Panorama : musique et jeu vidéo

2026



sacem

Édito

La musique et le jeu vidéo entretiennent une relation singulière.

La musique est essentielle au jeu vidéo. Elle nourrit l'immersion, intensifie l'émotion et soutient la narration. Elle accompagne les joueurs, elle les plonge dans les univers créés et participe pleinement à l'identité des œuvres. Malgré cela, elle est encore la grande absente lorsqu'il s'agit d'économie. Souvent externalisée, représentant une part limitée des budgets de production, elle se situe à la fois au cœur du jeu et à sa périphérie, reléguée.

Ce paradoxe a longtemps pesé sur les relations entre les mondes de la musique et du jeu vidéo. Chacun s'est développé avec ses propres codes, ses équilibres et ses logiques. Aujourd'hui, leur rapprochement s'accélère – et il ouvre des perspectives inédites.

Dans un marché du jeu vidéo en pleine expansion – plus de 114 % de croissance en 10 ans –, la musique s'affirme comme un vecteur culturel à part entière. Les bandes originales dépassent désormais l'écran : elles s'écoutent en streaming, se jouent en concert, se collectionnent. Elles sont reconnues, étudiées, partagées. Et les joueurs eux-mêmes inventent de nouveaux usages, contribuant à structurer de véritables communautés.

Ce panorama illustre notre conviction et notre souhait de nous engager progressivement et concrètement auprès des acteurs du jeu vidéo. Mieux appréhender leurs contraintes, leurs temporalités et leurs modèles économiques nous permet aujourd'hui d'ouvrir un dialogue durable et de construire des relations de confiance.

Ubisoft a joué un rôle pionnier dans cette évolution. Dès 2011, en nouant des accords innovants avec la Sacem, l'entreprise a démontré qu'il était possible de concilier impératifs de production et reconnaissance du travail des créateurs. Depuis, d'autres studios ont suivi, confirmant qu'un équilibre est non seulement possible, mais bénéfique à l'ensemble de l'écosystème.

Au-delà des enjeux contractuels, une question plus large se pose : celle de la place de la création dans une industrie arrivée à maturité. Comme le soulignent certains intervenants dans ce panorama, le recours au buy-out et à la notion d'œuvre collective répond à des impératifs de simplification. Reste une interrogation essentielle : y adhérons-nous sur le plan philosophique ?

Car lorsque la musique demeure une œuvre de création à part entière – même interactive, évolutive ou fragmentée –, comment continuer à reconnaître pleinement la valeur de celles et ceux qui la créent ?

Cette question dépasse les seuls compositeurs. Elle touche à ce qui fait la richesse de nos industries : leur créativité. Reconnaître la singularité de la création musicale n'est pas contradictoire avec les réalités économiques du jeu vidéo. C'est l'une des conditions de leur développement commun.

Les pages qui suivent n'apportent pas de réponses définitives. Elles proposent un état des lieux, donnent la parole aux acteurs du secteur et explorent les passerelles qui se construisent aujourd'hui entre musique et jeu vidéo. Elles montrent surtout que ces deux mondes participent désormais d'une même dynamique culturelle, créative et économique.

Cécile Rap-Veber,
directrice générale de la Sacem



Sommaire

1. INTRODUCTION – MUSIQUE ET JEU VIDÉO : UN DIALOGUE EN MUTATION 4

2. MUSIQUE & JEU VIDÉO – HISTORIQUE 6

3. L'INDUSTRIE DU JEU VIDÉO 16

4. ACTEURS ET CONCENTRATION DU MARCHÉ 24

5. L'ÉCOSYSTÈME FRANÇAIS 32

6. LES MODÈLES DE GESTION DES DROITS MUSICAUX DANS LE JEU VIDÉO 40

7. LA VIE DES BO EN DEHORS DES JEUX VIDÉO 46

8. LA B.O. LA PLUS... 48

Remerciements : AKEYA : Gabriel Esteves. ASOBO : Grégory Carreau. Camille Constantin Da Silva. CBLF AVOCATS : Loïc Fouquet. CNC : Olivier Fontenay, Cécile Lacoue, Juliette Berthier. CNM : Corinne Sadki, Céline Lugué, Safia Rakza, Julien M'Barki. EURACREATIVE : Laurent Tricard, Louise Blas, Ange Pozzo di Borgo. EVIL EMPIRE : Adrien Oumhani. G4F : Vincent Percevault. GRAND MANAGEMENT : Lucas Prud'homme, Zoé Choisnel. KEDGE BUSINESS SCHOOL : Emmanuel Jouanne, Denys Tekliuk. KID KATANA : Tarafa J. Sahloul. MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DIRECTION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES : François de Charrette, Marie-Pierre Bouvet, Caroline Personnat. PHILHARMONIE DE PARIS : Fanny Rebillard, Jean Zeid, Marion Challier, Julie Bénet. Frédéric Motte. REDLOCK STUDIO : Christian Decoud. Franck Rivoire, Danger. THE PIXEL HUNT : Florent Maurin. SNJV : Vanessa Kaplan

Coordination : Olivier Pellerin. Rédaction : Market Intelligence (Olivier Pellerin, Sarah Teulière, Arthus Champeaux, Kimberly Rougeot). Suivi de publication : Karine Peffer, Marion Lamalle et Victor Le Goff.

Crédits photos : Jean-Baptiste Millot, Bondvit, Gorodenkoff, Eddine Photographie, Atmosphere, A.D. ULiège, Stokkete, Drobot Dean, Moiseii Production, gen_A, New Africa, Khunatorn.

MUSIQUE ET JEU VIDÉO : UN DIALOGUE EN MUTATION

Du thème folklorique russe qui a servi de musique à *Tetris*, à celle de *Clair Obscur : Expedition 33*, de nombreuses musiques auront égayé nos centaines d'heures de jeu, en passant bien sûr par *Super Mario Bros.*, *Wipeout*, *Zelda*, les courses endiablées de *GTA* ou celles en famille de *Mario Kart*. Des consoles Nes aux Amiga, de la Game Boy à la PlayStation, des PC à la Xbox, pas d'aventure vidéoludique sans son hymne, sa rengaine ou sa symphonie.

Si jeu vidéo et musique sont si inséparables dans nos mémoires, c'est que les deux disciplines, **les deux arts s'entremêlent pour le bonheur des joueurs et des auditeurs.** Derrière ces quelques notes que chacun d'entre nous retient dans sa mémoire intime, se cache une réalité désormais installée : nous avons tous joué, ou nous jouons tous à des jeux vidéo.
La fin du XXe siècle où seuls geeks et adolescents étaient concernés par les jeux vidéo est bien révolue. **Aujourd'hui tout le monde joue, quel que soit son âge, son genre ou sa provenance.**

Les jeux vidéo représentent la première industrie culturelle mondiale. Leur expansion a créé une économie dynamique, qui a malheureusement connu ces deux dernières années une correction de l'euphorie qui s'était emparée d'elle. Comme les autres secteurs technologiques, la filière vidéoludique a subi des réajustements douloureux, notamment sur le plan des effectifs. Il n'en reste pas moins que c'est une filière rentable, mais surtout productive et extrêmement inventive. Dans le monde, mais aussi et surtout en France, qui incarne dans le jeu comme dans la musique une *French Touch* que les années viennent bonifier. Créateurs et créatrices, studios, éditeurs et jeux à succès constellent l'Hexagone.



Événement *Gaming* et musique à la Sacem - 2024.

« Les jeux vidéo à succès jouissent de bandes originales qui connaissent de véritables plébiscites. »

La production d'un jeu, son exploitation et sa vie sont longues, complexes et impliquent l'intervention de nombreux savoir-faire. Parmi ceux-ci, la musique n'est pas des moindres. Cependant, elle n'est pas toujours prioritaire dans la chaîne de production du jeu vidéo et représente rarement plus de quelques pourcents de son budget de production. Comme dans le cinéma, où la musique sublime l'action mais où le compositeur, la compositrice, interviennent souvent en parallèle, voire en décalage du travail de tous les acteurs de l'image, le jeu vidéo externalise volontiers la création musicale au fil de son développement. Si les liens peuvent être, et sont de plus en plus forts, l'intangible singularité de la musique lui confère un rôle à part.

Historiquement et géographiquement, la commande musicale dans le monde du jeu vidéo s'est placée sous le patronage de ses deux principaux géniteurs : les États-Unis et le Japon. En France, malgré une filière d'excellence éclose très tôt, ce sont donc les canons du copyright qui se sont imposés au droit d'auteur. Ce droit anglo-saxon a nourri des pratiques qui s'accordent mal de la singularité des musiciens et musiciennes. L'arrêt *Cryo** en 2009 est venu cristalliser une mésentente durable, qui aujourd'hui masque des relations qui ont évolué. Les jeux vidéo à succès jouissent de bandes originales qui connaissent de véritables plébiscites sur les plateformes de streaming, nouveau lieu de recrutement de joueurs. Le 4e et le 10e art avancent plus que jamais main dans la main.

Les compositeurs et les compositrices sont en 2026 de plus en plus nombreux à déployer des talents incomparables sur des formats sans commune mesure. Pour preuve, le raz-de-marée *Clair Obscur : Expédition 33*, qui après 9 Game Awards, 4 Pégases et 5 millions de ventes, a vu ses créateurs Lorien Testard et Alice Duport-Percier jouer en direct accompagnés par l'Orchestre national de Bretagne, lors des Victoires de la musique classique en direct sur France 3. Les collaborations vertueuses entre développeurs de jeux vidéo et créateurs de musique n'en ont pas fini d'écrire leur histoire sans fin. En voici le panorama.

Événement *Gaming* et Musique

Dès 2024, la Sacem organisait une matinée dédiée à la musique de jeu vidéo et à ses acteurs qui préfigurait ce panorama sur le sujet.

Par une matinée enneigée de novembre, **300 professionnels du jeu vidéo et de la musique se réunissaient pour la première fois dans un auditorium de la Sacem comble.** Les démonstrations créatives par les musiciens Jonathan Morali et Guillaume Ferran, de leur travail de composition pour les jeux *Life Is Strange* et *Jusant*, du studio français Don't Nod, commençaient le dialogue au sein d'un écosystème riche et complexe, la filière du jeu vidéo ne s'étant jamais totalement départie de sa défiance vis-à-vis du droit d'auteur à la française. La rencontre a donc constitué une nouvelle étape dans la volonté de rapprochement, malgré les divergences de points de vue. **Son succès a conduit à prolonger cette dynamique positive par la rédaction d'un Panorama de la musique dans le jeu vidéo,** conduit par les équipes de la direction du numérique de la Sacem, avec le concours du CNC, du SNJV (le Syndicat national du jeu vidéo) et de nombreux studios et experts du secteur. Sa parution coïncide avec l'exposition *Video Games & Music* à la Philharmonie de Paris, où il est présenté lors d'un colloque le 20 juin.

* Voir détails page 41.

D'UN SIMPLE « CLIC » AUX SCÈNES DE FORTNITE : LA RÉVOLUTION DU JEU VIDÉO

1958

Tennis for Two

Souvent considéré comme le premier jeu vidéo de l'histoire, il fonctionnait sur un ordinateur analogique et générait un effet sonore de type « clic » à chaque frappe de balle.

1980

Rally-X

Premier jeu d'arcade à inclure une musique de fond continue. Il utilise un convertisseur numérique analogique pour diffuser des sons échantillonnés.

1984

Video Game Music

Haruomi Hosono compile les sons de Namco en format vinyle, cassette et CD, prouvant que l'audio des bornes d'arcade peut s'écouter chez soi comme une œuvre musicale légitime.

1986

Dragon Quest I & II

Premier concert symphonique mondial consacré à une OST de jeu vidéo, dirigé par le compositeur Koichi Sugiyama à Tokyo.

1989

Ys I & II (Turbo-Grafx-CD)

Première implémentation de la qualité CD : la musique enregistrée remplace les sons électroniques et ouvre de nouvelles perspectives créatives.

1997

PaRappa the Rapper

Démocratise le jeu de rythme : la musique n'est plus seulement écoutée, elle est jouée.

1998

FIFA

La franchise FIFA s'impose grâce à ses bandes-son influentes. L'expression « musique de FIFA » entre dans la pop culture pour désigner ces morceaux internationaux que le jeu a aidé à propulser au rang de tubes mondiaux (Blur, Fatboy Slim, etc.).

2002

GTA: Vice City

Nouvelle ère des musiques sous licence : l'intégration de tubes des années 1980 via des radios virtuelles transforme le jeu vidéo en une véritable plateforme de diffusion.

2008

Rock Band 2

L'âge d'or des licences musicales : la vente de chansons en téléchargement (DLC) crée un nouveau modèle économique et impose définitivement le jeu vidéo comme plateforme de distribution légitime (Queen, Guns N' Roses, Eminem, etc.).

2019

Fortnite

Premier concert virtuel majeur, la performance de Marshmello rassemble 10,7 millions de joueurs simultanés. Une révolution qui transforme le jeu en scène mondiale et s'ajoute aux stratégies de développement des superstars (Travis Scott, BTS, Aya Nakamura, etc.).

