

# LE STRATEGIO



La grappe audiovisuelle de Montréal



Réalisé par  GROUPE EVOLUMEDIA GROUP

## DES ÉCRANS MULTIPLES AU CASQUE VIRTUEL LES EMPLOYEURS ET LES CONTENUS PORTÉS PAR LES COMMUNAUTÉS

On s'en doutait, la télé n'est plus l'écran dominant devant lequel les consommateurs passent le plus de temps. Une étude internationale nous donne un aperçu chiffré du phénomène. Au niveau technologique, l'écran laisse potentiellement sa place à des dispositifs de réalité virtuelle telle qu'Oculus Rift. Sinon, sachez que les employeurs doivent maintenant devenir des marques sur les médias sociaux pour recruter et conserver leurs ressources. Un peu la même chose pour les contenus qui ont davantage de chance de faire leur place s'ils sont associés au préalable à de larges communautés d'adeptes.

Bonne lecture

**Hans Fraikin, directeur général**



### ÉCONOMIE

- Qu'est devenu l'écran principal? p. 2
- Y a-t-il un marché pour les productions extérieures en Russie? p. 3
- Aperçu des cinq grandes tendances au Canada selon l'Observateur des technologies médias p. 3
- Les concepts de télé sociale balbutient et se réalignent p. 3
- Brèves p. 4



### TECHNOLOGIE

- La réalité virtuelle conquiert un nouveau public p. 5
- Des dispositifs de diffusion conviviaux, simples et abordables p. 6
- Les contenus pour demain doivent être prévus dès maintenant p. 6
- Le marché sans cesse croissant de la vidéo « extrême » p. 6
- Brèves p. 7



### RESSOURCES HUMAINES

- Tendances 2014 en RH p. 8
- Un guide des meilleures pratiques pour les webséries p. 9
- Le Vancouver Film School (VFS), qui forme des étudiants de partout à travers le monde, prend de l'expansion p. 9
- Avantages et inconvénients de la production vidéo à l'interne p. 9
- Brèves p. 10



### CONTENU ET STORYTELLING

- Les films basés sur de vastes communautés d'utilisateurs augmentent leur chance de succès p. 11
- L'Asie s'ouvre au documentaire p. 12
- Veronica Mars défie la chronologie des médias p. 12
- Un documentaire à gros budget produit par Brad Pitt peine à se faire distribuer p. 12
- Brèves p. 13



## QU'EST DEVENU L'ÉCRAN PRINCIPAL ?

Lorsque la notion de second écran est apparue, peu de gens se doutaient que la télévision serait menacée un jour de perdre son hégémonie. Mais voilà qu'une étude de Millward Brown menée dans trente pays nous apprend que le temps quotidien et moyen passé devant un téléphone intelligent est de 2 h 27 min par jour comparé à 1 h 53 min pour la télévision.



Au Canada, on passe 104 minutes devant la télé et 124 minutes sur le téléphone intelligent, 97 minutes sur l'ordinateur portable et 51 minutes sur la tablette.

En France, curieusement, la télé règne toujours, à 134 minutes contre 79 pour le téléphone intelligent. La présentation interactive de l'étude permet de faire des comparaisons entre les trente pays sondés sur le nombre d'écrans, leur utilisation, la durée, la simultanéité et le comportement, en plus de scruter la réceptivité du spectateur à la publicité diffusée sur ces différents écrans.

Cependant, l'étude ne nous permet pas de vraiment qualifier le temps passé devant la télé ou devant l'écran du téléphone, ce que commence à faire Nielsen avec ses nouveaux

outils de mesure. Le constat est clair, nous sommes dans une période de rupture dans l'écosystème médiatique, et l'industrie des médias se cherche. La technologie et les habitudes des consommateurs évoluent plus vite que les modèles d'affaires. On multiplie les études pour savoir dans quelle direction ira le dollar publicitaire, voyant que 75 % des budgets du mobile ont été accaparés par Google et Facebook les deux dernières années.

