

# CONVERGENCE

n° 94 – octobre 2014

présenté par Le Lien MULTIMÉDIA  
[www.lienmultimedia.com](http://www.lienmultimedia.com)

## Portraits

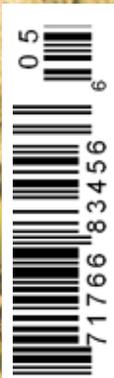
- Christiane Asselin
- Émilie Régnier

## Entrevues

- Nicolas-Denis Robitaille
- Félix & Paul
- Vincent Morisset

## Entreprises émergentes à surveiller

- TonCoiffeur.com
- Sweet IQ
- Atelier édele
- CycleMap
- ePlus Green
- Kastio



4,95 \$

# Antidote

## Soignez votre français

**Correcteur** avancé avec filtres intelligents  
**Dictionnaires** riches et complets  
**Guides** linguistiques clairs et détaillés

Antidote est l'arsenal complet du parfait rédacteur. Que vous rédigez une demande de subvention, un scénario ou un communiqué de presse, cliquez sur un bouton et voyez s'ouvrir un des ouvrages de référence parmi les plus riches et les plus utiles jamais produits. Si vous écrivez en français à l'ordinateur, Antidote est fait pour vous.

Pour Windows, Mac et Linux. Pour les compatibilités et la revue de presse, consultez **[www.antidote.info](http://www.antidote.info)**.  
Dictionnaires et guides aussi offerts sur iPhone et iPad.

# DEVENEZ UN MAÎTRE

< venez vous perfectionner >

150 PRÉSENTATIONS SUR:

JAVASCRIPT

JAVA

HTML5

PHP

PYTHON

MOBILE

RUBY

ET BIEN D'AUTRES

**ConFoo.CA**

CONFÉRENCE POUR DÉVELOPPEURS

18 AU 20 FÉVRIER / MONTRÉAL

BILLETS EN LIGNE AU [CONFOO.CA](http://CONFOO.CA)

commandité par

*FooLab*  
Project rescue experts





WWW.PIXELANIMATION.ORG



**RICHARD ARROYO**  
*COMMUNIQUER PAR LES IMAGES*  
IANIMATE.NET  
HEAD OF GAMES



**DOUG BENNETT**  
*CRÉER DES PERSONNAGES CRÉDIBLES POUR*  
"LES NOUVEAUX HÉROS" (BIG HERO 6)  
WALT DISNEY ANIMATION STUDIOS,  
ANIMATION SUPERVISOR

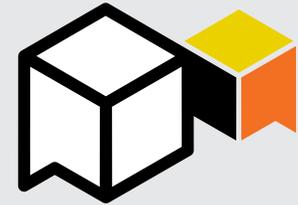


**TAL SHWARZMAN**  
*CRÉER UN PLAN CENTRÉ SUR UN PERSONNAGE*  
PIXAR ANIMATION STUDIOS  
ANIMATOR



**JAMES BENNETT**  
*LEÇONS APPRISSES DE LA PRÉVISUALISATION*  
IANIMATE.NET & ZERPLY  
SENIOR ANIMATOR

28 OCTOBRE  
2014



**PIXEL** ANIMATION

CENTRE DES CONGRÈS DE QUÉBEC

APPRENDRE  
PARTAGER  
ANIMER

1 JOURNÉE  
4 CLASSES DE MAÎTRE



Le magazine <CONVERGENCE>  
est publié par **Le Lien MULTIMÉDIA**  
4841, rue Jeanne-Mance  
Montréal (Québec) H2V 4J6  
tél.: (514) 842-9445  
fax: (514) 495-1089  
info@lienmultimedia.com  
www.lienmultimedia.com/convergence

**RÉDACTEUR EN CHEF >>**

Steeve Laprise  
slaprise@lienmultimedia.com

**REPORTERS >>**

Justine Baillargeon  
Sophie Bernard  
Matthieu Dessureault  
Marie-Hélène Brousseau  
Myriam Baril-Tessier  
Alexis Gagnon  
Dominique Lemoine  
Yves Tremblay  
Mélicca Vigneault Raymond

**PUBLICITÉ >>**

Charles-André Gaudreau  
(514) 266-2451  
cgaudreau@lienmultimedia.com

**Couverture >>**

Photo: Sarah Holmlund / Shutterstock

**ABONNEMENT <CONVERGENCE>**

1 an (12 numéros): 50 \$  
+ 1 Guide MULTIMÉDIA nouveaux médias  
www.lienmultimedia.com/boutique

**ABONNEMENT LE LIEN MULTIMÉDIA**

1 an (50 numéros) du bulletin hebdo: 199 \$  
+ Bulletin quotidien courriel  
+ 12 magazines <CONVERGENCE>  
+ 1 Guide MULTIMÉDIA nouveaux médias  
+ 1 Guide de l'industrie WEB  
+ 1 Guide de l'industrie JEUX VIDÉO  
+ 1 mot de passe www.lienmultimedia.com  
(plus de 40 000 articles, 450 vidéos)  
www.lienmultimedia.com/boutique

© Le Lien MULTIMÉDIA

ISSN: 1492-1324 Dépôt légal:  
Bibliothèque nationale du Québec  
Bibliothèque nationale du Canada

# sommaire

## AFFAIRES ÉLECTRONIQUES

- 7 Christiane Asselin confiante en l'avenir
- 8 Être à jour sur le Web grâce à Sweet IQ
- 10 Blue Communications veut promouvoir les startups
- 11 Pierre Poirier: du skate au Web design
- 12 Trouvez votre futur coiffeur grâce à TonCoiffeur.com
- 14 Atelier édele repense la literie pour enfants
- 16 Référencement payant: les conseils de Fabrice Renucci

## CULTURE NUMÉRIQUE

- 18 CycleMap, une application pour découvrir le monde à vélo
- 20 Nicolas-Denis Robitaille, l'As des VFX
- 24 Le MAC et le FNC présentent «superposition» de Ryoji Ikeda
- 26 Félix & Paul veulent créer des expériences réellement immersives
- 28 «We Were Evergreen - Daughters», making of en 360° du clip «Daughters»
- 30 «Je t'attends toujours», de Clément Rièrè, joue avec les genres
- 32 Victor Serna s'intéresse aux catacombes parisiennes
- 36 «Hollow», un regard interactif sur l'Amérique rurale
- 38 «SYNAPS», de Yaël André, plonge dans les souvenirs
- 40 Vincent Morisset et AATOAA présentent «Just a Reflektor»
- 42 Avec «Everyday», Tedi Tafel contourne les normes
- 44 Loïc Touzé présente «Love» et «Autour de la table» à Montréal
- 46 Sylvie Teste fière de son rendez-vous des arts sans frontières: les Escales improbables
- 48 Émilie Régnier, photographe l'identité

## TECHNOLOGIES

- 54 Kastio, pour de la diffusion en direct sur le Web

www.lienmultimedia.com/convergence





Christiane Asselin Photo: Myriam Baril-Tessier

DG DES NOUVEAUX MÉDIAS À TÉLÉ-QUÉBEC

# Christiane Asselin confiante en l'avenir

par *Sophie Bernard*

**En novembre 2013, Télé-Québec créait une direction générale des nouveaux médias et nommait Christiane Asselin à sa tête, la débauchant de Contenu QMI où elle était directrice, variétés, Marques et stratégies multiplateformes. Dix mois plus tard, Le Lien MULTIMÉDIA fait le point avec elle sur l'évolution des médias numériques de la télévision publique québécoise.**

En arrivant au 1000 de la rue Fullum, Christiane Asselin n'arrivait pas en terre inconnue. Outre le fait qu'elle a dirigé pendant dix ans à titre de directrice Internet, directrice des affaires générales et développement média ainsi que directrice développement des affaires et nouvelles plateformes au secteur Nouveaux Médias à Radio-Canada, elle a également occupé le poste de vice-présidente Création et Associée chez Turbulent Média. Pendant ces années chez Turbulent, elle a travaillé sur plusieurs projets pour Télé-Québec.

«Quand je suis arrivée, j'ai trouvé une petite équipe qui avait le Web bien en main, note Christiane Asselin. C'est la première fois que Michèle Fortin (présidente-directrice générale) nomme une directrice générale des médias numériques, preuve de la présence du numérique par lui-même. Le train avançait déjà, j'y ajoute donc des bûches. La réflexion était déjà faite, ce qui m'a permis de donner de l'air, afin que les enjeux soient discutés, surtout du côté jeunesse et culture.»

Le Web se porte bien à Télé-Québec. La plateforme a été consultée par près de 500 000 visiteurs uniques par mois entre septembre 2013 à mai 2014, avec une moyenne de 14 minutes par visite, selon comScore.

Pendant la même période, le nombre de visites moyen par mois était d'environ 2 500 000, une hausse de 22 % par rapport à l'année dernière

précédente. La page Toupetits.telequebec.tv, destinée au 3 à 5 ans enregistre 147 000 en moyenne par mois en moyenne. Les enfants ont aussi accès à une panoplie d'activités sur la tablette avec La petite zone, une application mobile gratuite. Lancée en mars, elle cumule déjà plus de 5000 téléchargements.

