

Entretien avec Pierre Marchand Les ondes du clip

Marcel Jean

Numéro 48, mars-avril 1990

Le vidéoclip

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/24760ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Jean, M. (1990). Entretien avec Pierre Marchand : les ondes du clip. *24 images*, (48), 22–23.

Les ondes du clip

ANCIEN PROFESSEUR DE MUSIQUE, PIERRE MARCHAND EST LE PIONNIER DE LA DIFFUSION DU VIDÉOCLIP SUR LES ONDES DE LA TÉLÉ QUÉBÉCOISE: SON ÉMISSION, *RADIO VIDÉO*, A ÉTÉ LA PREMIÈRE À SE CONSACRER EXCLUSIVEMENT AU PHÉNOMÈNE. AUJOURD'HUI DIRECTEUR DE LA PROGRAMMATION À MUSIQUE PLUS, IL RETRACE AVEC NOUS L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ DU CLIP.

– **24 images:** *Pourriez-vous nous expliquer comment vous en êtes arrivé à concevoir Radio Vidéo?*

– **Pierre Marchand:** J'étais friand des émissions musicales américaines comme *Midnight Special*, qui diffusaient des vidéo-clips, à l'occasion, dès la fin des années 70. J'ai donc voulu faire une émission axée sur le clip à la télé québécoise. J'ai présenté un projet aux trois grandes chaînes, mais on m'a renvoyé chez moi. Alors, je suis allé à Vidéotron qui diffusait, sur le câble, un canal nommé TVJQ. J'ai présenté le projet à Ginette Major qui l'a accepté étant donné que le risque financier était très mince.

– **24 images:** *Les clips ne coûtaient rien...*

– **P. Marchand:** C'est ça. Mais, d'un autre côté, il n'y en avait pas beaucoup. À cette époque, en 1981, j'ai fait le tour des maisons de disques et Polygram en avait à peu près 90. S'embarquer pour 26 émissions était donc risqué de ce point de vue.

– **24 images:** *C'était cependant l'année des débuts de MTV?*

– **P. Marchand:** Oui. La grande chaîne américaine a commencé à diffuser le 1^{er} août 1981, tandis que nous avons tourné le pilote de *Radio Vidéo* à l'automne. La série s'est ensuite prolongée pendant plus de quatre ans. J'étais réalisateur, producteur, je faisais la recherche et les premières émissions ont même été tournées dans ma chambre.

– **24 images:** *Et le boom du clip est survenu vers la fin de 1982.*

– **P. Marchand:** À peu près. Au Québec, il y a eu plusieurs émissions: à CFCE, à Sherbrooke, à Radio-Canada, etc. Le succès de ces émissions auprès des chaînes tenait avant tout au coût minime de la production. Et c'est avec l'apparition de Much Music, le 31 août 1984, que le paysage a commencé à se transformer de nouveau. On a alors voulu retirer mon émission, mais j'ai réussi à convaincre Vidéotron de la conserver pour tester le marché francophone dans le but éventuel de créer un canal de musique francophone.

– **24 images:** *Et comment la situation a-t-elle évoluée jusqu'à la création de Musique Plus?*

– **P. Marchand:** J'ai tout de suite été en contact avec les gens de Much Music. Ils avaient déjà l'idée d'une chaîne francophone. Je me suis donc attelé à cette tâche. Rapidement, nous avons fait un pilote de Much Music en français, que nous avons soumis à Vidéotron et à Câble TV pour vérifier leur intérêt. Nous avons par la suite obtenu du CRTC une extension de licence de Much Music pour créer Musique Plus. Donc, le 2 septembre 1986, nous avons lancé Musique Plus qui était un canal à temps partiel: quatre heures d'émissions répétées une fois, pour un total de huit heures de diffusion. Le reste du temps l'antenne était occupée par Much Music, c'est-à-dire que les deux chaînes étaient diffusées au Québec sur la même fréquence, à la télévision payante. Nous diffusons alors depuis Toronto.

– **24 images:** *À cette époque, qu'est-ce que le CRTC exigeait de vous en terme de programmation francophone?*

– **P. Marchand:** Seulement 3%, mais il faut dire qu'à cette époque il n'existait que 24 clips québécois. Aujourd'hui, les exigences du CRTC ont considérablement augmenté et nous devons programmer environ 30% de contenu francophone et 35% de contenu canadien...

