

Vidéopage

L'offensive des techniques audio-visuelles

Patrick Schupp

Number 115, January 1984

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/50931ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (print)

1923-5100 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Schupp, P. (1984). Vidéopage : l'offensive des techniques audio-visuelles. *Séquences*, (115), 74–74.

VIDÉOPAGE

L'OFFENSIVE DES TECHNIQUES

AUDIO-VISUELLES

C'est absolument évident: au seuil même de 1984, n'en déplaise à George Orwell, cette année s'annonce déjà comme celle des techniques audio-visuelles, et à des niveaux très différents.

Dès le mois de mars, c'est-à-dire à la prochaine parution de *Séquences*, le disque compact, lu par laser, deviendra une réalité quotidienne, révolutionnant par le fait même nos conceptions et nos traditions de chaînes de haute-fidélité. Du domaine audio à la vidéo, il n'y a qu'un pas, vite franchi, et nous pouvons nous attendre, d'ici peu, à avoir les magnétoscopes munis de ces perfectionnements techniques qui, non seulement augmentent considérablement le potentiel sonore et acoustique, mais permettent également une gamme d'enregistrements sonores infiniment plus vaste. On peut voir d'ici les applications de ce procédé dans l'enregistrement de spectacles musicaux, que ce soit des concerts, des groupes pop ou rock, de l'opéra ou de la comédie musicale!

Il est également question de relayer par satellite certaines chaînes européennes en direct: l'Opéra de Hambourg, *Hamlet* à l'Old Vic, la Comédie-Française et des dramatiques de quinze pays seront à votre portée, dans la langue originale, et sans interférence. Quant aux aspects légaux et juridiques, ils devraient se régler rapidement. Tout va donc très bien... sauf en cas de conflits politiques, qui annuleraient évidemment tout automatiquement.

Autre bonne nouvelle, et non des moindres: un groupe d'hommes d'affaires francophones, travaillant déjà dans le milieu des communications, ont mis sur pied une société d'édition et de distribution de produits cinématographiques et télévisuels en français. Ceci comprendra non seulement des films français récents, mais aussi des films québécois et des traductions, c'est-à-dire les versions françaises de films internationaux. Le catalogue comportait

au départ (octobre 83) une centaine de titres. Il s'enrichit au rythme de 20 titres par mois. On voit ce que cela pourra donner à la fin de l'année. D'ailleurs, les promoteurs, Joseph Beaubien et Jacques de Courville-Nicol, pressentent un marché annuel pouvant s'élever jusqu'à 18 millions \$. Ce qui n'est pas peu dire! La nouvelle société ainsi formée, Vidéoglobe, diffusera non seulement les produits mentionnés ci-dessus, mais aussi ceux issus d'une alliance entre la société française Régie-Cassette-Vidéo et les Films René Malo. Enfin, Vidéoglobe s'est assuré l'exclusivité de quatre maisons de distribution bien connues au Québec: Cinépix, Prima Films, Multimédia Audiovisuel et René Malo. La compagnie Vidéoglobe publie également une revue (disponible pour 2,00 \$) qui renseigne l'amateur sur les nouveautés, présente un catalogue à jour, et qui, enfin, grâce à d'abondantes illustrations, fixe le lecteur sur la nature et le genre des films présentés. Face à la prolifération (avec deux ans de retard sur l'Europe et les États-Unis) des vidéo-clubs au Québec, il est évident que Vidéoglobe est arrivé juste à temps pour ramasser tout un marché francophone qui ne demande qu'à se laisser « embarquer » dans l'aventure. Et comme la compagnie paraît offrir toutes les garanties de sérieux et de compétence, son avenir semble donc assuré. On trouvera ainsi les grands titres français de l'heure, des films pour enfants (avec des oeuvres remarquables comme *Le Roi et l'oiseau*, dessin animé français de Paul Grimaud, très peu connu ici et remarquable) des films pour adultes, comme cet *Homme blessé*, de Patrice Chéreau, montré cet été au Festival des films du monde, ainsi que la version française, en exclusivité, des grands succès internationaux. Voilà qui va évidemment porter un coup dur aux réseaux de distribution cinématographique en salles, autant sur le plan de la nouveauté que sur celui de l'exclusivité. Les compagnies de fabrication et de distribution des magnétoscopes, lecteurs vidéodisques, etc... escomptent d'ailleurs une augmentation de ventes de 80%, pour cette année, d'abord et surtout parce que le prix d'achat de ces appareils a considérablement baissé, et qu'on peut désormais s'en procurer à des prix variant entre 500,00 \$ et 750,00 \$ (pour un appareil de qualité), et ensuite parce que la concurrence est forcenée, et que, à prix sensiblement égal, les appareils sont aujourd'hui de bien meilleure qualité, et à des prix moindres. Et enfin, comme c'est un marché qui est en perpétuelle évolution, et que les technologies avancent de façon fulgurante, j'ignore ce que j'écrirai dans ces pages à la fin de l'année 84.

Patrick Schupp