Quant à la zone Skwat, pour les 6 à 12 ans, ce sont 35 000 skwaters qui s'y retrouvent quotidiennement peuvent s'y amuser, jouer et créer (25 000 pages y sont vues quotidiennement, 2 000 visites quotidiennes). La Zone vidéo, pour sa part, enregistre une moyenne mensuelle de 1 500 000 visionnements.

«Nous avons reçu du financement du volet expérimental du Fonds des médias du Canada pour le projet jeunesse "Mon ami Bulle", précise Christiane Asselin. Cette année, nous avons également lancé la plateforme La Fabrique culturelle en mars 2014. Celle-ci a enregistré, jusque maintenant, près de 500 000 visites. Quelque 2 500 capsules y sont disponibles. Près de 40% des visites viennent du mobile. Le temps moyen passé sur le site est de 3 min 25 s. Le site est consulté partout au Québec: 30% à Montréal, 10% à Québec et 60% de notre trafic provient des régions. Enfin, dernièrement, nous avons lancé notre contenu sur illico.»

Les Canadiens, on le sait, veulent avoir accès aux contenus quand ils le veulent et où ils veulent.

Pour Télé-Québec, une présence sur toutes les plateformes s'avère incontournable.

La jeunesse demeure un gros chantier pour l'équipe des médias numériques. La zone Toupetits et le Squat fonctionnent bien. Et, avec la production de «Mon ami Bulle», Christiane Asselin estime qu'il faut poursuivre la réflexion sur les groupes d'âge, particulièrement pour les 3 à 5 ans et les 6 à 8 ans.

L'avenir, selon la directrice générale des nouveaux médias, se trouve dans les partenariats, tant pour le secteur jeunesse que pour La Fabrique culturelle. Parmi nos projets, nous comptons "Tezo", une websérie tirée des livres écrits par Maryse Pagé, en collaboration avec Zone 3. Nous travaillons sur d'autres chantiers avec les câblodistributeurs, dont Bell.»

Lorsque l'on demande à Christiane Asselin comment elle perçoit l'avenir, elle cite Roy Amara, ancien président du Think Tank américain Institute for the Future: «Nous avons tendance à surestimer l'impact des technologies à court terme et à sous-estimer leur impact à long terme». «Tout est dit, ajoute-t-elle. Il faut toujours être ouvert aux nouvelles technologies, nouvelles applications, nouvelles idées. Nous nous devons d'être agiles à les intégrer tout en respectant le temps d'adhésion des usagers (compréhension et utilisation).» ■



Mohannad El-Barachi Photo/vidéo: Matthieu Dessureault



# Être à jour sur le Web grâce à Sweet IQ

par *Matthieu Dessureault*

**C'est bien connu, la mise à jour régulière d'un site Internet permet d'augmenter le trafic et d'améliorer le positionnement sur les moteurs de recherche. En revanche, une information obsolète, comme une mauvaise adresse ou des heures d'ouverture erronées, peut ternir l'image de l'entreprise. S'assurer d'une telle mise à jour pour une franchise qui dispose de milliers de succursales représente tout un défi. Une solution existe: Sweet IQ.**

L'histoire de Sweet IQ (anciennement nommé Get Me Listed) remonte à 2010 quand trois amis, Michael Mire, Ravdeep Sawhney et Mohannad El-Barachi, se sont associés pour offrir aux PME leur expertise en marketing en ligne. «20% de l'information qu'on retrouve sur Google est erronée», explique ce dernier, un diplômé en informatique de l'Université Concordia. «Au début, on aidait les entreprises à se retrouver sur ce moteur de recherche, mais on a découvert qu'il y avait de plus gros problèmes à résoudre. Ces entreprises voulaient savoir comment performer sur Internet, pas seulement sur Google, mais sur tous les canaux où les gens font des recherches.»

Les logiciels de Sweet IQ permettent de gérer tous ces canaux à partir d'une seule plateforme en s'assurant qu'il n'y ait pas d'informations inexactes. Ils permettent aussi d'analyser son positionnement par rapport aux mots clés et font des recommandations sur la stratégie marketing à adopter pour optimiser sa présence dans les résultats de recherche.



La compagnie compte à ce jour une trentaine de clients, qui gèrent plus de 4 000 succursales à travers le Canada et les États-Unis. On y retrouve des géants comme FedEx, Air Canada et General Motors. «Il y a une demande très forte du milieu, dit Mohannad El-Barachi. Ce qui nous avantage, c'est que nous sommes la seule compagnie à offrir de tels services en anglais et en français.»

Avant de mettre l'entreprise véritablement sur les rails en 2012, les trois entrepreneurs ont reçu du soutien de Real Ventures et de Cossette, par le biais de son incubateur. Sweet IQ, qui vient de déménager dans ses nouveaux bureaux à Montréal, emploie aujourd'hui près de cinquante personnes. ■



**ASSOCIATION NATIONALE DES ÉDITEURS DE LIVRES (ANEL)**

ASSOCIATION NATIONALE DES ÉDITEURS DE LIVRES  
anel.qc.ca

**L'Entrepôt numérique**  
**Le plus grand catalogue virtuel de livres numériques d'ici!**

- Feuilletez plus de 11 000 titres de 140 éditeurs
- Achetez en quelques clics via une librairie en ligne

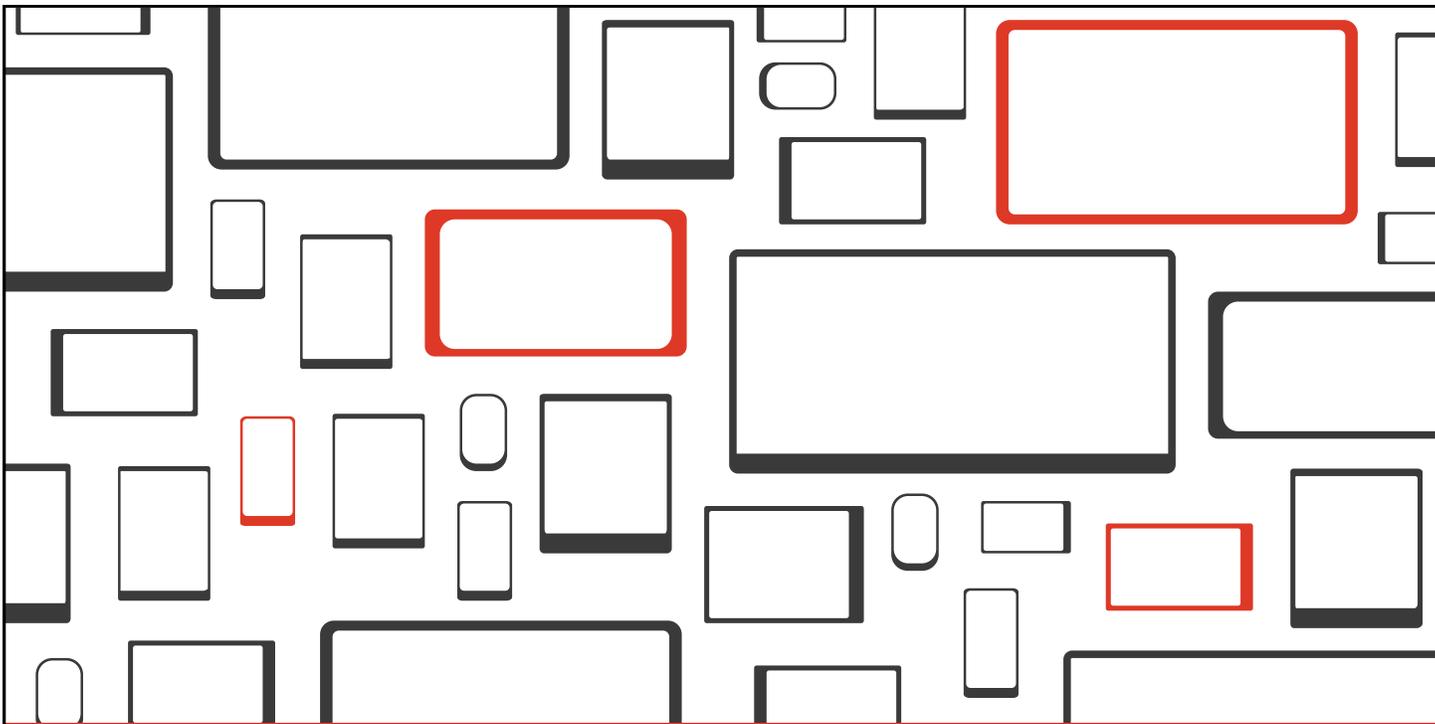
**[vitrine.entrepotnumerique.com](http://vitrine.entrepotnumerique.com)**

L'actualité du livre numérique sur Twitter

 Patrimoine canadien Canadian Heritage

 SODEC Québec

 @aneliste



web – jeux – applications

*mbiance*



Sophie Lymburner Photo/vidéo: Matthieu Dessureault

# Blue Communications veut promouvoir les startups montréalaises

par *Matthieu Dessureault*

**Pour la présidente et fondatrice de Blue Communications, Sophie Lymburner, il est primordial d'encourager l'entrepreneuriat technologique chez les jeunes. «Les startups sont une grande force de notre économie et de notre identité. L'avantage du numérique, c'est de pouvoir sortir des frontières géographiques. Comme Montréalais, on peut réussir à se faire valoir partout à travers la planète.»**

**B**ien établie dans le paysage numérique depuis 1998, Blue Communications est une agence spécialisée en développement de sites Web et applications mobiles, solutions e-commerce, CMS, médias sociaux, référencement et stratégies de contenu. «Malgré qu'on soit en affaires depuis plus de quinze ans, on a toujours gardé la mentalité d'une startup, relève Sophie Lymburner. C'est pourquoi on veut aider les jeunes entrepreneurs d'ici à mieux promouvoir leur image de marque avec les outils numériques.»