Au Québec, le Bureau du cinéma et de la télévision du Québec (BCTQ) et le Conseil des technologies de l'information et des communications (CTIC/ICTC/) ont publié une étude qui démontre que les applications occupent une part importante de l'économie numérique du Canada et que celle-ci est appelée à croître au cours des prochaines années.



## Y A-T-IL UN MARCHÉ POUR LES PRODUCTIONS EXTÉRIEURES EN RUSSIE ?

D'après un rapport de **KVG Research** sur le marché de la télévision et de la vidéo sur demande en Fédération de Russie, plus de 80 % des longs métrages, des films d'animation et des séries proviennent de l'étranger alors que les documentaires et les émissions de variété sont presque essentiellement nationaux.

En 2012, 71 % de tous les projets étrangers diffusés par les plus importantes chaînes de télévision de Russie provenaient des États-Unis, suivis de la Grande-Bretagne avec 6 % et de la France avec 5 %. Un marché en croissance très intéressant à exploiter qui risque toutefois d'être perturbé par les récents événements en Ukraine. D'ailleurs, la Douma envisage déjà la possibilité d'adopter une loi qui **imposerait des quotas** aux cinémas pour les films en provenance des pays qui sanctionnent la Russie.



## APERÇU DES CINQ GRANDES TENDANCES AU CANADA SELON L'OBSERVATEUR DES TECHNOLOGIES MÉDIAS (OTM®)

Le sondage de l'OTM, du Service de recherche et analyse de CBC/Radio-Canada, nous présente dans son **rapport du printemps 2014** un aperçu des cinq grandes tendances observées dans son enquête de l'automne : l'écoute en rafale de la télévision, la tendance au débranchement, les raisons de regarder la télé en ligne, les services de musique personnalisée et le visionnement de vidéos sur le téléphone intelligent. Parmi les **grandes constatations**, notons le visionnement de vidéos qui représente 29 % du temps passé en ligne, soit en moyenne 7,2 heures par semaine, et jusqu'à 11,1 heures chez les 18-24 ans. On découvre également qu'un Canadien sur six est susceptible de se débrancher de la télévision payante, une intention deux fois plus importante chez les anglophones que les francophones.



## LES CONCEPTS DE TÉLÉ SOCIALE BALBUTIENT ET SE RÉALIGNENT

Ce n'est pas parce qu'il est possible de réaliser un concept qu'il est nécessairement intéressant et que le public l'adoptera. Les entreprises en démarrage du monde de la télé sociale telles que IntoNow, Getglue, Miso, Dijit, Matcha, Tunerfish, ScreenTribe, Tvelevision, OtherScreen, BeeTV, Numote, Philo sont autant d'idées géniales qui ont soit fusionné, été acquises ou ont carrément rendu l'âme. Dans cette **analyse** sur le phénomène, on avance notamment comme raison le fameux « Chasm » ou gouffre qui survient au beau milieu du processus d'adoption d'une technologie. C'est ainsi que le définit Geoffrey Moore dans son essai **Crossing the Chasm**, décrivant les raisons pour lesquelles l'acheteur conservateur ne suit pas nécessairement l'acheteur précoce.

## La vidéo en ligne, le meilleur vecteur pour rejoindre la génération Y

Pour les entreprises qui désirent rejoindre les jeunes de la génération Y, les «Millenials», les plateformes de diffusion de vidéos en ligne, s'avèrent un choix de premier plan. Le [livre blanc de comScore](#) décrit les habitudes de ces jeunes, le temps qu'ils passent en ligne ou sur leur téléphone intelligent, s'ils utilisent encore Facebook ou d'autres médias sociaux, leur écoute télévisuelle et pourquoi ils sont plus difficiles à rejoindre que leurs aînés.

## La Chine continentale devient un marché intéressant pour Hong Kong

Le pilier de l'industrie cinématographique de Hong Kong, Media Asia, qui détient notamment les droits des films de Bruce Lee, de Jackie Chan et de Michelle Yeoh, [s'établit en Chine continentale](#) et se rapproche d'un public de plus en plus friand de cinéma. Racheté il y a quelques années par Peter Lam, Media Asia tisse des liens avec les plus grandes entreprises de Chine comme Tencent, Sina, ou encore Yunfeng, propriété du multimilliardaire Jack Ma, avec qui l'entreprise compte développer des projets sur le marché intérieur.

