARTISTIQUES (L5)</li> <li>• SE TENIR AU COURANT (L17)</li> </ul>
	3.2 Analyser le climat politique / social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surveiller les événements en cours</li> <li>• Étudier les précédents / influences historiques</li> </ul>	
	3.3 Identifier les domaines saturés et les vides culturels	<ul style="list-style-type: none"> <li>• S'immerger dans diverses expressions culturelles</li> <li>• Identifier les cycles des tendances</li> </ul>	