Cette philosophie a amené Blue Communications à devenir un commanditaire officiel de la quatrième édition du Festival international du startup, qui avait lieu cet été au Vieux-Port de Montréal. En plus de développer le nouveau site Web de l'organisation, l'agence avait organisé sous sa

tente une série de rencontres avec des mentors. Dix startups avaient été retenus pour rencontrer ces professionnels du numérique qui leur proposaient des idées pour promouvoir leur image en ligne. Ces sessions de brainstorm étaient filmées et diffusées en direct sur le site de Blue. «Après avoir participé au festival (en 2013), j'avais été impressionnée par la force de la fibre entrepreneuriale, l'esprit dynamique, ainsi que le rayonnement qu'un tel événement projette à l'international sur Montréal. Nous voulions à tout prix créer un partenariat avec l'équipe du festival et aider les entrepreneurs à bien se positionner dans l'univers du numérique», indique Sophie Lymburner.

Parallèlement à Blue Communications, elle a lancé récemment sa propre startup, YogaTribes. Il s'agit d'une application Web qui répertorie tous les studios de yoga en Amérique du Nord.

Les instructeurs ont la possibilité de s'inscrire gratuitement et ainsi devenir des «chefs de tribu», ce qui leur permet de communiquer plus facilement avec leurs élèves.

La présidente de Blue, qui veut faire connaître le yoga, a pu expérimenter les bienfaits de cette activité dans les bureaux de l'agence. «C'était le désir de quelques employés de faire du yoga. On a engagé un professeur et ça m'a marqué profondément à quel point les cours ont changé non seulement la dynamique humaine, mais aussi la dynamique physique. Les gens étaient plus en forme et heureux. Le lundi, qui était le jour de yoga, est devenu le jour préféré de plusieurs. Je me suis demandé pourquoi il n'y avait pas plus de yoga dans les entreprises et dans la vie en général. YogaTribe est la solution que je propose.» ■

Pierre Poirier Photo/vidéo: [Matthieu Dessureault](#)

# Pierre Poirier: du skate au Web design

par [Matthieu Dessureault](#)

**Lorsqu'on lui demande ce qui l'a amené à travailler dans l'univers du numérique, Pierre Poirier évoque sa passion du skateboard. De designer associé chez ULC Skateboards et designer pour le magazine sportif Exposé, il est devenu directeur artistique chez Blue Communications. Son portfolio compte des mandats multimédias/Web pour des clients tels que Merrell, Walt Disney et Pages Jaunes.**

**B**lue Communications est une agence numérique montréalaise spécialisée en développement de sites Web, solutions e-commerce, CMS, applications, marketing numérique, médias sociaux, référencement et stratégies de contenu. À titre de directeur artistique, Pierre Poirier élabore des concepts, participe à la production et supervise la qualité des projets.

C'est en poussant sa passion en illustration dans la scène du skateboard qu'il a su faire sa place dans cette industrie.

«J'ai toujours dessiné et j'avais une passion pour le skateboard. Je suis donc devenu designer de skateboards. En même temps, je suivais un bac en design graphique à l'Université Laval. Je faisais des blogues, de la webtélé, ce qui m'a amené à devenir éventuellement directeur artistique», raconte-t-il. «Peu importe ce que tu fais dans la vie, mais

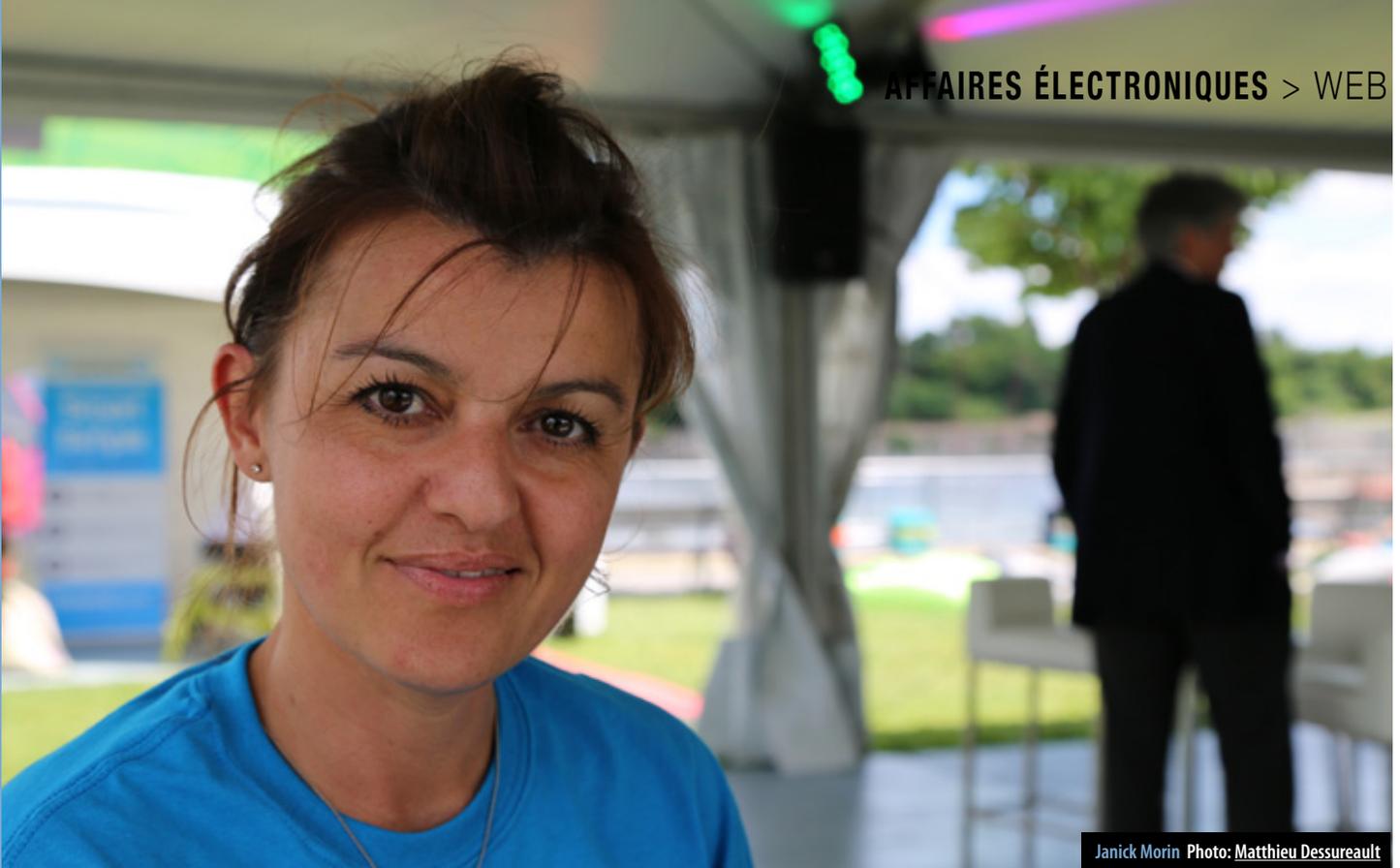
surtout dans le monde des communications, la clé est de s'accrocher à quelque chose qui te passionne. Seulement faire du design, c'est vide. C'est en étant passionné par quelque chose que tu mets la barre plus haute et que tu prends plaisir à faire ton travail. Dans le monde des communications, on rencontre plein de gens passionnés avec qui on est capable de faire des liens», ajoute-t-il.

Parmi les mandats dont il est le plus fier, il cite celui que son équipe a réalisé pour le fabricant de chaussures américain Merrell. Le projet, qui leur a valu un prix en 2009 dans le cadre du concours Boomerang, consistait à offrir à la compagnie un repositionnement numérique et une nouvelle expérience utilisateur. «À l'époque, Merrell n'avait qu'un site informatif qui affichait ses produits à vendre. Ce qui était merveilleux avec ce projet, c'est qu'on s'est permis de revisiter leur positionnement numérique, malgré le fait que ce soit une grosse marque internationale. On a initié beaucoup de

microsites et brandé un univers autour de leurs activités», explique le directeur artistique, qui a travaillé sur ce projet avec le directeur de création Mike De Luca, l'animatrice Andreea Pop, le programmeur François Boyer et le designer Antoine Fortin.

