

CHAPITRE 9

LA MACHINE PARLANTE DURANT LA GRANDE DEPRESSION ET LA PÉRIODE ENTRE DEUX GUERRES

1931 à 1938

1929, année de la disparition d'Emil BERLINER, était aussi celle de la grande crise qui, partie des Etats-Unis, allait ravager le monde.

Outre les effets économiques dévastateurs, notamment le chômage de masse, l'inflation galopante, l'effondrement des valeurs monétaires, la très brutale récession qui s'ensuivit amenèrent de profonds troubles politiques.

Durant cette période de l'histoire appelée « Grande Dépression », comprise entre le krach du « mardi noir » 29 octobre 1929, aux Etats-Unis, et la Seconde Guerre mondiale, les problèmes principaux étaient la déflation et l'explosion du chômage.

Le commerce du disque et des appareils chuta brusquement et les budgets pour la publicité avaient été considérablement réduits.

La première mauvaise nouvelle provint, le 1er novembre 1929, de la THOMAS A. EDISON INC., qui annonça l'interruption de sa production de disques et de phonographes, la société se consacrant uniquement à la fabrication de radios et de machines à dicter.

1930 fut vraiment une triste année pour le commerce phonographique. On pouvait presque supposer que le gramophone appartenait au passé et la radio au futur. Par exemple, ce fut une humiliation pour le gramophone et le disque lorsque RCA sponsorisa le 19 septembre 1930, une cérémonie consacrant la ville de Camden « CENTRE MONDIAL DE LA RADIO » ville qui fut le siège de la VICTOR TALKING MACHINE COMPANY de 1901 à 1929.

La période de l'hiver 1931-1932 fut la plus sombre pour le marché phonographique américain.

WARNER BROTHERS avait remis le catalogue et la marque **BRUNSWICK** à la « **AMERICAN RECORD COMPANY** », productrice de disques à prix avantageux, vendus par la chaîne de magasins **WOOLWORTH**.

A la même période, en décembre 1932, la **COLUMBIA GRAPHOPHONE COMPANY LTD.**, de Londres, se sépara de sa branche américaine qui était en mauvaise posture et qui passa sous le contrôle de la « **GRISEY - GRUNOW COMPANY** », fabricant des radios et réfrigérateurs **MAJESTIC**.

Un total d'environ 6 millions de disques avait été vendu aux Etats-Unis en 1932, représentant approximativement le 6 % de la vente totale effectuée en 1927.

Une des causes qui avait sûrement contribué à cette baisse de vente était probablement l'introduction des émissions radiophoniques, diffusant les dernières nouveautés musicales sur les ondes radio; il n'était donc plus nécessaire d'acheter le disque.

Cependant, ce n'était pas la seule cause. Tout le marché des affaires avait souffert de la crise, mais pas d'une manière aussi catastrophique que celui du gramophone et du disque.

En Europe, le commerce du disque avait été également très éprouvé durant la grande dépression de la fin des années 20. Le bénéfice global des deux plus importantes compagnies phonographiques d'Angleterre, **HIS MASTER'S VOICE** et **COLUMBIA**, s'élevait, pour une année, au 30 juin 1930, à 1'422'000 £, tandis qu'une année plus tard, ce bénéfice n'était plus que de 161'000 £.

Cette chute catastrophique obligea ces deux sociétés à entreprendre des négociations en vue d'une fusion, et, le **20 avril 1931**, fut créée la « **ELECTRIC & MUSICAL INDUSTRIES, LTD.** » (**E.M.I.**) avec son siège à Hayes, Middlesex

Le résultat de cette fusion amena à la plus grande organisation phonographique du monde, étant donné que la compagnie anglaise COLUMBIA avait pris, en 1925, le contrôle de la chaîne mondiale « CARL LINDSTRÖM » avec « ELECTROLA », et, en 1928, de « PATHÉ FRÈRES ».

The EMI logo consists of the letters "EMI" in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid red rectangular background.

