

Le multimédia sur cédérom, le revers du disque

Gérard Mercure

Volume 42, numéro 4, octobre-décembre 1996

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1032998ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1032998ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED)

ISSN

0315-2340 (imprimé)

2291-8949 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Mercure, G. (1996). Le multimédia sur cédérom, le revers du disque. *Documentation et bibliothèques*, 42(4), 181-184.
<https://doi.org/10.7202/1032998ar>

Tous droits réservés © Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED), 1996

Cet document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

<https://www.erudit.org/fr/>

Le multimédia sur cédérom, le revers du disque

Gérard Mercure

Responsable du plan de développement des collections
Bibliothèque de l'Université du Québec à Rimouski

Le «cédérom devient immortel» (1996). C'est ainsi que *SVM Science et vie Micro* titrait la nouvelle annonçant l'orthographe récemment approuvée par l'Académie française et l'entrée officielle du CD-ROM dans le Dictionnaire. *Le Petit Robert* dans sa mise à jour de 1995, proposait l'expression «disque optique compact. Au Canada DOC». Au Québec, l'Office de la langue française, après consultation du milieu spécialisé, favorisait aussi l'emploi de l'expression disque optique compact et son abréviation DOC. Les quotidiens *Le Devoir* et *La Presse* dans leurs chroniques sur le multimédia ont depuis adopté le terme «cédérom». Cet usage ne fait toutefois pas l'unanimité. Ce qui fait dire à l'éditeur de la revue québécoise *Atout Micro*: «Nous avons reçu depuis début juin 90% de disques CD-ROM, 7% de cédéroms, 2% de DOC et 1% de CD-Rom.» (Picard 1996)

La crise d'identité de ce nouveau support de l'édition multimédia ne se résume pas à la simple francisation de sa signature. Le disque optique compact multimédia met plus de temps que prévu à trouver sa place au soleil de l'édition. Certains se demandent même si son immortalité n'est pas déjà compromise.

Un avenir incertain

Aux États-Unis

Même au pays du disque optique compact, les États-Unis, le ciel n'est pas sans nuage. À première vue, les conditions du marché sont favorables. Les nouveaux ordinateurs sont pourvus, neuf fois sur dix, d'un lecteur de disque optique. Selon *CD-ROM Professional*, l'édition sur cédérom affichait entre l'année 1994 et 1995, une augmentation de 93% de ses titres (Block 1996). Cette forte croissance ne s'est pas maintenue au

cours de 1996 bien qu'elle apparaisse plus marquée, toutes proportions gardées, que pour l'édition traditionnelle du livre. Mais ce qui inquiète surtout, c'est le pourcentage de retour d'invendus à l'éditeur, qui se situerait entre 10% et 30% de la production et dans certains cas jusqu'à 40%. Il semble que ce surplus soit dû principalement à la difficulté d'estimer le volume que peut absorber un nouveau marché, et à un degré moindre, aux problèmes que rencontre le consommateur lors de l'installation ainsi qu'à l'absence de moyens pour évaluer le contenu au moment de l'achat. Avec le temps, on pense que les distributeurs vont pouvoir réduire leur marge d'erreur dans l'appréciation du marché et diminuer de ce fait les retours à l'éditeur. Quant aux problèmes de compatibilité à l'installation, les grands fabricants d'ordinateurs et fournisseurs de logiciels, IBM, Apple, Microsoft vont s'associer pour offrir un label garantissant pour un titre particulier son fonctionnement sur tel type d'ordinateur. Un utilisateur permettra à l'acheteur de comparer la configuration de son appareil à celle qui est indiquée sur le coffret du disque. Enfin, certains éditeurs préconisent la diffusion de disques de démonstration pour que le futur lecteur et auditeur soit en mesure d'apprécier le contenu sans devoir investir trop d'argent à l'achat d'un titre qu'il ne connaît pas.

En France

En France, la situation est difficile sans pour autant être mauvaise. D'octobre 1994 à septembre 1995, les ventes ont plus que doublé et même triplé dans certains domaines, et les nouveaux titres ont plus que quadruplé: ils sont passés de 390 à 1 800 de janvier 1995 à 1996. Mais le parc des lecteurs est trop petit pour absorber une telle croissance. Avec les 200 petits éditeurs qui se sont lancés

dans l'aventure du disque optique compact, chaque société a vu sa clientèle rétrécir au lieu d'augmenter. Beaucoup de nouveaux arrivants attirés par le succès du *Louvre* avec ses 100 000 exemplaires vendus et de *Moi, Paul Cézanne* vont mordre la poussière. Selon un éditeur «l'immense majorité des titres perd de l'argent» (Neuman et Cormier 1996). Dans ce contexte, seuls les plus costauds vont survivre.