«Ce qui me fait triper de mon travail, c'est que le monde numérique va de plus en plus vite. C'est aussi le milieu des communications où il y a le moins d'intermédiaires! Dans le print, il y a l'imprimeur, le choix du papier et plein de contextes qui ont un impact sur le résultat. En numérique, c'est plus facile de garder le contrôle. Et souvent, les directeurs artistiques sont des maniaques des détails!», conclut-il.

L'entrevue avec Pierre Poirier a été réalisée dans le cadre du Festival international du startup en juillet dernier. ■



Janick Morin Photo: Matthieu Dessureault

# Trouvez votre futur coiffeur grâce à TonCoiffeur.com

par Matthieu Dessureault

**Peu de ressources en ligne existent pour les coiffeurs voulant accroître leurs connaissances ou les clients à la recherche d'un professionnel, selon Janick Morin, elle-même dans le métier depuis vingt ans. C'est pourquoi elle lancera le 21 septembre TonCoiffeur.com.**

**T**onCoiffeur.com est un outil qui permettra de trouver en peu de temps un coiffeur qui convient à ses besoins. Par un paiement mensuel, les professionnels pourront créer un profil et promouvoir leurs différents services. Un système de pointage permettra à leurs clients d'afficher leur feedback.

«Pour la majorité des gens, lorsqu'ils perdent leur coiffeur, c'est la catastrophe. Le site leur permettra d'en trouver un nouveau à partir d'un profil, des produits qu'il utilise, d'un lieu géographique et d'un classement donné par les gens. Le client pourra magasiner directement son coiffeur sans devoir demander des recommandations à son ami ou à sa tante, ou encore passer trois ou quatre appels avant de tomber sur la bonne

personne», explique Janick Morin, qui s'est associée avec un développeur Web.

Le site, qui sera adaptatif aux appareils mobiles, offrira également un volet formation, avec des trucs et conseils capillaires. Les professionnels pourront également proposer du mentorat pour des championnats de coiffure et autres événements du genre. «Il n'y a pas seulement la vie en salon dans

le milieu de la coiffure. Il y a toute une planète derrière les salons – comme les shows télé, les shooting photo et les défilés de mode – qui est très lucrative et qui a des besoins indénombrables», souligne l'entrepreneure.

La page d'accueil de TonCoiffeur.com a été créée en mars dernier. Une version bêta du site permet actuellement aux clients de recommander leur coiffeur et aux coiffeurs de se créer un profil. 500 professionnels se seraient déjà inscrits. Le lancement officiel de la plateforme avait lieu en septembre dans le cadre d'un événement à la Scène Lebourgneuf à Québec.

L'entrevue avec Janick Morin a été effectuée dans le cadre du Festival international du startup en juillet dernier. ■



*Vous avez planifié l'acquisition d'une entreprise  
ou même en créer une autre et vous devez considérer  
tous les scénarios de financement possibles.*

**Nous pouvons vous aider.**

## **RICHARD SEERS AVOCAT INC.**

507, Place d'Armes, bureau 1585  
Montréal Québec H2Y 2W8  
Cellulaire : 514-717-7864  
Télécopieur : 514-845-5546, 450-674-7864  
[www.richardseersavocat.com](http://www.richardseersavocat.com)



« une expertise unique à votre service »

**Le Centre d'entreprises et d'innovation de Montréal (CEIM)** est un incubateur, établi depuis 1996, qui aide les entreprises technologiques à démarrer et à prospérer.

**Le CEIM** offre une gamme complète de services-conseils pour les entreprises oeuvrant dans les médias numériques (contenu ou applications, jeux, web, animation...)

**Le CEIM** offre une formule d'encadrement sur mesure, en mode coaching, adaptée à vos besoins et à tarifs très avantageux.

**Le CEIM** est constitué de spécialistes chevronnés, dans le domaine des nouveaux médias et dans chacun des autres domaines d'intervention.

**Le CEIM** peut vous faire profiter d'un réseau de contacts d'affaires influents.

**Le CEIM** offre des espaces locatifs flexibles et à tarifs avantageux dans la Cité du multimédia.

**Pour plus d'informations : 514-866-0575 poste 208 ou 209**

[www.ceim.org](http://www.ceim.org)

33, rue Prince  
Montréal (Québec)  
H3C 2M7

Tel.: 514.866.0575  
Fax: 514.866.3591  
Courriel: [info@ceim.org](mailto:info@ceim.org)





Hélène Bagirishya et Joëlle Boutin Photo: Matthieu Dessureault

# Atelier ëdele repense la literie pour enfants

par *Matthieu Dessureault*

**Atelier ëdele, qui conçoit et vend des ensembles de literie pour bébés et enfants en coton biologique, mise sur le Web pour se faire connaître. Cette jeune entreprise de Québec a été fondée par Hélène Bagirishya et Joëlle Boutin.**

**E**ntièrement conçues au Québec, les literies d'Atelier ëdele (qui signifie «ma chance» en amharique) présentent des designs colorés conçus par des artistes locaux.

Joëlle Boutin et Hélène Bagirishya, qui se sont connues il y a quelques années alors qu'elles oeuvraient au sein d'une organisation qui favorise le développement du leadership chez les jeunes, n'ont pas du tout un profil d'entrepreneur. L'une est sociologue, tandis que l'autre a été pilote d'avion et analyste politique. «La compagnie est née d'un besoin qui s'est complémenté entre nous deux, explique Hélène Bagirishya. Je n'ai pas d'enfants, mais je magasinais souvent pour ceux des autres et j'étais insatisfaite des produits sur le marché. On y retrouve beaucoup de polyester, avec des dessins répétitifs et ennuyeux.»

«Lorsque j'ai eu mes enfants, j'entendais souvent des mères déplorer le manque de choix, poursuit Joëlle Boutin. Quand tu as des enfants, c'est super important de leur donner le meilleur, de leur créer

un petit nid d'amour. Atelier ëdele est né de ce besoin très simple.»

Les deux entrepreneures ont profité de l'accompagnement de la Société de développement économique de Lévis pour mettre leur projet sur les rails. Ceci leur a permis d'obtenir une subvention pour développer leurs prototypes. Une première collection, bientôt suivie par d'autres, a donc été lancée en janvier dernier sur leur boutique en ligne. La livraison est gratuite à travers l'Amérique du Nord. Les parents ont aussi la possibilité de commander des échantillons de tissu.

De par leur présence assidue sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Google+, Pinterest et Instagram) et sur les blogues, le duo veut faire connaître ses nouveaux produits. La majorité de ses ventes se fait d'ailleurs en ligne. «Le Web, c'est plus payant pour nous et c'est plus rapide pour les clients, souligne Joëlle Boutin. Les gens vont souvent magasiner dans les boutiques mais finissent par acheter en ligne. Surtout les nouvelles

générations! Moi-même j'adore le Web, j'ai acheté ma robe de mariée en ligne!»

Bien que son plan d'affaires est orienté vers le Web, Atelier ëdele possède tout de même des points de vente à travers le Québec, notamment à Montréal, sur la Rive-Sud de Québec et à Gatineau. L'entreprise, qui vise le marché américain, vient de conclure une entente de distribution avec un gros fournisseur là-bas.

Une nouvelle collection de «doudous philanthropiques», de laquelle un pourcentage des revenus sera versé à des causes, sera lancée cet automne. La compagnie, qui a pris le pas de l'engagement social, est partenaire de la Fondation Rêves d'Enfants et du mouvement philanthropique RAIZE, qui encourage la consommation responsable.

Nous avons interviewé Hélène Bagirishya et Joëlle Boutin dans le cadre du Festival international du startup, en juillet dernier. ■



# SPÉCIALISTE

DÉVELOPPEMENT NATIF IOS & ANDROID



**STUDIO DE DÉVELOPPEMENT WEB ET MOBILE**

Montreal | 514 800 2544 | [hello@weareinteractive.ca](mailto:hello@weareinteractive.ca)



Fabrice Renucci Photo/vidéo: Matthieu Dessureault

# Référencement payant: les conseils de Fabrice Renucci

par *Matthieu Dessureault*

**Comment mettre en place une campagne publicitaire efficace sur Google AdWords, LinkedIn Ads, Facebook Ads, ou encore Bing Ads? La question à elle seule peut donner des maux de tête à bien des gestionnaires d'entreprises. Heureusement qu'il existe des gens comme Fabrice Renucci, gestionnaire de compte au sein de Bloom Search Marketing.**

**B**loom Search Marketing offre un service de conseils aux entreprises pour les aider à optimiser leur campagne. L'agence montréalaise se spécialise sur les plateformes Google AdWords, LinkedIn Ads, Facebook Ads et Bing Ads. Vu leur technologie avancée et leur nombre grandissant d'utilisateurs, celles-ci offrent des possibilités de ciblage élaborées qui sont très intéressantes pour les compagnies. Elles se basent sur des principes d'enchères. Autrement dit, plus l'entreprise paie, plus elle a de chances que son annonce apparaisse à l'écran de son public cible. Elle peut choisir de payer au CPC (à chaque clic) ou au CPM (chaque 1 000 affichages).

