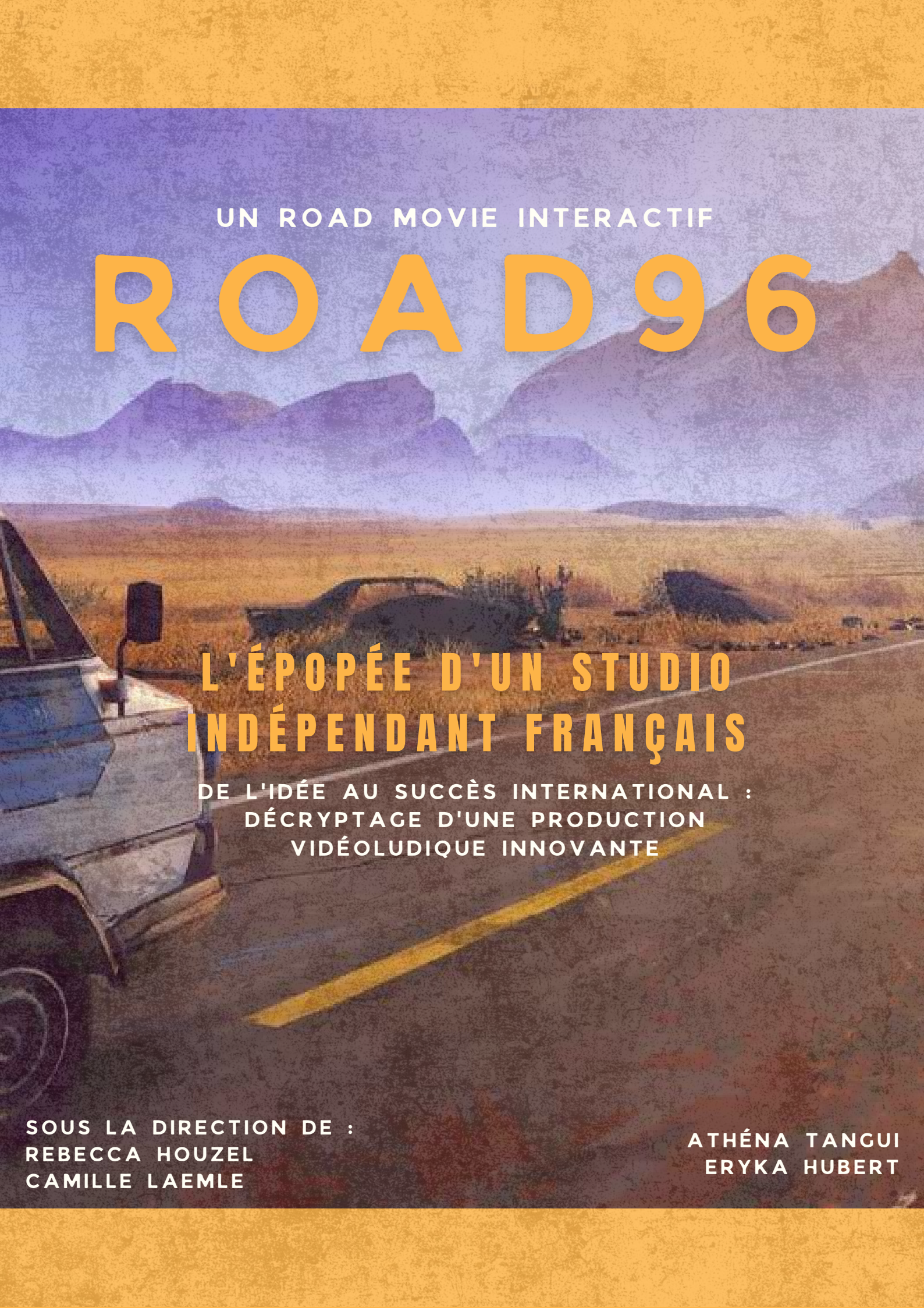




UN ROAD MOVIE INTERACTIF

ROAD 96

L'ÉPOPÉE D'UN STUDIO
INDÉPENDANT FRANÇAIS

DE L'IDÉE AU SUCCÈS INTERNATIONAL :
DÉCRYPTAGE D'UNE PRODUCTION
VIDÉOLUDIQUE INNOVANTE

SOUS LA DIRECTION DE :
REBECCA HOUZEL
CAMILLE LAEMLE

ATHÉNA TANGUI
ERYKA HUBERT



Road 96 incarne parfaitement ce dialogue singulier entre cinéma et jeu vidéo. Développé par **DigixArt**, studio indépendant montpelliérain, ce road movie interactif réinvente les codes narratifs tout en s'inspirant explicitement de l'esthétique de Tarantino et des frères Coen. Le jeu pose une question fondamentale : **Comment transposer l'esprit du road movie cinématographique dans un média interactif ?**

Pourquoi Road 96 ?

Au croisement du jeu et du film

Lorsqu'on évoque les industries culturelles en France, on pense spontanément au cinéma, fleuron de notre exception culturelle. Pourtant, c'est le jeu vidéo qui occupe aujourd'hui la première place du podium avec **5,7 milliards d'euros** de chiffre d'affaires en 2024, signant sa deuxième meilleure performance historique. Malgré cette réalité économique, ce média reste méconnu dans nos facultés de cinéma, comme si une frontière invisible séparait encore ces deux formes de narration.

Le défi est de taille

Au cinéma, l'histoire est linéaire et se consume en une projection. Dans un jeu, elle doit rester vivante, rejouable, surprenante à chaque partie. C'est ce pari fou que DigixArt a relevé avec brio.