De plus, les possesseurs plus anciens de lecteurs de disques optiques compacts achètent moins que les nouveaux consommateurs de disques numériques. *SVM* identifie les mêmes trois raisons qui expliqueraient cette désaffection: le prix trop élevé des disques optiques compacts comparativement aux autres objets culturels comme le livre ou la cassette vidéo, les problèmes rencontrés à l'installation et la difficulté pour le lecteur d'évaluer le produit sans pouvoir le consulter sur place.

Au Québec

Le journal *Les Affaires* a qualifié 1996, d'«année des grandes manœuvres en multimédia au Québec» (Fortin 1996). C'est autant au chapitre de la distribution que de la production que l'industrie du disque optique compact s'est transformée. Acquisition de Micro-Intel et de sa filiale de distribution Crapo ainsi que de DIL Multimédia par Québecor, acquisition de Periodica et participation dans Cedrom-SNI du Groupe Transcontinental GTC, acquisition de Magatoon et de Desclez Production par Malofilm, producteur de films, d'émissions de télévision et de vidéos, autant de grandes manœuvres qui ont modifié l'échiquier d'une industrie du multimédia en début de partie.

Pour Yan Barcelo, ce qui fait surtout la force du Québec, ce sont les outils de production multimédia et sa créativité: *«Malheureusement, la force culturelle du Québec est en même temps sa principale faiblesse. Le ferment qu'il représente, s'il est bouillonnant, est également bien petit. Les contenus originaux qu'il produit ou pourrait produire se heurtent à ses frontières étroites et à son faible marché»* (Barcelo 1996). Il n'en demeure pas moins que le Québec possède maintenant un secteur multimédia dont les acteurs sont de bonne taille dans un marché où il faut affronter non seulement les géants américains mais aussi les poids lourds français. Ce marché est très dur, car il est inondé de produits américains et de produits européens en français. Les petits producteurs de disques optiques compacts et de sites Web *«poussent comme des champignons mais il n'y a qu'une dizaine d'entreprises qui sortent du lot»*, affirme Gilbert Ouellette de Multimédialog. Cet expert consultant estime le marché québécois du disque optique compact à 75 millions de dollars dont seulement un million ou 1,5 million reviendrait aux producteurs locaux. *«Il n'y a que quatre ou cinq titres qui marchent»* (Dutrisac 1996). Pour Robert Dutrisac du quotidien *Le Devoir*, qui rapporte ces propos, *«le marché des cédéroms est en difficulté»* et chez le principal distributeur au Québec, DIL Multimédia, *«les résultats ne sont pas conformes aux prévisions»* (Dutrisac 1996).

Les prix

Que ce soit en France, aux États-Unis ou au Québec, on trouve les prix trop élevés. Ainsi, pour que le marché des disques éducatifs dont le prix se situe dans la fourchette de 35 \$ à 50 \$ US intéresse le consommateur américain, il faudrait que ce déboursé se situe plutôt sous la barre des 30 \$ (Milliot et Kinsella 1996). Au Québec, le disque optique compact éducatif de langue française se situe plutôt autour de 60 \$ et le disque optique compact culturel autour de 80 \$. Le consommateur français pour sa part s'arrête à 300 FF lorsqu'il n'est pas certain du contenu. (Balizet 1996)

Déjà en France, les prix sont à la baisse. Le disque optique compact qui coûtait entre 400 et 500 FF en 1973 se

situe maintenant entre 300 et 400 FF selon la Fnac. Croissance du chiffre de vente, combinaison livre et disque optique compact pour bénéficier d'une TVA faible pour le livre, seconde vie dans un format économique avec les disques optiques compacts à 149 FF, jeu de la concurrence pour occuper un créneau, tels sont les facteurs qui expliquent cette baisse des prix en dépit des coûts d'édition qui ont de leur côté considérablement augmenté. Il faut espérer que cette diminution des prix du disque français va se répercuter au Québec. Il semble que ce soit le cas puisque le dernier catalogue de Periodica, quelques dictionnaires et encyclopédies affichent de nouveaux prix, de 10 à 15% plus bas que ceux du printemps de cette année. Cette révision à la baisse est l'heureux effet d'un mouvement amorcé en France au début de l'année et qui a touché les ouvrages de référence.