MUSIQUE ET JEUX VIDÉO : LE XXe SIÈCLE

Depuis ses débuts modestes dans les années 1970, la musique de jeu vidéo n'a cessé d'évoluer pour constituer aujourd'hui un art à part entière, capable de rivaliser avec les bandes originales du cinéma. Essentielle à la réussite d'un jeu vidéo, elle façonne l'ambiance, guide et informe le joueur et s'adapte en temps réel à ses actions. Une progression qui reflète autant l'évolution technique des consoles que la passion grandissante des compositeurs et des studios.

Car au départ, les jeux vidéo ne pouvaient produire que quelques sons rudimentaires. Les premières machines, limitées par leur matériel, se contentaient de bips représentant des actions basiques. Dans ***Pong*** (1972), un son indiquait le rebond de la balle. Dans ***Space Invaders*** (1978), 4 notes dans une boucle rythmique minimaliste accompagnaient la progression du joueur. Pourtant, ces contraintes ont posé les fondations du **chiptune**, un style musical basé sur les puces sonores, devenu culte. Avec l'arrivée des consoles 8 bits au milieu des années 1980, comme la **Nintendo Entertainment System**, les compositeurs bénéficient d'un peu plus de liberté. Ils ne disposent encore que de quelques pistes, mais ils peuvent déjà créer de véritables mélodies. C'est à cette époque que naissent les thèmes iconiques de ***Super Mario Bros.*** et ***The Legend of Zelda***, composés par **Koji Kondo**, ou encore les premières bandes sonores épiques de ***Final Fantasy***, signées **Nobuo Uematsu**. Les limites techniques forcent la créativité : les musiques doivent être mémorables, rythmées, capables de tourner en boucle sans lasser.



« Le véritable bouleversement survient toutefois avec l'arrivée du CD-ROM à la fin des années 1990. »

L'ère 16 bits des années 1990 marque un tournant majeur. Les consoles comme la **Super Nintendo** et la **Mega Drive** permettent d'utiliser des sons numérisés et davantage de pistes audio. En parallèle, la technique de l'échantillonnage et l'usage de *soundfonts* (des fichiers d'enregistrements qu'exécute l'ordinateur sur commande) se développent, permettant aux compositeurs de modifier, combiner et boucler des samples. Des jeux comme ***Sonic the Hedgehog***, ***Donkey Kong Country***, ***Chrono Trigger*** ou encore ***Zelda 3*** présentent désormais des bandes originales étonnamment sophistiquées, mélangeant jazz, rock, musique orchestrale ou électronique.

La musique gagne en richesse, en texture et en identité. Elle devient un élément artistique majeur du jeu, et certains compositeurs commencent à être reconnus comme des auteurs à part entière. Le véritable bouleversement survient toutefois avec **l'arrivée du CD-ROM** à la fin des années 1990. Grâce au support numérique, les jeux peuvent enfin intégrer des musiques enregistrées en studio, et non plus générées par des puces. Les bandes originales intègrent de véritables orchestrations et une ambition narrative nouvelle. Sur **PlayStation**, la musique contribue notamment à renforcer l'émotion auprès des joueurs comme sur ***Final Fantasy VIII***, ***Metal Gear Solid*** ou ***Wipeout***, dont les musiques électroniques introduisent une nouvelle modernité.

Success story : Little Big Adventure & Philippe Vachey

Développé par Adeline Software International et conçu par **Frédérick Raynal** – créateur d'*Alone in the Dark* –, ***Little Big Adventure*** arrive sur les écrans en 1994. Le joueur incarne le protagoniste Twinsen, chargé de sauver la planète Twinsun et ses habitants du méchant génie scientifique FunFrock, qui domine la planète. La saga *Little Big Adventure*, en avance sur son époque, traite de dictature, de manipulation des masses et de fanatisme avec légèreté, grâce à des personnages *cartoonesques* et un humour omniprésent. Une avancée que le magazine *Joystick* souligne en 1994 lors de la sortie de *LBA1*, louant un monde vivant et captivant où action, exploration et réflexion se mêlent avec brio. À la composition, **Philippe Vachey** signe une bande-son orchestrale qui rythme l'action, souligne la tension ou la surprise et transmet des émotions légères ou épiques. Un succès immédiat, qui restera gravé dans la mémoire des joueurs et qui renaîtra en 2024 avec *Twinsen's Quest*, toujours composé par Philippe Vachey.



© DR

Fanny Rebillard,

musicologue
et spécialiste de l'archivage numérique

&



© DR

Jean Zeid,

journaliste
et spécialiste du jeu vidéo

Tous deux commissaires de l'exposition *Video Games & Music* à la Philharmonie de Paris, reviennent sur l'histoire de la musique de jeu vidéo.

Comment situez-vous les débuts de la musique de jeu vidéo ?

Fanny Rebillard : L'histoire commence véritablement dans les années 1970, même si on pourrait remonter encore plus loin avec les premiers gros ordinateurs ou les flippers. Le glissement a été très progressif. La première date symbolique, c'est la sortie en 1984 de l'album *Video Game Music* d'Haruomi Hosono (du Yellow Magic Orchestra), qui montre que des groupes reconnus s'intéressaient déjà à la musique de jeu vidéo.

Jean Zeid : La période arcade aux USA est fondamentale. Avec *Pong* et les tout premiers jeux, l'interface graphique était trop simple, on avait besoin du son pour accompagner le jeu. Junko Ozawa a composé les premières véritables mélodies pour des jeux d'arcade. Ça a inspiré toute l'ère mélodique sur consoles et PC.

Qu'est-ce qui change au milieu des années 1980 ?

F.R. : C'est l'explosion de la micro-informatique puis surtout des consoles de salon, Nintendo et Sega, qui démocratisent tout. Les jeux développent des scénarios, des possibilités de sauvegarde, donc un appui sur le côté narratif et émotionnel. La musique devient essentielle pour porter cette dimension. Koji Kondo avec *Zelda* et *Super Mario* établit les codes. Puis la miniaturisation avec la Game Boy en 1989, les Tamagotchi, créent la portabilité qui continue aujourd'hui avec le mobile. Le premier *Zelda* ne contenait que 10 morceaux, le plus long durait 1 minute 10, soit 12 minutes au total. Le dernier *Zelda*, c'est 12 heures de musique originale avec arrangements !



L'arrivée du CD-ROM marque-t-elle un tournant ?

F.R. : Des gens ont très vite voulu mettre de la musique enregistrée, même avant le CD, mais c'était compliqué techniquement. Avec la Dreamcast et la PlayStation, le CD-ROM instaure le principe du Red Book Audio, une qualité sonore équivalente au CD. *Wipeout* en 1995 est le premier à inclure plusieurs musiques de la scène techno britannique. Il y a même eu une soirée de lancement dans un club au Royaume-Uni. Puis *GTA* a intégré des musiques préexistantes. Aujourd'hui, on a une explosion de styles, de la chiptune au symphonique. *Final Fantasy XIV* détient le record avec plus de 2 000 pistes.

Comment ont évolué les outils de production ?

F.R. : Au début, la musique était juste une partie du code, point barre. Il y a eu une révolution qui n'a pas fait date, en 1992 : le studio LucasArts avait créé pour le jeu *Monkey Island 2 : LeChuck's Revenge* le système iMUSE, avec une interface qui permettait au compositeur de paramétrer la musique selon les actions du jeu. Mais c'était trop compliqué techniquement.

J.Z. : On n'a pas revu ce genre d'outil avant Wwise d'Audiokinetic, créé par des anciens d'Ubisoft, et FMOD, des *middlewares* (logiciels agissant comme intermédiaire entre les applications) qui ont permis à beaucoup de se former aux questions de musique interactive et de faire des choses de plus en plus complexes en rapport avec les mouvements du jeu. Proportionnellement, la musique prend plus de place parce que les jeux sont plus gros. On est passé de données binaires à du pseudo-MIDI, puis à de petits samples et des enregistrements avec des formats de compression maison, au MP3, au WAV, au FLAC. Ça a permis des bandes-son plus étirées et ambiantes.

Comment s'est opérée la légitimation culturelle de cette musique ?

F.R. : Il y a eu une intensification ces 10 dernières années de l'importance accordée à la musique de jeu. Les premiers concerts datent des années 1980 au Japon et des années 2000 en Europe, les premiers disques de la fin des années 1970. Depuis, les grands orchestres enregistrent la musique des jeux vidéo avec des stars.

J.Z. : C'est intéressant de comparer avec la légitimation de la musique de cinéma. Il y a eu un besoin des institutions de renouveler les publics. Koichi Sugiyama, compositeur de *Dragon Quest*, organisait des concerts où il jouait sa musique en même temps que *Le Carnaval des animaux* de Saint-Saëns, pour dédiaboliser les jeux vidéo auprès des familles.
En Allemagne, Thomas Böcker a été le premier à négocier avec Square Enix ou Nintendo, pour faire des suites symphoniques, plus tard jouées par le London Symphony Orchestra. La musique est devenue un argument commercial des jeux au même titre que les éléments graphiques.

Quel regard portez-vous sur l'évolution récente ?

F.R. : Les studios investissent beaucoup plus dans la musique, parfois contre leur gré. Il y a une professionnalisation. La musique originale reste majoritaire, mais l'intégration de musiques préexistantes dans des jeux comme *Life Is Strange* ou *BioShock* montre une diversification des approches.

J.Z. : On assiste à une explosion de la scène indépendante depuis 2010, avec un retour à des esthétiques simples, de la musique 8 ou 16 bits. Il y a de nouveaux modes de diffusion, de nouvelles problématiques. L'histoire continue de s'écrire, avec l'IA maintenant qui pose de nouvelles questions. Mais une chose est sûre : la musique de jeu vidéo a conquis sa légitimité culturelle.



MUSIQUE ET JEU VIDÉO : LE XXIe SIECLE

« Dans les années 2000, les studios font de plus en plus appel à des orchestres symphoniques. »

Dans les années 2000, la musique de jeu vidéo atteint une véritable maturité artistique : les studios font de plus en plus appel à des orchestres symphoniques dont la puissance sonore permet de transmettre des émotions profondes aux joueurs. Les bandes originales deviennent de véritables albums, et les thèmes deviennent de véritables signatures. Des sagas comme ***Halo***, ***The Elder Scrolls*** ou ***Shadow of the Colossus*** montrent que ces compositions, interprétées en partie par des ensembles orchestraux, peuvent devenir des signatures emblématiques et se placer au cœur de l'expérience émotionnelle du joueur.

Cette transformation s'explique aussi par l'arrivée croissante de compositeurs provenant du film, tels que **Hans Zimmer** ou **Danny Elfman** (***Call of Duty Modern Warfare 2***, ***Bart vs. the Space Mutants***, ***Fable I & II***, etc.), dont la participation à certains jeux symbolise le rapprochement entre les deux industries. Une tendance amorcée au tournant des années 2000, mais qui s'impose réellement comme une norme dans les productions majeures des années 2010 et 2020. Parallèlement, la reconnaissance institutionnelle de la musique de jeu vidéo s'affirme, les bandes originales sont désormais régulièrement commercialisées, interprétées en concert et considérées comme des œuvres culturelles à part entière, témoignant de leur impact croissant sur le public et sur l'industrie musicale.

Cette époque est aussi celle d'une **diversification stylistique sans précédent**. Les progrès technologiques permettent aux compositeurs d'explorer une large palette sonore : électronique complexe (***Streets of Rage***, ***Furi***, etc.), ambiances minimalistes (***Jusant***, ***Chants of Sennaar***, etc.), influences orchestrales (***Final Fantasy***, ***Skyrim***, ***A Plague Tale, Clair Obscur : Expedition 33***, etc.), expérimentations hybrides, etc. La scène indépendante (plus libre dans son approche artistique) contribue à populariser ces identités sonores originales, créant un paysage musical varié où cohabitent productions monumentales et œuvres intimistes.



« Les jeux fournissent désormais des bandes-son capables de réagir en temps réel aux actions du joueur, signalant danger, réussite ou transitions. »

Sur le plan technique, cette nouvelle ère est marquée par l'essor de la **musique interactive et adaptative**, devenue indispensable dans les expériences modernes (***Beyond Good & Evil***, ***Assassin's Creed IV, Black Flag***, ***The Last of Us***, ***Silent Hill***, etc.). Les jeux fournissent désormais des bandes-son capables de réagir en temps réel aux actions du joueur, signalant danger, réussite ou transitions.
Le livre *Game Sound* chez MIT Press documente des évolutions reposant sur une intégration toujours plus poussée des technologies numériques, de la spatialisation audio et d'outils professionnels inspirés du cinéma. Ces musiques non linéaires et dynamiques assemblent des ***stems*** (des pistes sonores) selon l'état du jeu, à l'aide des deux ***middlewares*** (logiciels d'intermédiation entre le système et ses applications) qui font référence dans le domaine : **Wwise et FMOD**. C'est en relevant ce défi technique unique dans le monde audiovisuel que l'intégration de la composition musicale dans le jeu vidéo renforce l'immersion, devenue une signature fondamentale dans de nombreux jeux contemporains depuis les années 2010.

Ainsi, on constate dans cette dernière décennie une **reconnaissance culturelle croissante** de la musique vidéoludique. La Library of Congress américaine consacre par exemple depuis la fin des années 2010 des événements et des discussions à l'histoire et à la portée des musiques de jeu vidéo, confirmant leur légitimité en tant qu'objets culturels et artistiques majeurs. L'exposition ***Video Games & Music*** à la **Philharmonie de Paris** en 2026 prouve également que la musique de jeu est désormais étudiée, archivée et valorisée dans les plus hautes institutions culturelles.