Les chiffres-clés du jeu vidéo en France



5,7 Mrd €

Chiffre d'affaires du jeu vidéo
en France en 2024



38,3 M

De joueurs en France



Première

Industrie culturelle en France

TABLE DES MATIÈRES

4

Le Studio & L'Ambition - Qui est DigixArt

5

Le Défi Narratif - La génération procédurale

6

Les Chiffres de Production - Budget, équipe, durée



Anne-Laure Fanise

Yoan Fanise

Producteurs de Road 96
Co-fondateurs de DigixArt

7 Étapes de la production du jeu

8 Pré-production - Budget, équipe, durée

10 Le Trio Gagnant - Financements publics

12 Le partenaire inattendu

13 Production - Astuces et débrouillardise

15 Game Awards - Le tournant décisif

16 Sortie & Succès

17 Remerciements

18 Bibliographie



Logo du studio de jeu vidéo DigixArt

DigixArt : Un Studio, Deux Visionnaires

L'histoire de *Road 96* commence en **2015**, lorsque Yoan Fanise, après quinze années passées chez **Ubisoft** en tant que directeur créatif, décide de créer son propre studio. **Ancien sound designer pour le cinéma**, Yoan porte en lui une ambition précise : créer le premier véritable road movie vidéoludique, un genre profondément cinématographique mais quasiment absent du paysage vidéoludique.

Anne-Laure Fanise

À ses côtés, une productrice au parcours atypique : Anne-Laure Fanise, son épouse. Comme elle nous l'explique avec franchise :

“ Je ne viens pas du tout des jeux vidéos à la base. J'ai fait une école de chimie, puis j'ai travaillé dans l'environnement et la logistique. ”

Ce regard extérieur, loin d'être un handicap, devient une force. Tandis que Yoan se concentre sur la partie créative, Anne-Laure prend en charge la gestion de l'entreprise, le planning et la production, apportant une rigueur et une méthodologie venues d'autres secteurs.

UNE EXPÉRIENCE CRUCIALE

Avant de se lancer dans l'aventure *Road 96*, le duo fait ses armes. En **2016**, ils sortent *Lost in Harmony*, un jeu mobile permettant de **tester le marché** avec un budget moindre et une complexité technique réduite. En 2018, ils franchissent un cap avec *11-11 Memories Retold*, développé en **coproduction** avec Aardman, le célèbre studio britannique de films en pâte à modeler (*Wallace et Gromit*, *Chicken Run*). Cette collaboration leur permet d'acquérir des compétences essentielles : comment sortir un jeu sur console, gérer les relations avec les plateformes, comprendre les processus de distribution.



Pochette du jeu 11-11 Memories Retold sorti en 2018 sur console PS4

C'est fort de ces expériences que DigixArt se lance dans son projet le plus ambitieux : *Road 96*, un jeu qui souhaite rendre hommage aux road movies tout en explorant les possibilités narratives uniques du jeu vidéo.

La Génération Procédurale : Une Révolution Narrative

Au cœur du **concept de Road 96** se trouve une problématique moderne qui touche tous les créateurs de jeux narratifs. Anne-Laure Fanise l'exprime sans détour :

“*Un jeu narratif avec les streamers et les YouTubeurs... les gens vont le regarder comme un film et finalement ils ont pas forcément d'intérêt à jouer au jeu derrière.*”

Anne-Laure Fanise

La question est cruciale : **Pourquoi acheter un jeu narratif linéaire quand on peut en regarder l'intégralité gratuitement sur YouTube ?**

La réponse de DigixArt tient en un mot : procéduralité. L'idée était de créer un jeu dont **l'histoire s'adapte** et se **modifie** pour chaque joueur, rendant chaque partie véritablement unique. Mais comment raconter une histoire cohérente tout en la rendant infiniment variable ? C'est là tout le génie du système développé par l'équipe.

L'univers de *Road 96* plonge le joueur en 1996, dans **Petria**, un pays fictif décrit comme un "mélange entre la Corée du Nord et l'ultralibéralisme", écrasé sous un gouvernement autoritaire. Le joueur incarne successivement plusieurs **adolescents** qui tentent de fuir ce régime pour **atteindre la frontière** et la liberté. Chaque personnage possède son propre vécu, ses motivations, ses peurs. Le voyage se fait sur la Route 96, cette artère mythique vers la liberté.



Le système narratif repose sur une intelligence artificielle sophistiquée capable de générer des parcours cohérents parmi un nombre astronomique de possibilités. Les développeurs ont écrit et enregistré 9 000 lignes de dialogue, soit l'équivalent de six longs métrages. Ces dialogues peuvent se combiner de 148 268 façons différentes, toutes cohérentes, jouables et narrativement satisfaisantes.

Le fonctionnement est subtil : l'IA prend en compte de multiples contraintes pour choisir la scène suivante. Si le joueur a déjà rencontré un personnage, il ne le reverra pas. Si la scène précédente était émotionnellement intense, la suivante sera plus calme pour **gérer le pacing**. Si le joueur sort d'une voiture, l'algorithme sait qu'il doit enchaîner avec une séquence adaptée à cette situation.

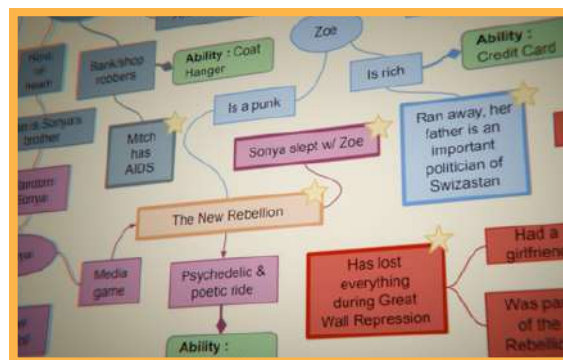


Illustration d'un fragment du système narratif du jeu

“*Il fallait qu'on soit sûr qu'il y ait toujours une nouvelle séquence qui puisse arriver derrière et que le système se retrouve pas avec toutes nos séquences où il y a aucune qui correspond.*”

Anne-Laure Fanise

Cette innovation n'est pas qu'un gadget technique : elle répond à un véritable **défi créatif et commercial**, celui de créer une expérience rejouable qui ne peut être "consommée" passivement.

