

## Pendant ce temps là à *La Boîte Noire*...

Johanne Larue

Number 177, March–April 1995

Vidéo : des images pour tous

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/59396ac>

[See table of contents](#)

---

### Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

### ISSN

0037-2412 (print)

1923-5100 (digital)

[Explore this journal](#)

---

### Cite this document

Larue, J. (1995). Pendant ce temps là à *La Boîte Noire*.... *Séquences*, (177), 14–15.

1916



### INTOLERANCE

Un an plus tôt, D.W. Griffith avait provoqué des remous aux États-Unis avec **The Birth of a Nation**, gigantesque fresque historique qui affichait une sympathie évidente pour la dissidence sudiste et l'action du Ku Klux Klan. Pour faire taire ses détracteurs, le cinéaste entreprend alors un film de plus grande envergure encore, mais dont la portée humaniste sera cette fois-ci sans équivoque. S'inspirant d'un épisode réel de la chronique judiciaire (le procès d'un gréviste accusé à tort du meurtre de son employeur), Griffith élargit ce simple fait divers aux dimensions d'une vaste fresque sociale, entendant fustiger l'intolérance sous toutes ses formes et illustrant son propos d'exemples fameux d'intolérance à travers les siècles. Autour du noyau réaliste de l'Amérique en 1914, vont ainsi se greffer le spectre des guerres de religion, l'effondrement de Babylone et la crucifixion de Jésus. Les amoureux de la Saint-Barthélémy seront victimes de l'intolérance religieuse, comme la Chaldéenne de la guerre qui ensanglante son pays et l'homme de Nazareth face à ses ennemis. Seul le gréviste américain sera sauvé de l'échafaud grâce à sa bien-aimée. **Intolerance** est une symphonie en quatre mouvements, bénéficiant d'immenses décors, de milliers de figurants et d'un budget de deux millions de dollars, une somme tout à fait extravagante pour l'époque. Les images défilent à un rythme hallucinant, culminant dans un admirable crescendo final, où le familier se mêle au grandiose, le quotidien au sublime. Le film aura une influence énorme sur Dreyer, Abel Gance et le meilleur du cinéma soviétique, Eisenstein en tête.



# Pendant ce temps

Quel cinéophile montréalais ne connaît pas La Boîte Noire, véritable mecque pour vidéophage, le nec plus ultra des clubs vidéo; là où l'on est sûr de trouver le classique qui manque à notre culture et le titre obscur que l'on brûle de revoir ou de découvrir? François Poitras, le directeur de cette vénérable, mais sympathique, institution, nous fait part du secret de son succès mais aussi de ce que réserve l'avenir au cinéophile de salon.

Propos recueillis par Johanne Larue



François Poitras

**Séquences-** François Poitras, le succès que remporte La Boîte Noire, qui compte un grand nombre de classiques sur vidéo, fait mentir les analystes qui disent que seules les nouveautés peuvent être rentables. Avez-vous l'impression d'être l'exception qui confirme la règle?

**François Poitras** — Oui... pour le moment. Mais principalement parce que les clubs vidéo ne remplissent pas encore leur fonction de guide. Quoi qu'on en dise, au Québec, la culture cinématographique n'est pas très développée. La population en général n'a pas les outils qu'il faut pour se familiariser avec le passé cinématographique ou les œuvres alternatives. En entrant dans un club vidéo, il est facile de se sentir perdu, de ne pas savoir quoi choisir. Et cela ne va qu'empirer. Les produits de divertissement audiovisuel se diversifient de plus en plus, la quantité de films disponibles augmente toujours. Si les clubs eux-mêmes ne se mettent pas à guider le choix de leurs clients, le consommateur va s'y perdre complètement.

**Et que suggérez-vous?**

À La Boîte Noire, il y a longtemps déjà que nous offrons justement le genre d'outils qui peut aider le public, piquer sa curiosité, l'inciter à prendre des chances. Par exemple, les employés, qui sont d'avides cinéphiles, adorent échanger avec les clients. Nous publions aussi un catalogue où les titres sont indexés de diverses façons: alphabétiquement bien sûr, mais aussi par réalisateurs, acteurs et une multitude de thèmes...

**Oui, je trouve le classement particulièrement original: l'évolution de la couleur au cinéma, les meilleures trames sonores, le noir et blanc...**

Ces catégories nous été suggérées par notre clientèle, ou du moins elles répondent à un besoin très réel. Nous offrons aussi un service informatique, le *Sépia*, qui permet d'analyser les goûts de l'utilisateur avant de le guider vers le film de son choix. De plus, nous allons prochainement afficher certaines critiques, de courts textes biographiques et des capsules analytiques pour certains films que nous voulons mettre en vedette, certains acteurs et actrices, certains cinéastes.