Rayman & Christophe Héral, un grand couple jeu-compositeur

Compositeur emblématique du jeu vidéo français, **Christophe Héral** a marqué l'univers sonore de la série ***Rayman***, développée par **Ubisoft,** avec les épisodes ***Rayman Origins*** en 2011 et ***Rayman Legends*** en 2013. Loin des partitions épiques du jeu vidéo traditionnel, il a conçu un univers ludique où la musique devient un personnage à part entière, transformant le jeu vidéo en un véritable dessin animé interactif. Son secret ? Un « patchwork » de styles déjanté mêlant jazz, rythmes tahitiens, sonorités mariachis et instruments insolites comme le didjeridoo, interprétés par l'Orchestre de Skopje. Dans ***Origins***, les éléments du décor sont synchronisés sur un métronome interne. Dans ***Legends***, le *level design* s'adapte directement à la musique pour concevoir des niveaux purement rythmiques. Chaque saut, chaque frappe compose une mélodie dont le joueur est le soliste. Le lien entre les musiques du jeu et sa communauté est devenu tellement fort qu'il a récemment été mis à l'épreuve. À l'occasion de la réédition de *Rayman 1* (dont Ubisoft étudie l'éventuel retour), lors de son 30e anniversaire en février 2026, la réorchestration des thèmes originaux de Rémi Gazel de 1995 a courroucé une partie des fans du jeu, qui déplorent une dégradation de l'identité sonore originale.



© DR

Grégory Carreau

COO ASOBO STUDIO

Comment se fabrique un jeu vidéo à succès, et quelle place réelle y occupe la musique ?

Grégory Carreau, COO d'Asobo Studio, nous ouvre les coulisses de la production vidéoludique.

Pouvez-vous nous présenter Asobo Studio ?

Asobo est un studio de développement de jeux vidéo créé il y a environ 24 ans, basé à Bordeaux et comptant aujourd'hui près de 300 employés. Nous sommes un pur développeur : notre rôle est de créer les jeux et nous nous associons à des éditeurs qui en assurent la commercialisation.

Nous fonctionnons selon deux modèles. D'une part nous développons des jeux sur commande (« *work for hire* ») pour le compte de partenaires, c'est le cas par exemple de *Microsoft Flight Simulator*. D'autre part la création originale avec nos propres projets comme *A Plague Tale*.

Comment se déroule la production d'un jeu vidéo ?

Pour le dire de manière simplifiée, la production d'un jeu vidéo suit des étapes relativement structurées, même si leur durée et leur intensité peuvent varier selon l'ambition du projet, le studio et le modèle économique.

Elle débute par une phase de **conception**, menée par une équipe très restreinte. Cette étape vise à poser les fondations du projet : définir la vision créative, les bases de l'expérience de jeu, ainsi que les grandes orientations techniques et économiques. Elle se matérialise généralement par des documents de référence (pitch, *game design document*, concepts visuels, etc.) permettant d'aligner les parties prenantes.

Vient ensuite la phase de **préproduction**, avec une équipe un peu plus étoffée, qui expérimente, prototype et itère avec pour objectif de valider l'intérêt et la faisabilité du projet. Des arbitrages créatifs, techniques et économiques sont faits, et on finalise le cahier des charges complet du jeu. En général cette étape se concrétise par une *vertical slice* : un extrait court mais représentatif de la qualité finale visée.

La **production** proprement dite vient ensuite. C'est la phase la plus longue, qui mobilise l'intégralité de l'équipe de développement. On y produit l'ensemble des éléments qui constitueront le jeu. Elle s'achève par une phase de finalisation (ou postproduction), dont l'objectif est d'assurer la bonne fonctionnalité du jeu et de pousser la qualité générale au maximum. Elle s'échelonne autour des versions *alpha* (fonctionnalités complètes), *bêta* (contenus complets, y compris la musique) et enfin **Gold Master** (version validée pour la mise sur le marché).

Comment financez-vous ces projets ?

Il existe de nombreux modèles de financement allant de la commande ferme à l'auto-édition. Jusqu'ici, Asobo a fait le choix de toujours s'associer à un partenaire d'édition qui va à la fois assurer tout ou partie du financement et assurer la communication et la commercialisation du jeu.
Les projets en « *work for hire* » sont intégralement financés par le client dès le début du projet. Pour nos créations originales, il faut en général commencer par investir en fonds propres pour développer un concept et une démo convaincants. Une fois le projet signé avec un éditeur, celui-ci finance tout ou partie du projet. Plus nous finançons une partie importante, plus nous pouvons espérer être intéressés au succès du jeu sous forme de royautés.



Quels métiers interviennent et comment sont-ils organisés économiquement ?

Le jeu vidéo est par essence une **œuvre collective,** qui mobilise une grande diversité de métiers : *game design*, programmation, graphisme, animation, écriture, son, musique, contrôle qualité, etc. Chez Asobo, la plupart de ces métiers sont présents au sein du studio, mais certaines tâches et certains savoir-faire sont externalisés, notamment pour des compétences très spécifiques ou pour des besoins intermittents. La musique originale en est un bon exemple : elle peut jouer un rôle artistique majeur au sein du jeu, mais son volume de travail est trop ponctuel pour justifier une internalisation à temps plein.

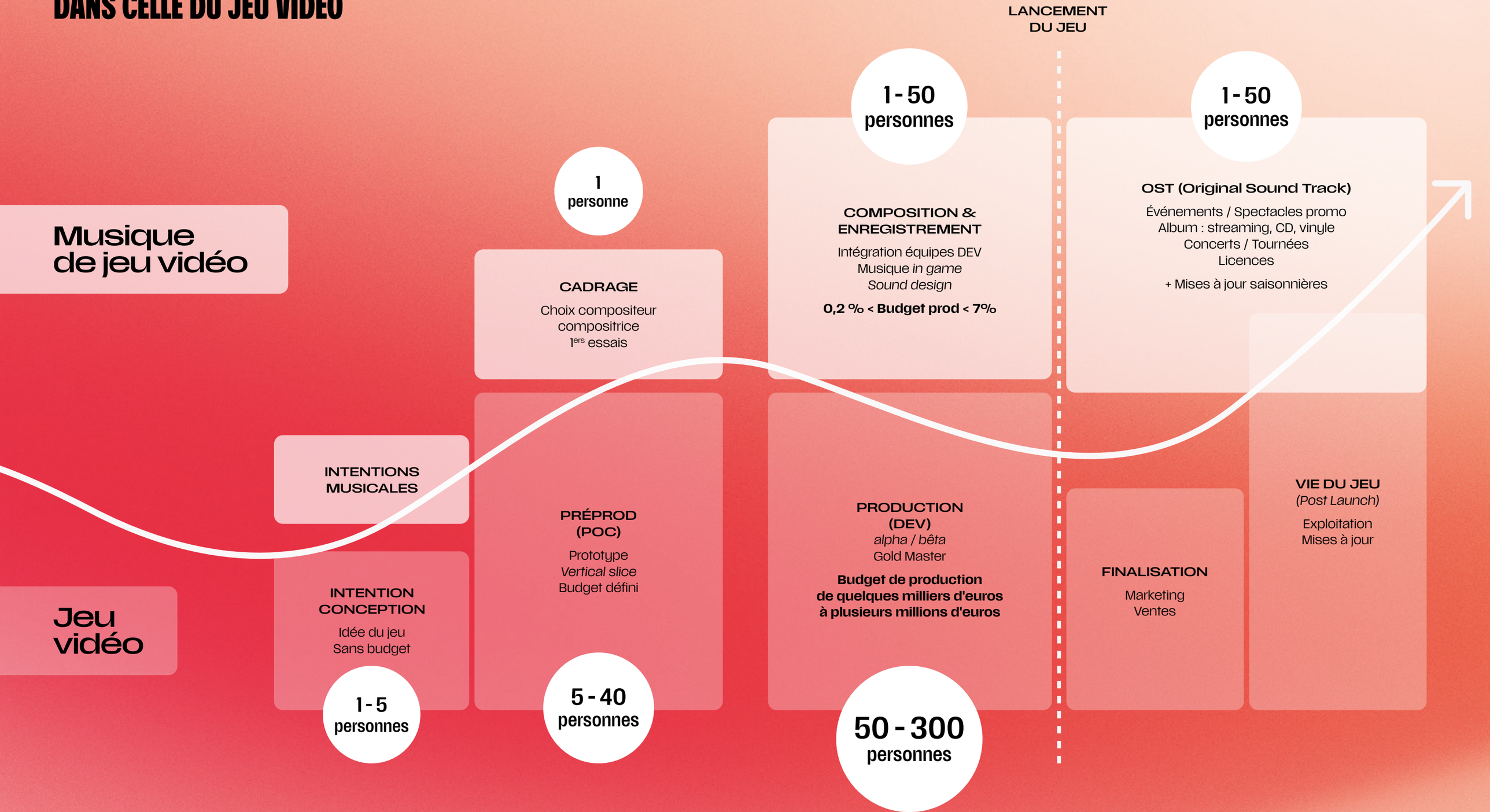
Quelle est la place de la musique dans la production d'un jeu vidéo ?

La musique ne va pas avoir la même importance ni les mêmes objectifs selon le genre du jeu concerné.

Dans le cas des jeux *A Plague Tale (Innocence* et *Requiem),* elle est essentielle. La musique composée par **Olivier Derivière** contribue largement à l'atmosphère unique des jeux en soutenant le ton sombre et poignant de l'histoire. Par ailleurs, c'est une véritable contribution à l'expérience de jeu ; la musique évolue en temps réel en fonction du *gameplay* et contribue significativement à l'immersion des joueurs.



CHAÎNE DE PRODUCTION DE LA MUSIQUE DANS CELLE DU JEU VIDÉO



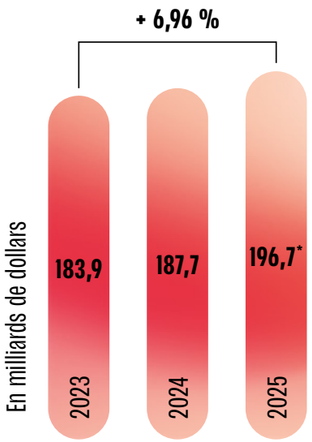
L'INDUSTRIE DU JEU VIDÉO EN CHIFFRES

Porté par le mobile et les grands succès récents, le marché mondial du jeu vidéo continue de croître, avec des revenus désormais répartis de manière quasi équilibrée entre consoles et PC, malgré un léger ralentissement en France.

Le marché mondial du jeu vidéo poursuit sa dynamique de croissance avec des revenus et un nombre de joueurs à la hausse. En 2015, les revenus globaux étaient de 91,8 Mds de dollars. En 2025, ils atteignent 196,7 Mds de dollars, soit **une progression de 114,27 % en 10 ans**. Plusieurs facteurs expliquent cette croissance. D'une part, l'adoption massive de la plateforme de jeux vidéo en ligne **Steam** en Chine et la poursuite du déploiement des nouvelles technologies (comme l'accès élargi à Internet, les jeux mobiles et les jeux en ligne) ont fortement contribué à cette dynamique. D'autre part, plusieurs titres à succès sortis au premier semestre 2025 ont également stimulé le marché tels que ***Kingdom Come : Deliverance II*** et ***Assassin's Creed Shadows***.

Dans le monde

Évolution du chiffre d'affaires dans le monde



* Estimé

Les revenus globaux sont estimés en 2025 à 196,7 Mds de dollars (+ 7,5 % sur un an). Les mobiles atteignent 108 Mds de dollars (+ 7,7 % sur un an), les consoles 45,3 Mds de dollars (+ 4,2 % sur an) et les PC 43 Mds de dollars (+ 10,4 % sur un an), soit 54,8 % pour les mobiles, et respectivement 22,8 % et 21,8 % pour les consoles et les PC, très proches. On observe une forte progression des revenus issus du mobile entre 2024 et 2025, au détriment des revenus générés par les consoles.

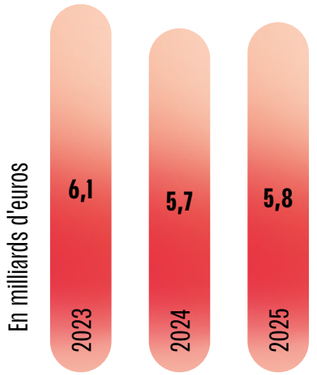
En parallèle, le nombre de joueurs dans le monde devrait atteindre 3,6 Mds en 2025, soit une hausse de 4,4 % sur un an. Cette croissance s'explique à la fois par l'essor continu du jeu mobile et par une forte augmentation du nombre de joueurs en Afrique et au Moyen-Orient (+ 6,8 %). Le nombre de joueurs payants progresse également (+ 4,9 % en un an), pour atteindre 1,6 Md en 2025. La propension à dépenser augmente donc au sein de la population mondiale des joueurs, avec une dépense moyenne de 119,70 dollars par joueur et par an.

Quelques faits marquants

2025 est marquée par la sortie de la console **Switch 2** de **Nintendo** en juin, proposée à 470 € seule et 510 € avec un jeu. 5,82 M d'unités sont vendues dans le 1er mois. Fin octobre, le volume de ventes s'élève à 10,36 M d'unités. En février 2026, Nintendo avait vendu 17,4 M d'unités, un chiffre supérieur aux prévisions. L'année est aussi marquée par le succès d'***Assasin's Creed Shadows***. Sorti en mars 2025, le jeu a attiré 5 M de joueurs.