Chacune des plateformes ayant ses spécificités, comment savoir laquelle convient à ses besoins? «On travaille d'une manière très stratégique avec nos clients, explique Fabrice Renucci. On s'assoit et on prend le temps de comprendre leur business.

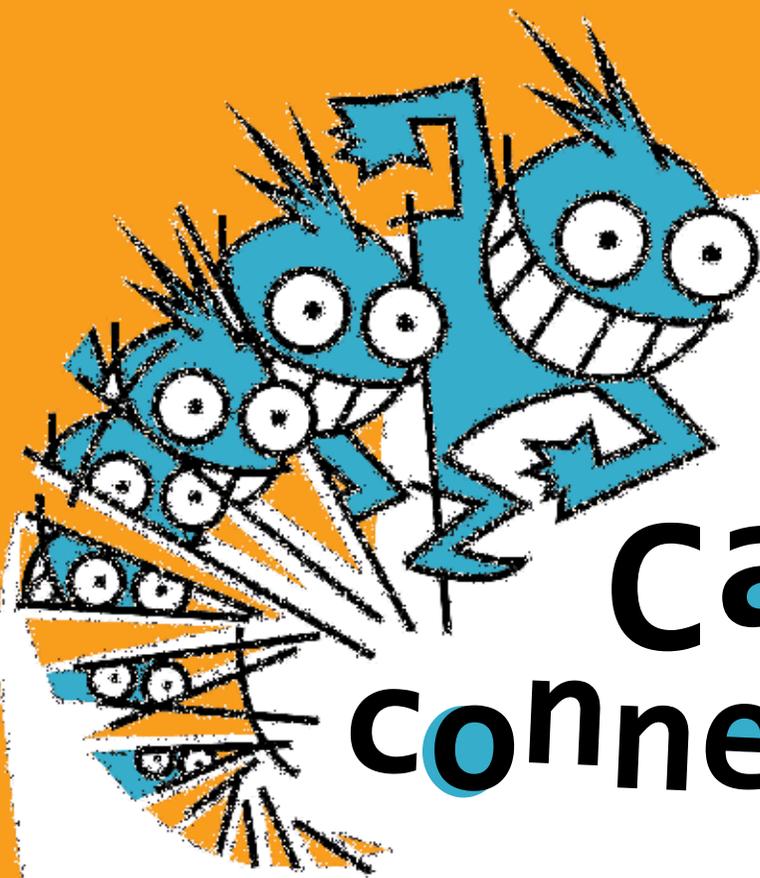
On leur pose des questions sur leurs objectifs. Par exemple, veulent-ils augmenter leurs ventes ou augmenter leur nombre d'utilisateurs? On fait un audit complet de leur site Web pour récupérer des mots clés. Des outils à l'interne vont ensuite nous permettre de trouver quels sont les mots clés pertinents sur lesquels il faudrait qu'on bid.»

À ce sujet, il n'existe pas de recette miracle, prend-il le soin de préciser. «Tout dépend de la verticale, c'est-à-dire de l'industrie de notre client, du territoire où il se trouve et de sa compétition. Parfois, on va tomber sur un marché de niche où il existe peu ou pas de compétition. Ce que l'on fait souvent avec nos clients afin de minimiser les risques, c'est de partir sur une période test de quelques semaines avec un budget très conservateur pour voir si on peut aller chercher du trafic ou des ventes qui font du sens.»

Ses conseils: «Soyez clair dès le départ avec votre but publicitaire. Quel public ciblez-vous? Soyez ouvert à apporter des changements à votre site Web. Et n'hésitez pas à partir sur une période test, c'est-à-dire que si Google AdWords ne marche pas, vous pouvez répartir du budget sur Facebook Ads, LinkedIn Ads, ou encore Bing Ads. Il faut être prêt à jouer sur toutes les plateformes.»

Outre Fabrice Renucci, l'équipe de Bloom est composée des deux cofondateurs, Martin Perron et Xurxo Xidal, des spécialistes en PPC, Jeff Johnson, Antoine Paulet et Pavel Okulov, ainsi que la coordinatrice du marketing Web, Élodie Dubrulle, et le directeur du développement des affaires, Nick Lebrun. Ils ont travaillé avec des clients qui oeuvrent dans des domaines aussi variés que les finances (Desjardins), l'alimentation (lôgo), les vêtements (Frank & Oak), le Web (BandZoogole, Smart Reno) et les médias (Protégez-Vous.ca). ■

Illustrator: Francis Desharnais



# Cartoon connection 2014

Canada • Europe • Amérique Latine

27 – 30 octobre 2014, Québec – Canada

L'événement de réseautage  
pour professionnels de l'animation

Conférences • Rencontres de co-productions • Études de cas • Classes de maîtres

[www.cartoon-media.eu](http://www.cartoon-media.eu)





David Boudreault Photo/vidéo: Matthieu Dessureault

# CycleMap, une application pour découvrir le monde à vélo

par Matthieu Dessureault

**La société Ratomic Lab veut faire de CycleMap la référence mondiale en matière d'applications mobiles pour cyclistes. Cette technologie iOS permettant de préparer ses itinéraires a déjà été adoptée par plusieurs férus du vélo à travers la planète. Nous en avons discuté avec le président et cofondateur de Ratomic Lab, David Boudreault.**

CycleMap, qui utilise les données ouvertes de plusieurs sources, répertorie les pistes cyclables de plus de 75 pays. Le cycliste peut ainsi préparer ses randonnées et trouver l'itinéraire qui convient à ses besoins, et ce, sans devoir déplier une grande carte archaïque. «L'application propose 1,4 million de kilomètres d'itinéraires. Si tu les fais non-stop sans faire le même deux fois, ça va te prendre 23 ans de ta vie!», s'amuse David Boudreault.

L'idée d'une telle application mobile provient d'Olivier Carboneau, un ancien programmeur d'Ubisoft. Il y a un peu plus de deux ans, il avait recensé une partie des pistes cyclables du Québec et des États-Unis, ce qui lui avait servi à créer un prototype d'application. En 2013, il a fait part de son projet à David Boudreault, lui aussi un ancien d'Ubisoft. Ensemble, ils ont fondé véritablement l'entreprise, l'un s'occupant de la programmation et l'autre, du développement des affaires. Au début de l'été, ils ont mis en ligne une version 2.0 de l'application sur l'App Store d'Apple. Elle a

depuis été téléchargée dans tous les pays où elle propose des itinéraires. Les blogues et les médias consacrés au cyclisme ne tarissent pas d'éloges sur la technologie de Ratomic Lab.

L'application est disponible gratuitement, mais une version PRO se vend à 4,99\$. Celle-ci propose des fonctionnalités additionnelles, comme l'élévation et la surface des pistes (asphalte, poussière de pierre, pavé, etc.), de même qu'un outil offrant une gamme plus complète d'itinéraires. L'utilisateur peut également sauvegarder ses itinéraires favoris, trouver la boutique de vélos la plus proche en cas de problème, ou enregistrer ses cartes en mode hors ligne afin d'y avoir accès lorsque la



connexion Internet fait défaut. Une version Android est actuellement en préparation et devrait être disponible d'ici la fin de l'année.

«C'est une application designée par des cyclistes, pour les cyclistes. Une fonctionnalité permet aux usagers de donner leurs commentaires, à savoir ce qu'ils voudraient voir dans l'application. C'est ainsi qu'on l'améliore et qu'on s'assure de répondre à leurs besoins», indique David Boudreault.

Ratomic Lab, qui emploie un autre programmeur, veut agrandir son équipe. La jeune compagnie de Québec est à la recherche de personnes qualifiées pour combler deux postes de programmeur. Les compétences recherchées sont: Android (Java), iOS (Objective-C, Swift), Backend (NodeJS), Database (PostgreSQL, Redis, MongoDB), Server (Unix, AWS) et Geospatial Data (PostGIS, Leaflet, Mapbox, GeoJSON et OSM). ■



RÉALISATEUR  
PHOTOGRAPHE

ELIASDJEMIL.COM

## Nouveau studio de son dans le Vieux-Montréal



Post production et  
casting de voix  
pour  
Apps, sites web et jeux vidéo



514 357-2175 • [casting@syllabes.com](mailto:casting@syllabes.com) • [www.syllabes.com](http://www.syllabes.com) • 338, St-Antoine Est, suite 207 • À deux pas du métro champ de mars



Jonathan Tremblay Photo: Alexis Gagnon

# Nicolas-Denis Robitaille, l'As des VFX

par *Matthieu Dessureault*

**Animateur 3D, infographiste, réalisateur et monteur, Nicolas-Denis Robitaille en connaît un rayon sur les effets spéciaux. Il a accepté de répondre à nos questions.**

## Le Lien MULTIMÉDIA: Quel est votre parcours?

Nicolas-Denis Robitaille: J'ai fait une formation en design de jeux vidéo et animation 3D au Centre NAD en 1999. J'ai travaillé pendant dix ans chez Ubisoft, dont un an dans les bureaux de Montréal et neuf ans à Québec. J'ai fait de la réalisation et de l'assistance à la réalisation sur plusieurs projets, comme des bandes annonces. J'ai travaillé notamment sur les deux derniers «Assassin's Creed». J'ai fait beaucoup de motion capture avec des comédiens, que ce soit à Montréal ou à Toronto, avant de traverser finalement chez Beenox.

