



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

Le lot du diable de retour pour une saison 2

Historia recrute : êtes-vous de taille pour cette expérience immersive épique?

Montréal, le 1^{er} mars 2022 — Après le succès de sa première édition en 2017, *Le lot du diable* est de retour avec une nouvelle aventure plus grande que nature pour laquelle Historia est à la recherche de candidats. ***Le lot du diable : la conquête de la mer*** présentera des personnages historiques surprenants et des épreuves renouvelées dans un paysage bien différent de la saison 1, tout en conservant l'adrénaline et les émotions fortes qui composent l'ADN de cette télé-réalité historique épique, de même que le prix de 100 000 \$ pour le grand gagnant.

Les participants seront plongés dans la réalité de la Grande Crise. Dans des conditions extrêmes et avec les moyens de l'époque, ils devront jeter les bases d'un commerce de pêche et de transformation du poisson. Sous la supervision dure mais bienveillante de Louis Champagne, l'inspecteur de la colonie, et avec le soutien indéfectible de leur complice au magasin général, ils devront assurer leur subsistance, mais surtout survivre aux éliminations successives, puisqu'un seul d'entre eux pourra signer une entente commerciale garantissant la survie de son commerce, et ainsi mettre la main sur le grand prix : 100 000 \$.

« Unique en son genre, *Le lot du diable : la conquête de la mer* est une occasion de mettre en lumière notre histoire dans une formule moderne et divertissante », affirme Francis Laforest, producteur de la série.

« L'équipe d'Historia est fébrile de lancer avec Zone3 une nouvelle édition du *Lot du diable*, qui promet d'en mettre plein la vue non seulement aux fans de télé-réalités, mais aussi aux amateurs d'histoire et d'émotions fortes. Nous avons l'intention de faire revivre aux participants sélectionnés un pan de notre histoire dans une aventure spectaculaire et empreinte d'authenticité », poursuit Julie Godon, directrice principale des chaînes spécialisées francophones chez Corus.

Rappelons que la saison 1 a attiré 334 000 téléspectateurs en moyenne chaque semaine*, dont 203 000 uniquement lors de la diffusion originale**. Il s'agit du record d'auditoire pour une production originale à Historia. De plus, *Le lot du diable* a récolté trois prix Gémeaux : meilleure télé-réalité, meilleure réalisation – télé-réalité et meilleur montage – humour, variétés toutes catégories.

Appel à tous!

Avez-vous l'étoffe d'un colon? Pour participer, nul besoin d'être un pêcheur, un survivaliste ou un professionnel de plein air. Historia est à la recherche de candidats qui ont du cœur au ventre et qui ont envie de se plonger à 100 % dans cette fabuleuse aventure que fut jadis la colonisation du Québec. Vous devez avoir 18 ans et plus, être en bonne santé, avoir l'esprit d'équipe et la ténacité nécessaire pour accomplir beaucoup avec peu.

Vous devez être disponible du 18 juin au 20 juillet 2022. Vous avez jusqu'au 31 mars pour vous inscrire à l'adresse suivante : www.historiatv.com/lelotdudiable. Les auditions se tiendront en avril.

Produite par Zone3 et réalisée par Marc-André Gauthier, *Le lot du diable : la conquête de la mer* comptera 10 épisodes de 60 minutes et sera diffusée à l'automne 2022.

Sources :

* Numeris PPM, Québec Franco, Hiver 2017, 19 janvier au 28 mars 2017, données confirmées, Le lot du diable, Historia, auditoire cumulatif moyen, Tous 2+.

** Numeris PPM, Québec Franco, Hiver 2017, 19 janvier au 28 mars 2017, données confirmées, Le lot du diable, Historia, auditoire moyen, jeudi 21 h à 22 h, Tous 2+.

À propos de Corus

Corus exploite au Québec les marques de télévision spécialisée francophone Historia, Séries Plus, Télétoon et La chaîne Disney. Corus est une filiale de Corus Entertainment (TSX: CRJ.B), une compagnie leader de médias et de contenus qui développe, diffuse et distribue des marques et des contenus de haute qualité sur une variété de plateformes pour des publics à travers le monde. Divertissant le public depuis 1999, le portefeuille de l'entreprise de services multimédias englobe 33 chaînes de télévision spécialisée, 39 stations de radio, 15 chaînes de télévision conventionnelle, une série de propriétés digitales, des logiciels d'animation, des services de technologie et de média. Corus est un créateur et un distributeur de contenus renommé internationalement grâce à Nelvana, son studio d'animation de classe mondiale expert dans tous les formats, et aux Studios Corus, un producteur mondialement reconnu pour son contenu scripté et non-scripté à succès. L'entreprise possède également so.da, un service de contenu numérique complet, la compagnie dédiée à l'art de vivre et au divertissement Kin Canada, le fournisseur à la pointe des logiciels d'animation en 2D Toon Boom, ainsi que sa propre maison d'édition de livres pour enfants Kids Can Press. Les marques de choix de Corus incluent entre autres Global Television, W Network, HGTV Canada, Food Network Canada, HISTORY®, Showcase, Adult Swim, National Geographic, Disney Channel Canada, YTV, Global News, Globalnews.ca, Q107, Country 105, et CFOX, ainsi que les plateformes de diffusion STACKTV, Nick+, l'application Global TV App et Curiouscast. Pour de plus amples informations, visitez www.corusent.com.

À propos de Zone3

Grâce à sa créativité multiplateforme, Zone3 s'impose comme l'un des chefs de file de la production de contenus au Québec et au Canada. Depuis plus de 20 ans, l'entreprise innove, divertit et informe avec des créations originales en tous genres et des adaptations de formats étrangers qui gagnent le cœur de tous les publics. Chaque année, avec la production de quelque 400 heures de télévision, de cinéma et de contenus numériques, Zone3 rayonne largement – chez nous comme dans le marché international. Et la reconnaissance est là : avec plus de 350 prix récoltés à ce jour pour la qualité de ses créations, on peut dire que Zone3 carbure au talent et à la passion!

-30-

Pour plus d'informations :

Marie-Eve Goudreau | Relationniste

514 904-3260 | marieeve.goudreau@corusmedia.com