En France

Évolution du chiffre d'affaires en France



Le jeu vidéo demeure la première industrie culturelle, devant le cinéma et la musique, malgré un net recul des revenus en 2025 par rapport à 2023. En 2025, le secteur a généré **5,8 Mds d'euros de revenus**, soit une **baisse de 4,91 %** par rapport à 2023. Ce ralentissement s'explique principalement par un contexte économique défavorable et le pouvoir d'achat des ménages en berne. Malgré ce recul, il s'agit de la **deuxième meilleure performance historique** de l'industrie.

En parallèle, la structure du marché par support reste marquée par une prédominance des **consoles**, qui concentrent **44 % des parts de marché**. Le **mobile** représente **30 %**, et le **PC** capte **26 %**. La répartition du chiffre d'affaires met en lumière des évolutions contrastées selon les segments. Le **mobile** poursuit sa progression et atteint **1,8 Md d'euros**, en hausse de **11 %** sur un an, tandis que les consoles restent stables à 2,5 Mds d'euros. Le marché du ***hardware*** reprend des couleurs par rapport à 2024, + 8 % sur an, grâce entre autres au carton de la Switch 2. À l'inverse, le ***software*** enregistre une nette contraction avec une baisse de **12 % des ventes (hors bundle)** par rapport à 2024. Enfin, les **abonnements** représentent **209 M d'euros** (stable par rapport à 2024), soit 15 % des revenus en 2025.

Qui sont les joueurs et joueuses ?

La France compte aujourd'hui 40 millions de joueurs, soit plus d'un Français sur deux. Leur profil se diversifie : **l'âge moyen atteint 39 ans,** mais la pratique progresse particulièrement chez les seniors (âgés en moyenne de 70 ans) qui sont désormais 5,4 millions, soit 700 000 de plus en un an. Côté diversité, **la répartition femmes/hommes est équilibrée (46 % / 54 %).** La musique des jeux vidéo, très présente sur les réseaux sociaux et les plateformes de streaming, en propulse les images au cœur de la pop culture et renforce les liens entre ces générations de joueurs ainsi qu'auprès des non-joueurs.

Sources : Newzoo, SELL, SNJV.

ACTEURS ET CONCENTRATION DU MARCHÉ

Le marché du jeu vidéo se caractérise par une forte concentration des acteurs, particulièrement dans les consoles, la distribution et les services, avec des degrés variables selon les segments.

Le marché du jeu vidéo est globalement très concentré, mais le niveau varie selon les segments. Le marché des consoles est principalement dominé par trois acteurs : Sony, Nintendo et Microsoft. **Sony**, le leader du marché, a enregistré en 2024 une performance solide, sa branche Game & Network Services a atteint **31,5 Mds de dollars**, en hausse de **9 %** sur un an. Parallèlement, la PlayStation 5 s'est écoulée à **plus de 92,1 M d'unités** dans le monde fin 2025, dont **8 M** entre septembre et décembre, un chiffre toutefois en **baisse de 15,7 %** par rapport à 2024. Côté *hardware*, au cours des neuf premiers mois de l'année fiscale, les ventes ont baissé de 8,5 %, à **7,5 Mds de dollars**. Cette évolution s'inscrit dans un contexte où près de **80 % des jeux PS5 vendus sont désormais dématérialisés**, révélant une transformation profonde des usages. En 2026, Sony s'attend à ce que son activité *hardware* subisse davantage de pressions en raison de la hausse des coûts des composants.

« Le marché des consoles est principalement dominé par trois acteurs : Sony, Nintendo et Microsoft. »

Du côté de **Nintendo**, l'année 2024 a été plus contrastée. L'entreprise a réalisé **7,68 Mds de dollars** de chiffre d'affaires, en **baisse de 30,6 %** sur un an. Dans le détail, les ventes de consoles et de jeux ont chuté de **30,9 %**, pour atteindre **7,14 Mds de dollars**, tandis que les revenus liés au mobile et aux licences ont également diminué de **30,9 %**, à **445,87 M de dollars**. Toutefois, sur la période avril-décembre 2025, les ventes nettes ont atteint **11,24 Mds d'euros**, montrant une activité encore soutenue. Côté console, la Nintendo Switch 2 a réalisé un lancement particulièrement remarquable en 2025, avec **17,37 M d'unités écoulées sur l'année**, dont **7 M vendues au seul mois de décembre**.

En ce qui concerne **Microsoft**, les revenus issus du jeu vidéo ont atteint **21,5 Mds de dollars** en 2024, contre **15,47 Mds** en 2023, marquant une progression significative. Cependant, d'octobre à décembre 2025, les revenus liés aux contenus et services Xbox (ventes de jeux et abonnements) ont **diminué de 5 %** sur un an. Microsoft attribue ce recul à des performances moindres qu'en 2024 pour les jeux publiés et entièrement autofinancés (*first-party**). Dans le même temps, les ventes de consoles ont chuté de **32 %**, un repli expliqué par une demande plus faible.

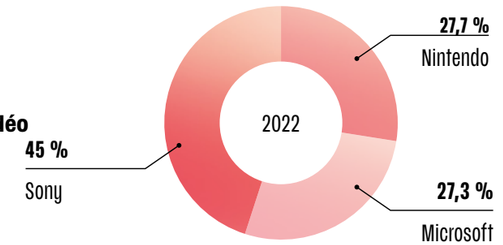
Au-delà du marché des consoles, d'autres segments présentent une concentration encore plus marquée. **Dans le jeu mobile**, la distribution repose quasiment sur un duopole formé par **Apple** et **Google**, même si la création de contenus reste largement diversifiée. Sur **PC**, l'écosystème est ouvert mais la distribution numérique est dominée par **Steam**, entraînant *de facto* une situation quasi monopolistique.

* Il existe différents niveaux de développement des jeux vidéo.
***First-party* :** jeu développé en interne par l'éditeur.
***Second-party* :** jeu développé par un studio indépendant mais financé et publié en exclusivité par l'éditeur.
***Third-party* :** jeu développé et publié par un studio indépendant.

L'**édition** connaît également une consolidation accélérée, portée par des **acquisitions majeures** telles que Microsoft-Activision ou Take-Two-Zynga, ce qui renforce la position des grands groupes dans le secteur des jeux AAA**. Le *cloud gaming*, quant à lui, reste un marché réservé aux géants technologiques (Microsoft, Nvidia, Amazon ou Sony) en raison des investissements colossaux nécessaires.
Enfin, **les services d'abonnement, tels que *Game Pass*, *PlayStation Plus* ou *Apple Arcade*, prennent de plus en plus d'importance** et favorisent mécaniquement les acteurs capables de proposer un volume conséquent de contenus.

En résumé, **la concentration du marché s'intensifie** dans la distribution, l'édition, les consoles et le cloud, tandis que le développement reste très fragmenté, dynamisé par une multitude de studios indépendants qui participent à la diversité créative du secteur.

Parts du marché mondial des entreprises du jeu vidéo sur console



Diffusion média : Twitch et YouTube devant

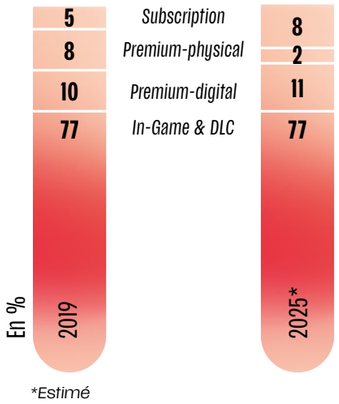
Lancée en 2011 et rachetée par Amazon en 2014, la plateforme **Twitch** s'est imposée comme la référence mondiale du streaming de parties de jeu vidéo. Les chiffres communiqués par la plateforme en 2025 donnent la mesure de son emprise : 900 M d'heures visionnées et 45 Mds de messages échangés par les utilisateurs à travers le monde. **YouTube** a longtemps constitué le pendant à la demande de cet écosystème — tutoriels, *let's plays*, compilations — avant de s'ouvrir à des formats plus larges : émissions, concerts, compétitions *e-sport*.
La frontière s'est depuis brouillée, et une part croissante des contenus jeu vidéo sur YouTube est désormais constituée de rediffusions de *live* Twitch.
Cette captation de l'audience jeu vidéo par le streaming n'est pas sans conséquence pour la télévision thématique : **Game One**, première chaîne câblée française dédiée au jeu vidéo, a fermé le 31 décembre 2025 — non par manque d'audience ou de rentabilité, mais sur décision stratégique de son actionnaire Paramount. Sa réouverture est annoncée pour septembre 2026. En attendant, c'est sur le Twitch de Julien Tellouck, l'un de ses visages emblématiques, que la communauté se retrouve, sous le nom de « *LaTeamLeRespawn* ».

** Les 3 types de jeux selon leur budget et leur ambition technique et commerciale :
AAA : production à très gros budget, de 50 M€ à plusieurs centaines de M€
AA : production de budget intermédiaire, de 10 M€ à 50 M€
Iii : jeu indépendant à forte ambition, de 500 k€ à 10 M€.

CONSOMMATION DES JEUX : ACHAT OU ABONNEMENT ?

Les revenus du jeu vidéo reposent majoritairement sur les dépenses *in-game*, tandis que l'achat de jeux diminue et que les abonnements, encore limités, progressent.

Parts de marché des jeux par modèle de monétisation



*Estimé

Le marché du jeu vidéo est toujours dominé par des modèles de monétisation fondés sur les achats intégrés et les contenus additionnels. Selon les analyses d'Ampère, les **dépenses au sein des jeux** (ou *in-game*), les **contenus additionnels téléchargeables** et les **microtransactions** représentent environ **77 % de l'ensemble des dépenses mondiales en 2024**, une tendance qui devrait se maintenir au cours des prochaines années. Ce modèle est principalement porté par le mobile, les jeux gratuits mais assortis de dépenses *in-game* potentielles, et la digitalisation progressive du marché des consoles.

L'achat

En parallèle, les modèles premium (achat d'un jeu complet) conservent un rôle important mais connaissent une transformation profonde. Le **premium digital** reste un segment **résilient**, représentant environ **20 à 21 % du marché mondial**. Sa solidité s'explique par l'augmentation du prix des jeux et par la gestion de catalogue des éditeurs, qui favorisent de plus en plus les ventes dématérialisées. À l'inverse, le **premium physique ne représente plus que 2 à 3 % du marché**, et devrait chuter à **seulement 2 % d'ici la fin de l'année 2026**, malgré la sortie de la Switch 2. Enfin, les **abonnements** représentent une part encore modeste d'environ **6 à 8 %** de la structure globale des revenus, mais ils progressent, même si c'est sous l'effet de **hausses tarifaires** plutôt que du nombre d'abonnés.

L'abonnement

Le marché mondial des abonnements *gaming* connaît une croissance soutenue et transforme progressivement la manière dont les joueurs accèdent aux contenus vidéoludiques. En **2024**, ce marché a atteint une valeur estimée à **11,53 Mds de dollars**, et les projections indiquent qu'il pourrait atteindre **13 Mds fin 2025**. Selon Grand View Research, le marché devrait atteindre **24 Mds de dollars en 2030**, soit une progression de **13,3 % entre 2025 et 2030**. MetaTech Insights estime que le marché pourrait représenter **47 Mds de dollars d'ici 2035**, confirmant la dynamique durable des modèles par abonnement. Ils se répartissent principalement sur consoles, pour 8,2 Mds de dollars de revenus en 2025, contre 1,4 Mds sur PC (hors *cloud gaming*).
L'adoption des services d'abonnement est en moyenne de **35 % au niveau mondial.** Elle varie fortement selon les régions, avec plus de 40 % de pénétration en Asie, tirés par l'essor du mobile et l'amélioration des infrastructures Internet, et environ 20 % aux États-Unis, marché plus mature et stable. L'**Asie-Pacifique** génère la majorité des revenus de 2024, les prévisions indiquant une progression de **6,5 Mds de dollars en 2025 à 9,4 Mds en 2029**, soit une hausse de près de **10 % par an**.

Les acteurs

La plupart des acteurs majeurs du secteur proposent une offre avec abonnement. Parmi les services les plus influents, ***PlayStation Plus*** rassemble 45,4 M d'abonnés (2022), ***Nintendo Switch Online*** atteint 34 M (fin 2025), tandis que le ***Xbox Game Pass*** en compte 34 M (2024).
De son côté, ***EA Play*** réunit 6,5 M d'abonnés payants (fin 2020). Au total, ces quatre plateformes totalisent plus de 120 M d'abonnements payants.
En France, **17,8 M de joueurs sont désormais abonnés à une plateforme de *gaming* en 2024**, pour un coût moyen de 19 €/mois.
En France, les joueurs font de la résistance, 2/3 d'entre eux préférant encore les supports physiques malgré la montée en puissance des offres dématérialisées. De manière générale, les offres comme *Game Pass*, *PlayStation Plus* ou les catalogues multiplateformes gagnent en importance, mais demeurent loin derrière les dépenses *in-game*, qui dominent clairement le paysage économique du jeu vidéo.