## La BBC ferme une chaîne pour la première fois de son histoire

Fondée en 2003, la chaîne BBC Three, qui s'adresse aux jeunes adultes, devra [migrer vers le Web](#) dans la foulée des compressions imposées par son directeur général Tony Hall, aux prises avec les restrictions budgétaires exigées par l'État depuis 2010. Une pétition allant à l'encontre de la décision a récolté plus de 225,000 signatures, ce que tente de reprendre [CBC-Radio-Canada](#) qui fait face à la suppression de 657 emplois.



## La Californie génère une activité économique de 4,3 milliards de dollars grâce aux crédits d'impôt à la production télévisuelle et cinématographique

Les tenants d'une expansion des crédits d'impôts en Californie ont obtenu un appui substantiel à la suite de la [publication d'une étude](#) du Southern California Association of Governments qui soutient que la mesure génère 4,3 milliards de dollars en activité économique tout en maintenant 22,300 emplois, et 247,7 millions en revenus de taxes diverses. L'étude vient appuyer un projet de loi déposé récemment pour bonifier les incitatifs et attirer ou conserver localement des tournages majeurs.

## Dubai, Abu Dhabi, Doha, les nouveaux carrefours du cinéma au Moyen-Orient

Ceux qui ont déjà foulé le sable des émirats du Golfe savent à quel point leurs dirigeants consacrent beaucoup d'énergie à diversifier leur économie et à attirer l'élite mondiale dans les secteurs les plus prestigieux. Les Émirats arabes unis, avec les festivals de cinéma de Dubai et d'Abu Dhabi, et le Qatar avec celui de Doha, mènent le bal en créant de toutes pièces une [industrie du cinéma](#) et de la télévision originale et spécifique au Moyen-Orient.

## La télé conventionnelle en déclin

Selon la [firme TDG](#), la télévision conventionnelle est appelée à passer de 90 % du visionnement vidéo total actuel à environ 66 % d'ici 2020, une réduction d'au moins 25 %. Le déclin serait dû à une profusion de nouveaux contenus sur de multiples écrans qu'à l'évolution des quatre grands, Apple, Amazon, Microsoft et Google. Chacun de ceux-ci s'emploie à construire un écosystème technologique soutenant une expérience audiovisuelle multiécran et multicontexte globale et mieux personnalisée que ce que les grandes chaînes d'aujourd'hui sont en mesure d'offrir à leurs abonnés.



## LA RÉALITÉ VIRTUELLE CONQUIERT UN NOUVEAU PUBLIC

Depuis plusieurs années, les amateurs de jeux vidéo cherchent le moyen de vivre pleinement leurs jeux en portant un casque lunette qui isole du monde environnant. Son perfectionnement en fait aujourd'hui l'un des dispositifs de réalité virtuelle les plus excitants et procure une expérience immersive exceptionnelle.



Tant et si bien que le richissime Mark Zuckerberg a fait un chèque de 400 millions de dollars et a allongé 1,6 milliards en actions de Facebook au fondateur d'Oculus Rift, Palmer Luckey, pour **faire l'acquisition** de cette jeune entreprise, qui était parvenue à amasser quelque 2,4 millions de dollars sur Kickstarter en septembre 2012.

Comme le mentionne Gabrielle Madé, analyste à la veille stratégique au **Fonds des médias du Canada**, qui a été éblouie par l'appareil lors d'un essai au SXSW 2014, « le défi consiste maintenant à développer des formes narratives propres à ce nouvel écran ».

Un défi que relève le **Virtuix Omni**, un appareil qui, couplé à l'Oculus Rift, permet à son utilisateur de marcher ou courir librement et de se déplacer dans toutes les directions. L'amateur de jeux

peut dorénavant allier l'exercice physique et la conduite de combats contre les personnages du jeu en taille réelle.