Les diverses compagnies membres de la E.M.I. gardaient leur propre marque.

Durant cette période de dépression, ces mesures de fusion et de rationalisation étaient absolument nécessaires afin de maintenir un résultat financier acceptable, cependant, plus tard, ce manque de compétition coutera très cher à E.M.I.

Même à son niveau le plus bas, le marché européen du disque n'avait jamais atteint la situation terrible que connurent les compagnies américaines.

En Europe, la concurrence de la radio était beaucoup moins intense. Les émissions radiophoniques étaient restreintes et peu développées et les postes de radio étaient, à l'époque, fabriqués en faible quantité et, de ce fait, n'inondaient pas le marché comme aux Etats-Unis.

Le commerce européen du disque restait en bonne santé et n'avait jamais connu l'énorme désillusion qui, par exemple, avait touché les appareils VICTROLA qui avaient dû être retirés des salons d'écoute par manque d'intérêt du public américain.

En Europe, et spécialement en Angleterre, le public continuait à acheter des disques et était fidèle au gramophone.

Aux Etats-Unis, VICTOR et COLUMBIA importaient les matrices depuis l'Europe en émettant de petit nombre de pressages et effectuaient peu de publicité.

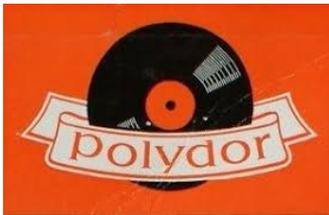
Quelques Maisons spécialisées, telles que la « **NEW YORK BAND INSTRUMENT COMPANY** » et la « **GRAMOPHONE SHOP** », importaient des disques directement d'Angleterre, de France, d'Allemagne et d'Italie.

Afin d'alléger les importants investissements nécessaires à la publication de disques, Walter LEGGE de la HIS MASTER'S VOICE avait eu l'idée, en **1931**, d'émettre des **souscriptions** pour divers enregistrements et chanteurs, afin d'obtenir suffisamment d'acomptes pour défrayer les premiers coûts à engager.

Ce système d'émission de souscriptions auprès du public fut de plus en plus pratiqué, et avec beaucoup de succès.

Bien que **E.M.I.** dominait la scène européenne, elle ne monopolisait pas entièrement le marché du disque.

A part la « **DEUTSCHE GRAMMOPHON-POLYDOR** » et quelques petites sociétés indépendantes, il ne fallait pas oublier la présence évidente de la nouvelle compagnie, issue de la société anglaise **DECCA COMPANY**, la « **DECCA RECORD COMPANY, LTD.** », créée à Londres en 1929, et spécialisée dans la vente de disques bon marché, ainsi que la nouvelle firme allemande « **TELEFUNKEN** » sise à Berlin.



THE DECCA RECORD COMPANY LIMITED,



A partir de 1932, la **DEUTSCHE GRAMMOPHON** vit sa production chuter jusqu'à mettre en péril la survie de l'entreprise.

POLYPHON MUSIKWERKE et **DEUTSCHE GRAMMOPHON** fusionnaient en 1932, l'usine de Leipzig fut fermée, mais la raison sociale de la **DEUTSCHE GRAMMOPHON** demeura. Le siège administratif était transféré de Berlin à Hanovre.



Par les améliorations des procédés d'enregistrement, les disques pouvaient prétendre à une certaine fidélité.

Cette fidélité avait d'ailleurs de grandes conséquences pour les artistes, car, si les séances d'enregistrement gagnaient en confort, le disque mettait en valeur tous les défauts de leur technique ou de leur interprétation; ce qui passait en concert ne supportait pas forcément des écoutes répétées.

Les exigences des musiciens et du public ne furent plus jamais les mêmes.

Certaines contraintes restaient, telles que la durée limitée à 4 min. 30 sec. par face, ainsi que le bruit de fond constant et la faible dynamique liés à la lecture avec un bras lourd qui obligeait à utiliser une matière très dure et légèrement abrasive pour que les disques ne soient pas perforés par l'aiguille.