Scope B : Une production moyenne aux ambitions élevées

Pour comprendre l'exploit réalisé par DigixArt, il faut situer *Road 96* dans l'écosystème français du jeu vidéo. L'industrie classe les projets par "scope" selon leur budget et leur durée de développement. Le **Scope A** regroupe les petits jeux (moins de 500 000€, moins de 3 ans), qui représentaient **62% des sorties françaises** en 2024. Le **Scope C** concerne les grosses productions (plus de 5 millions d'euros, plus de 3 ans), soit **16%** du marché. Entre les deux, le Scope B accueille les productions moyennes

Scope	Budget	Durée de production	Parts du marché FR 2024
A	< 500k€	< 3 ans	62%
B	500k-5M€	Variable	22%
C	> 5M€	> 3 ans	16%

Le "scope" est la classification d'un jeu vidéo selon son budget et sa durée de développement, permettant de situer l'ampleur et les ambitions d'une production.

Les chiffres de production

Road 96 se situe exactement dans cette catégorie intermédiaire avec un budget d'environ **1 million d'euros** pour **2 ans et demi de développement** avec une équipe de **15 personnes seulement**. À titre de comparaison, les jeux AAA mobilisent des équipes de plusieurs centaines de personnes et des budgets de plusieurs dizaines de millions d'euros.



Ce qui rend le cas *Road 96* particulièrement intéressant, c'est l'écart entre les moyens et l'ambition. Avec un **budget serré**, l'équipe s'est lancée dans un projet **techniquement complexe** (la génération procédurale n'avait jamais été tentée à cette échelle pour un jeu narratif) et artistiquement ambitieux (l'équivalent de six longs métrages de dialogues). Comme le résume Anne-Laure Fanise :

“ **L'idée c'était d'aligner nos ambitions avec notre capacité réelle** ”

Cette phrase, apparemment simple, cache toute la philosophie de production du studio : ne pas renoncer à l'ambition, mais inventer des solutions créatives pour la réaliser avec les moyens disponibles.

01 PRÉ-PRODUCTION / PROTOTYPE

- Écriture du concept, univers, personnages, gameplay
- Création de prototypes (prototexte pour Road 96)
- Développement de l'"Ugly Baby" (version grise fonctionnelle)
- Recherche de financements et partenaires
- Pour Road 96 : ~1 an et demi, équipe réduite (4-5 personnes)

02 ALPHA

- Tout le jeu est jouable de bout en bout
- Blockout : tout est gris, sans textures finales
- Structure narrative complète et testée
- Validation des mécaniques de gameplay
- Pour Road 96 : validation du système procédural avec toutes les séquences en place

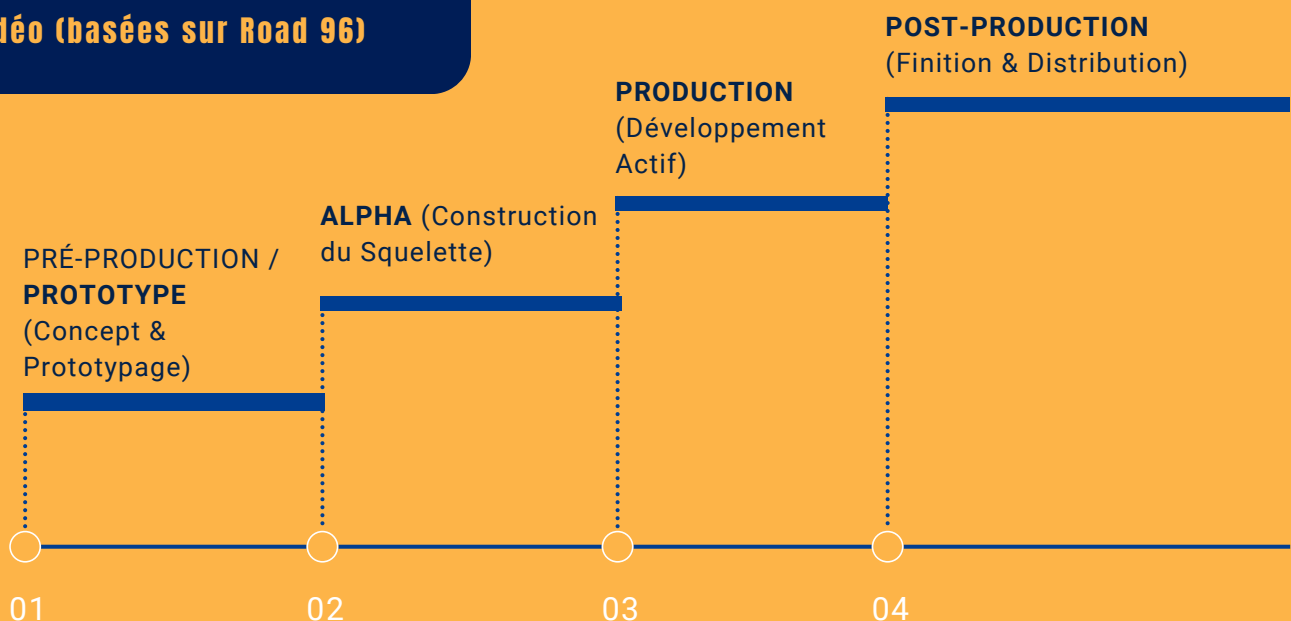
03 PRODUCTION

- Création de tous les assets artistiques finaux
- Motion capture et animations
- Enregistrement des voix-off (9000 lignes pour Road 96)
- Sound design et musique
- Collaboration intensive entre artistes, designers, développeurs
- Pour Road 96 : équipe complète de 15 personnes, ~1 an