Steam

Fondée en 2003, Steam est une plateforme de distribution de contenus dématérialisés développée par Valve. Elle réunit des millions de joueurs à travers le monde et a atteint un nouveau record en février 2026 avec **36,5 M d'utilisateurs connectés simultanément**. La plateforme proposait **18 521 jeux vidéo en 2024** (+ 27,45 % par rapport à 2023). Son modèle économique repose sur les **commissions prélevées sur les ventes** : 30 % par défaut, avec un barème dégressif à 25 % au-delà de 10 M de dollars de revenus et 20 % au-delà de 50 M. Le **chiffre d'affaires de Steam est estimé à 11,7 Mds de dollars en 2025** (+ 8,33 % par rapport à 2024). Malgré l'absence de certaines franchises majeures telles que *Fortnite*, *Minecraft* ou *Roblox*, Steam demeure la plateforme largement dominante sur le marché de la vente de jeux PC en ligne, loin devant son principal concurrent, l'Epic Games Store, qui a généré **1,1 Md de dollars** en 2025.

THE PIXEL HUNT, ARTISAN DU JEU VIDÉO



© DR

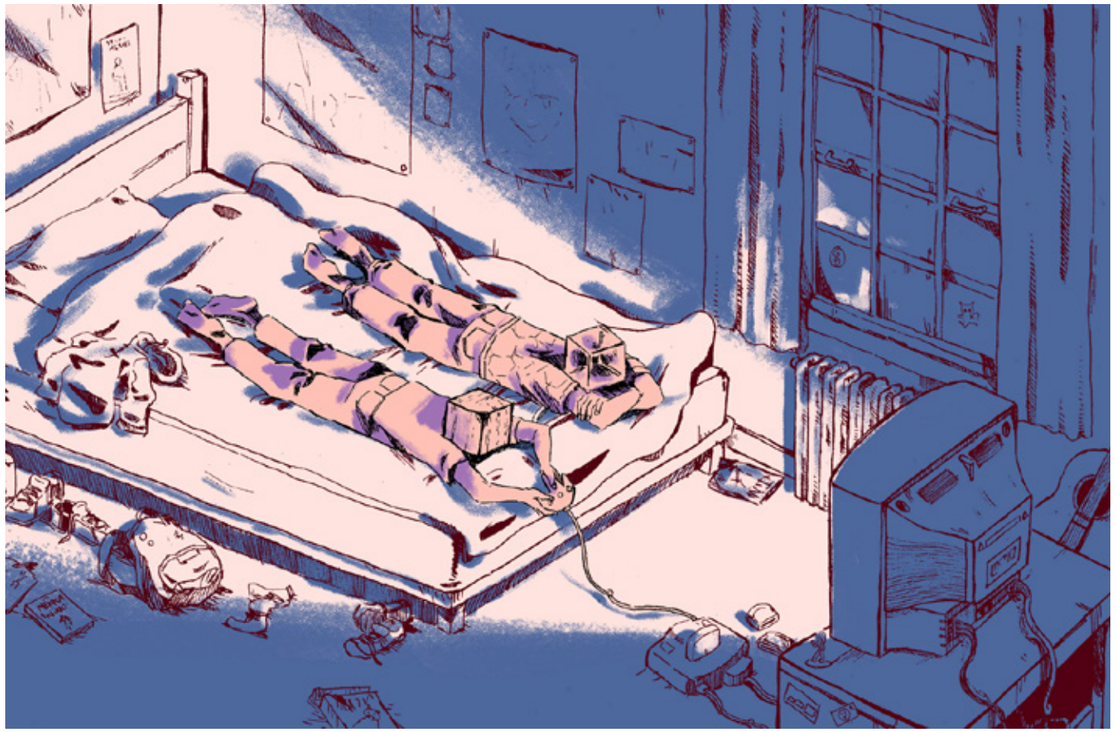
Florent Maurin

THE PIXEL HUNT

Florent Maurin est le fondateur de The Pixel Hunt, studio indépendant français reconnu pour ses jeux narratifs ancrés dans le réel, dont le dernier titre *Wednesdays* a été doublement récompensé aux Pégases du jeu vidéo. Il se considère comme un artisan du jeu vidéo.

Pouvez-vous nous présenter The Pixel Hunt et les jeux que vous produisez ?

The Pixel Hunt est un très petit studio indépendant que j'ai fondé il y a une douzaine d'années, après une première vie dans le journalisme. Cette expérience a profondément marqué notre ligne éditoriale : nous faisons des jeux très narratifs, toujours en lien avec le réel, qu'il soit historique, philosophique ou sociétal. *Enterre-moi, mon amour*, *The Wreck* ou *Wednesdays* abordent des sujets intimes et parfois difficiles, avec l'ambition d'élargir le spectre de ce que le jeu vidéo peut raconter. Concrètement, les équipes sont réduites : je suis le seul permanent et 3 à 5 personnes constituent le cœur du projet, entourées de nombreux collaborateurs ponctuels. Nous travaillons rarement sur un seul jeu à la fois, car notre modèle économique repose sur un équilibre fragile entre développement, recherche de financements et prestations extérieures. Nous avons la chance de bénéficier d'aides publiques et de partenaires comme Arte, qui rendent possibles des jeux à forte valeur culturelle, mais peu orientés vers la rentabilité. Nos jeux se vendent dans le monde entier, sur PC, consoles et parfois mobile.



Quelle place occupe la musique dans vos jeux ?

La musique est toujours présente, mais jamais centrale dans le *gameplay*. Deux cas reviennent le plus souvent. Soit nous savons qu'il y aura une musique originale, composée spécialement pour le jeu, mais elle intervient assez tard dans le processus, une fois le *gameplay* et l'univers bien définis. Soit nous utilisons une chanson existante, comme dans *Wednesdays*, où un titre de Silly Boy Blue sert de générique. Dans ce cas, la musique est pensée comme un élément narratif : la chanson est découpée, mise en boucle, et son déroulement dépend de l'action du joueur. Ce sont des interventions légères, mais très signifiantes émotionnellement.

Comment travaillez-vous avec les compositeurs et les ayants droit ?

Le *sound design* est impliqué très tôt, car il participe directement à ce qu'on nomme le *game feel*. La musique, elle, arrive plus tard. Pour une composition originale, nous fonctionnons le plus souvent en *buy-out**, avec un cahier des charges précis : nombre de morceaux, boucles, allers-retours créatifs. Dans certains cas, comme sur *The Wreck*, nous avons aussi mis en place un intéressement à l'exploitation commerciale, ce qui reste rare dans le jeu vidéo. Pour une chanson existante, la négociation est plus complexe : il faut composer avec les labels, les droits phonographiques et parfois la Sacem. Sur *Wednesdays*, la musique représentait environ 3 % du budget total du jeu, avec une durée d'exploitation limitée dans le temps, ce qui pose des questions concrètes à moyen terme : va-t-on renouveler les droits ou modifier le jeu pour en retirer la chanson ?



* Le *buy-out* est un mode de rémunération par lequel un créateur cède ses droits contre un paiement forfaitaire unique, sans rémunération ultérieure liée à l'exploitation de l'œuvre (ventes, diffusions, succès).

Quelles sont les principales difficultés liées à la musique pour un petit studio ?

La première est budgétaire : chaque euro compte. La seconde est administrative : la Sacem reste perçue comme un épouvantail dans le jeu vidéo, souvent par méconnaissance. Mon expérience personnelle a pourtant été plutôt fluide, mais il est clair que la complexité des dispositifs peut décourager les studios, au détriment des compositeurs. Nous essayons, à notre échelle, d'adopter une approche respectueuse du droit d'auteur, même si elle va à l'encontre d'une logique ultralibérale très répandue dans l'industrie.

Vous pensez que ces pratiques dominantes en la matière peuvent évoluer ?

Le *buy-out* et la notion d'œuvre collective sont devenus la norme dans le jeu vidéo parce qu'ils simplifient tout, mais je ne suis pas sûr d'y adhérer philosophiquement. La musique reste une œuvre de création à part entière, même lorsqu'elle est fragmentée ou interactive. Quand on le peut, on essaie donc de reconnaître ce travail, parfois via un intéressement à l'exploitation, à la manière de l'audiovisuel. C'est sans doute plus facile à défendre quand on est un petit studio, mais je pense que la question mérite d'être posée à l'échelle de toute l'industrie.

Les métiers d'un jeu vidéo

La création d'un jeu vidéo mobilise une grande diversité de métiers, répartis sur l'ensemble de la chaîne de production. En amont, la **direction créative** définit la vision globale du projet : intention artistique, ton, univers, références. Elle travaille étroitement avec les ***game designers***, chargés de concevoir les mécaniques de jeu, les règles, le rythme et l'expérience du joueur. Les ***level designers*** traduisent ces principes en niveaux jouables, en orchestrant progression, difficulté et narration environnementale.

Les **développeurs et programmeurs** assurent la réalisation technique : ils conçoivent le moteur du jeu, les systèmes de *gameplay* et les interfaces. Les **artistes graphiques** (***concept artists*, graphistes 2D/3D, animateurs**) donnent forme aux personnages, décors et animations, en dialogue constant avec les contraintes techniques.

Le pôle audio se divise entre **compositeurs**, chargés de la musique originale et de l'identité sonore globale, et ***sound designers*,** responsables des bruitages, ambiances et sons interactifs. Dans certains studios, des **intégrateurs audio** assurent le lien entre création sonore et implémentation technique.

Enfin, la production s'appuie sur des fonctions transverses essentielles : **production et gestion de projet, assurance qualité et tests, juristes, producteurs exécutifs** ou encore équipes chargées de la **localisation** (adaptation aux différents pays) et de la **mise sur le marché.**

L'ÉCOSYSTÈME FRANÇAIS

La France occupe une place majeure dans le jeu vidéo mondial, portée par quelques grands groupes, un tissu dense de studios indépendants et un écosystème structuré de formation et de soutien public.

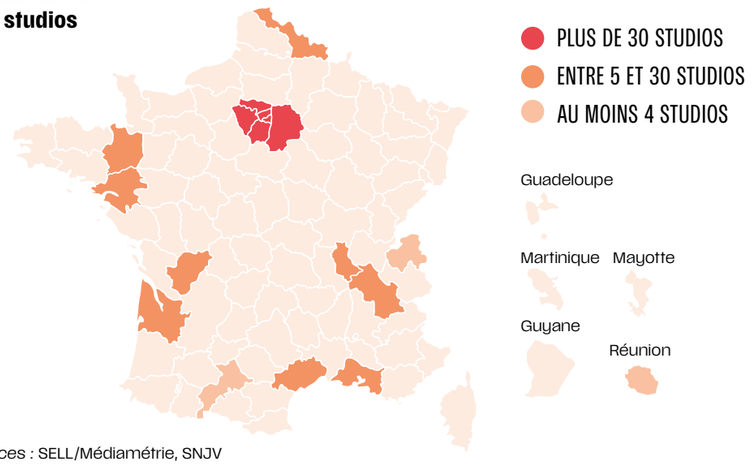
Entre rayonnement culturel de la *French Touch* et puissance industrielle, la France est un acteur mondial incontournable du jeu vidéo. **L'écosystème tricolore compte plus de 980 entreprises en 2024**, principalement composé de petites structures (seuls 5,3 % des studios dépassent 10 M d'euros de revenus en 2024). Quatre acteurs français, **Ubisoft**, **Bandai Namco**, **Gameloft** et **PulluP Entertainment** (ex-Focus), captent l'essentiel des revenus du secteur grâce à leurs catalogues reconnus dans le monde entier, comme *Assassin's Creed* ou *Dragon Ball*.

« La création importante de jeux indépendants est en partie rendue possible grâce aux soutiens financiers publics. »

En 2024, **1 040 jeux ont été en production**, dont 55 % sont des jeux indépendants. La création importante de jeux indépendants est en partie rendue possible grâce aux soutiens financiers publics (crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV), fonds du CNC, garanties BPI France, dispositifs régionaux, État, etc.).

Au-delà du soutien financier, la France bénéficie également d'un atout humain essentiel. Plus de 130 organismes de **formation et écoles** existent en France (Gobelins, ENJMIN, Rubika, etc.) et sont reconnus à l'international. Cette structuration de la formation se reflète naturellement dans les dynamiques d'emploi. La filière compte plus de 5 000 professionnels, dont 74 % sont en CDI.

Implantation des studios



Sources : SELL/Médiamétrie, SNJV

Néanmoins, les indicateurs publiés dans le ***Baromètre annuel du jeu vidéo en France*** **par le SNJV en juin 2025**, révélaient une tension croissante : seuls 45 % des studios se déclaraient optimistes pour leur avenir (contre 85 % deux ans plus tôt), près d'une entreprise sur deux n'avait qu'une visibilité financière inférieure à un an, et 33 % des studios opéraient en déficit. D'autre part, la cession d'activités, principalement au sein de petites structures, a progressé ces dernières années. Cela s'explique par une industrie très concurrentielle ainsi qu'une baisse des aides publiques et des investissements.

« Seuls 45 % des studios se déclaraient optimistes pour leur avenir. »

Ces facteurs d'instabilité accentuent la polarisation entre « grands » et « petits » acteurs. Malgré ce contexte, environ 40 % des entreprises auraient recruté en 2025, signe d'une dynamique de création toujours présente au cœur de la filière.

Cette fragilité comme cet élan jouent désormais un rôle dans la manière dont les studios s'implantent sur le territoire. L'Île-de-France concentre 43 % des studios (voir carte), suivie par la région Auvergne-Rhône-Alpes et le sud-est de la France. Cette concentration géographique s'explique par des aides variables selon les régions et par la présence d'écoles de formation sur les territoires.