Une autre entreprise en démarrage, ConditionOne, prépare un film intitulé **Zero Point**, spécialement conçu pour l'Oculus Rift. Réalisé en stéréoscopie 3D sur 360 degrés, le film immergera le spectateur dans des environnements réels comme un camp d'entraînement militaire, une visite à la conférence E3, ou un laboratoire de recherche de Stanford.

Il ne fait plus de doute maintenant qu'une communauté importante s'est créée autour du phénomène Oculus Rift et de la « **Immersive Technology Alliance** » qui encadrera le développement de ces nouvelles technologies.



## DES DISPOSITIFS DE DIFFUSION CONVIVIAUX, SIMPLÉS ET ABORDABLES



Ceux qui arrivent difficilement à retrouver Netflix sur la Wii ou la X-Box seront heureux d'apprendre la venue de nouveaux dispositifs qui misent sur la convivialité, la simplicité et un prix raisonnable. Les derniers en lice, la clé de Roku (50 \$) et le Chromecast de Google (39 \$), se branchent tout simplement dans le port HDMI de la télé pour la transformer en téléviseur intelligent, utilisant même le téléphone comme télécommande dans le cas de Chromecast.

Amazon, de son côté, a lancé sa Fire TV (99 \$), un boîtier plus élaboré qui offre des fonctionnalités évoluées telles que la reconnaissance vocale et les jeux vidéo, et donne accès à son service Prime Instant Video, qui dépasse dorénavant Apple et Hulu quant à la largeur de bande utilisée.



## LES CONTENUS POUR DEMAIN DOIVENT ÊTRE PRÉVUS DÈS MAINTENANT

Le cycle de production d'un long métrage ou d'une série télévisée s'étend habituellement sur plusieurs mois, voire même des années. À la vitesse où se déploient les innovations, il est préférable d'anticiper dès maintenant ce que sera la norme lorsque le produit sortira, question de conserver sa longévité et sa valeur commerciale sur les différentes plateformes. Plusieurs études et rapports avancent que l'adoption des standards UHD se fera plus rapidement que celle du HD. La parade s'est mise en marche et l'industrie développe des contenus pour répondre à la demande qui se manifeste à nos portes, et à laquelle Netflix se prépare depuis un moment déjà.



## LE MARCHÉ SANS CESSÉ CROISSANT DE LA VIDÉO « EXTRÊME »



Les vidéos spectaculaires réalisées par les aventuriers de sport extrême de la planète font le bonheur des spectateurs de YouTube. La petite caméra avec lentille grand angle de GoPro et le commanditaire Red Bull ont rendu célèbres la plongée de Félix Baumgartner, les compétitions de ski en haute altitude, les vols humains, et tout cela en produisant des images exceptionnelles. Voilà maintenant que Panasonic tente d'introduire sur ce marché un nouvel ensemble de caméra et d'accessoires destiné à faire une forte concurrence à GoPro. Capable de tourner des images en 4K à trente images par seconde, la HX-A500 offre les fonctions WiFi et est à

l'épreuve de l'eau jusqu'à dix pieds de profondeur, pour une durée de trente minutes. Sa sortie est prévue en mai.

## La distribution numérique du cinéma en salle s'accélère en Amérique latine

On estime qu'entre 75 et 80 pourcent des cinémas en Europe sont équipés pour la distribution numérique, alors que la proportion serait légèrement inférieure aux États-Unis à cause des petits cinémas à propriété familiale qui ne disposent pas des moyens nécessaires pour mettre à jour leurs équipements. La conversion est beaucoup plus lente en Amérique latine, mais la popularité croissante pour la diffusion d'événements en direct, comme les matchs sportifs en 4K ou les grands concerts en 3D, stimule le développement de la distribution numérique et satellitaire.

## Vimeo acquiert Cameo, une application gratuite pour créer des vidéos sur mobiles

Vimeo est un site communautaire voué au partage et au visionnement de vidéos réalisées par les utilisateurs. L'entreprise vient de faire l'acquisition de Cameo, une application gratuite qui permet de créer facilement des vidéos de qualité de deux minutes directement sur le téléphone intelligent. Les vidéos sont ensuite déposées sur le serveur de Vimeo qui, à l'instar de Vine, compte bien monétiser l'achalandage ainsi créé.