Parallèlement, je dirige ma propre boîte de multimédia, Brainlab Productions, que j'ai fondée il y a huit ans. Je suis spécialisé dans les effets spéciaux et le compositing, mais je fais aussi de la réalisation. Je travaille beaucoup en publicité, que ce soit de corriger des trucs à l'écran ou de faire de l'intégration sur écran vert. Je fais aussi du CGI et du tracking de caméras. Je touche vraiment à tout.

## Le Lien: Votre carrière en jeu vidéo vous a-t-elle aidé à mettre sur pied cette compagnie?

N.-D.R.: Certainement! L'industrie du jeu vidéo, c'est de travailler en équipe sur de grosses productions. Avec les jeux triple A vient un souci de la qualité. J'ai appris plusieurs choses qui m'ont donné une base pour la réalisation.

Dernièrement, Expo-Québec a fait appel à votre expertise pour monter devant public un court métrage dans le cadre de son programme «Science sur le plateau». Vous n'aviez que quelques minutes pour faire de la capture de mouvements et de l'intégration d'acteurs sur écran vert. Pourquoi avoir accepté ce défi?

N.-D.R.: C'est un rush débile! C'est toujours trippant d'avoir une idée et de l'exploiter en essayant des trucs. En combinant des solutions, on arrive avec un produit intéressant. Le présenter à un public et interagir avec lui, c'est vraiment motivant. En jeu vidéo, on ne voit pas son public, même si on sait

que des millions de personnes achètent le jeu. Être ainsi sur le terrain est la meilleure façon d'avoir le poulx.

## Le Lien: Comment se prépare-t-on à un tel contrat?

N.-D.R.: On avait des scènes déjà tournées. Il suffisait donc d'intégrer les acteurs dedans en faisant un keying. Il y a eu beaucoup de travail de postproduction en amont. Au moins 70 heures de montage.

## Le Lien: Quels sont vos projets en cours ou à venir?

N.-D.R.: Je suis en écriture d'une websérie d'action militaire, sur laquelle je travaille depuis deux ans. Le titre provisoire est «The Spartans». Chez Beenox, je travaille sur plusieurs projets dont je ne peux malheureusement pas parler. On vient de terminer «Spiderman 2» et on s'apprête à lancer «Skylanders Trap Team». ■



**Courrielleur<sup>MC</sup>**

Communauté dédiée au marketing  
par courriel depuis 2002

 [www.courrielleur.com](http://www.courrielleur.com)

**L'inis**  Centre de formation agréé



C O N N A Î T R E | A P P R E N D R E | M A Î T R I S E R

# UNE EXPÉRIENCE DE FORMATION STIMULANTE

Formateurs actifs dans leur domaine  
Dépenses admissibles à la loi  
sur les compétences  
Formations offertes en entreprise

À surveiller :

- > Gestion et maintenance de sites sous WordPress, dès le 20 octobre
- > Le webdoc - Nouvelles écritures interactives, dès le 24 novembre

514 285-1840 | [inis.qc.ca](http://inis.qc.ca) | [fpc@inis.qc.ca](mailto:fpc@inis.qc.ca)

# FNC PRO



**14 > 15 > 16 OCT 2014**

à l'Agora Hydro-Québec du Cœur des sciences de l'UQAM

## LE RENDEZ-VOUS DES PROFESSIONNELS DU CINÉMA ET DES MÉDIAS

Conférences > Tables rondes > Études de cas > Réseautage

### 14 OCT

**AM** > Nouvelles plateformes et recommandation

**PM** > Technologies et Nouvelles écritures

### 15 OCT

**AM** > La coproduction internationale de projets numériques

**PM** > Les webséries québécoises

### 16 OCT

**AM** > Les tendances du transmédia

**PM** > Gamification

En collaboration avec | In collaboration with  Canada Media Fund  
Fonds des médias du Canada

Partenaire associé | Associated partner



Partenaire média | Media partner



Toute la programmation sur  
**NOUVEAUCINEMA.CA**

Contactez-nous pour connaître les tarifs de groupe  
et les tarifs réduits à [fncpro@nouveaucinema.ca](mailto:fncpro@nouveaucinema.ca)

# FNC LAB

CULTURE NUMÉRIQUE > MULTIMÉDIA

## 43<sup>e</sup> FESTIVAL DU NOUVEAU CINÉMA

8 > 19 OCT. 2014 NOUVEAUCINEMA.CA MONTRÉAL



### BANGKOK LOOPS

Performance | 16mm | 3D | Musique  
Charles-André Coderre  
+ Raphaël Demers + Roger Tellier-Craig  
**9 OCT** | 19h | Agora Hydro-Québec  
du Cœur des sciences de l'UQAM



### MOMENTUM

Performance Vidéo | Musique  
Alexandre Berthier  
**9 OCT** | 20h | Agora Hydro-Québec  
du Cœur des sciences de l'UQAM



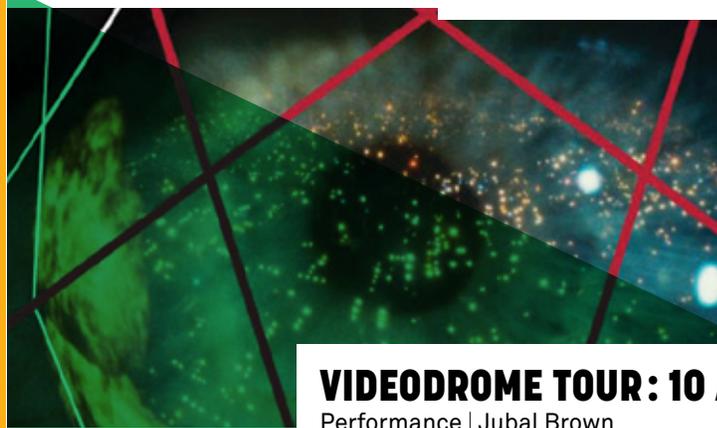
### SPACE NOISE 3D

Performance Takashi Makino  
**10 OCT** | 20h | Agora Hydro-Québec  
du Cœur des sciences de l'UQAM



### VIOLENT X | THE GLASS MAP

Performance Vidéo | Musique  
Evan Calder Williams + Taku Unami  
**11 OCT** | 17h | Salle J.A. de Sève (Université Concordia)



### VIDEODROME TOUR: 10 ANS

Performance | Jubal Brown  
+ NwodtleM + Ouananiche + Sarin  
**10 OCT** | 22h | Agora Hydro-Québec  
du Cœur des sciences de l'UQAM



### THE CRITERION COLLECTION

Performance Vidéo | Musique  
Nicole Lizée + Ben Reimer + Steve Raegle  
**17 OCT** | 20h | Agora Hydro-Québec  
du Cœur des sciences de l'UQAM

Toute la programmation sur

**NOUVEAUCINEMA.CA** magazine < CONVERG



superposition, 2012 Photo: © Kazuo Fukunaga / Kyoto Experiment in Kyoto Art Theater, Shunjuza

FNC

# Le MAC et le FNC présentent «superposition» de Ryoji Ikeda

par *Sophie Bernard*

**Le 11 octobre prochain à 19 h 30, le Musée d'art contemporain (MAC) présente, en première nord-américaine, «superposition», une performance du compositeur de musique électronique et artiste visuel japonais Ryoji Ikeda, en grande première nord-américaine. Louise Simard, responsable des créations multimédias du MAC, ne tarit pas lorsqu'elle parle de la performance et, surtout de l'artiste. Le Lien MULTIMÉDIA s'est entretenu avec elle.**

«superposition» est un projet sur la façon dont nous comprenons la réalité de la nature à une échelle de l'atome et qui est inspiré par les notions mathématiques des mécaniques quantiques, lit-on sur le site Web de Ryoji Ikeda. Les performeurs vont apparaître dans cette pièce pour la première fois, performant à titre d'opérateur/conducteur/observateur/examineur. Toutes les composantes sur la scène seront en état de superposition : sons, visuel, phénomène physique, concepts mathématiques, comportements humains et caractère aléatoire – ceci sera constamment orchestré et désorchestré simultanément en un seul morceau de performance. »

« Il s'agit d'une performance, d'une symphonie visuelle et sonore, un spectacle vivant, avec deux musiciens sur scène, précise Louise Simard. «superposition» a été commandé par le Festival d'Automne à Paris, au Centre Georges-Pompidou. Ryoji Ikeda est un artiste intéressant, un grand maître des sonorités minimalistes. Il était déjà venu à Montréal, pour l'édition 2014 de la BIAN. Il a collaboré pendant une dizaine d'années avec le collectif multimédia japonais Dumb Type. » L'artiste, qui vit aujourd'hui à Paris, s'est fait remarquer sur la scène musicale électronique avec ses enregistrements et ses concerts. En 2001, il

reçoit le prix Golden Nica du festival Ars Electronica à Linz, en Autriche. Ikeda a travaillé avec Carsten Nicolai, artiste de musique électronique allemand. Tous deux ont créé « Cyclo », qui avait été présenté en première à Mutek en 2009.