**D'ailleurs, on remarque que, sur les rayons, les films sont répertoriés par pays, par réalisateurs et rarement par genre. Et ce, en parfaite contradiction avec les autres clubs vidéo. Suivez-vous la politique des auteurs?**

(Rires) Oui et non. En fait, le classement s'avère toujours problématique. Disons que celui que nous avons présentement s'avère le plus satisfaisant pour la clientèle.

**Cela les incite en tous cas à découvrir l'œuvre de certains cinéastes dont ils n'auraient même pas retenu le nom dans d'autres circonstances.**

Nos habitués, comme le reste du public par ailleurs, cherchent avant tout à voir un bon film.

**Mais vous avez déjà sélectionné les films que vous offrez en location. La Boîte Noire n'achète pas systématiquement toutes les nouveautés qui sortent. De toute évidence, vos clients vous font confiance. Certains viennent même de très loin pour louer un film chez vous. Vous disent-ils pourquoi?**

Certains pour l'atmosphère, pour la convivialité et naturellement pour le service. Mais surtout parce qu'ailleurs, ils ont eu l'impression de perdre leur temps. Nous évitons au public certaines déceptions et certaines recherches futiles. Nous leur offrons une forme d'assurance. Un gage de qualité.

**Outre la surabondance éventuelle de titres disponibles, comment entrevoyez-vous l'avenir de la location vidéo? Je remarque que La Boîte Noire offre un nombre impressionnant**

Photo: Joanne McGalvay





# à La Boîte Noire...

de films sur disques laser, un divertissement encore élitiste. Prévoyez-vous une «démocratisation» prochaine de ce marché?

Prochainement... peut-être pas. Mais l'avenir est au compact, à la digitalisation. Forcément, le marché et la clientèle vont donc finir par emboîter le pas.

Au prix où se détaillent les films laser, au Québec en particulier, la location demeure encore la meilleure solution pour le cinéphile.

La différence de prix entre un même film laser offert au Québec, en Ontario et aux États-Unis s'explique du fait que certains titres ne sont pas directement importés du fournisseur américain. On doit parfois compter avec plus d'un intermédiaire: un distributeur canadien, puis québécois, qui chacun se garde une commission. En bout de ligne, forcément, c'est le consommateur qui écope.

Par ailleurs, les directives de la Régie du cinéma n'arrangent pas les choses, n'est-ce pas?

Vous parlez de l'enregistrement qui doit être fait de chaque titre et des dépenses et délais que cela entraîne. La Régie dit avoir créé un système pour enrayer la piraterie — et elle y arrive dans une certaine mesure — mais cela s'avère en fait une forme de taxation sur le produit. La Régie retire 50\$ par titre et 50 cents par cassette! Certains marchands font donc payer au consommateur le timbre d'identification que la Régie les force à coller sur chaque boîtier. Des compagnies américaines se plaignent aussi de cette procédure qui augmente le coût de distribution. Je me souviens, il y a quelques années, que la Paramount avait refusé de sortir toute une série de films en version originale au Québec, dont **Tucker** de Francis Ford Coppola. Le boycottage avait duré près d'un an.

Et les problèmes d'approvisionnement?

Tant que les grandes compagnies mondiales ne s'entendent pas sur un même système d'encodage, les marchés européens et nord-américains, pour ne mentionner qu'eux, seront voués à l'exclusion mutuelle. Les cassettes VHS et les films laser britanniques et français ne peuvent être lus par nos magnétoscopes. Il faut donc attendre qu'un distributeur nord-américain chète les droits de diffusion de tous ces films étrangers pour les avoir en location.

C'est pour cela qu'une grande majorité des classiques français ne sont disponibles ici qu'avec sous-titres anglais? Parce que les copies nous viennent des États-Unis?

Où. Il ne serait pas rentable de transcoder, pour le Québec seulement, un vieux film français que peu de clubs vidéo voudront acheter.

Mais La Boîte Noire remédie un peu à la situation, non?

En effet, nous nous sommes lancés dans la distribution. Sur une petite échelle bien sûr. En exclusivité ou sous forme de arrangement, nous avons introduit sur le marché québécois des versions françaises de **La Dolce Vita**, de **Boccace 70**...

Fatigués d'être à la merci du marché, vous avez donc décidé de le stimuler?

