

Le DVD à l'ère de l'instantanéité

François-Olivier Paquin

Volume 34, Number 3, Summer 2016

Dossier Diffusion du cinéma d'auteur

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/82715ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association des cinémas parallèles du Québec

ISSN

0820-8921 (print)

1923-3221 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Paquin, F.-O. (2016). Le DVD à l'ère de l'instantanéité. *Ciné-Bulles*, 34(3), 32-32.

simultanée des films en salle et en VOD (*day-and-date*)? Actuellement, la première fenêtre (exclusive à la salle) est d'une durée approximative de 90 jours. Pour Robin Plamondon, la réponse est: non! «Il est normal que Le Clap, comme les autres cinémas (et la plupart des diffuseurs), tienne à l'exclusivité de leurs fenêtres d'exploitation. Permettre la diffusion d'un film sur toutes les plateformes en même temps, c'est comme accepter qu'un autre cinéma s'installe juste à côté et présente les mêmes films! Toutes les étapes [de la vie] d'un film sont dispendieuses et sa diffusion en salle aussi!

Pour nous, perdre 5% de l'assistance pour certains films ferait en sorte que nous ne pourrions plus les présenter.» Du côté du Cinéma du Parc, il est arrivé à sa direction d'accepter de mettre à l'affiche un film qui serait accessible en VOD une semaine après sa sortie en salle, à condition que le cinéma ait une version exclusive (en STE, par exemple) « parce qu'on croyait beaucoup au potentiel du film sur grand écran », argue Jean-François Lamarche, donnant les exemples de **Tale of Tales**, **Snowpiercer** et **Only God Forgives**. Le directeur du Clap avance aussi l'argument de l'unicité du film d'auteur:

Le DVD à l'ère de l'instantanéité

FRANÇOIS-OLIVIER PAQUIN

En mai dernier, la nouvelle de la fermeture de La Boîte Noire, après 30 ans de loyaux services, a causé toute une commotion dans le milieu du cinéma. Le mythique club vidéo n'arrivait plus à faire concurrence aux Netflix de ce monde. L'industrie du DVD, au Québec comme ailleurs, perd progressivement du terrain au profit de la diffusion en continu (le *streaming*), autant légale qu'illégale. Le format, vieux de 20 ans, est-il appelé à disparaître? La situation n'est peut-être pas aussi simple qu'il n'y paraît.

Aujourd'hui, les boutiques et clubs vidéo doivent non seulement faire compétition à la diffusion en continu, mais également aux plateformes de vidéo sur demande (VOD) ainsi qu'à la facilité d'enregistrement de films à la télévision (plus besoin d'être sur place pour partir la cassette au bon moment). Et ce n'est pas tout. L'ensemble de l'industrie de la vente au détail doit s'adapter à la compétition féroce que lui livre la vente en ligne. Et le DVD n'y échappe pas. Bien que ce soit principalement des géants tels qu'Amazon qui en profitent, les distributeurs peuvent tout de même arriver à tirer leur épingle du jeu. En effet, ces derniers ont désormais la possibilité de se doter d'une plateforme de vente en ligne et de vendre directement au public, sans passer par un intermédiaire qui touche une partie des revenus. Résultat: les clubs vidéo perdent sur toute la ligne.

Ce sont surtout les consommateurs qui gagnent au change, particulièrement en région: ils ne sont plus restreints à la sélection parfois limitée du club vidéo du coin. On assiste en fait à une internationalisation du marché. Un cinéophile voulant visionner le film taiwanais **A Touch of Zen** (1971), par exemple, n'avait pas le choix, il y a quelques années, de fréquenter des lieux comme La Boîte Noire. Aujourd'hui, il peut consulter des sites spécialisés,

comparer les prix et les différentes éditions disponibles pour finalement décider de commander le Blu-ray directement sur le site de Criterion ou même—à condition qu'il possède un lecteur multizone—se faire expédier d'Europe celui d'Eureka.

Néanmoins, les chiffres ne mentent pas: les ventes et locations de DVD sont en baisse. De moins en moins de consommateurs voient l'intérêt de s'encombrer de dizaines de boîtiers de disques alors qu'ils peuvent avoir les mêmes films au bout de quelques clics, en particulier lorsqu'ils ne prévoient pas les revoir. Conséquemment, de plus en plus de gens veulent que leur copie DVD leur en offre davantage que ne le fait la diffusion en continu. Et l'industrie n'a pas le choix de s'adapter à cette nouvelle réalité. Suffit de constater la multiplication des éditions limitées pour collectionneurs, parfois numérotées ou accompagnées d'objets de collection, ainsi que la mode des coffrets métalliques (les *steelbooks*) pour s'en convaincre. Les distributeurs font de plus en plus d'efforts pour séduire la clientèle. En plus du 4K (exclusif aux studios américains pour l'instant), les versions restaurées, les entrevues avec des artisans du film, les commentaires de spécialistes, les livrets faisant dans certains cas plusieurs dizaines de pages et les illustrations d'affiches originales sont de plus en plus fréquents. Certaines éditions proposent même à l'occasion plusieurs films en supplément (l'édition Criterion de **La Bataille d'Alger** contient pas moins de six documentaires).

Cet attrait de la rareté et de l'unicité profite grandement au cinéma d'auteur. Par exemple, au cours de la dernière année seulement, Arrow Academy a mis sur le marché d'impressionnants coffrets *collectors* de cinéastes tels que Jacques Rivette, Reiner Werner Fassbinder, Kiju Yoshida, Masaki Kobayashi et les frères Taviani. Cela a pour conséquence que le profil type de l'acheteur de DVD change lentement, mais sûrement. Alors qu'à ses débuts, le DVD s'adressait à tous les amateurs de cinéma, c'est maintenant plutôt un objet rare destiné aux collectionneurs. Et l'on peut présumer que les distributeurs ne sont pas à court d'idées pour nourrir cet intérêt pour le DVD « de niche ». 