

**Daniel Langlois**  
**Rêver en numérique**

Mathieu Perreault

Number 251, November–December 2007

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/47408ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (print)

1923-5100 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Perreault, M. (2007). Daniel Langlois : rêver en numérique. *Séquences*, (251), 17–17.

## DANIEL LANGLOIS

### RÊVER EN NUMÉRIQUE

*Le numérique se fait attendre dans les salles de cinéma. Mais Daniel Langlois en rêve toujours. Mieux : il est convaincu que là se trouve l'avenir du cinéma d'auteur.*

MATHIEU PERREAULT

« La distribution numérique peut ouvrir des portes importantes au cinéma indépendant », explique le fondateur de Softimage et de l'Ex-Centris, en entrevue dans une salle de réunion de son club privé, le 357C, installé au coût de 50 millions \$ dans l'ancien édifice du Commissaire du port, rue de la Commune. « Mais les propriétaires de salles ont ralenti la chose. Ils ne sont pas prêts à faire le saut. Pour qu'on puisse avoir du contenu numérique, il faut qu'il y ait une plateforme où il puisse être joué. C'est difficile d'accumuler des films dans le pipeline sans un réseau de salles numériques. C'est un jeu qui se joue depuis deux ans. On veut débloquer ça. »

Il existe entre 6000 et 7000 salles numériques dans le monde, avec une augmentation de 5 % à 10 % par année. Le Québec est en retard, avec seulement une poignée de salles numériques, dont l'Ex-Centris, qui a été le premier dans la province. L'Europe, particulièrement le Royaume-Uni, est en avance. « Il y a des endroits à Londres, par exemple à Soho, où toutes les salles sont numériques, affirme M. Langlois avec admiration. Le UK Film Council a, au début, aidé à déployer 120 salles qui offrent du contenu partagé, avec des productions comme celles de l'ONF en plus de la programmation régulière. »

Aux États-Unis, le marketing tente de vendre les salles numériques en y présentant les films quelques jours avant leur sortie officielle, ou alors en offrant des retransmissions de spectacles, par exemple les concerts du Lincoln Center. « Une fois qu'on a le projecteur numérique, on peut présenter n'importe quelle performance en haute définition, avec un son impeccable. Avec le 35mm, les coûts seraient aberrants. »

**C'est pour ça que je me suis retrouvé à l'ONF en animation. Je m'intéresse au cinéma d'exploration, à la fois formelle et structurelle.**

Autre nouveauté, les réseaux de très petits cinémas. « Ils organisent des événements autour des films, par exemple deux bières canadiennes gratuites avec chaque film d'un festival canadien. C'est un investissement raisonnable, de 20 000 \$ à 40 000 \$ pour un écran de 15 à 20 pieds. Depuis deux ans, beaucoup de salles de ce genre sont apparues aux États-Unis, et quelques-unes à Toronto et Vancouver. Je n'ai pas entendu parler de faillite jusqu'à maintenant, c'est le signe que ça marche. Les centres culturels suivent aussi cette approche. »



Le passage au numérique permettra d'adopter un modèle d'affaires plus approprié pour le cinéma indépendant. « Le réseau de distribution est actuellement conçu pour une présentation de trois ou quatre semaines, suivie par une sortie en DVD quelques mois plus tard, dit M. Langlois. C'est parfait pour Hollywood et les films québécois grand public. Mais le cinéma indépendant demande un peu plus d'implication du spectateur. Ça ne te tente pas toujours, mais ça te tentera peut-être d'ici un ou deux mois. Alors, il faut que les films restent à l'affiche pendant un an, en rotation. Le numérique permettra de faire coexister les deux modèles d'affaires. »

Deux niveaux d'équipements existent. Le standard DCI, la norme américaine de distribution en salle, coûte 75 000 \$ à 100 000 \$, ce qui est beaucoup trop pour les petits cinémas à

trois ou quatre salles, par exemple le Beaubien. « Pour cette raison, nous développons des projecteurs qui coûtent deux à trois fois moins cher, avec une qualité très bonne, équivalente au 35mm. »

Daniel Langlois balaie du revers de la main les inquiétudes concernant le piratage. « Hollywood ne distribue pas ses films pour des questions de sécurité, mais c'est ridicule. Les films sont copiés bien avant la distribution, la plupart du temps dans les salles de montage, qui sont numériques. Ou alors, avec une caméra dans la salle, pour un public qui ne se soucie pas de la

qualité de l'image. La distribution numérique n'augmenterait pas vraiment le problème. »

Le mécène montréalais a eu la piqûre du cinéma au secondaire, en voyant les animations de Norman McLaren. « J'avais évidemment vu des films dans les sous-sols d'église, comme **Pinocchio** », explique M. Langlois, qui rencontrait la presse pour célébrer les dix ans de la fondation nommée en son honneur, qui finance des projets d'art contemporain. « Mais c'était la première fois que je constatais qu'un film pouvait transmettre des idées. C'est pour ça que je me suis retrouvé à l'ONF en animation. Je m'intéresse au cinéma d'exploration, à la fois formelle et structurelle. Cela dit, j'aime bien voir comment Hollywood utilise la technologie que j'ai développée, par exemple dans la série des **Pirates des Caraïbes**. »

Quel est le dernier film qu'il a vu en salle ? **Soie**, de François Ricard, pour lequel il a fait des effets spéciaux. S'agissait-il d'un visionnement de nature professionnelle ? « Non, je l'ai vu pour le plaisir. » Pour Daniel Langlois, il n'y a pas de frontière entre travail et loisir.