Oui, tout en sachant qu'économiquement l'enjeu, ne sera rentable que sur le plan de la vente directe au consommateur. Ce sont les collectionneurs qui vont se procurer ces classiques, bien plus que les clubs vidéo.

Faut-il s'attendre à d'autres surprises de La Boîte Noire?

On l'espère! Le personnel se réunit régulièrement pour des sessions de brainstorming. Nous cherchons toujours à améliorer nos services et à innover. Je caresse personnellement un vieux projet de créer une sorte de ciné-club vidéo où les gens seraient amenés à visionner puis discuter d'un film que nous présenterions dans des conditions vidéo optimales.

Vous ne voyez pas là un paradoxe, presque un contre-emploi du marché de la location vidéo qui stimule, près tout, le divertissement à la maison, le cocooning?

Oui, il y aura toujours de la place pour la projection d'une œuvre en salle devant un auditoire commun.

C'est sans doute pour cela que les parties vidéo sont si populaires.

Oui, les cinéphiles ont besoin de communier ensemble, de se retrouver en groupe et d'échanger.

La vidéo et le cinéma ne sont donc pas voués à demeurer ennemis?

Ils le sont-ils vraiment déjà? Le cinéma stimule le marché de la vidéo, et vice-versa. La demande de produits de divertissement audiovisuel n'a jamais été aussi grande. Le public en mange. Alors, tant qu'on ne choisit pas plutôt d'aller jouer au bowling...

(Rires) En espérant alors que d'autres spécialistes aussi passionnés et visionnaires que les membres de votre quipe nous aideront prochainement à faire le menu de nos grandes bouffes!



nous. En plus de rendre le cinéma accessible, la vidéo nous donne le contrôle sur le film. On peut arrêter l'image, revenir en arrière ou effectuer de l'avance rapide. Au cinéma, nous sommes prisonniers d'une projection qui nous échappe. Mais ce n'est pas vrai que le cinéma rassemble et que la vidéo divise. Le cinéma n'est pas vraiment une expérience collective. Chaque spectateur reçoit le film indépendamment de ce ou ceux qui l'entourent. La vidéo, par contre, permet autant l'écoute en solitaire qu'en groupe, avec discussion et échanges. C'est un moyen de communication versatile et super malléable.»

Il y a 5 ans, selon Statistique Canada, les Québécois consommaient 17 longs métrages par mois: 69% à la télévision conventionnelle, 15% à la télévision payante, 13% sur cassettes et 3% en salles. Les recettes au détail générées par le commerce de vidéo-cassettes, à l'époque, étaient estimées à 200 millions de dollars, incluant 10 millions pour la vente. Pourtant, la fréquentation des salles a augmenté au cours des deux dernières années. Peut-être assiste-t-on à un retour du public vers les cinémas, un public qui veut goûter au plaisir du grand écran après des années de petit? Mais, il reste clair que rien n'inversera la tendance qui veut que, désormais, le cinéma se visionne avant tout à la maison.

## CAMÉRA 95

Et ce n'est pas tout. Il y a plus de 20 ans, quand on tournait un vidéo, cela désignait une caméra lourde reliée à une enregistreuse portée en bandoulière. Un équipement encombrant qui n'offrait que du noir et blanc et qui donnait surtout des images statiques. On était loin de ce qui, aujourd'hui, est pris pour acquis: le zoom, le microphone incorporé et le viseur électronique. En 1983, Sony lance le premier véritable caméscope, un appareil qui ne pouvait toutefois permettre le visionnement... Aujourd'hui, on se demande pourtant quand s'arrêtera la miniaturisation et le perfectionnement des caméras et des cassettes vidéo. Serait-ce là le vrai cinéma direct? N'importe qui peut filmer n'importe quoi, n'importe quand et n'importe où. Voyeurisme? Opportunisme? Verra-t-on bientôt, comme dans le film *Sliver*, les gens s'épier, se surveiller constamment pour répondre à une sorte de réflexe morbide? Peut-être qu'au moment même où vous lisez ces lignes, une caméra vous filme à votre insu...

Selon Jean-Claude Marineau, il ne faut pas devenir paranoïaque. «C'est le hasard qui a placé un cinéaste sur les lieux d'un événement important comme l'assassinat de Kennedy ou un vidéaste amateur, témoin de l'affaire Rodney King.» Il ne faut donc pas s'attendre à voir les gens courir les rues, caméscope à la main, dans le vague espoir de capter l'inspéré et l'inattendu. Mais, il est indéniable que le caméscope devient de plus en plus un aide-mémoire, un moyen