

# Visionnements en ligne Que ta passion demeure

Charles-Henri Ramond

Numéro 290, mai-juin 2014

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/71795ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (imprimé)

1923-5100 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Ramond, C.-H. (2014). Visionnements en ligne : que ta passion demeure. *Séquences*, (290), 18-19.

# Visionnements en ligne

## Que ta passion demeure

À l'heure où les salles crient famine et où les revenus des éditeurs de DVD fondent comme neige au soleil, le visionnement en ligne fait son entrée dans nos vies. Apportant avec lui un flux de questionnements vieux comme le cinéma, le web fait peur. Alors, le visionnement en ligne: nouvelle forme de (sur)consommation de l'image ou issue de secours pour les exploitants et distributeurs indépendants ?

Charles-Henri Ramond

**R**etour en arrière sur des plaisirs cinéphiles perdus à jamais. Paris, 1985. À peine arrivé dans la capitale pour y mener des études post-secondaires trop peu créatives, je découvre les salles de répertoire du Quartier latin: Reflet Médicis, Action Christine, Le Champo et autres, aujourd'hui oubliées. Sur l'écran, je découvre les nuances de gris; je revisite les comédies italiennes, les séries B improbables ou les chefs-d'œuvre de Capra, Lubitsch et Hawks. Assis au fond de la salle, le ronronnement de l'antique projecteur 35 mm rythme ces séances du midi, à 10 francs le ticket. La lucarne n'est pas grande: à peine la taille d'un drap de lit king. Le plaisir, lui, est immense. Tout ça a bien changé aujourd'hui.

En 2010, les Rendez-vous du cinéma québécois organisaient un cinq à sept sur «l'état des lieux de la distribution au Québec». L'utilisation d'Internet comme moyen de diffusion et de promotion du cinéma était abordé. Unanime, le panel d'invités ne démentait pas l'impérieux besoin de renouveler des modèles d'affaires de plus en plus dépassés. Mais peu visualisaient encore les moyens de mettre en place des solutions concrètes en réponse à ce qui, à l'époque, commençait à remettre en cause nos habitudes de visionnement.

2013-2014. Le visionnement en ligne proposé en même temps que la sortie en salles est arrivé. La sortie simultanée en DVD et VSD n'est plus une utopie. Le cinéma expérimental ou de fiction «projeté» exclusivement sur le web ne pose plus de problèmes techniques. Les possibilités d'acheter ou de voir des films sur Internet sont de plus en plus nombreuses. Même les RVCQ tentaient cette année l'expérience en offrant la diffusion web de quelques films choisis parmi les grosses pointures de leur programmation. Le visionnement en ligne sous toutes ses formes – encore brouillonnes et désordonnées – est bel et bien arrivé.



Cinéma maison (source : Digital Trends)

Devant l'ampleur qu'est en train de prendre ce nouveau rapport à l'image, plusieurs questionnements ne cessent d'alimenter les débats. Le premier, qui refait surface à chaque nouvelle avancée technologique, concerne l'éventuelle disparition de la salle de cinéma. Devant cette menace et la baisse des entrées en salles, certains distributeurs lancent un cri d'alarme et réclament plus de soutien de la part des institutions.

Comme beaucoup, je me questionne sur la tournure des événements. Mais, pour l'heure et face à des développements encore incertains, je me contente de ne voir dans le visionnement en ligne qu'un mode de consommation supplémentaire du cinéma. Les salles ne sont pas menacées et pourraient même tirer profit de ce nouveau venu.

Le mariage forcé entre le web et le film pourrait en effet être un moyen de désengorger nos salles. Avec plus de 400 œuvres sortant à Montréal chaque année, ce serait plus que souhaitable: la grande majorité de ces films n'ont que peu à offrir sur un écran de 50 pieds de large et se satisfont parfaitement de l'attirail technologique du cinéma maison. Ajoutez à votre télé une connexion Internet ultra-haute vitesse, la 3D et un lien (sans fil évidemment) avec votre tablette ou votre téléphone-télécommande et vous avez l'arsenal parfait pour vivre une expérience réussie de cinéma en famille. Le visionnement en ligne est peut-être une opportunité pour opérer une sorte de sélection naturelle qui ferait, à mon avis, plus de bien que de mal. Au lieu de courir dans tous les sens pour s'accaparer un petit bout d'écran, il serait grand temps que les distributeurs fassent le ménage dans leurs sorties et transfèrent quelques-uns de leurs rejets d'un écran à l'autre. Suivant le principe de la sortie *direct-to-DVD*, comédies pour ados débilantes et films d'horreur produits à la chaîne trouveraient là un terrain approprié, désengorgeant