L'écosystème français s'inscrit dans un mouvement plus large de transformation : montée en puissance de la dématérialisation, essor du mobile, évolution des genres dominants, structuration de l'e-sport, retour en force des événements physiques. Ce paysage en mutation témoigne d'un secteur vivant, à la fois mature et en perpétuelle évolution.

Clair-Obscur : Expedition 33

Clair-Obscur : Expedition 33 est un RPG — un jeu de rôle — développé par **Sandfall Interactive,** studio indépendant montpelliérain fondé par d'anciens d'Ubisoft. Plébiscité par la critique mondiale (Metascore de 92/100 et note utilisateur de 9,7/10), le titre plonge le joueur dans un monde inspiré de la Belle Époque où une entité mystérieuse - la Peintre - efface chaque année une partie de l'humanité en gravant un chiffre sur sa toile.
Plus qu'un habillage superficiel, la musique irrigue jusqu'au cœur du *gameplay*. Parer ou esquiver au bon moment, en synchronisation avec la partition, conditionne l'issue de chaque affrontement. Cette mécanique rythmique prend tout son sens face à une bande originale signée Lorien Testard et Alice Duport-Percier : 40 instrumentistes au service d'un équilibre entre piano solo, orchestre de chambre, rock et électronique, portés par les voix de Victor Borba, Axelle Verner et Alice Duport-Percier elle-même. L'œuvre est restée 21 semaines en tête du classement Billboard « Albums classiques ».



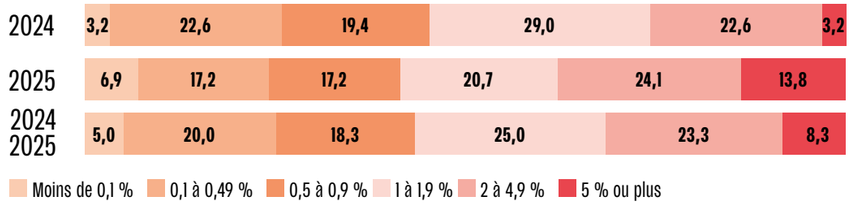
LE POIDS DE LA MUSIQUE DANS LE JEU VIDÉO

Longtemps reléguée au second plan dans l'économie du jeu vidéo, la musique constitue pourtant un élément clé de l'expérience de jeu. Sa place dans les budgets reste toutefois limitée et très variable selon la nature des projets, comme le montrent à la fois les données du CNC et les retours des studios et des producteurs audio.

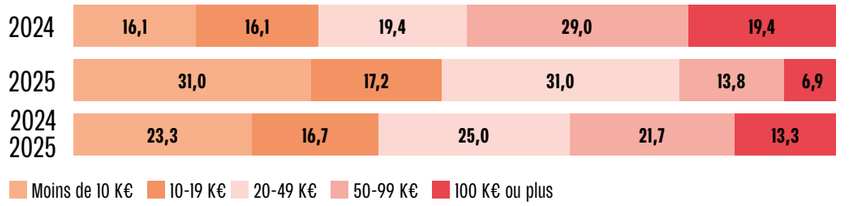
Ce que montrent les chiffres du CNC

Les données analysées par le CNC portent sur les jeux vidéo ayant bénéficié du CIJV. Elles révèlent que la musique originale représente une part très marginale du budget global des jeux aidés. En 2024, les dépenses de composition musicale atteignent en moyenne 0,8 % du coût total des projets, un ratio qui recule fortement en 2025 pour s'établir autour de 0,3 %. Même lorsque l'on élargit le périmètre à l'ensemble des dépenses sonores (musique et *sound design* confondus), la part dépasse rarement 1 % du budget.

Répartition des jeux vidéo aidés selon le poids des dépenses en composition musicale dans le coût total (en %)



Répartition des jeux vidéo aidés selon le niveau de dépenses en composition musicale (en %)



Ces 2 graphiques sont basés uniquement sur les dossiers qui isolent le poste composition musicale seulement, soit 31 dossiers sur 40 en 2024 et 29 sur 39 en 2025. Source CNC.

Cette baisse relative s'explique notamment par la diminution du nombre de projets investissant fortement en musique : seuls deux jeux en 2025 dépassent les 100 000 € de dépenses de composition musicale, contre six l'année précédente. Dans le même temps, le coût global des jeux aidés progresse fortement (+ 40,8 % en un an), ce qui dilue mécaniquement la place de la musique. À l'inverse, certains projets de taille intermédiaire (entre 500 000 € et 1 M€ de budget total) peuvent consacrer jusqu'à 7 % voire 11 % de leur budget à la musique, soulignant l'existence de fortes disparités selon les typologies de production.

L'éclairage des studios et des producteurs

L'échange avec les studios corrobore ces chiffres et la fourchette budgétaire du coût de la musique au sein des budgets de production des jeux vidéo. Le poids de la musique varie sensiblement selon la taille des productions, mais demeure globalement un poste budgétaire limité. **Dans les studios de grande envergure,** produisant des jeux à budgets élevés, la musique représente le plus souvent moins de 1 % du coût total. Sur certaines productions particulièrement ambitieuses, cette part peut même descendre autour de 0,2 à 0,3 %, effet mécanique d'un budget global très important. À l'inverse, sur des projets plus contenus, elle peut atteindre jusqu'à 1,5 voire 2 %, traduisant un investissement artistique plus visible sans pour autant devenir central.

Dans des structures intermédiaires, la musique est généralement externalisée et son coût est parfois indexé à la minute produite (de 1 500 € à 3 000 €). Bien que les tarifs unitaires soient significatifs, ce poste ne représente là aussi que quelques pourcents du budget global. Il s'inscrit alors comme un levier d'identité artistique, sans peser fortement dans les arbitrages financiers.

Dans les studios indépendants, caractérisés par des budgets plus modestes, la musique occupe une place proportionnellement plus importante, de l'ordre de 3 à 5 %. L'intégration d'œuvres préexistantes peut même constituer un poste notable à elle seule. De manière générale, la musique seule reste majoritairement sous les 2 % du budget, tandis que l'ensemble des dépenses audio peut atteindre 5 %. Seuls les jeux musicaux font exception, avec des parts pouvant aller jusqu'à 20 %, la musique devenant alors le cœur même de l'expérience.

Ces différents éclairages convergent vers un constat clair : **la musique reste un poste budgétaire faible dans le jeu vidéo**, bien en deçà de son poids créatif et émotionnel. Son financement dépend étroitement de la taille des projets, de leur ambition artistique et du modèle économique choisi (indépendant, AA, AAA). Les jeux narratifs et atmosphériques nécessitent généralement des investissements musicaux plus importants que les simulations techniques par exemple. **Si elle est rarement un levier financier majeur, la musique demeure néanmoins un marqueur fort d'identité, parfois déterminant dans la réception critique et l'attachement du public aux jeux.**



Musique et *sound design* : distincts mais indissociables

Dans le jeu vidéo, la musique et le *sound design* remplissent des fonctions complémentaires mais fondamentalement différentes. La musique structure le temps long du jeu : **elle construit une identité, soutient la narration, installe une atmosphère et accompagne les grandes phases de l'expérience.** Elle peut être mélodique ou ambiante, composée pour s'adapter aux actions du joueur, voire devenir autonome et exister hors du jeu (albums, concerts), comme l'ont montré *Zelda*, *Final Fantasy*, *Assassin's Creed* ou *Clair Obscur : Expedition 33*. Le *sound design,* lui, travaille le temps court et l'interaction immédiate. Il regroupe tous les sons fonctionnels du jeu : bruitages, interfaces, actions du joueur, environnements, retours sonores. Son rôle est avant tout informationnel et immersif : chaque son doit répondre à une action précise ou renforcer la crédibilité du monde. À mesure que les technologies ont évolué, notamment avec les logiciels *middlewares* comme Wwise ou FMOD, le *sound design* a pris une place croissante. Les métiers et outils reflètent cette distinction. Le compositeur travaille l'écriture musicale, l'orchestration et l'émotion globale, souvent avec des stations audio et synthétiseurs, tandis que le *sound designer* est au plus près de l'intégration technique : déclencheurs, spatialisation, variation des sons en fonction du *gameplay*.

3 PORTRAITS D'ARTISTES



© Pierre Nativel

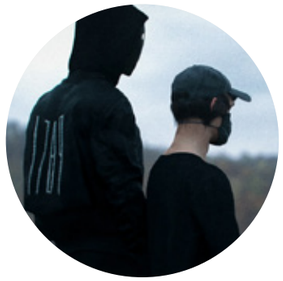
Camille Constantin Da Silva

Faire parler le silence

Cairn
(The Game Bakers)

Camille Constantin Da Silva compose sa première musique de jeu vidéo avec *Cairn*, où elle joue à la fois la voix du personnage principal Avaa et écrit une partie des musiques originales. « J'assume une matière sonore volontairement imparfaite, une composition très brute. » La musique n'étant pas omniprésente, Camille a cherché à travailler sur les défauts des instruments, la voix, le violon et les percussions, « pour que la musique incarne des personnages. »
Son moteur, c'est l'empathie : **« Je compose sur le sentiment du personnage, l'ambiance du moment, en me demandant ce que la musique doit raconter quand l'image se tait. »** Dans *Cairn*, elle s'est immergée tôt, jouant aux versions de développement et convoquant sa pratique de l'alpinisme (le sujet du jeu) pour souligner les sonorités. Elle a particulièrement apprécié la force collective de la création du jeu, qui l'a mobilisée une année : « C'est le domaine qui réunit le plus de corps de métiers. J'ai été en contact avec le dessinateur Mathieu Bablet et les fondateurs du studio Emeric Thoa et Audrey Leprince. » Surtout, elle mentionne sa collaboration fondatrice dans le studio danois du compositeur Martin Stig Andersen : « Il posait le cadre et parfois on improvisait 8 heures d'affilée. » Sa rigueur alliée à la sensibilité de Camille ont accouché d'une musique qui ne surligne pas, mais ouvre un sous-texte et accompagne le joueur au plus près.

Avec Franck Rivoire, alias Danger, la musique de jeu vidéo est indissociable d'un parcours d'artiste électronique affirmé. Il vient au jeu vidéo en fan de longue date : les BO sont des souvenirs avec lesquels il a « un rapport assez doudou, des sons qui le ramènent à des émotions très personnelles. » Pour lui, **« la musique de jeu vidéo a la même dignité artistique que celle du cinéma. Elle est une partie intégrante du jeu, pas juste un petit habillage. »**
Son exemple clé est *Furi*, « un jeu dont la BO collective, pensée pour faire découvrir une couleur synthwave, a fortement contribué au succès et a servi de passerelle entre *gaming* et scène électro. »
Dans la création, il cherche « une grammaire musicale propre au jeu, instruments, modes, boucles, etc. ainsi qu'une temporalité dictée par le *gameplay*. » Il aime être embarqué tôt, « dès la phase de croquis des jeux, pour un vrai ping-pong artistique. »
Il s'intéresse aux outils de musique dynamique (FMOD, etc.) mais prévient : « la générativité peut être un piège si elle empêche d'amener une émotion. » Sa ligne directrice : garder une singularité d'artiste tout en se fondant dans l'univers du jeu, et privilégier des collaborations compatibles avec la notion d'auteur plutôt que le *buy-out*. Une vision du compositeur de jeu vidéo comme artiste à part entière, dont l'identité musicale ne s'efface pas au service du jeu, mais s'y inscrit durablement.



© DR

Franck Rivoire (Danger)

La BO comme identité assumée

Furi, *Haven* (The Game Bakers)
/ *Windblown* (Motion Twin)

Pionnier de la musique de jeu vidéo, son parcours est étroitement lié aux débuts des grands studios français. Salarié chez Kalisto dans les années 1990, il compose pour de nombreux projets, dans un contexte souvent instable, où certains jeux ne verront jamais le jour. Frédéric Motte commence sur des machines aux échantillons rudimentaires et à la mémoire très limitée. Il le dit simplement : « je suis venu à la musique par l'informatique. » Sur Amiga, il apprend seul : « je n'ai pas de formation musicale », mais un savoir-faire rare pour créer avec très peu de mémoire.
Son jeu repère, *Nightmare Creatures*, situé dans un Londres gothique et oppressant, est celui sur lequel il dit « avoir eu le plus de plaisir, des monstres, de la tension », une musique conçue pour l'ambiance et le rythme de l'action, testée au plus près du *gameplay* (idéalement en jouant, sinon via des vidéos).
Avec le recul, il pointe les frictions économiques et juridiques du secteur : **« Au début je n'étais pas sociétaire Sacem, aujourd'hui je le suis, c'est un frein énorme pour le jeu vidéo. »** Il observe aussi la fin des compositeurs « en interne » au profit d'un recours massif aux free-lances. Pourtant, son exigence reste la même : « travailler par périodes longues, rester concentré, et faire de la musique un moteur d'immersion — pas un simple ajout. »



© DR

Frédéric Motte

Pionnier autodidacte, du code à l'atmosphère

Road 96 (DigixArt) / *Nightmare Creatures I & II*, *Dark Earth* (Kalisto Entertainment)

Les statuts du compositeur de musique de jeu vidéo

Dans le jeu vidéo, la commande de musique ne repose sur aucun cadre social unifié. Quatre statuts coexistent en théorie : salarié, artiste-auteur, microentrepreneur ou gérant d'une société.
Le compositeur peut d'abord être **salarié d'un studio**, principalement dans de très grandes structures. Il crée la musique dans le cadre de son contrat de travail, contre une rémunération fixe avec cession éventuelle de ses droits. Dans ce cas, il a rarement conscience d'être un auteur au sens du droit d'auteur et n'est presque jamais affilié à un organisme de gestion collective. Le cas est rare en France, plus courant au Japon.
La situation la plus répandue est celle de l'**auteur-compositeur indépendant.** Il peut transférer ses droits d'auteur par l'intermédiaire de contrats de cession conclus avec le studio prévoyant une rémunération proportionnelle, ce qui n'est pas la majorité des cas, car perçu comme plus complexe à intégrer dans une production. Son travail est donc plus souvent payé une somme forfaitaire unique.
De nombreux compositeurs opèrent en **microentreprise**, autre porte d'entrée pour beaucoup d'entre eux. Certains constituent une **société**, leur permettant de facturer leurs prestations aux studios. Cela ne signifie pas qu'ils renoncent à leurs droits d'auteur, même si cette confusion est fréquente côté studios.
Enfin, l'**intermittence du spectacle** est quasi inexistante, contrairement à ce qui prévaut dans l'audiovisuel ou la musique enregistrée. Pour signer un CDD d'usage, le contrat de l'intermittence, l'employeur doit relever d'une convention collective adaptée. Or, les studios de jeux vidéo dépendent de plusieurs conventions collectives qui ne le permettent pas.

