

unique, il a une forte personnalité et il évolue dans le cadre d'une intrigue bien conçue. En fait, c'est ce genre de personnage qui est le plus susceptible de faire l'objet d'une promotion croisée. Cette technique de commercialisation contribue à se construire un auditoire avant le lancement d'un produit.

*Extrait d'une interview avec M. Richard Edlund, anciennement de Boss Film Studios — Los Angeles Times — le 20 octobre 1997, p. D3 :*

- a) « C'est à Hollywood, vers 1989, dans le film « Abyss », lorsque la colonne d'eau se transforme en visage, que la technologie numérique a réellement marqué des points comme solution abordable. Après s'être complètement convertie aux procédés numériques en 1993, l'entreprise Boss a cessé d'être rentable. Les frais généraux ont augmenté, les marges de profits ont rétréci, et les mises à niveau des logiciels et du matériel nous ont donné le coup de grâce. C'est une technologie incroyablement volatile. »
- b) « L'engagement de Hollywood face au public continue d'être la première priorité. Mais cela ne veut pas dire que la production coûte moins cher grâce à la nouvelle technologie. Si les budgets n'augmentent pas, beaucoup des plus grosses maisons ne pourront survivre. Industrial Light & Magic s'en tirera bien : c'est une boîte à part. »
- c) « En ce qui concerne l'avenir de Hollywood, je crois qu'on assistera à la naissance de beaucoup de compagnies temporaires créées aux fins d'un projet précis, qui disparaîtront une fois le projet terminé. Si l'on me demande de produire les effets visuels d'un spectacle, je peux louer toutes mes caméras de contrôle du mouvement et tous mes postes de travail. Je peux aussi embaucher tout le personnel dont j'ai besoin. Et je n'ai pas de bail à payer pour un local ni de matériel à mettre à niveau. »