## Boxfish propose une navigation par sujet au lieu d'un menu par titre d'émission

La firme en démarrage Boxfish vient de récolter 7 millions de dollars en financement et un appui de Samsung pour poursuivre le développement d'un guide télévisuel qui permet de naviguer d'une chaîne à l'autre en choisissant les sujets à regarder plutôt que le titre de l'émission. L'application décrit exactement ce qui se passe dans chaque émission avec des mises à jour sur les actualités de dernière minute comme les événements en Ukraine ou la découverte de l'avion de la Malaysia Airlines.

## Une analyse commentée de la caméra Blackmagic

Plusieurs professionnels devront bientôt, si ce n'est déjà fait, manipuler les nouvelles caméras en ultra-haute définition. L'une des plus populaires lors du récent NAB à Las Vegas, la Blackmagic, est maintenant accessible pour moins de trois mille dollars (excluant les lentilles). Le réalisateur et spécialiste des effets visuels, Tom Antos, passe en revue les différentes caractéristiques de la caméra et fait part de ses recommandations.



## Neil Young veut faire redécouvrir la vraie musique

Grâce à Kickstarter, le célèbre chanteur a levé plus de six millions de dollars pour lancer un nouvel écosystème musical qui écarte la musique compressée au format MP3 pour faire place à la qualité studio. Un baladeur numérique de qualité supérieure nommé PonoPlayer reproduit parfaitement en 192kHz les chansons qu'on peut se procurer en ligne dans la boutique spécialisée PonoMusic.





## TENDANCES 2014 EN RH

La gestion des hauts talents et des « vedettes », la qualité de vie au travail, l'harmonie intergénérationnelle, l'adéquation des compétences et le recrutement numérique sont quelques-unes des tendances observées en 2014 par la firme Proxima Centauri.



Pour conserver ses meilleurs talents, l'employeur doit créer une marque employeur le faisant sortir du lot. Cette image doit se baser sur l'expérience et l'environnement des employés.

L'employeur doit ensuite faire la promotion de cette image sur différents réseaux. Suivant la tendance des dernières années, le recrutement passe de plus en plus par les réseaux sociaux numériques, comme Facebook ou Twitter.

Le consultant note également que la qualité de vie des employés à l'intérieur de l'entreprise est de plus en plus importante. Pour garder leurs employés heureux, les employeurs doivent concentrer leurs efforts sur la qualité de l'équipe de travail, du climat de travail, des projets et des défis.

L'employeur doit savoir utiliser les forces des jeunes comme des moins jeunes. Par exemple, il peut assigner le rôle de mentor aux babyboomers et encourager les jeunes à échanger leurs connaissances.

Un employé sur sept a des compétences inadéquates pour son poste. La formation continue permet aux employés de maintenir leurs compétences à jour, mais il faut aussi qu'ils aient l'occasion d'utiliser ces compétences.

Finalement, les hauts talents — ou « vedettes » — doivent recevoir une attention particulière de la part de l'employeur. Ils entrent dans une structure parallèle des ressources humaines, mais il faut faire attention à ne pas créer d'inégalités trop grandes avec les autres employés.





## UN GUIDE DES MEILLEURES PRATIQUES POUR LES WEBSÉRIES

Ce guide d'une trentaine de pages s'adressant aux producteurs est basé sur des recherches de l'[Independent Production Fund](#) et permet de se faire une idée détaillée et réaliste des attentes et des difficultés reliées à la [production d'une websérie](#). Les auteurs décrivent essentiellement les différences entre les productions traditionnelles et les productions destinées au Web. Ils tentent aussi de caractériser les séries qui ont du succès et les particularités de l'auditoire de celles-ci.

Le guide (PDF) s'attarde aussi sur les statistiques des webséries et sur les caractéristiques de la production destinée au Web. On y traite notamment du financement; des micro-équipes de production; des syndicats; du marketing; de l'interaction avec un auditoire parfois engagé, parfois passif et des plateformes de distribution.