04 POST-PRODUCTION

- Débuggage intensif et Contrôle Qualité (QA)
- Équilibrage du gameplay
- Localisation (traductions)
- Soumission aux plateformes (Sony, Xbox, Nintendo, Steam)
- Marketing et communication
- Pour Road 96 : validation consoles + auto-distribution

Étapes de Production d'un Jeu Vidéo (basées sur Road 96)



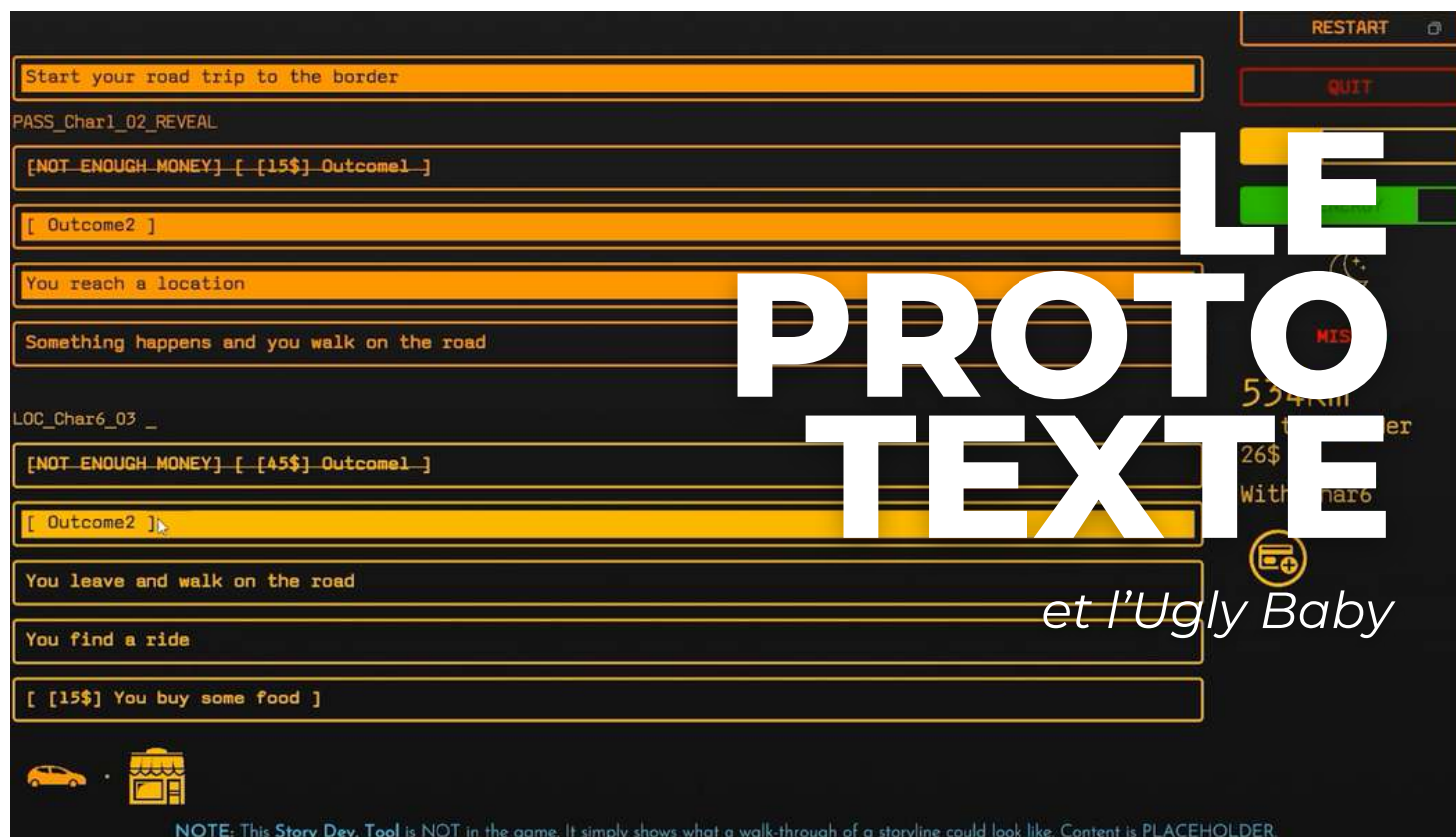


PROTOTYPER L'INNOVATION

L'UGLY BABY

Dans l'industrie du jeu vidéo, la pré-production est une phase critique où se joue la faisabilité du projet. Contrairement au cinéma où un bon scénario peut suffire à convaincre des producteurs, le jeu vidéo exige de prouver que les mécaniques fonctionnent manette en main. Pour Road 96, cette phase s'est révélée particulièrement délicate en raison de la nature innovante du concept.

DigixArt a commencé par développer ce qu'ils appellent un "prototexte" : un prototype purement textuel, sans graphismes, sans animations, juste du texte interactif. Le joueur lisait une description de scène, faisait un choix ("je me repose", "j'agis de telle manière"), et passait à la séquence suivante générée par l'algorithme.



Le prototexte avait trois objectifs essentiels...

Vérifier que les différents "runs" (parties complètes du jeu) restaient cohérents malgré le désordre narratif, s'assurer que l'IA ne créait jamais de blocage (une situation où aucune scène ne serait disponible pour continuer), et tester le rythme émotionnel du récit.