LES MODÈLES DE GESTION DES DROITS MUSICAUX DANS LE JEU VIDÉO

La gestion des droits musicaux dans le jeu vidéo résulte d'un développement historique marqué par l'absence de cadre dédié, dont découle une base juridique fragile lorsqu'elle est appliquée à des éléments créatifs autonomes, en particulier la musique.

Contrairement au cinéma ou à l'audiovisuel, la filière vidéoludique s'est structurée sans règles spécifiques permettant d'organiser la création musicale, ce qui a conduit à l'installation progressive de pratiques hétérogènes, encore visibles aujourd'hui. Les modèles américains et japonais, où est né le jeu vidéo, ont longtemps laissé peu de place au droit d'auteur latin. Si dès la fin des années 1980 la jurisprudence française a reconnu au jeu vidéo la qualité d'œuvre de l'esprit protégée par le droit d'auteur, la jurisprudence a longtemps hésité entre « œuvre collective », dans laquelle se fond la contribution de chacun, et « œuvre de collaboration » (ou complexe), dont chaque composante (notamment musicale) relève de son propre régime de droit d'auteur.

Jusqu'à la fin des années 2000, le jeu vidéo avait tendance à être assimilé au logiciel, considéré comme une œuvre collective avec dévolution automatique des droits de ses salariés au studio, ce qui atténue fortement le droit d'auteur. Ainsi, l'arrêt *Midway* de juin 2000 retenait encore la qualification unitaire d'« œuvre logicielle » pour le jeu *Mortal Kombat*.



Le cas *Cryo** : un tournant juridique resté inachevé

À la fin des années 1990, le contentieux dit *Cryo* illustre ce dilemme structurant : le jeu vidéo doit-il être appréhendé comme un logiciel, comme une œuvre collective ou comme une œuvre multimédia intégrant des créations relevant du droit d'auteur, dont la musique ? En juillet 2009, la Cour de cassation établit que le jeu vidéo est une œuvre complexe, non assimilable à un simple logiciel. Il en découle que l'intégration d'œuvres protégées dans un jeu vidéo nécessite une autorisation et une rémunération distinctes. Cette affaire met en lumière les dissensions entre les cadres existants et les réalités de la création vidéoludique.

Forfait, *buy-out* et réflexes culturels

À partir de cette période, une lecture extensive de la qualification d'« œuvre collective » tend à s'imposer dans les usages. Dans ce contexte, le recours à la rémunération forfaitaire devient la norme. Ce modèle est souvent rapproché, dans la pratique, du *buy-out* anglo-saxon, bien que la notion de *work for hire* n'existe pas en droit français. Pour les acteurs du jeu vidéo, cette rémunération forfaitaire présente plusieurs avantages opérationnels : lisibilité budgétaire, simplification contractuelle et absence de mécanismes de reddition de comptes. Elle s'impose naturellement dans les productions internationales, dans lesquelles la gestion collective est fréquemment associée à des lourdeurs administratives, à des obligations de *reporting* jugées intrusives, sans parler du risque d'extensions potentielles à d'autres métiers de la création.

Quand la musique devient un actif autonome

Mais ce modèle atteint ses limites lorsque la musique n'est plus strictement cantonnée à son usage *in-game*. La commercialisation des bandes originales, en streaming ou en physique, et leur interprétation en concerts leur confèrent un statut autonome, qui les font entrer dans le cadre de l'industrie musicale. Ces situations nécessitent alors des ajustements contractuels spécifiques, parfois non anticipés lors de la phase de production du jeu.

La création du contrat tripartite

Dans ce paysage, la Sacem développe un contrat tripartite régulièrement cité comme un cadre opérationnel permettant de traiter certaines de ces situations. Ce dispositif vise à clarifier, en amont, les relations entre studio, compositeur et éditeur musical, tout en tenant compte des contraintes économiques et industrielles propres au jeu vidéo. Ses spécificités – forfaits adaptés à la taille des projets, pouvant inclure une proportionnalité à leur succès, articulation contractuelle entre intégration au jeu et valorisation ultérieure – témoignent de formes de normalisation progressive, encore inégales selon les acteurs et les typologies de production, mais à encourager.

Un chemin de convergence désormais balisé

La coexistence de ces modèles révèle une tension structurelle lente à dissiper. D'un côté, le jeu vidéo reste une industrie marquée par des cycles de production longs, des risques financiers élevés et une forte pression sur les coûts. De l'autre, la musique de jeu vidéo s'inscrit de plus en plus dans des logiques culturelles comparables à celles du cinéma ou du spectacle vivant. Le secteur avance par ajustements successifs, adaptation aux usages et négociation. Cette plasticité explique à la fois sa richesse et ses fragilités.

* En 2009, la Cour de cassation a établi que le jeu vidéo est une œuvre complexe, non assimilable à un simple logiciel, et dont chaque composante (notamment musicale) relève de son régime propre de droit d'auteur. Il en découle que l'intégration d'œuvres protégées dans un jeu vidéo nécessite une autorisation et une rémunération distinctes, ce qui a conduit à la reconnaissance des créances de la Sacem à l'encontre de *Cryo* et a durablement tendu les relations dans le secteur, NDLR.

UN CONTRAT TRIPARTITE AVEC REDLOCK STUDIO



© DR

Christian Decoud

REDLOCK STUDIO

Ubisoft, fer de lance désireux de soutenir la création française, a signé le premier contrat tripartite avec la Sacem dès 2011. Un premier jalon qui a ouvert la porte à beaucoup d'autres, que la Sacem déploie avec de nombreux studios, pour des jeux allant du AAA aux indépendants.

Parmi ceux-ci, Redlock Studio, basé à Grenoble et Lyon, développe des jeux inspirés de l'univers sombre de Lovecraft, dans lesquels la musique participe d'une DA léchée. Pour ses derniers jeux, *Blackshard* et *Hypnos*, le studio a signé des contrats tripartites avec la Sacem et le compositeur.

« Il y a eu une rencontre artistique entre Max René, DA et créateur du studio, et le musicien ALT 236, qui est sociétaire Sacem. Le recours au contrat tripartite s'est donc imposé », explique Christian Decoud, directeur administratif et business du studio. Il note que sur la mise en œuvre du contrat, « on a eu un très bon contact avec Louis Fritsch, dont la mission est justement d'adapter ces accords au jeu vidéo. Contrairement à une expérience plus ancienne et infructueuse, les discussions ont cette fois été rapides et pragmatiques : pour le premier jeu concerné, un accord a été trouvé en moins de dix jours sur les points clés – périmètre, taux et structure de rémunération. »

Le contrat tripartite permet aussi de faire travailler ensemble des logiques différentes. La Sacem encadre les droits d'auteur, tandis que le studio conserve la main sur les droits connexes et la commande artistique, négociés directement avec le compositeur et son éditeur éventuel.

Chez Redlock, tout a été conçu pour éviter les zones d'ombre : « l'accord Sacem est une annexe de l'accord des droits annexes, et réciproquement. »

La souplesse sur les délais et échéances de paiement a été déterminante. Cette flexibilité est essentielle dans un secteur où la production n'est pas intégralement financée en amont. Si le contrat tripartite pose un cadre exigeant, il peut devenir un outil fonctionnel : sécurisé juridiquement, compatible avec une ambition artistique forte, et suffisamment flexible pour s'intégrer dans l'économie fragile des studios indépendants.



L'ŒIL DE L'EXPERT



© DR

Gabriel Esteves

Gabriel Esteves est conseil en propriété industrielle spécialisé dans l'industrie du jeu vidéo. Il accompagne studios et créateurs sur les enjeux juridiques et économiques du secteur, avec une attention particulière portée à l'organisation et à la valorisation des droits d'auteur.

Le jeu vidéo est devenu l'une des premières industries culturelles mondiales. Comment le secteur évolue-t-il aujourd'hui ?

Le marché est en pleine recomposition. Le jeu mobile représente environ la moitié du chiffre d'affaires mondial et fonctionne sur des logiques très financières (rétention, ROI). Le jeu PC-console, lui, reste plus attaché à la création artistique. Parallèlement, la concentration des plateformes de distribution (Steam, Microsoft/GamePass, PlayStation Store, etc.) et l'essor des contenus générés par les utilisateurs (UGC) renforcent le pouvoir de quelques acteurs globaux comme Roblox. Cette concentration rend plus difficile l'imposition de modèles juridiques nationaux, notamment européens, y compris en matière de droit d'auteur.

Comment caractériser aujourd'hui le cadre juridique général du jeu vidéo ?

Aujourd'hui, le jeu vidéo est considéré par la jurisprudence, tant française qu'européenne, comme une œuvre complexe dont chacun des éléments qui la compose est protégé au titre de son propre régime. Mais le jeu vidéo s'est historiquement développé dans une relative méconnaissance du droit d'auteur. Pendant longtemps, de nombreux studios ont considéré le jeu comme une « œuvre collective », qui permettait d'éviter d'organiser contractuellement les droits des différents créateurs. Cette approche est compréhensible d'un point de vue industriel, mais elle ne correspond pas toujours à la réalité juridique. En droit français, la qualification d'une œuvre — collective ou de collaboration — dépend des conditions concrètes de création : degré de hiérarchie, pouvoir de direction, autonomie créative. Elle s'apprécie au cas par cas, ce qui introduit une incertitude structurelle dans le secteur.

Cette incertitude a-t-elle déjà donné lieu à des contentieux marquants ?

Oui, et l'arrêt *Cryo* constitue à ce titre un cas d'école. En plus de déterminer le régime juridique actuel du jeu vidéo, cette décision a rappelé que la qualification d'œuvre collective ne pouvait pas être invoquée de manière automatique par un studio. Même dans un cadre de production structuré, certains contributeurs peuvent conserver la qualité d'auteur dès lors qu'ils ont exercé une réelle autonomie créative. L'arrêt *Cryo* illustre ainsi un point central : le jeu vidéo n'échappe pas au droit commun de la propriété intellectuelle, et l'absence d'organisation contractuelle expose les acteurs à des risques juridiques significatifs a posteriori.

Ces enjeux juridiques se traduisent-ils par des tensions économiques ?

Très clairement. Le principal défi économique du jeu vidéo n'est pas la création, mais le financement. La majorité des studios, notamment indépendants, reposent sur des contrats d'édition qui sont avant tout des contrats de financement. L'éditeur avance les fonds nécessaires à la production et se rembourse en priorité sur les revenus du jeu. Dans de nombreux cas, les projets ne deviennent jamais rentables : le studio vit uniquement de l'avance, sans percevoir de recettes ultérieures. Dans ce contexte, la mise en place de rémunérations proportionnelles ou de mécanismes de droits d'auteur devient extrêmement complexe, voire impossible à court terme.

Pourtant, la propriété intellectuelle est aujourd'hui au cœur de la valeur des jeux vidéo.

C'est toute l'ambivalence du secteur. D'un côté, la propriété intellectuelle est devenue centrale : elle conditionne les suites, les adaptations, la visibilité internationale et le potentiel de long terme d'un studio. De l'autre, son organisation juridique reste souvent perçue comme une contrainte. Cette tension est renforcée par la culture du jeu vidéo, marquée à la fois par une forte culture du logiciel, du « libre », une histoire du piratage et une financiarisation croissante, notamment dans le jeu mobile.

Peut-on identifier des exemples montrant qu'un autre modèle est possible ?

Certains succès récents montrent que la valorisation de la création peut devenir un levier économique. Des jeux comme *Clair Obscur : Expedition 33* illustrent la capacité d'un univers fort — narratif, visuel et musical — à dépasser le simple cadre du jeu. De même, des studios comme The Game Bakers ont historiquement travaillé avec des auteurs sous gestion collective, montrant que ces modèles ne sont pas incompatibles avec la réussite économique. Ces exemples restent minoritaires, mais ils jouent un rôle d'entraînement et démontrent que le droit d'auteur peut être pensé comme un outil de valorisation plutôt que comme une sanction.