– **24 images:** *Et vous avez avantage à programmer un clip québécois par rapport à un clip français ou canadien anglais parce que le clip québécois vous fait marquer des points dans les deux catégories...*

– **P. Marchand:** Tout à fait. Aujourd'hui, nous avons environ 225 clips québécois en banque, ce qui est une augmentation considérable en trois ans. Nous avons eu un impact important sur le développement rapide de cette industrie, ce qui est surprenant si on considère que nous sommes un canal non payant depuis septembre 1988 seulement. Au début, nous rejoignons 125 000 foyers. À l'été 88, nous étions passés à 400 000 foyers



Pierre Marchand

et maintenant, au Québec seulement, on parle de 1,5 million de foyers.

– 24 images : Actuellement, combien de clips avez-vous en banque ?

– P. Marchand : Autour de 10 000. Nous en recevons en moyenne 40 par semaine.

– 24 images : Payez-vous des droits ?

– P. Marchand : Maintenant oui. Un peu comme à la radio, nous payons des droits à un organisme qui s'occupe de les redistribuer aux maisons de disques. Plus un clip est diffusé, plus il touche des droits.

– 24 images : Et qu'est-ce qui décide de la diffusion d'un clip ?

– P. Marchand : Nous avons un comité de programmation. Il y a une réunion par semaine où sont visionnés les nouveaux clips. Nous commençons par éliminer les clips jugés trop violents ou sexistes. Lorsque nous ne sommes pas certains de la décision à prendre, nous faisons appel à un comité externe composé de parents et de jeunes. Il y a peut-être une cinquantaine de clips qui ont été bannis des ondes depuis nos débuts. Ensuite, nous jugeons les autres autant pour la valeur de

l'image que pour celle du son. C'est pourquoi nous pouvons diffuser autant du country ou du jazz que du rock. Selon l'intérêt que nous voyons dans le clip, nous le classons : catégorie A, B, C, Co ou Op. Un clip classé A va être diffusé chaque jour.

– 24 images : Ce qui veut dire, puisque vous diffusez maintenant huit heures par jour en direct et que vous reprenez ce bloc à deux reprises, qu'on peut voir ce clip trois fois dans la même journée.

– P. Marchand : Oui, mais si nous calculons que vous passez normalement huit heures à dormir et huit heures à travailler, vous ne devriez pas le voir plus d'une fois.

Je continue : un clip B va être diffusé aux deux jours et un clip C aux trois jours. L'option courante (Co) signifie qu'un clip va jouer au maximum une fois par semaine, tandis que l'option (Op) constitue la banque de Musique Plus.

– 24 images : Si la durée de vie d'une chanson à la radio est d'environ six mois, quelle est celle d'un clip ?

– P. Marchand : C'est plus court. De huit à douze semaines. Au maximum quinze. Il n'y a pas eu d'étude officielle là-dessus, mais quelqu'un d'une maison de disques me disait récemment que faire connaître une chanson prenait environ six semaines à la radio, tandis qu'avec un clip, on y arrivait en deux semaines.

– 24 images : On sent que dans l'industrie du clip, on accorde assez peu d'importance au travail des réalisateurs. Pourquoi ?

– P. Marchand : C'est parce que les maisons de disques ne voient encore dans le clip qu'un outil promotionnel. Mais, la situation change. Maintenant, la première fois que nous diffusons un clip, dans l'émission Vidéo Plus, le mercredi à 19h, nous inscrivons le nom du réalisateur. À ma connaissance nous sommes les seuls à le faire.

– 24 images : On a beaucoup reproché à MTV d'y aller d'une sorte de censure douce en refusant les clips expérimentaux. Est-ce votre cas ?

– P. Marchand : MTV a toujours été reconnu pour être tourné vers le «top 40». On y diffuse aussi très peu de musique noire. Ce n'est ni notre cas, ni celui de Much Music. Bien sûr, nous jouons fréquemment Madonna et Michael Jackson. Mais, je dirais que plus du tiers de notre programmation est constitué de nouveautés et d'artistes peu connus. Nous avons largement diffusé les clips d'un groupe de jazz comme Uzeb. Nous avons été les premiers à diffuser Francis Martin, qui pourrait devenir le prochain Roch Voisine. De la même façon, nous n'avons jamais hésité à diffuser des groupes comme Vilain Pingouin ou Les Taches. ■