Une fois la structure validée, l'équipe est passée à un prototype visuel, ce qu'ils surnomment affectueusement l'"**Ugly Baby**" (le bébé moche). Ce terme, également utilisé chez **Pixar** pour désigner les premières versions austères de leurs films d'animation, décrit parfaitement la situation : une version du jeu où les personnages ne sont que des **silhouettes grises**, les **paysages sont fixes** sans textures ni ombres, les **animations réduites** au minimum.

Et c'est là que Digixart commet une erreur stratégique.

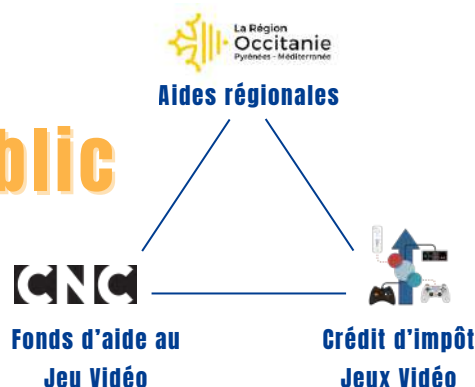
"Le fait qu'on se soit focalisé sur le prototexte qui était pas du tout sexy en terme de ce qu'on avait à présenter, je pense que ça a été un frein pour trouver des financements."

Anne-Laure Fanise

Les éditeurs, habitués à évaluer un projet sur son rendu visuel, ne parviennent pas à se projeter dans ce qui ressemble à un brouillon grisâtre. Le concept de génération procédurale, pourtant révolutionnaire, passe au second plan face à l'austérité visuelle.

Résultat : aucun éditeur traditionnel n'accepte de financer le projet. C'est un coup dur, mais aussi un tournant décisif. Plutôt que d'abandonner ou de diluer leur vision, Yoan et Anne-Laure Fanise prennent une décision audacieuse pour un studio de cette taille : ils vont produire ET distribuer le jeu eux-mêmes, gérant en interne le marketing, la localisation (traduction en plusieurs langues), et le contrôle qualité. Une décision qui implique de trouver des financements alternatifs et de maîtriser des compétences qui dépassent largement le simple développement du jeu.

Les 3 Piliers du Financement Public



Face au **refus des éditeurs traditionnels** et à la décision d'auto-distribution, les aides publiques deviennent vitales pour *Road 96*. Anne-Laure Fanise parle du "trio gagnant" : trois niveaux d'aides complémentaires qui, ensemble, permettent de sécuriser le financement du projet. Pour bien comprendre l'importance de ces aides, il faut savoir qu'en 2024, l'autofinancement représente encore **23,97%** des dispositifs de financement dans l'industrie française du jeu vidéo. Les studios puisent donc massivement dans leurs fonds propres, ce qui les fragilise considérablement.

Le premier niveau se compose des aides locales et régionales. Pour DigixArt, basé à Montpellier, cela signifie le **soutien de la Métropole** et de la **Région Occitanie**. Modestes mais cruciales, ces aides arrivent au moment le plus fragile : la création du prototype, indispensable pour convaincre des partenaires. Elles représentent environ **14,88 %** des financements français. Comme le rappelle Anne-Laure Fanise, elles permettent « d'avoir quelque chose à montrer aux éditeurs ». Et même si *Road 96* n'a pas immédiatement profité d'un, ce coup de pouce initial a enclenché la production.

Le deuxième pilier est l'aide du **CNC** via le **FAJV** (Fonds d'aide au Jeu Vidéo), qui consacre enfin le jeu vidéo comme un médium artistique. Sous forme de subvention ou d'avance remboursable, cette aide oscille généralement entre **100 000** et **200 000 €**. Pour un studio indépendant, c'est un soutien structurant qui permet de financer des compétences clés et d'assurer une continuité de production.

Le troisième pilier, le plus puissant, est le **Crédit d'Impôt Jeux Vidéo** (CIJV). Véritable levier de compétitivité, il permet de récupérer environ **30 %** des dépenses éligibles, soit en réduction d'impôt, soit en remboursement direct pour les jeunes studios. Le jeu doit dépasser **100 000 €** de coûts de développement ; en 2023, 144 productions françaises en ont bénéficié.

Ensemble, ces dispositifs produisent un effet de levier déterminant : ils **diminuent le risque perçu par les investisseurs privés** tout en permettant aux studios de garder le contrôle créatif et capitalistique, et donc de développer leurs projets sans sacrifier leur identité.



Avec Les Aides Viennent Les Obligations

Obtenir des aides publiques n'est pas un chèque en blanc. Comme dans le cinéma, ces financements s'accompagnent d'obligations rigoureuses que la productrice doit gérer avec précision. Anne-Laure Fanise détaille le processus :

Engagement Régional

Les aides régionales exigent que les dépenses prévues soient effectuées dans la région subventionnée (Occitanie pour DigixArt).

Exemple

Si DigixArt s'engage à dépenser 80 000€ en Occitanie mais n'en dépense que 10 000€, la subvention sera réduite proportionnellement.

Effet Levier

Les aides régionales (14,88% des financements) interviennent au tout début pour créer les premiers prototypes.

Quand on fait les dossiers de subvention, on dit 'moi je planifie de dépenser tant, et sur cette assiette, je vais dépenser tant en Occitanie par exemple'. Et donc après, il faut à la fin envoyer toutes les factures, justifier de toutes les dépenses et il faut être dans ce qu'on avait annoncé au début.

CONTRAINTES DES AIDES PUBLIQUES

La contrainte budgétaire régionale est particulièrement stricte.

Si le studio s'engage à dépenser 80 000€ en Occitanie sur un budget total de 100 000€, mais qu'au final il n'en dépense que 10 000€, la **subvention sera réduite proportionnellement**, voire supprimée. C'est une **gymnastique comptable** qui exige une planification minutieuse et une gestion rigoureuse tout au long de la production. On ne peut pas simplement décider de sous-traiter à un studio étranger moins cher si cela contrevient aux engagements pris.