De nouvelles stratégies

Face à des difficultés somme toute similaires d'un pays à l'autre, les producteurs doivent réviser leur stratégie commerciale et proposer des correctifs qui se ressemblent.

Aux États-Unis, on concentrera l'effort de production dans les secteurs qui ont fait leurs preuves, ceux des ouvrages de jeunesse, du domaine scolaire, de la référence et des jeux. Parmi les mesures de rationalisation, certains éditeurs ont choisi la réduction des titres à leur catalogue, la fermeture du secteur des adultes pour une expansion plus grande du rayon des jeunes. On investira moins dans de grandes productions à la Hollywood. On contrôlera davantage les coûts de production: des projections de ventes plus réalistes, une gestion plus serrée de la production et des dépenses de marketing mieux dosées. Mais surtout, on essaiera de mieux connaître ce consommateur, qu'il soit de l'espèce téléspectateur ou chercheur. Car il faudra viser juste pour l'atteindre. D'autant plus qu'il devient plus difficile de trouver le capital à risque pour une production sur disque optique compact et que les investisseurs se tournent davantage vers Internet.

En France, on pense à recentrer le marché sur les ouvrages de référence du type encyclopédique, à garnir avec plus de

circonspection le rayon des ouvrages thématiques et à développer le marché de l'exportation en traduisant leurs titres en anglais, en allemand et en italien. On offrira davantage, comme aux États-Unis, de livres et de disques sous un même sujet et un même emballage. On offrira également la mise à jour de l'information grâce à un lien Internet avec l'éditeur.

Au Québec, comme on l'a vu plus haut, on a regroupé les forces par consolidation de l'industrie du multimédia notamment au chapitre de la distribution. À cause de l'étroitesse du marché local, on mise obligatoirement sur l'exportation en offrant des ouvrages sans particularismes locaux comme le *Dictionnaire visuel* de Québec-Amérique ou sur la publication bilingue ou trilingue comme c'est le cas de *L'herbier Marie-Victorin* de Micro-Intel lisible en français ou en anglais au choix lors de l'installation.

Le DVD-ROM ou Internet?

La venue prochaine du disque à haute capacité risque de rendre le disque optique compact actuel démodé. Les premiers lecteurs de cette nouvelle génération de disques compacts DVD (pour *digital versatile disc*) devraient sortir au début de 1997. Ces appareils liront aussi bien les disques actuels que ces DVD qui stockeront jusqu'à 25 fois plus d'information et ce neuf fois plus rapidement que les premiers lecteurs. Les concepteurs n'auront plus à se soucier de l'étroitesse de l'espace disque qui leur est disponible. La restitution du son et de l'image sera de meilleure qualité. L'utilisation principale du DVD, du moins dans un premier temps, sera réservée à l'enregistrement des films mais elle s'ouvrira ensuite aux jeux et aux produits multimédias éducatifs. Car le DVD-ROM sera intégré peu de temps après à l'ordinateur. Les éditeurs multimédias hésitent pour le moment à se lancer dans de coûteuses productions. On prévoit également la sortie sur le marché en 1998 d'un DVD enregistrable une fois. Des lasers à plus courte longueur d'onde permettront dans un avenir plus lointain de doubler la capacité de ce DVD qui n'a pas encore vu le jour.

Le disque optique compact actuel pourrait n'être qu'un format tangible de

transition. Car Internet risque d'avaler à plus ou moins long terme le disque multimédia avec l'augmentation progressive des vitesses de transmission et les possibilités nouvelles d'animation et d'interaction en ligne.