Dès **1931**, on estimait possible de pouvoir améliorer la qualité du son et d'augmenter la durée d'écoute en employant une tête de lecture plus légère, en diminuant la vitesse de lecture et en créant des sillons plus fins, jusqu'à doubler le nombre de sillons par pouce.

RCA avait expérimenté les premières gravures microsillons **33 1/3** tours/min en 1931, standard professionnel utilisé pour les bandes-son des films par le procédé VITAPHONE.

RCA avait présenté ce nouveau disque longue durée pour la première fois le 17 septembre 1931 au Savoy-Plaza Hotel, sans pouvoir le commercialiser.

Au vu de la finesse des sillons, ces disques longue durée étaient pressés dans un matériau flexible, appelé « **VITROLAC** », matériau suffisamment résistant pour supporter le poids des lourds lecteurs électriques utilisés à l'époque. La durée de vie de ces disques était courte.

Dans des circonstances meilleures, les disques longue durée de **VICTOR** auraient surmonté ces handicaps, en développant le concept, par exemple:

- en supprimant les enregistrements effectués en « doublons » pour les deux types de disques et en ne gardant que ceux spécialement faits pour le disque longue durée,
- en créant un tourne disque, bon marché, équipé d'un mécanisme permettant de choisir les 2 différentes vitesses de lecture
- en trouvant un matériau de pressage plus résistant.

Cependant, la période de 1931 n'était pas à l'encouragement pour un développement du gramophone qui avait perdu tout engouement du public vis-à-vis de la radio et il n'était pas envisageable de remplacer tous les appareils existants.

En effet, cela impliquait de construire un nouveau type de tourne disque et pour des raisons non expliquées RCA-VICTOR n'avait pas réussi à convertir les appareils existants à la nouvelle vitesse de lecture, pour un prix abordable.

Le client intéressé à ces nouveaux disques se voyait donc dans l'obligation d'acquérir un nouvel appareil sophistiqué, le « RCA VICTOR RADIO-PHONOGRAPH » à un prix exorbitant compris entre 250 et 1'000 \$., alors que le prix des disques était attractif, de l'ordre de 4,50 \$.

Cependant cette nouveauté pouvait entraîner une révolution commerciale peu opportune. En effet, il y avait alors en circulation des dizaines de millions de disques 78 tours que l'on devrait déclarer « déclassés », et le moment était mal choisi après la crise de 1929 qui n'incitait guère le public à des dépenses de ce genre.

Concernant la technique de la **stéréophonie**, les premiers essais remontaient à 1920 et les premiers disques étant enregistrés en 1933 par **EMI** (la symphonie 41 de Mozart par Thomas Beecham), réalisés sur la base des brevets déposés en 1931.

Également en 1931, la « **BELL TELEPHONE COMPANY** » avait expérimenté des retransmissions en direct, en stéréo, de concerts de l'orchestre de Philadelphie dirigé par Leopold Stokowsky, premier chef d'orchestre à s'intéresser à la technologie de l'enregistrement et qui avait joué un grand rôle dans les travaux sur la stéréophonie. Mais, là aussi, les essais étaient plus ou moins abandonnés, faute de soutien du grand public.

En **janvier 1933**, le marché américain du disque avait pratiquement disparu. Après l'effondrement des banques, la nouvelle administration à Washington injecta des fonds pour stimuler l'économie ébranlée par la crise, et, cette relance avait lentement atteint le commerce phonographique. RCA VICTOR doubla son chiffre d'affaire et ce fut un signe d'une reprise pour l'industrie du disque.

Au début de **1934**, la **RCA VICTOR COMPANY** fut encouragée par ce retour des affaires pour insérer des publicités du disque dans les magazines spécialisés pour la radio.