Il existe aussi un plafonnement global :

le montant total des aides publiques, y compris le CIJV, ne peut avoir pour effet de porter à plus de **50% du coût définitif de production** le financement global. Cette règle vise à éviter qu'un projet soit entièrement financé par l'argent public et à s'assurer d'un minimum de prise de risque privée.

Sur le plan créatif, les contraintes existent mais restent souples.

Le **CIJV** et les **aides du CNC** excluent les **jeux ultra-violents** ou ceux qui incitent à la haine. Mais qu'en est-il d'un jeu à forte portée politique comme *Road 96*, qui dépeint une dystopie autoritaire rappelant "la Corée du Nord et l'ultralibéralisme" ? Anne-Laure Fanise nous rassure :



Un jeu qui transmet des valeurs, surtout en France, c'est souvent un jeu qui va être soutenu par les autorités.

Plafonnement des Aides Publiques



● Maximum 50%
Aides publiques (Région, CNC, CIJV)

● Minimum 50%
Financement privé (autofinancement, partenaires)

"Le montant total des aides publiques ne peut porter à plus de 50% du coût définitif de production"

Si les aides publiques ont sécurisé une partie du financement, elles ne suffisent pas. C'est alors qu'intervient un partenaire totalement inattendu dans l'équation : **HP**, le géant américain de la technologie. Comme le raconte Anne-Laure Fanise, HP n'avait encore jamais travaillé dans le jeu vidéo mais souhaitait développer une branche gaming en créant OMEN, une nouvelle marque dédiée aux joueurs.



Le choix de HP de contacter DigixArt n'est pas un hasard.

Jérôme Joel Josy, **responsable du marketing international** et de la branche gaming et esport chez HP, affirme que les valeurs prônées par Road 96 - **créativité, liberté, innovation, authenticité, engagement** - correspondent exactement aux valeurs que HP souhaite incarner avec OMEN. Cet alignement idéologique n'est pas qu'un argument marketing : il crée une véritable synergie entre partenaires.

Mais le défi pour Anne-Laure est immense :

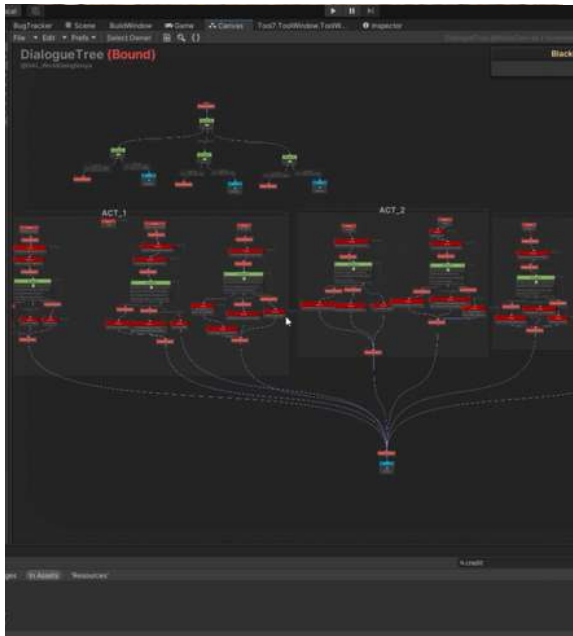
convaincre une multinationale de s'engager sur un projet de studio indépendant qu'aucun éditeur traditionnel n'a voulu financer. Elle doit présenter Road 96 à "tous les étages de HP", naviguer dans une structure corporate complexe, très différente du monde des éditeurs de jeux. Le pari est audacieux : faire comprendre à des cadres du secteur technologique l'intérêt créatif et commercial d'un road movie interactif français.

LE PARI EST GAGNÉ.

HP OMEN devient le publisher/éditeur de DigixArt, apportant un **support financier déterminant** ainsi qu'un **support matériel précieux** : les Z Workstations, des machines de travail professionnelles particulièrement performantes. Selon Yoan Fanise, ce soutien a permis au studio de réaliser "ses rêves les plus fous".

Cette alliance atypique entre un géant de la tech et un petit studio indépendant illustre une évolution du paysage vidéoludique : les financements ne viennent plus uniquement des éditeurs traditionnels. Des acteurs venus d'autres secteurs, cherchant à développer leur présence dans le gaming, peuvent devenir des partenaires précieux pour les studios innovants. Reste que ce type d'opportunité demeure rare, et que la plupart des studios doivent encore composer avec l'écosystème classique des publishers.

Le téléphone est placé sous l'acteur pendant l'enregistrement des dialogues. L'outil exploite le capteur infrarouge **Face ID** de l'iPhone pour **enregistrer les mouvements des muscles du visage en temps réel**. Anne-Laure parle d'un "**grand contournement extrêmement rentable** : une méthode étonnamment précise pour un **coût quasi nul**." L'innovation technique au service de la contrainte budgétaire : plutôt que d'investir 50 000€ dans un système professionnel, l'équipe utilise un téléphone déjà présent et développe le logiciel nécessaire en interne.



La troisième astuce touche à l'écriture elle-même.

Ian Rieley, le scénariste, ne travaille pas sur un logiciel d'écriture classique (type Final Draft ou Celtx), mais écrit directement dans **Flow Canvas**, un outil nodal intégré à Unity, le moteur de jeu. Ce choix, qui nécessite une formation rapide du scénariste à un logiciel technique complexe, offre un avantage décisif : en cliquant sur "play", on peut écouter immédiatement les dialogues avec des voix robotiques temporaires (les "placeholders"). Cette fonctionnalité permet d'**évaluer le rythme en temps réel**, de vérifier si une scène "traîne" ou si un moment doit être raccourci, et d'ajuster l'écriture en conséquence **sans attendre les sessions d'enregistrement avec les vrais acteurs**.