Cantoné jusqu'à maintenant au texte et à l'image, Internet est en train de coloniser le multimédia. Des modules téléchargeables comme *Shockwave* de Macromedia permettent d'accéder au son, à la musique, au vidéo et à l'animation interactive. De plus, la mise à jour quotidienne et même en temps réel constituent un avantage que ne peut offrir le disque optique compact. «*Qu'il s'agisse d'opposer aujourd'hui CD-Rom et Internet à basse vitesse ou demain DVD-ROM et navigation rapide sur les services en ligne, une évidence apparaît: tout pousse les deux supports à s'unir plutôt qu'à se disputer les faveurs des amateurs de multimédia.*». Infonie, le service en ligne français, combine cédérom et données en ligne. Microsoft avec *Encarta* et *Cinémania* offre dans Internet les mises à jour de ses encyclopédies. Et SVM Multimédia de conclure: «*Internet ne tuera pas le CD-Rom, puisqu'il va se marier avec lui.*» (Internet va-t-il... 1996)

Les chroniques multimédias et les ouvrages de référence

Le multimédia fait maintenant partie de la vie du lecteur et de l'auditeur bien informé des grands quotidiens. La radio et les journaux ont leur tribune multimédia. Deux émissions de la Société Radio-Canada s'y intéressent: *Demain la veille* consacrée principalement à l'information et diffusée à la radio le dimanche après-midi et *Branché*, qui traite beaucoup d'Internet, présentée à la télévision le dimanche après-midi. *Le Devoir* offre à tous les lundis sa «*Vitrine du cédérom*» à côté de ce qu'on pourrait qualifier de très visible panneau-réclame «*PI@nète*» au-dessus des articles sur tout ce qui touche le réseau Internet. Pour suivre l'actualité de la cyberpresse quotidienne de *La Presse*, il faut déplacer pour ainsi dire le curseur au jeudi et cliquer sur «*Cédérom, jeux, etc.*». L'éventail des intérêts est large, les opinions des journalistes personnelles et directes, plus près du coup de cœur

que de l'évaluation faite à partir de critères objectifs mais ennuyeux.

Depuis la publication d'une première chronique de *Documentation et bibliothèques* sur le multimédia¹, SDM a lancé son répertoire *LOGIBASE - Les CD-ROM de langue française*². On y retrouve l'ensemble des produits disponibles en français au Québec. Plus de 425 titres y sont répertoriés et décrits ainsi que les coordonnées des diffuseurs et les prix de détail. Ce répertoire est aussi publié sous une forme imprimée mise à jour quatre fois par an. *CD-ROM Électre*³ des Éditions du Cercle de la Librairie offre maintenant une «option multimédia» à son répertoire bibliographique. L'annuaire imprimé *Électre Multimédia 1997* recense 7 000 disques optiques compacts et autres formats voisins disponibles en France, répertorie 5 000 sociétés groupées par activités et fournit un bilan économique détaillé.

La revue *Multimedia Schools* vient de publier un guide intitulé *CD-ROM for Schools* à l'intention des spécialistes des médias⁴. En raison de la langue, c'est moins les recensions des cent meilleurs titres qui peuvent nous intéresser que les chapitres du livre consacrés à la gestion, au choix et à l'utilisation du disque optique compact dans le cadre de l'enseignement.

Le magazine *Atout Micro* est en voie de devenir la revue québécoise de l'actualité du multimédia avec ses nombreuses recensions des disques numériques disponibles au Québec. On y dépouille aussi la production locale. On pourrait toutefois lui souhaiter un style plus coloré, une critique qui dépasse davantage le compte rendu. On s'attend dans un magazine de ce genre à un plus grand parti pris, favorable ou défavorable, enthousiaste ou déçu. La rédaction devrait s'inspirer du ton et du mode d'évaluation des publications françaises telles que *SVM Multimédia* ou *CD-Rom Magazine*.

Comme les bibliothécaires sont friands d'ouvrages de référence, signalons enfin les évaluations de quelques usuels sur disque optique compact. *L'ordinateur individuel* (Les encyclopédies... 1996) de juillet-août et *SVM Mac* (Aries

1996) de juillet consacrent chacun un comparatif sur les dictionnaires et encyclopédies sur disque optique compact. Les deux titres en peloton de tête sont *L'Encyclopaedia Universalis* et *Le Robert* suivis de près par *Le Larousse multimédia encyclopédique*.