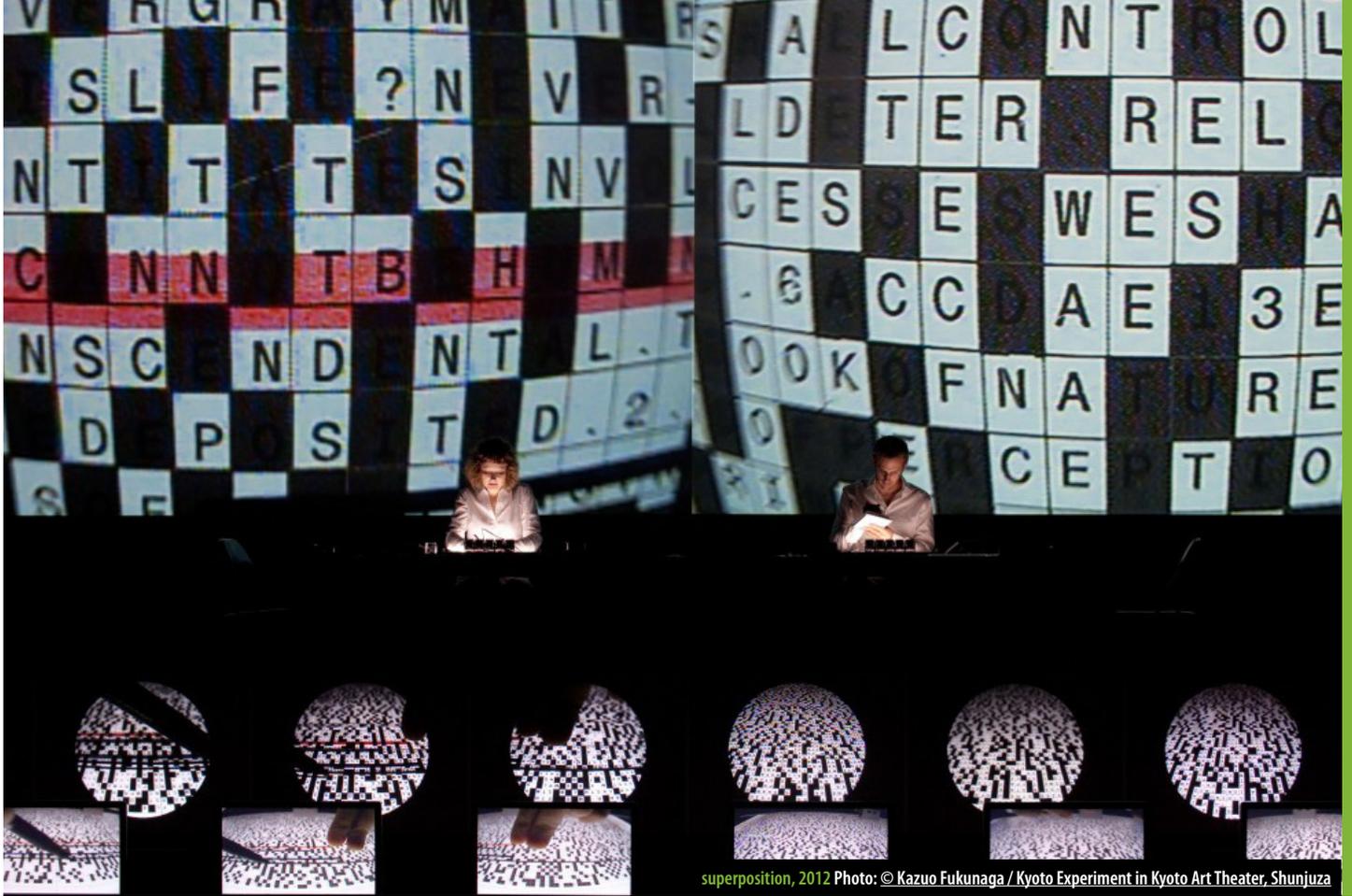
« Il s'est imposé comme un grand poète de l'ère numérique, précise la commissaire responsable des créations multimédias du MAC. Ikeda vient de la création collective et a réalisé de grands projets, entre autres au MIT à Boston, au Tate Modern à Londres, au Sónar Festival Barcelona et au Armory Park Avenue à New York. Il se dit lui-même véritablement un compositeur de musique, il aime le son dont il veut faire un tout avec la musique. Ce qui le fascine est de rendre invisible le visible, il cherche à donner à voir le son, mais est-ce que le son va injecter l'image, ou l'inverse? «superposition» provoque un souvenir sensoriel et laisse à l'esprit des images très fortes. La performance fait appel à l'oeil et à l'oreille. Cela commence tout en douceur, puis on va dans de grands moments d'intensité. Le cerveau n'a pas le temps d'analyser, toutefois, on n'est pas dans l'agression. »

« superposition » sera présenté uniquement le samedi 11 octobre prochain, au Théâtre Maisonneuve de la Place des Arts. La performance, qui débute à 19 h 30 pile, dure 65 minutes. Sur

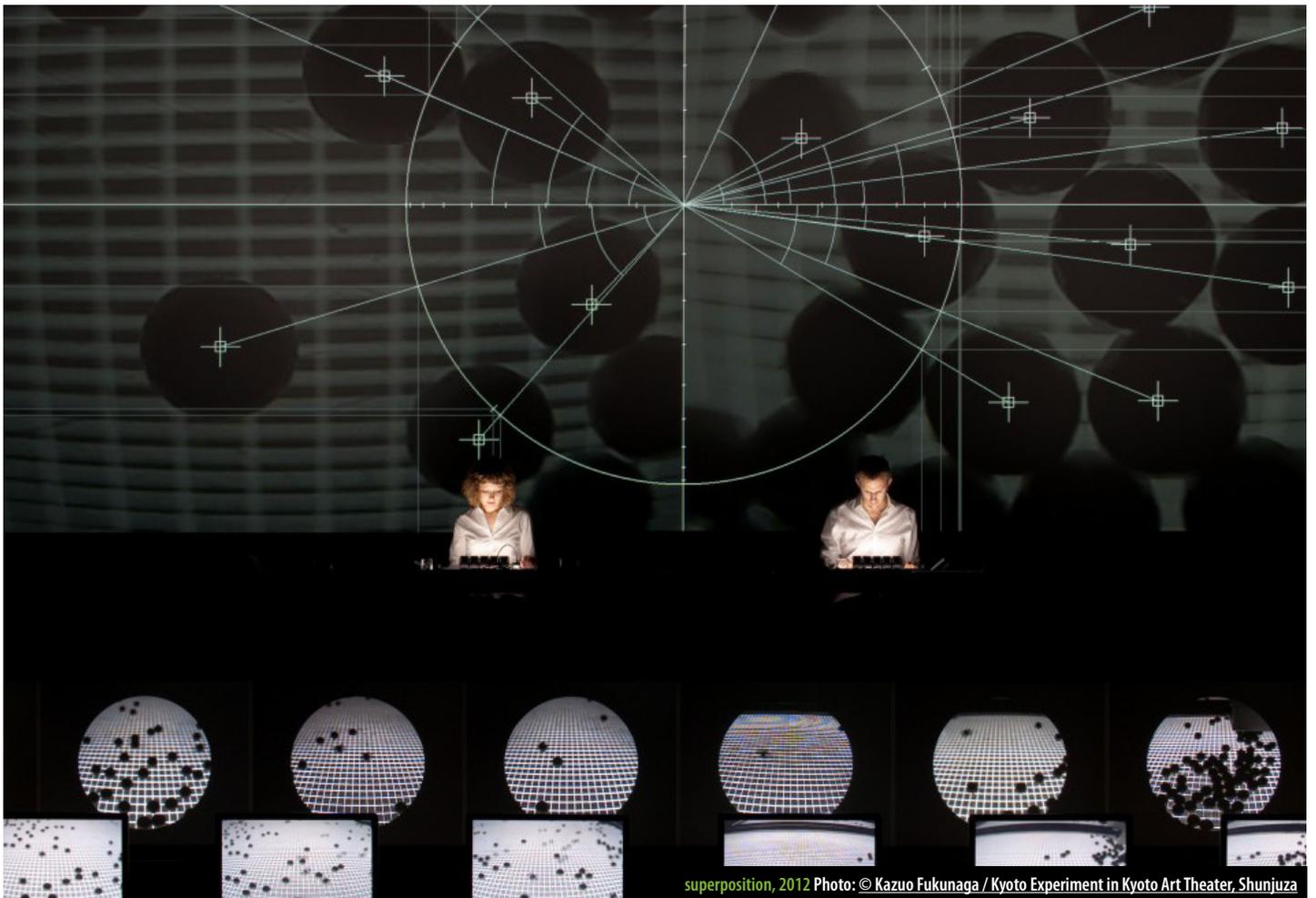
scène, deux interprètes relaieront la performance de Ryoji Ikeda, entourés de 21 écrans. Cette représentation unique est le fruit d'une collaboration avec le Festival du nouveau cinéma. « Personnellement, je suis très proche du FNC, souligne Louise Simard. Depuis quelques années, nous essayons de voir comment collaborer. Nous nous sommes rencontrés souvent et nous avons souvent discuté d'une éventuelle collaboration. Avec ce projet, nous avons eu une adhésion spontanée. Les deux organismes sont ravis. Ryoji Ikeda demeure une grande figure, cela donne une belle convergence entre le FNC et le MAC. C'est tout un défi de faire venir des productions comme celle-là à Montréal. Nous avons eu un généreux soutien de la Place des Arts, de Mutek, ELEKTRA, ainsi que des consulats de France et du Japon. » ■