Ces trois exemples illustrent parfaitement la philosophie de production de DigixArt : transformer la contrainte budgétaire en moteur créatif. Plutôt que de renoncer à des fonctionnalités coûteuses, l'équipe **invente des solutions alternatives**, souvent plus agiles et mieux adaptées à leur échelle de production. C'est cette capacité d'innovation technique au service de l'ambition créative qui permet au studio de rivaliser avec des productions bien plus riches.



LE PRIX - UNE LIBERTÉ TOTALE

FIXATION DU PRIX DE VENTE

Lorsqu'on interroge Anne-Laure Fanise sur la fixation du prix de *Road 96*, sa réponse surprend par sa simplicité :

“ Il n'y a pas de régulation, on fait ce qu'on veut. Il n'y a rien avec le CNC. ”

Pour les professionnels du cinéma français, habitués à un système où le prix du billet est réglementé par le Centre National du Cinéma, cette liberté totale peut sembler déroutante.

Dans le jeu vidéo, aucune instance ne dicte le prix. Si un publisher est impliqué, c'est lui qui fixe le tarif final, mais même dans ce cas, il n'y a pas de cadre réglementaire. Cette liberté s'accompagne néanmoins d'une responsabilité : fixer un prix inadapté peut tuer un jeu à sa sortie. Trop cher, et les joueurs le boycottent ou attendent les soldes ; trop bas, et on dévalorise son propre travail tout en créant une attente moindre (les joueurs associent souvent prix bas et qualité moindre).

La méthodologie de fixation du prix repose sur trois piliers. D'abord, **l'analyse concurrentielle** : on regarde les jeux équivalents sur le marché, leur prix, leur durée de vie, leur contenu. Ensuite, et c'est peut-être le plus intéressant, on interroge directement les joueurs lors des **playtests**.

Anne-Laure explique :

"On demande quand on fait des play test : à combien vous achèteriez ce jeu...combien vous pensez que vaut ce jeu ? Donc on voit un peu, on trouve un consensus sur le prix."

Cette approche participative permet d'ajuster le prix à la perception réelle de la valeur par le public cible.



Enfin, il y a **la gestion des attentes** : "Si on met trop cher, les gens ils vont avoir une attente proportionnelle." Un jeu vendu 60€ sera comparé aux AAA du marché et jugé selon ces standards. Un jeu à 20€ bénéficiera d'une **plus grande indulgence**. *Road 96* a été positionné dans une gamme de prix intermédiaire, cohérente avec son statut de production indépendante ambitieuse.

PRIX DE LANCEMENT DU JEU :

19.96 €

Cette **liberté de fixation du prix** s'inscrit dans un marché beaucoup moins régulé que le cinéma, où les forces du marché jouent pleinement. Les soldes Steam, les bundles, les promotions sont des leviers que les studios peuvent activer pour relancer les ventes, là où le cinéma français reste dans un cadre tarifaire beaucoup plus contraint.

”
Ça a eu un impact vraiment très très positif. On a eu beaucoup de wishlists. Le trafic était si intense que notre site internet a même explosé pendant dix minutes.
“

Les propos d'Anne-Laure Fanise lors de notre rencontre

Sur **Steam**, la plateforme principale de distribution PC, les **wishlists** (listes de souhaits) sont cruciales : elles alimentent l'algorithme de recommandation et permettent de **convaincre des partenaires potentiels**. Plus un jeu accumule de wishlists avant sa sortie, plus il a de chances d'être visible au moment du lancement.



GAME AWARDS 2020 - LE PREMIER DOMINO



IndieWorld #NintendoSwitch
Indie World Showcase 4.14.2021 - Nintendo Switch

10:41:39:49 views - Apr. 14th 2021

Nintendo

LE MOMENT CHARNIÈRE

Après plus d'un an et demi de développement, avec un prototype fonctionnel mais visuellement austère, sans éditeur traditionnel, DigixArt a besoin d'un coup de projecteur. Ce moment arrive fin 2020, grâce à une opportunité inespérée : présenter *Road 96* aux **Game Awards**, la plus grande cérémonie du jeu vidéo au monde.

Les Game Awards, c'est l'équivalent des Oscars pour le jeu vidéo. En 2020, l'événement a été vu par près de **80 millions de personnes** à travers le monde. Yoan Fanise parvient à convaincre Geoff Keighley, l'organisateur et présentateur de la cérémonie, d'inclure *Road 96* parmi les jeux présentés. Pour un petit studio français sans éditeur classique, c'est une **victoire inespérée** : des millions de regards vont se poser sur leur projet.

Mais l'effet des Game Awards va bien au-delà des chiffres. Anne-Laure parle d'un "*premier domino*" qui entraîne d'autres. **Nintendo**, géant japonais du jeu vidéo, contacte DigixArt pour envisager une version Switch. La communauté de joueurs réclamait cette plateforme, et la notoriété acquise rend soudain le projet attractif pour Nintendo. Un trailer est diffusé dans un Nintendo Direct (événement de communication majeur de Nintendo), multipliant encore la visibilité.

”
Les Game Awards ont attiré
des éditeurs qui voulaient
acquérir l'entreprise.
“

Les propos de Yoan Fanise

POV : les éditeurs qui veulent
acquérir l'entreprise



GAME AWARDS 2020 - LE PREMIER DOMINO



Le projet qui n'intéressait personne un an plus tôt, jugé trop risqué avec son prototype textuel "non sexy", devient soudain une propriété intellectuelle convoitée. La **validation publique** offerte par les Game Awards transforme la perception du risque : ce qui semblait être un pari fou devient une **opportunité commerciale**.