Au lieu de courir dans tous les sens pour s'accaparer un petit bout d'écran, il serait grand temps que les distributeurs fassent le ménage dans leurs sorties et transfèrent quelques-uns de leurs rejets d'un écran à l'autre.

ainsi nos grands écrans pour permettre à des expériences plus significatives de rester plus longtemps à l'affiche. En ce sens, contrairement à l'idée répandue, le visionnement en ligne pourrait s'avérer bénéfique pour le cinéma et pour l'exploitant. Aux institutions, propriétaires de salles et distributeurs de savoir se concerter afin d'établir des stratégies d'affaires qui tireront parti de cette nouvelle technologie. Alors, le web à la rescousse du cinéma de qualité? C'est une idée qui me plaît.

Ce n'est toutefois pas l'avenue prise par l'alliance Excentris – ONF, lancée en grandes pompes au début de l'année. Offrant le visionnement en ligne de certaines primeurs en même temps que leur passage sur grand écran, la formule, bien qu'étant encore à peaufiner, a le mérite d'être simple et accessible. Mais ce partenariat novateur n'est-il qu'un laboratoire destiné à expérimenter un marché encore incertain ou la bande-annonce du modèle des années futures? Questions sans réponses.

Plus énigmatique est la mutation des catalogues actuels de formats numériques vers le visionnement en ligne. On le sait: au rythme actuel des baisses de leurs revenus, les éditeurs de support physique devront sous peu changer leur fusil d'épaulé. Opteront-ils pour le transfert massif de leur catalogue vers la technologie web? Si tel est le cas, que perdra-t-on dans cette opération? Par le passé, on a constaté que l'éventail de l'offre en DVD était moins grand que celui des éditions disponibles en VHS. Sans en être totalement certain, et en espérant ardemment le contraire, j'ai peur qu'encore une fois nous perdions au change. Stocker des gigaoctets, voire des téraoctets de données n'est pas sans risques ni sans coûts. Il y a donc fort à parier que les indices de popularité et les statistiques de rentabilité dicteront pour nous un tri dans les titres à mettre en ligne, faisant ainsi disparaître du paysage une partie des cinématographies nationales, y compris la nôtre.

Que ce soit en support aux primeurs ou en remplacement de l'offre DVD, le visionnement en ligne offre des possibilités infinies qui seront sans nul doute encadrées par des exigences commerciales, entre autres. Toutefois, ses promoteurs devront batailler ferme pour répondre aux exigences d'un public boulimique de culture audiovisuelle, mais désormais grandement rompu à la totale gratuité de ce qu'il consomme. Car ce qui a fait les beaux jours et qui continue à susciter l'intérêt du visionnement sur écran portatif, c'est l'accès quasi illimité et quasi immédiat à des contenus de qualité, mais surtout la possibilité de les obtenir sans avoir à déboursier le moindre sou. Proposer une nouveauté en ligne au même tarif qu'un billet de cinéma va donc résolument à contrecourant d'habitudes déjà bien ancrées dans la communauté. Je ne remets certainement pas en cause la nécessité de payer pour voir les œuvres; je m'interroge toutefois sur la viabilité économique d'un modèle qui se transformera inévitablement en industrie.

L'embryon de visionnement en ligne que nous connaissons aujourd'hui est appelé à évoluer et à se structurer. Quelles avenues prendra-t-il? Deviendra-t-il la norme pour une grande partie des films visibles dans nos salles? Est-ce que la disponibilité d'un film inconnu du public placé sur une plateforme de visionnement lui donnera une plus large visibilité? Les distributeurs indépendants pourront-ils embarquer dans une nouvelle technologie complexe, eux qui ont déjà bien du mal à entretenir un site web souvent désuet? Indifférente à toutes ces questions, la ferveur des *cinévores* s'exprimera encore. Elle est certes bien différente de ce qu'elle était en 1985 – visionnement en ligne ou non; écran de 4, 13 ou 55 pouces –, peu importe au fond. Pourvu que l'offre demeure et que perdure la passion. 🎬