## LE VANCOUVER FILM SCHOOL (VFS), QUI FORME DES ÉTUDIANTS DE PARTOUT À TRAVERS LE MONDE, PREND DE L'EXPANSION

Avec l'achat d'un espace de 112 000 pi<sup>2</sup> de l'ancien Storyeum, le [VFS](#) double quasiment l'espace qu'il occupait auparavant au centre-ville. L'achèvement des rénovations permettra à l'école d'accepter davantage d'étudiants à partir de cette année.

À cause de la demande importante pour les treize programmes intensifs d'un an, l'école n'accepte qu'un tiers des candidatures reçues. Le coût élevé, variant de 7500 \$ à 50 000 \$ par programme, n'a pas empêché le corps étudiant de doubler au cours des dix dernières années. Environ la moitié des [1200 étudiants proviennent de l'extérieur](#) du pays grâce à des bureaux de recrutement situés au Brésil, au Mexique, à Taiwan et en Corée.



## AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DE LA PRODUCTION VIDÉO À L'INTERNE



Vaut-il mieux faire produire ses vidéos par ses propres employés ou par une entreprise spécialisée? Des représentants de la compagnie de gestion informatique [SolarWinds](#) partagent leur expérience sur la production vidéo à l'interne par rapport à la production vidéo à l'externe pendant l'évènement SXSW 2014. [Selon eux](#), il est primordial pour les boîtes de production externes de bien prendre le temps de se familiariser avec l'image de marque de leur client pour éviter que le produit final ne doive être retravaillé à l'interne.

## Choisir un candidat grâce à... des algorithmes et Twitter!

Les mégadonnées (big data) intéressent les recruteurs. Des outils informatiques fouillent les données des millions d'abonnés Twitter, leurs connexions et les contenus qu'ils partagent afin de faire ressortir pour les employeurs le candidat idéal avant même que celui-ci ne commence à chercher du travail. En plus de fournir une meilleure idée de la performance d'un futur employé qu'un curriculum vitae, elles permettent d'éliminer les critères discriminatoires et de découvrir des tendances insoupçonnées...



## Les défis des RH dans un monde numérique

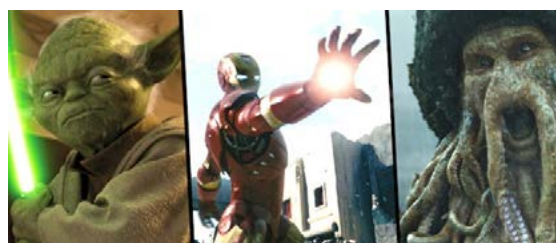
En 2014, les ressources humaines devraient concentrer leurs efforts sur les systèmes automatisés, les outils mobiles, la formation en ligne, le recrutement via les réseaux sociaux et les solutions décentralisées. Les directeurs de ressources humaines doivent mettre en place ces solutions et évaluer leur appropriation par les employés de l'entreprise. Mais avant tout, ils doivent structurer et comprendre les données pour rester connectés à la réalité.

## Qui jouait le Capitaine Aubert dans Cap-aux-sorciers en 1958 ?

QuiJoueQui? prétend être l'outil de recherche le plus complet de la télé au Québec, et il tient bien sa promesse. Cette base de données regroupant des milliers de noms et des centaines de titres contient toutes les informations sur la distribution des rôles et le synopsis des séries télévisées québécoises. Elle permet de les parcourir ou de faire des recherches par titre, par comédien, par diffuseur ou par genre.

## George Lucas mise sur Vancouver et Londres mais garde des partenaires au Québec

Le studio légendaire d'effets spéciaux Industrial Light & Magic crée de nouveaux emplois à ses bureaux de San Francisco, transforme en installation permanente ceux de Vancouver et en ouvre de nouveaux à Londres en raison des avantages fiscaux locaux. Ces deux derniers studios embaucheront autour de 200 artistes chacun. Même si les avantages fiscaux du Québec sont meilleurs, la compagnie se dit présentement satisfaite de son partenariat avec les entreprises québécoises Rodéo FX et Hybride Technologies. Le Québec a toutefois attiré plusieurs autres compagnies étrangères en 2013, notamment Framestore, MPC et BUF et se positionne aujourd'hui comme le troisième pôle mondial d'effets visuels. Le Bureau du Cinéma et de la Télévision du Québec veille d'ailleurs à s'assurer que cette croissance du secteur se fasse de façon progressive et durable.