Cette séquence illustre l'importance cruciale de la communication et du marketing dans l'industrie du jeu vidéo. Un bon jeu qui reste invisible ne trouvera pas son public ; un **concept innovant** qui bénéficie d'un coup de projecteur majeur peut basculer du statut de projet indépendant confidentiel à celui de succès international annoncé. Pour Anne-Laure Fanise, productrice gérant un budget serré, cet événement de relations publiques a probablement eu plus d'impact sur le destin du jeu que n'importe quel investissement marketing traditionnel.

Une distribution progressive

Enfin, le 16 août 2021...

Fort de la notoriété acquise aux Game Awards et du soutien de Nintendo, *Road 96* peut enfin sortir. Le **16 août 2021**, le jeu devient disponible sur **Windows** (PC) et **Nintendo Switch** simultanément. DigixArt gère cette sortie en **auto-distribution**, avec le support technique de **Plug In Digital** et l'initiative **HP OMEN Presents** qui assure une partie du marketing et de la visibilité.

Les **premiers retours sont excellents**. Les joueurs saluent l'originalité du concept, la profondeur narrative, la rejouabilité réelle du système procédural. Chaque partie offre effectivement une expérience différente, validant des années de travail sur l'algorithme narratif. Les médias spécialisés relayent positivement, et les ventes **démarrent bien** pour un jeu indépendant.

Mais c'est en **août 2021**, quelques jours seulement après la sortie, qu'intervient le véritable tournant : **Embracer Group**, société mère de Koch Media (devenu depuis Plaion), **rachète intégralement le studio DigixArt**. Ce rachat n'est pas une absorption hostile ou une nécessité financière : c'est la reconnaissance du potentiel créatif et commercial de l'équipe.

Pour Anne-Laure et Yoan Fanise, le rachat marque une **sécurisation de l'avenir** : DigixArt conserve son identité et son autonomie créative, tout en profitant désormais du soutien financier et logistique d'un grand groupe. Les équipes, jusque-là fragilisées par le modèle indépendant, gagnent en stabilité, et de nouveaux projets peuvent être lancés avec davantage de moyens.

Le parcours de *Road 96* illustre ainsi le modèle du succès indépendant moderne : un **studio inventif** qui crée avec **peu de ressources**, gagne en visibilité grâce à un événement stratégique, confirme son potentiel lors de la première sortie, puis rejoint un grand groupe qui lui offre les moyens de **grandir sans renier sa vision créative**. Un schéma que beaucoup de studios espèrent suivre.

LES MOMENTS CLÉS DU SUCCÈS



Déc 2020 Game Awards Annonce

Wishlists explosent



Août 2021 Sortie PC + Switch

Succès critique



Août 2021 Rachat Embracer

300M\$ (8 studios)



Avril 2022 Sortie Consoles

Expansion mondiale



Nov 2024 2 Millions Joueurs

Succès confirmé



\$7.4M

Revenu Steam
(à date)



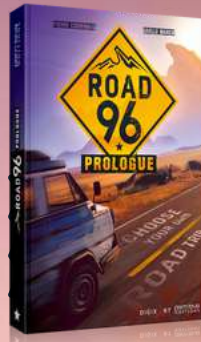
90%

Avis Positifs
(23,256 reviews)



5

Pégeses 2022
(Césars du JV)



L'étude repose avant tout sur l'œuvre elle-même :

DigixArt (Yoan Fanise, dir. ; Anne Laure Fanise, prod.), Road 96. DigixArt / Plug In Digital (PC & Switch) puis Ravenscourt (Consoles), 2021.

Pour documenter la création et l'univers du jeu, plusieurs documents et entretiens de l'équipe de développement sont mobilisés. Cela inclut le contenu auxiliaire disponible en téléchargement sur les plateformes de distribution, tel que : DigixArt. Road 96: Documentary. THQ Nordic, 2021, qui est disponible à l'achat ou via des bundles sur Steam.

Cette production a été éclairée par un échange fondamental avec l'équipe dirigeante :

FANISE, Anne Laure (Productrice, DigixArt). Entretien personnel réalisé par Athéna Tangui et Eryka Hubert.

D'autres contributions directes de l'équipe de développement fournissent le contexte créatif et les détails de production :

- **FANISE, Yoan. « Road 96 : Voyage et création chez Digixart ». CNC, 21 février 2022.**
- **ETIENNE C. « Road 96 : Le road trip aux mille chemins ». Micromania-Zing, 22 mars 2022.**

Pour ancrer la production de Road 96 dans son contexte économique et social, les sources institutionnelles suivantes ont été mobilisées :

- **Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs (SELL). BILAN DU MARCHÉ FRANÇAIS 2024. SELL, 2024.**
- **Syndicat National du Jeu Vidéo (SNJV). Référentiel des métiers du jeu vidéo. SNJV, 2024.**
- **Syndicat des Travailleurs et Travailleuses du Jeu Vidéo (STJV). ENQUÊTE sur les travailleur·se·s du jeu vidéo en France. STJV, 2022.**
- **Plusieurs documents d'analyse sur le financement et la législation, notamment le Crédit d'Impôt Jeu Vidéo (CIJV) : CMS Law. « Le crédit d'impôt en faveur des créations de jeux vidéo : quelle stratégie adopter ? ». CMS Law, 16 octobre 2024.**

Des analyses du statut du secteur ont également été consultées, telles que : **MATEU, Mathilde. Jeu vidéo : Quelle est la place d'ARTE dans un secteur en crise ? Rapport de Stage de Master 2 Cinéma et Audiovisuel, Université Paul Valéry Montpellier III, 2025**

