



**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**  
Pour diffusion immédiate

## ***Le lot du diable : la conquête de la mer***

### **Le grand succès d'Historia de retour dès le 11 novembre**

**Montréal, le 27 octobre 2022** — Détenant le record d'auditoire pour une production originale à Historia, la télé-réalité épique *Le Lot du diable* fait son grand retour sur la chaîne le vendredi à 20 h, dès le 11 novembre. Dans cette deuxième saison, intitulée *Le lot du diable : la conquête de la mer*, 16 courageux participants de partout au Québec plongent dans une aventure immersive unique : celle des colons qui se sont établis en Gaspésie après la Grande Dépression. Sous l'autorité de **Louis Champagne**, l'inspecteur de la colonie, leur endurance est mise à l'épreuve. Un seul d'entre eux se rendra au bout de l'expérience et mettra la main sur le grand prix de 100 000 \$.

Dans des conditions misérables et avec les moyens de l'époque, les candidats doivent jeter les bases d'un petit établissement de pêche privé en accomplissant divers mandats. Construction de leur cookroom traditionnelle et de leur embarcation, transformation de la mythique morue et gestion des caprices de la mer les attendent. Leur but premier : survivre aux éliminations successives.

« Les gens s'inscrivent à cette émission pour expérimenter la vie de nos ancêtres. Nos participants sont résilients, plein d'humour et de courage, comme devaient l'être ceux qui ont débroussaillé notre territoire souvent hostile. Aller tourner en Gaspésie pendant un mois durant la saison de la pêche aux saumons, pour un homme comme moi, c'était du pur bonheur », avoue Louis Champagne, l'animateur de cette extraordinaire épopée.



« C'est avec grand enthousiasme que nous présentons *Le lot du diable : la conquête de la mer*. Des participants très motivés quittent leur confort pour trimer dur et tenter de se rendre au bout de l'aventure. Leur parcours est riche en émotions et en rebondissements. Les téléspectateurs auront droit à une télé-réalité enlevante qui leur fera revivre l'histoire des colons qui se sont taillé une place sur le territoire à la fois rude et grandiose de la Gaspésie », affirme pour sa part Maria Luisa Todaro, déléguée de production chez Corus.

Produite par Francis Laforest et réalisée par Marc-André Gauthier, *Le lot du diable : la conquête de la mer* est une production de Zone3. Les 10 épisodes de 60 minutes seront diffusés à Historia, ainsi qu'en simultané à Séries Plus, le vendredi à 20 h, à compter du 11 novembre. Consultez le site [historiatv.com](http://historiatv.com) et la page [facebook.com/lelotdudiable](https://facebook.com/lelotdudiable) pour des capsules exclusives sur les auditions, le tournage, des faits historiques et bien plus.

#### **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, Magnolia Network Canada, HISTORY®, Showcase, Adult Swim, National Geographic, Disney Channel Canada, YTV, Global News, [Globalnews.ca](http://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](http://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](mailto:marieeve.goudreau@corusmedia.com)

#### **Pour une demande d'entrevue :**

Kevin Lalancette | Attaché de presse, Roy & Turner Communications  
514 844-9678 p. 207 | [klalancette@roy-turner.com](mailto:klalancette@roy-turner.com)

The logo for Corus, featuring the word "CORUS" in a bold, sans-serif font. The letter "O" is highlighted in a bright green color, while the other letters are black. A small green dot is positioned at the end of the word, after the final "S".