## CineCours, une école de cinéma et télévision en région qui forme à distance des étudiants de 40 pays

Les cours en ligne en valent-ils la peine? CineCours est une école de cinéma en ligne située au Québec qui offre depuis 2001 des formations en cinéma pour des étudiants de partout dans le monde. L'école est accréditée par le gouvernement en tant qu'institution d'enseignement professionnel mais les programmes ne permettent pas d'obtenir un diplôme universitaire. Néanmoins, quelques étudiants ont déjà obtenu des prix pour leurs productions.



## LES FILMS BASÉS SUR DE VASTES COMMUNAUTÉS D'UTILISATEURS AUGMENTENT LEUR CHANCE DE SUCCÈS

Les recettes infaillibles pour faire d'un long métrage un succès au guichet n'existent peut-être pas, mais la combinaison de certaines conditions augmente considérablement les chances d'y parvenir.



La qualité de la mise en récit est bien sûr de première importance, mais il y a un autre ingrédient qui prend de plus en plus de poids dans la balance, et c'est la taille de la communauté qu'elle représente. Un bon exemple est celui de La grande aventure Lego, qui fracasse des records d'assistance depuis sa sortie. Lego possède une base de fans considérable (60 % des spectateurs ont plus de 18 ans) qui augmente depuis qu'Ole Kirk Christiansen a créé sa petite brique, en 1949. Les réalisateurs Phil Lord and Chris Miller ont bien compris la vision du créateur de Lego et ont créé une histoire ingénieuse qui rejoint à la fois les parents et les enfants.

Warner Brothers prépare déjà une suite à *Lego Story*, et vient de faire l'acquisition des droits de Minecraft, un jeu de construction et de création virtuel, qui possède pour sa part quelque 100 millions d'adeptes de par le monde, un bassin de spectateurs potentiels pour le moins intéressant.

Le géant Mattel de son côté, le plus gros fabricant de jouets au monde, vient d'acheter Méga Blocks, le concurrent immédiat de Lego, établi à Montréal. Si les Simpsons peuvent se déguiser en blocs Lego, pourquoi la légendaire Barbie ne pourrait-elle pas rejoindre la famille Méga Blocks pour créer une aventure semblable ?



## L'ASIE S'OUVRE AU DOCUMENTAIRE

Le festival du documentaire de La Rochelle développe depuis plusieurs années des éditions du Sunny Side of the Doc à l'extérieur de l'Europe. Il en était cette année à la cinquième édition du Asian Side of the Doc. L'événement se déroulait en Chine, à Chengdu, une discrète ville de 14 millions d'habitants située hors du circuit traditionnel. Le directeur du festival, Yves Jeanneau, explique dans [une entrevue](#) la progression fulgurante réalisée en quelques années seulement, grâce notamment au désir d'améliorer le niveau de compétence des cinéastes chinois par la coproduction internationale. Le réalisateur Aladin Farré nous décrit dans son [compte-rendu](#) la disparité qui existe entre les différents marchés d'Asie.



## VERONICA MARS DÉFIE LA CHRONOLOGIE DES MÉDIAS



Les jeunes de la génération du «ici et maintenant» se demandent bien pourquoi ils doivent attendre qu'un film passe trois mois sur les écrans de cinéma avant de pouvoir le visionner sur leur écran préféré. Le film de la jeune détective [Veronica Mars](#), issu de la série télévisée éponyme qui a été bannie des ondes en 2007, a été ressuscité grâce à ses fans inconditionnels sur Kickstarter. Il a été produit par Time Warner, qui a eu l'audace de procéder à son lancement simultané en salle et en vidéo sur demande, une première pour un grand studio. Warner a [dû louer 270 salles](#) pour y arriver sans contrevenir au règlement. Le film relancera-t-il la carrière de la série télé sur d'autres plateformes, et y aura-t-il d'autres initiatives pour défier la chronologie des médias ?



