



Crédit : Idéacom International et CC&C

Dans les temps anciens, il suffisait d'une télécommande pour regarder la télévision. Aujourd'hui, un téléspectateur sur deux, ou presque, conserve aussi sa tablette (ou son téléphone) à ses côtés. En clair : beaucoup d'entre nous jouent avec deux écrans en même temps.

Joli casse-tête pour une industrie qui sait que les jeunes s'avachissent de moins en moins souvent devant la télé du salon. Comment faire des émissions, et plus particulièrement des documentaires, qui sachent retenir le public devant le petit écran et, en même temps, devant le

tout petit écran ?



C'est l'enjeu d'une production franco-canadienne « transmédia » qui, bien qu'elle aborde un sujet historique, joue la carte des nouvelles technologies.

Apocalypse : La 1ère Guerre mondiale aurait pu se cantonner aux habituels produits dérivés comme les DVD. Ses producteurs ont plutôt décidé de multiplier les supports : au site Web du documentaire s'ajouteront, par exemple, un jeu vidéo (sur la bataille de Vimy), une bande dessinée et une application pour tablettes et téléphones intelligents. Pendant la diffusion de la série, prévue pour mai 2014 au Québec, certaines télés — c'est notamment le cas de TV5 Québec Canada — auront un espace de type second écran à même leur site, ce qui leur permettra d'apporter des compléments d'information en temps réel.

Quoique fondée sur la réalité, cette série de cinq documentaires servira aussi de toile de fond à un roman jeunesse, *10 destins*, qui racontera les aventures de 10 personnages de fiction. Ceux-ci — une infirmière originaire de Québec, un journaliste américain et un soldat africain, notamment — utiliseront Facebook, Twitter et d'autres réseaux sociaux pour tenir leurs « amis » et « abonnés » au courant de leurs péripéties, pendant quatre ans (de 2014 à 2018) en principe.

Cette aventure est le fruit d'une collaboration entre deux entreprises, l'une française, l'autre québécoise.

Côté français, les producteurs Clarke Costelle & Co ont atteint une renommée internationale grâce à deux documentaires précédents, *Apocalypse : La 2ème Guerre mondiale* et *Apocalypse : Hitler*.

Leurs images d'archives inédites, colorisées numériquement, ont été vues par plus de 100 millions de téléspectateurs à partir de 2009. Notamment, au Québec, ceux de TV5.

Côté québécois, on retrouve la productrice Josette Normandeau, présidente d'Idéacom international, dont le catalogue comporte des centaines de documentaires — et 22 prix Gémeaux. Josette Normandeau décrit son entreprise comme « une *start-up* permanente ». « On est en train de vivre tous les chambardements de l'audiovisuel, dit-elle. Il faut se questionner sur tout, tout le temps. On est en terrain inconnu. »

Elle sait bien que l'adaptation aux nouvelles technologies est le nerf de la guerre. « Si on n'est pas capable d'apprivoiser tous les nouveaux supports, explique la quinquagénaire, on ne travaillera plus très longtemps encore. »

Écrit par Michel Arseneault

Lundi, 03 Février 2014 22:11 -



Nouveaux médias la Grande Guerre comme on ne l'a jamais vue

Écrit par Michel Arseneault

Lundi, 03 Février 2014 22:11 -



[Nouveaux médias la Grande Guerre comme on ne l'a jamais vue](#)