

Home  
Synchroniser

**La synchronisation est souvent présentée comme une source de revenus importants dans une époque qui valorise plus que jamais l'image.**

La synchronisation, qu'est-ce que c'est ?

**C'est l'utilisation de votre musique pour illustrer des créations audiovisuelles.** Les vecteurs sont nombreux : publicité, film, documentaire, jeu vidéo...

Les plus rémunérateurs sont les publicités télévisées, les longs métrages ou les séries télévisées, les génériques de radios nationales... Mais ces médias se tournent souvent vers des musiques ou des artistes déjà connus.

L'expansion d'internet a, à l'inverse, créé une inflation de vidéos plus ou moins longues, qui ne peuvent se passer de musique : les campagnes publicitaires et les spots web sont de plus en plus nombreux et peuvent se permettre plus de liberté sur le choix de la musique. Dotés de budgets moins conséquents que les grosses productions, ils font appel à des artistes parfois inconnus, dont la musique correspond à leur esthétique.

Musique existante ou création originale ?

Selon les objectifs de l'annonceur ou du producteur de film ou de jeu vidéo, les besoins en musiques seront différents.

**Quelle que soit l'utilisation de votre musique, en médias ou sur internet, autant rester créatif sans chercher à produire de la musique « synchronisable ». C'est plutôt votre touche créative qui vous fera remarquer.**

Vous pouvez aussi composer spécifiquement pour l'image, ou de faire du *sound design*, c'est-à-dire l'habillage sonore d'audiovisuel, de performances artistiques, de défilés de modes, de jeux vidéos... Dans ce cas, on demande au musicien de composer une musique nouvelle pour mettre en valeur le contenu à sonoriser. La musique pour internet (publicité, animation, vidéos plus ou moins longues...) est souvent composée au cas par cas. Certains musiciens peuvent vivre de revenus assez souvent réguliers de la **musique à l'image**.

Des agences de production sonore sont même spécialisées en la matière, comme [Schmooze](#), [THE](#), [Else\branche](#) de TBWA, [BETC Pop](#), [GUM](#), [Studio Hercule](#) (HRCLS) branche de Havas, [Capitaine Plouf](#), [Tranquille le chat](#), [Kouz](#)... pour n'en citer que quelques unes, nommées avec humour !

La rémunération

Il n'y a pas de rémunération type car elle s'établit par contrat avec l'agence, qui peut elle-même être éditrice. Bien évidemment, la rémunération sera fonction du budget du client, de votre renommée et de la destination de la campagne (web, télé, jeu vidéo, cinéma...)

Avoir un éditeur permet de multiplier les possibilités de synchronisations, par le réseau que ce dernier peut mettre en œuvre auprès de l'audiovisuel pour vous faire connaître : c'est une de ses principales activités.

- **Pour en savoir plus, consultez la page [Trouver un éditeur](#).**

Synchroniser

**CONSULTER :**

Les fiches pratiques

- [Trouver un éditeur](#)
- [Obtenir une aide à l'édition](#)
- [CB News](#) > la plateforme de la communication et des médias, établit un hit parade des agences de production sonore

A lire :

- [Comment faire pour placer son dernier morceau "en synchro" sur une pub hyper stylée ?](#)