Tenant compte qu'environ vingt millions de foyers américains possédaient un ou plusieurs postes de radio, auxquels on pourrait facilement adjoindre un lecteur de disques, RCA VICTOR présentait, en **septembre 1934**, un petit électrophone appelé « **DUO JR.** ». Cet appareil consistait en une platine électrique avec une lourde tête de lecture magnétique, le tout inséré dans une toute petite boîte en bois. Ce lecteur permettait une qualité d'écoute passable des disques et dépendait principalement de la qualité de reproduction de l'appareil radio. Par contre, son prix de 16,5 \$ était avantageux par rapport au RADIOGRAPH de COLUMBIA, proposé à 55 \$

When static interferes . . . when the program you want is not on tonight's broadcast . . . that's when you'll most appreciate this versatile

RCA VICTOR Duo Jr.

You get a lot of fun out of that radio of yours. Hardly a day goes by when it doesn't bring you thrilling entertainment. BUT—

If you've ever wanted to dance after the last dance orchestra has signed off for the evening. . . If you've ever felt in the mood for a symphony when there was no symphony on the air. . . If you've ever wanted to be entertained, only to find the air waves crisscrossed with static. . . Then you know how wonderfully thoughtful your radio can be. Trust an RCA Victor Duo Jr. to change all that! Depend on it to bring you your pick of popular or classical selections from the world's richest library of music whenever you want. Expect the new "Higher Fidelity" Victor Records to thrill you with tone, power and clarity such as no records have ever offered before. Buy an RCA Victor Duo Jr. to add and multiply the pleasures of listening!

The new Duo Jr. is a compact instrument incorporating an electric driven, constant speed turntable, capable of playing either 10-inch or 12-inch Records, and a modern electric "pick-up." It connects to the amplifying section of your radio, and thus reproduces records with all the tone fidelity of your own radio tubes and loudspeaker.

A special feature of the Duo Jr. is that it can be operated at any distance from the radio, depending on the length of connecting wire you select. It is therefore a simple matter to change Records from your armchair without the necessity of jumping up and down. A special volume control is also provided for the side of instrument so that you don't have to touch the volume on the radio.

The Duo Jr. is an instrument that gives you the opportunity of playing yourself "at the conductor's desk," and yet interferes in no way with your enjoyment of radio. Compare the price with the fact that it literally and truly transforms any radio into an expensive combination. Then come in today and get this great new instrument for your own!

The RCA Victor Duo Jr. (Model 8-81)—shown in an alternate color! Finished steel, mounting only 12" including 2 tubes. 1.5 inch high. List price \$18.50 only.

En **1933**, les américains F.V. HUNT, J.A. PIERCE et W.D. LEWIS développèrent l'idée du disque VITROLAC de VICTOR en démontrant la supériorité de la reproduction sonore obtenue avec une gravure latérale des sillons, plus ouvert, et une tête de lecture légère avec une aiguille à pointe arrondie.

Dès lors, il devenait possible d'envisager une gravure plus fine, avec quelque 100 sillons au centimètre radial.

Cependant, ce ne fut qu'après la seconde guerre mondiale que ces enseignements furent affinés.

L'avantage de ces gramophones à moteur électrique, bien pratique, était qu'ils ne nécessitaient plus de remontage à la manivelle; par contre, pour les portables l'utilisateur était contraint à être à proximité d'une prise électrique.

Par l'application du moteur « **DUAL** » inventé en 1927 par les Frères Joseph et Christian STEIDINGER, à Sankt Georgen en Forêt-Noire en Allemagne, qui consistait en un moteur à alimentation combinée électrique et à ressort, certains constructeurs avaient équipé des portables de ce moteur DUAL.

Les plus connus étaient **LABERTE & MAGNIÉ** avec le « **STRADIVOX** » construit à Mirecourt dans les Vosges en France et la Maison **PAILLARD** de Sainte-Croix en Suisse avec son modèle N° 970 N.