Quel est alors l'enjeu principal pour les années à venir ?

L'enjeu est de replacer la propriété intellectuelle au cœur du modèle du jeu vidéo, non pas contre les studios, mais avec eux. L'industrie continue de croître, la consommation ne faiblit pas, et la France dispose d'un véritable potentiel de *soft power*. Il s'agit donc moins de contraindre que d'accompagner : clarifier le cadre juridique, sécuriser les pratiques contractuelles et démontrer que le droit d'auteur peut être un outil de structuration économique durable pour un secteur arrivé à maturité.

LA VIE DES BO EN DEHORS DES JEUX VIDÉO

Les bandes originales de jeux vidéo, les BO, ou OST en anglais, font aujourd'hui l'objet de multiples exploitations en dehors du jeu lui-même, au point d'être considérées comme des produits culturels autonomes.

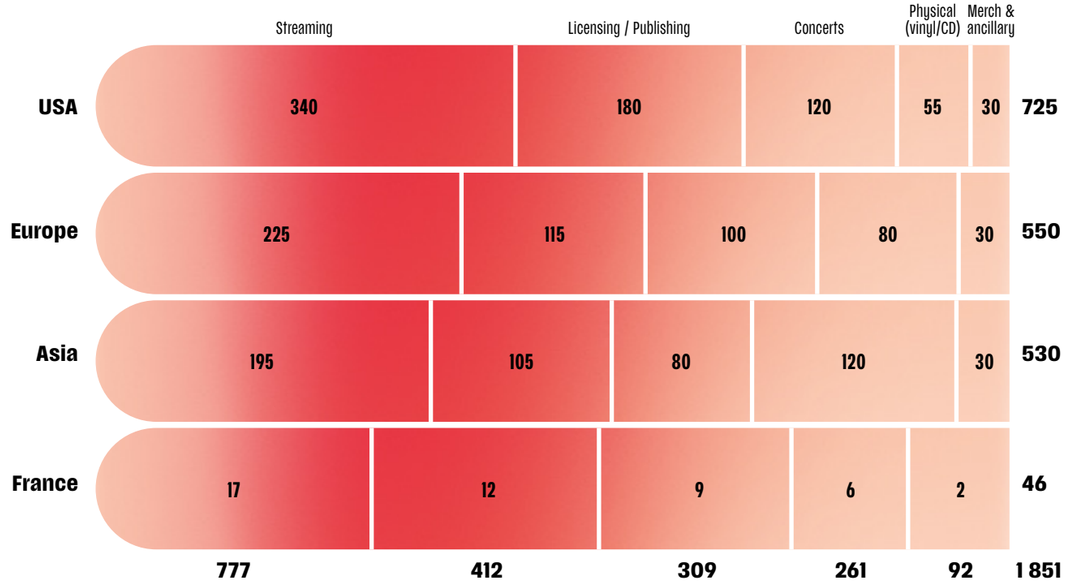
Dans un jeu, la musique évolue sans cesse au gré de l'action, et peut représenter des dizaines d'heures d'écoute. Pour pouvoir s'adapter à une écoute indépendante du jeu, sur d'autres supports ou en concerts, elles sont éditées, adaptées, arrangées, comme gravées hors du temps. En plus de générer des revenus directs (billetterie, merchandising), ces formats participent à la légitimation artistique de la musique de jeu vidéo.

La première exploitation est la diffusion en streaming, devenue un canal majeur de consommation : **les BO sont écoutées sur les plateformes musicales et intégrées à des playlists,** comme le prouvent les succès d'*Assassin's Creed* ou de *Clair Obscur : Expedition 33*. Aucun chiffre officiel n'existe à ce jour, cependant selon des estimations d'étudiants de l'école Kedge, **ce canal aurait généré plus de 750 M de dollars de revenus en 2024.** La France ne serait pas en reste, avec environ 17 M de dollars sur la même période, témoignant d'un marché hexagonal en pleine structuration.

Pour une partie du public toutefois, l'écoute dématérialisée ne suffit pas. Les formats physiques, vinyle et CD, occupent une place plus marginale mais structurante. Pour les fans, ils constituent le premier contact physique avec un objet associé à des jeux de plus en plus diffusés en streaming, comme pour *Furi* et *Cairn* chez G4F Records, ou *Jusant*, le jeu du studio français Don't Nod dont Kid Katana, spécialiste des BO de jeux vidéo, a produit la version vinyle. Certains titres connaissent des volumes significatifs de ventes, traduisant une valeur symbolique et patrimoniale forte de la musique. Les formats physiques atteindraient 260 M de dollars de revenus à l'échelle mondiale en 2024, dont 6 M en France.
Le live est une autre forme d'exploitation, qui ajoute une dimension collective nouvelle et fédératrice à l'expérience du jeu vidéo. Les concerts sont en forte croissance, dans la lignée des premières expériences autour des BO de jeux comme *Zelda* et *Final Fantasy* dès les années 1980 : concerts symphoniques, tournées dédiées à un jeu ou à un compositeur, événements organisés dans des institutions culturelles. *A Plague Tale*, *Assassin's Creed* ou récemment *Clair Obscur : Expedition 33* ont rempli des salles prestigieuses comme la salle Gaveau, la Philharmonie de Paris, le Palais des Congrès, le Grand Rex et d'autres. **En 2024, les concerts de musiques originales de jeux vidéo auraient généré 300 M de dollars de revenus, dont 9 M en France.**

Revenus générés par les BO hors jeu video

En M$



(Source : école Kedge en collaboration avec la Sacem, 1er trimestre 2026)

LA BO LA PLUS…

La plus expérimentale

- ***Shin Megami Tensei IV*** (Ryota Kozuka, Kenichi Tsuchiya, Toshiki Konishi ; Atlus ; 2013)
- ***Silent Hill 2*** (Akira Yamaoka ; Konami ; 2001)
- ***Amnesia : The Dark Descent*** (Mikko Tarmia ; Frictional Games ; 2010)

La plus adaptative

- ***Hi-Fi Rush*** (Shuichi Kobori ; Bethesda Softworks ; 2023)
- ***Furi*** (Carpenter Brut, Danger, The Toxic Avenger, Scattle, Lorn, Waveshaper, Knight ; The Game Bakers ; 2016)
- ***DOOM / DOOM Eternal*** (Mick Gordon ; Bethesda Softworks ; 2016 / 2020)

La plus live

- ***Les Final Fantasy VII / VIII / X*** (Nobuo Uematsu ; Square ; 1997 / 1999 / 2001)
- ***Clair Obscur : Expedition 33*** (Lorien Testard, Alice Duport-Percier ; Sandfall Interactive ; 2025)
- ***The Legend of Zelda*** (Koji Kondo ; Nintendo R&D4 ; 1986)

La plus *earworm* (entêtante)

- **Koji Kondo : *Super Mario Bros. / The Legend of Zelda*** (Nintendo R&D4 ; 1985 / 1986)
- ***Tetris*** (thème « Korobeiniki » : mélodie populaire russe du XIXe siècle, arrangement célèbre par Hirokazu Tanaka pour la version Game Boy ; Alekseï Pajitnov ; 1984)
- ***Pokemon Red and Blue*** (Junichi Masuda ; Nintendo ; 1996)

Celle qu'on veut réécouter des heures

- ***Jusant*** (Guillaume Ferran ; Don't Nod ; 2023)
- ***Life Is Strange*** (Jonathan Morali ; Don't Nod ; 2015)
- ***Hollow Knight*** (Christopher James Larkin ; Team Cherry ; 2017)



L'ÉQUIPE JEU VIDÉO DE LA SACEM



© DR

Thomas Zeggane

Ton rôle sur le jeu vidéo à la Sacem
Lorsque j'ai rejoint la Sacem il y a 15 ans, c'était justement pour mettre en place les premiers accords tripartites. Aujourd'hui, j'ai principalement un rôle d'encadrement des activités du pôle Jeu vidéo que Simon et Louis gèrent avec beaucoup d'autonomie.

Ton jeu préféré
Malgré une expérience vidéoludique commencée très jeune avec *Green Beret* et *Choplifter* sur un Thomson TO7 (équipé d'un lecteur de cassettes !) dont je situerais l'apogée durant la période Nintendo 64 ou Dreamcast, je vais choisir un titre beaucoup plus récent qui m'a rappelé mes plus beaux souvenirs de joueur et fait replonger pour de nombreuses heures que je n'avais pas : *Zelda Breath of the Wild*. Une merveille de *gameplay* et une masterclass du monde ouvert qui invite à l'exploration, un scénario percutant qui engendre une empathie pour les personnages comme jamais dans la franchise avec l'appui décisif de la musique, une cartographie splendide au service d'une histoire aux thématiques fortes sur le déclin d'une civilisation et sa renaissance.

Ta BO préférée
Celle de *The Secret of Monkey Island*, un des grands noms du point-and-click de Lucasfilm Games (devenue LucasArts) avec son thème iconique de Michael Land accompagnant les pérégrinations du pirate le plus improbable de la ludosphère : Guybrush Threepwood. Les multiples versions et rééditions ont mis en lumière tout le brio de la composition et son créateur a joué un rôle majeur dans l'intégration de la musique dans les jeux en codéveloppant le système iMUSE.



© DR

Simon Lhermite

Ton rôle sur le jeu vidéo à la Sacem
Arrivé il y a 8 ans à la Sacem, j'ai d'abord accompagné l'équipe jeux vidéo dans la rédaction des contrats. Aujourd'hui, je supervise cette activité, aux côtés de Louis et sous la direction de Thomas.
Au-delà de notre mission principale — délivrer les autorisations d'exploitation des œuvres de notre répertoire — nous nous efforçons de développer des relations étroites avec les acteurs de l'industrie du jeu vidéo. Nous veillons également à accompagner et conseiller nos sociétaires, dans un esprit fidèle aux valeurs et aux missions de la Sacem.



© DR

Louis Fritsch

Ton jeu préféré
C'est *Assassins Creed II* notamment pour la beauté de sa reconstitution de l'Italie de la Renaissance et le plaisir de l'exploration. J'ai adoré parcourir Florence ou San Gimignano, escalader les bâtiments et contempler les paysages dans ce monde ouvert à la fois riche et maîtrisé, que l'on est libre d'explorer sans toutefois s'y perdre.
Je me suis totalement laissé emporter par sa fiction habilement agrémentée de détails historiques. Le jeu parvient à rendre cette époque vivante et crédible, en donnant le sentiment d'évoluer au cœur d'événements plus vastes, tout en restant attaché au destin d'Ezio.

Ta BO préférée
C'est la musique de *Sonic the Hedgehog 2*.
C'est un choix certainement guidé par la nostalgie. La Master System II a été ma première console et *Sonic* mon premier jeu. Je me revois m'asseoir dans le salon devant la seule télé de la maison, souffler dans la cartouche avant de l'insérer et de prendre en main cette manette rectangulaire aux angles saillants qui faisait presque mal aux mains. La musique de Masato Nakamura, malgré les limites techniques de la console, sait être accrocheuse et accompagner parfaitement les niveaux que Sonic traverse à la vitesse de l'éclair. Aujourd'hui encore, elle me replonge instantanément dans ces premiers moments de jeu.

Ton rôle sur le jeu vidéo à la Sacem
Je suis arrivée à la Sacem il y a 3 ans pour me consacrer exclusivement au jeu vidéo. J'accompagne les auteurs, compositeurs et éditeurs de musique lorsque des studios souhaitent intégrer leurs œuvres dans leurs jeux. Mon rôle est également pédagogique, aussi bien auprès des créateurs qui débutent dans ce secteur que des studios ou éditeurs qui ne maîtrisent pas encore les spécificités du *licensing* appliqué au jeu vidéo. J'aide enfin nos sociétaires à valoriser leur catalogue et à négocier des conditions d'utilisation justes et équilibrées pour leurs musiques.

Ton jeu préféré
Pas évident, comme un Robert Pattinson qui troque le lycée de Forks pour les rues de Gotham City, mais je dirais : *Batman : Arkham City*.
Même sans être un immense fan de super héros, difficile de résister à l'univers de Batman – sombre, captivant, avec des films et des dessins animés particulièrement réussis. Le jeu vidéo pousse encore plus loin l'expérience et permet une immersion totale dans un Gotham que l'on découvre en planant de toit en toit. Quand tout fonctionne – ambiance, narration, *gameplay* – on s'y plonge complètement, et le *FreeFlow Combat* (entre autres) offre une intensité que j'avais rarement expérimentée.

Ta BO préférée
Je vais choisir un souvenir d'enfance plutôt que de donner une réponse mesurée et actuelle : *Ratchet & Clank*, avec l'OST de David Bergeaud. On y retrouve de l'orchestral et des sonorités plus électroniques, avec des styles pouvant aller jusqu'à la jungle. Une vraie réussite – surtout en jouant – mais aussi un exemple regrettable du manque d'exploitation de certaines OST de jeux, puisqu'elle reste impossible à trouver sur les plateformes.
Cela dit, difficile de ne pas citer d'autres bandes originales que j'écoute souvent en dehors des jeux, comme *Streets of Rage 4*, *Wipeout* ou *Furi*.

sacem

Imprimé à la Sacem sur du papier issu de forêts gérées durablement – Juin 2026