Dans son numéro de novembre, *SVM Science et Vie Micro* présente comme l'événement du mois le lancement de deux disques optiques compacts de référence par Microsoft, *Encarta* et *Bibliorom*. (Maume 1996) Dans ce marché français des dictionnaires et encyclopédies, ces deux parutions de Microsoft sont qualifiées de «*pavés dans la mare*» des éditeurs de CD de référence. Cette traduction et adaptation d'*Encarta* et cette co-production avec Larousse de *Bibliorom* suscitent l'inquiétude et l'admiration. Un *Encarta* épuré, remanié et réécrit et un *Bibliorom* regroupant six ouvrages Larousse qui sera aussi offert dans une version allégée avec la suite bureautique *Office* risquent de changer l'équilibre des forces en présence. Sans compter que les éditeurs devront bientôt se mesurer aussi sur un autre terrain, celui d'Internet!

1. Voir «Le multimédia, un phénomène d'édition.» *Documentation et bibliothèques* 43, n° 1 (janvier 1996): 33-34.
2. *Logibase - Les CD-ROM de langue française!* Version sur disque optique compact ou imprimée. Services documentaires multimédia (SDM), 75, rue de Port-Royal est, bureau 300, Montréal, Québec, Canada, H3L 3T1.
3. *CD-ROM Électre et Électre Multimédia 1997*. Électre/Éditions du Cercle de la Librairie, 35, rue Grégoire-de-Tours, 75379 Paris Cedex 06, France. Distribué par Livrimport, C.P. 305, Saint-Laurent, Québec, J4P 3P8.
4. Berger, Pam and Susan Kinnell. 1996. *CD-ROM for schools: a directory and practical handbook for media specialists*. (Wilton, CT: Pemberton Press, 1996), 272 p.

Sources consultées

- Aries, Manuel. 1996. Dictionnaires et encyclopédies sur CD-ROM; écrans de culture. *SVM Mac* n° 75 (juillet): 184-189.
- Barcelo, Yan. 1996. Le multimédia: le principal atout du Québec: sa créativité. *Les Affaires* (21 septembre): 25.
- Balizet, Véronique. 1996. Pourquoi les CD-Rom coûtent-ils si cher? *SVM Multimédia* n° 12 (octobre): 30-33.
- Block, Debby Galante. 1996. The return of CD-ROM. *CD-ROM Professional* 9 (6): 62-69.
- Dutrisac, Robert. 1996. Où s'en va le multimédia au Québec? *Le Devoir* 6 novembre: B1.
- Fortin, Barclay. 1996. 1996: L'année des grands manœuvres en multimédia au Québec. *Les Affaires* 1^{er} juin: T4-5.
- Internet va-t-il tuer le CD-Rom? 1996. *SVM Multimédia* n° 11 (septembre): 23-26.
- Le «cédérom» devient immortel. 1996. *SVM Sciences et Vie Micro* n° 140 (juillet-août): 51.
- Les encyclopédies multimédias. 1996. *L'ordinateur individuel* n° 175 (juillet-août): 58-64.
- Maume, David. 1996. Encyclopédies sur CD-Rom. Les éditeurs français peuvent-ils encore contrer Microsoft? *SVM Science et Vie Micro* n° 143 (novembre): 24-27.
- Milliot, Jim and Bridget Kinsella. 1996. Searching for a market. *Library Journal. Multimedia Sourcebook* "96: 54-55.
- Neuman, Fabrice et Serge Cormier. 1996. CD-Rom, les éditeurs déchantent. *SVM Science et Vie Micro* n° 140, (juillet-août): 25-27.
- Picard, François. 1996. La cédéromite, vous connaissez? *Atout Micro* vol. 10 (1): 3.

PERIODICA

- **PERIODICA Abonnements**

10 000 titres (magazines, périodiques et journaux du monde entier)

- **PERIODICA Vidéo**

1 500 titres (arts, sciences, littérature, voyage, jeunesse, cinéma de répertoire)

- **BIBLIORAMA**

Tous les livres disponibles de langue française distribués au Canada

- **BIBLIODATA**

Banque de données
des *Livres disponibles canadiens de langue française*
45 000 titres, 516 éditeurs, 250 distributeurs

- **Partenaire CEDROM-SNI**

600 banques de données sur CD-ROM
(actualité, affaires, sciences et technologies, santé, médecine, éducation)
Accès direct à plus de 1 250 sources
d'information électronique

Demandez nos catalogues : La réponse à vos recherches d'outils pédagogiques de langue française.

PERIODICA INC.

Case postale 444, Outremont
Québec, Canada H2V 4R6

Tél. : (514) 274-5468

Fax : (514) 274-0201

Tout le Canada : 1-800-361-1431