« STRADIVOX » - 1931



PAILLARD Modèle N° 970 N - 1937



N° 970 Code: MECANO
Dim.: 41 x 31 x 15 cm

Poids - Weight - Gewicht
8 Kgs 400

Moteur electro-mécanique composé d'un moteur électrique type 4004 pour tous courants alternatifs de 100 à 250 v. (avec diviseur de tensions sous le plateau) et d'un mouvement à ressort tirant un côté de disque de 30 cm.

Electro-mechanical motor comprising one electric motor N° 4004 for any alternating current from 100 to 250 volts, (with divider located under the turntable) and one spring motor playing one 12" record.

Elektromechanisches Laufwerk bestehend aus einem Induktionsmotor N° 4004 für alle Wechselstromspannungen von 100 bis 250 Volt (mit Spannungsverteiler-Tafel unter dem Plattenteller) und einem starken Einfederwerk, das eine 30 cm Plattenseite durchzieht.



Recouvert de toile cuir luxe, feutré
Covered with finest leather cloth, padded
Mit Luxus-Lederstoff überzogen, gepolstert

Feuille N° 5
1000-9-37

Une toute nouvelle compagnie américaine de disque fut créée le **4 août 1934**, la « **DECCA RECORD COMPANY** », par Jack KAPP, ancien employé de BRUNSWICK. Cette société reprit l'idée de la société anglaise DECCA, qu'un bon disque n'était pas forcément couteux.



La marque **DECCA** de Kapp avait signé des contrats d'exclusivités avec des très grands artistes, tels que Bing CROSBY, THE DORSEY BROTHERS, Guy LOMBARDO, Glen GRAY, Fletcher HENDERSON, THE MILLS BROTHERS (voir la COLLECTION DE JAZZ). Des publicités mentionnaient que maintenant, les stars favorites de la radio, pouvaient enfin être écoutées à travers les disques DECCA :....écoutez ces disques quand vous voulez, autant que vous voulez, chez vous à la maison.. ».

Dans le même but de promouvoir des disques bon marché, VICTOR avait également introduit le label « **BLUEBIRD** », COLUMBIA la marque « **OKEH** », et l'AMERICAN RECORD COMPANY les disques « **MELOTONE** », « **PERFECT** » et « **VOCALION** ».

Cette baisse de confiance dans l'avenir se traduisait par la faillite de la « GRISBY-GRUNOW COMPANY » et sa filiale, la « **COLUMBIA PHONOGRAPH COMPANY** » était à nouveau à vendre et fut rachetée par la « **AMERICAN RECORD COMPANY** ». La transaction fut faite en 1934 pour un montant de 70'500 \$, ridiculement bas en comparaison des 2'500'000 \$ payé par Louis STERLING, 9 ans plus tôt.

Le **1er décembre 1934**, **PATHÉ** racheta l' « **INDUSTRIE PHONOGRAPHIQUE DU DISQUE** », société pressant les disques **IDÉAL**, dont la fabrique était à Rueil et le siège à Rue de Bondy à Paris. **PATHÉ** liquida ensuite cette société en 1937.

Innovation en **1934**, avec l'apparition du concept de « haute fidélité » ou « **HI-FI** » pour « high fidelity », pour marquer l'amélioration de la bande de fréquence d'enregistrement s'étendant, à cette époque, entre 30 et 8'000 Hz, contre les 50 à 6'000 Hz obtenus en 1929. Cependant, cette amélioration de la qualité sonore dépendait de l'installation utilisée pour la reproduction du disque et surtout de la qualité des haut-parleurs.

En France, les ouvriers de l'industrie phonographique participèrent aux grandes grèves de l'été 1936.

Leurs revendications portaient sur les thèmes communs au monde ouvrier, soit augmentation de 16 % des salaires, une semaine de congés payés, paiement des jours de grèves et améliorations des conditions de travail.

Une réorganisation au sein du groupe PATHÉ-COLUMBIA-HMV se traduit par la création des « **INDUSTRIES MUSICALES ET ELECTRIQUES (IME) PATHÉ-MARCONI** » le **12 décembre 1936**, Emile PATHÉ étant nommé Président d'honneur.