## UN DOCUMENTAIRE À GROS BUDGET PRODUIT PAR BRAD PITT PEINE À SE FAIRE DISTRIBUER



Qui aurait cru qu'un film documentaire, ayant Brad Pitt au générique comme producteur exécutif, ait de la difficulté à trouver un distributeur et à faire ses frais au guichet ? C'est pourtant ce qui se produit actuellement avec le documentaire [Big Men](#), de la réalisatrice Rachel Boynton, qui raconte une enquête de six ans sur les tractations entre le capital new-yorkais, les pétrolières texanes, la politique ghanéenne et les mercenaires nigériens sur le développement des ressources pétrolières locales. Bien ficelé, réalisé avec de grands moyens, ayant reçu plusieurs prix et des critiques élogieuses, le [documentaire](#) ne parvient pas à obtenir une offre de distribution satisfaisante. Serait-ce parce qu'il s'agit de l'Afrique, se demande la réalisatrice ?

## Les origines, la transformation et l'avenir de la mise en récit collaborative

L'auteur Scott Walker trace un portrait de l'histoire de la mise en récit (storytelling) collaborative à travers les époques et décrit comment ses différentes formes se pratiquent encore de nos jours. Il cite en exemple le personnage de Merlin l'enchanteur dont l'image que nous en avons aujourd'hui est le résultat de plusieurs siècles de mutations successives basées sur les écrits précédents. On passe de la bande dessinée à la télévision, des jeux de rôles à l'Internet, utilisant des exemples récents basés sur les nouvelles technologies.

## Comment raconter une histoire en quelques secondes

Les médias explorent toutes sortes de formes de vidéos et les adaptent aux situations les plus diverses. Les vidéos courtes sur Instagram ou Vine peuvent en effet donner un impact particulier selon les stratégies désirées: raconter une nouvelle en quinze secondes, la vidéo silencieuse, comment le faire soi-même, l'interaction et le produit mis en action.

## La science à l'état brut pour la génération YouTube

La science est un sujet à la mode et la venue sur YouTube de Raw Science (la science « crue »), un réseau entièrement dédié à la science, permet de présenter des vidéos de nos penseurs et

des découvertes de notre temps. Selon la cofondatrice et directrice du réseau, Keri Kukral, « il existe actuellement un déficit important entre la télévision régulière et les médias scientifiques. La télé est diluée et les gens s'en désintéressent, et nous voulons remédier à la situation. »

## FremantleMedia Italia revoit son modèle et intègre la commandite

Le financement des productions ne peut plus venir uniquement des diffuseurs, clame Lorenzo Mieli de FremantleMedia Italia, qui a réaligné la vision de la compagnie et développé un modèle d'affaires qui intègre dorénavant les formats, en faisant une large place aux commanditaires dans le montage financier des productions. Ils deviennent des partenaires et participent à hauteur de 30 % des productions, derrière les diffuseurs et Fremantle.

## Contenu de marque et transmédia: «Le contenu est aujourd'hui une affaire d'expérience et d'engagement»

Le thème du MIPTV 2014 était le «New Age of Storytelling», qui se décline sur toutes les plateformes selon les trajectoires et les complicités les plus diverses. Dans ce dossier spécial, on aborde la convergence entre les mondes de la télévision, de l'Internet et de la publicité, le contenu de marque et le transmédia, ainsi que le modèle de plateforme d'hébergement et de distribution de Dailymotion.

LE STRATEGIQ

Un bulletin du Bureau du cinéma et de la télévision du Québec et de la grappe ActionMTL  
Réalisé par le Groupe Évolumédia

Nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires et de vos suggestions en écrivant à [strategiq@bctq.ca](mailto:strategiq@bctq.ca)

Restez informés de l'actualité du BCTQ sur son compte [Facebook](#)  
Suivez également le BCTQ sur [Twitter](#)

Partenaires publics de ActionMTL



Communauté métropolitaine  
de Montréal

Québec 