Celui-ci devait s'éteindre quelques mois plus tard, le 14 avril 1937.

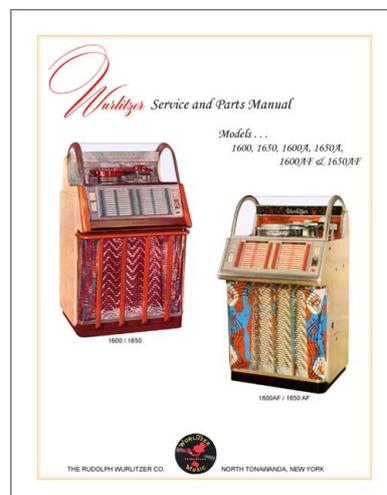
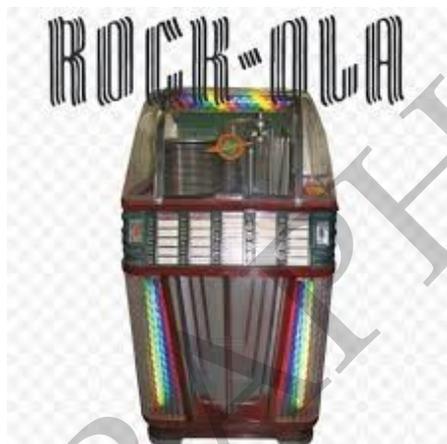
PATHE 
MARCONI
LA VOIX DE SON MAITRE

Dès 1935-36, une très grande part des disques alimentait un nouveau venu dans les appareils à sous: Le « **JUKE-BOX** ».

Ce terme « juke-box » provient probablement d'un mot d'origine africaine « jook » signifiant « danser »

Avec le développement de l'amplification électrique, à partir de 1925, l'intérêt pour ce genre de machine à sous avait été relancé et en 1927, un modèle permettant la lecture de chaque face de 10 disques fut construit par la société « AUTOMATIC MUSICAL INSTRUMENT COMPANY », à Grand Rapids, Michigan.

D'autres fabricants participèrent à cet âge d'or du Juke-box, tels que, notamment, « **J.P. SEEBURG CO.** », « **CAPEHART CO.** », « **ROCK-OLA** », « **AMI** », et la plus importante « **WURLITZER** »



Pour les compagnies de disques, le juke-box jouait deux rôles, celui d'acheteur et celui de vendeur: En effet, des millions de disques furent achetés uniquement par le fait d'avoir été entendus à une certaine occasion sur un juke-box.

Par exemple, en 1936, le disque « The Music Goes Round And Round », de Tommy DORSEY avait été vendu à plus de 100'000 exemplaires, ce qui n'était plus jamais arrivé depuis le succès de 1928 d'Al JOLSON : « Sonny Boy ».

En 1938, Aux Etats-Unis, le 75 % des ventes de disques fut réalisé par RCA et DECCA. Le solde l'était par la AMERICAN RECORD COMPANY qui contrôlait COLUMBIA, BRUNSWICK et quelques labels secondaires.

En **1937**, la firme DEUTSCHE GRAMMOPHON AG était mise en liquidation judiciaire.

Financée par la Deutsche Bank et la Société Telefunken (Telefunken Gesellschaft für drahtlose Telegraphie mbH), « **DEUTSCHE GRAMMOPHON GMH** » prit sa place.

En **1938**, la société **AMERICAN RECORD COMPANY** fut rachetée et devint entièrement sous contrôle de la « **COLUMBIA BROADCASTING SYSTEM—CBS** », qui engagea Edward WALLERSTEIN, un cadre de la RCA VICTOR, pour donner un nouvel essor à la COLUMBIA.

Avec le soutien de CBS, WALLERSTEIN recomposa le catalogue de **COLUMBIA** en signant des contrats avec les stars de l'ère du Swing, tels que, notamment, Benny GOODMAN, Duke ELLINGTON, Count BASIE (voir collection JAZZ)