Louise Simard Photo: Nat Gorry



superposition, 2012 Photo: © Kazuo Fukunaga / Kyoto Experiment in Kyoto Art Theater, Shunjuza



superposition, 2012 Photo: © Kazuo Fukunaga / Kyoto Experiment in Kyoto Art Theater, Shunjuza



«Strangers, with Patrick Watson» Photo: Félix & Paul Studio

FNC

# Félix & Paul veulent créer des expériences réellement immersives

par *Sophie Bernard*

**Félix & Paul Studio a fait les machettes en 2014, alors qu'il a offert son expérience de réalité virtuelle cinématique en 3D 360° «Strangers, with Patrick Watson», présentée à SXSW et au Tribeca Film Festival. Véritable expérience sensorielle, l'oeuvre sera présentée lors du Festival du nouveau cinéma, dans le cadre de la compétition dans la nouvelle section Nouvelles écritures. Le Lien MULTIMÉDIA a discuté avec Félix Lajeunesse de ce projet d'immersion.**

« Paul Raphaël et moi travaillons ensemble depuis des années, précise Félix Lajeunesse. Nous avons coréalisé ce projet avec Chris Lavis et Maciek Szczerbowski. Depuis plusieurs années, notre studio crée en multimédia, en installation et en cinéma. Nous avons commencé à réfléchir à des expériences immersives, de présence réelle. Cela nous a amenés à développer une technologie pour pousser un peu plus loin l'exploration, soit un système qui filme en stéréo 3D à partir d'un point de vue fixe.»

«Strangers, with Patrick Watson», une production Félix & Paul Studio et Watsonia Productions, plonge l'utilisateur, grâce à un casque Oculus Rift, dans l'univers du chanteur, en son et en image. «Toutes les données visuelles et musicales sont captées en direct, puis traitées en postproduction, précise Félix Lajeunesse. Nous trouvons intéressant de voir si le médium pouvait communiquer, rendre l'impression de la réalité de façon très proche, à l'échelle humaine. C'est assez bouleversant d'entrer dans l'univers de quelqu'un sans être physiquement là.»

Les quatre réalisateurs ont passé un moment dans le studio de Patrick Watson pour le filmer, grâce à une caméra de la hauteur d'une personne assise, avec une tête, des yeux et des oreilles. »

La première forme s'avère une expérience de huit minutes, sans construction narrative, explique Félix Lajeunesse. Et personne n'a trouvé l'expérience trop longue. En fait, la force de l'expérience ouvre sur quelque chose d'unique. Les gens qui ont vécu l'expérience ont été très touchés.»

L'équipe de Félix & Paul Studio écrit, réalise et conçoit les outils technologiques, or, développer la technologie s'avère un long processus. «Nous avons mis quelques années à créer la base du système en 3D 360°, poursuit le coréalisateur. Pour le projet "Strangers", nous avons filmé en temps réel, ce qui a été assez rapide. Nous avons posé la caméra comme s'il s'agissait d'une personne. La technique fait en sorte qu'on ne se pose plus de question sur le cadrage ou la place de la caméra. Il faut réfléchir à l'endroit où le spectateur se placera et comment il va se sentir, il y a donc une question de subjectivité

dans le positionnement de la caméra. Puis, dans le processus de postproduction, il a fallu aligner tous les signaux, les sons et les distorsions.»

Au cinéma, il y a toujours un point de vue, soit celui du narrateur, soit celui du réalisateur. En réalité virtuelle, on est toujours dans la subjectivité, les gens entrent dans l'expérience avec leur propre perception, estime Félix Lajeunesse.

«Nous devons donc réfléchir à la meilleure manière de faire pour que la personne connecte avec l'expérience, ajoute-t-il. Nous n'essayons pas de faire des films en 3D, mais bien des expériences. D'ailleurs, nous nous consacrons uniquement à ça maintenant.»

Samsung travaille en collaboration avec Oculus Rift pour développer un casque 3D grand public, le Gear VR. Félix & Paul Studio a remporté l'appel d'offres pour créer l'expérience d'ouverture de ce casque. «Nous connaissons bien les gens d'Oculus Rift, souligne Félix Lajeunesse. Ils ont de l'intérêt pour ce que nous faisons. Ce casque a d'abord été



développé pour l'industrie du jeu vidéo et ce sont des gens comme nous qui l'ont amené dans une dimension plus cinématographique. Nous avons également un projet en coproduction avec le Cirque du Soleil Média. Nous allons faire une adaptation du spectacle "Zarkana", afin d'aller dans l'univers du spectacle et créer une expérience réellement virtuelle. Nous avons également le mandat de réaliser une introduction à la réalité virtuelle pour le Note 4 de Samsung.»

Il y a quelques semaines, Phoebe Greenberg, fondatrice du Centre Phi, et Penny Mancuso, présidente, ont annoncé l'alliance du Centre Phi avec Félix & Paul Studios. Concrètement, le Centre PHI a pris une participation dans l'entreprise.

En s'associant ainsi avec cette jeune entreprise qui fait déjà parler d'elle partout sur la planète, le Centre Phi est une fois de plus à l'avant-scène des nouvelles idées et de l'innovation et est fier d'encourager le talent d'ici dans le monde émergent de la réalité virtuelle. ■



Paul Rapahél et Félix Lajeunesse Photo: Courtoisie



FNC

# «We Were Evergreen - Daughters», making of en 360° du clip «Daughters»

par *Sophie Bernard*

Présenté en compétition dans la nouvelle section Nouvelles écritures au FNC, «We Were Evergreen – Daughters», écrit et réalisé par le Français Jérôme Blanquet, offre une vision à 360° de l'arrière du décor du clip officiel de la chanson «Daughters» du groupe We Were Evergreen. Cette oeuvre révèle la deuxième chorégraphie cachée de ce tournage entièrement réalisé en plan-séquence. Le Lien MULTIMÉDIA a échangé avec Antoine Cayrol, producteur chez FATCAT FILMS.

« Je me suis intéressé à "We Were Evergreen" lorsque l'un des réalisateurs que je représente, Dominique Rocher, est venu me voir afin de réaliser le clip de leur chanson "Daughters", confie le producteur. Il avait déjà auparavant réalisé un clip pour eux et il avait une idée qui plaisait au groupe pour cette chanson, et c'est avec plaisir que j'ai décidé de produire ce clip linéaire: un plan séquence avec 20 danseuses qui faisait hommage au film d'animation des années 80 de Zbigniew Rybczyński. »

Toutefois, c'est pendant la préparation du tournage que lui est venu l'idée d'un making of interactif. Pour tourner le clip, l'équipe de FATCAT FILMS a

dû construire un décor dans un grand studio de tournage et il a paru évident à Antoine Cayrol que ce qu'il se passait en dehors du décor avait presque autant d'importance que ce qu'il se passait dans le décor du clip linéaire. Ainsi est né un concept qui permettrait à l'internaute, en temps réel, de voir ce qu'il se passait de tous les côtés du plateau.

«Le projet s'est construit grâce à l'implication de plusieurs personnes, car l'économie du clip n'est pas la plus rentable, précise le producteur. Nous faisons des clips surtout par plaisir et par envie de développer des réalisateurs et de nouvelles idées. Grâce à l'implication du réalisateur, du chorégraphe Camille Olagnier, du développeur Web Frédéric



Antoine Cayrol Photo: Courtoisie



Kreder, du réalisateur du making of Jérôme Blanquet, des danseuses et de tous les membres de l'équipe, le projet a pu se construire. Tous étaient davantage intéressés par le projet en lui-même que par l'argent. Il a donc fallu dans un premier temps répéter avec les danseuses durant une journée afin que la chorégraphie soit parfaite, puis le lendemain, la journée de tournage avait lieu. Il y avait donc deux tournages en parallèle: le tournage du clip linéaire et en parallèle, avec sept caméras GoPro, le tournage du making of interactif.»

Par le biais du making of, les utilisateurs peuvent découvrir comment le clip a été réalisé en plan-séquence. Plus important encore, selon le producteur, ils peuvent découvrir les coulisses d'un plateau de tournage, en choisissant leur angle de vue en temps réel.

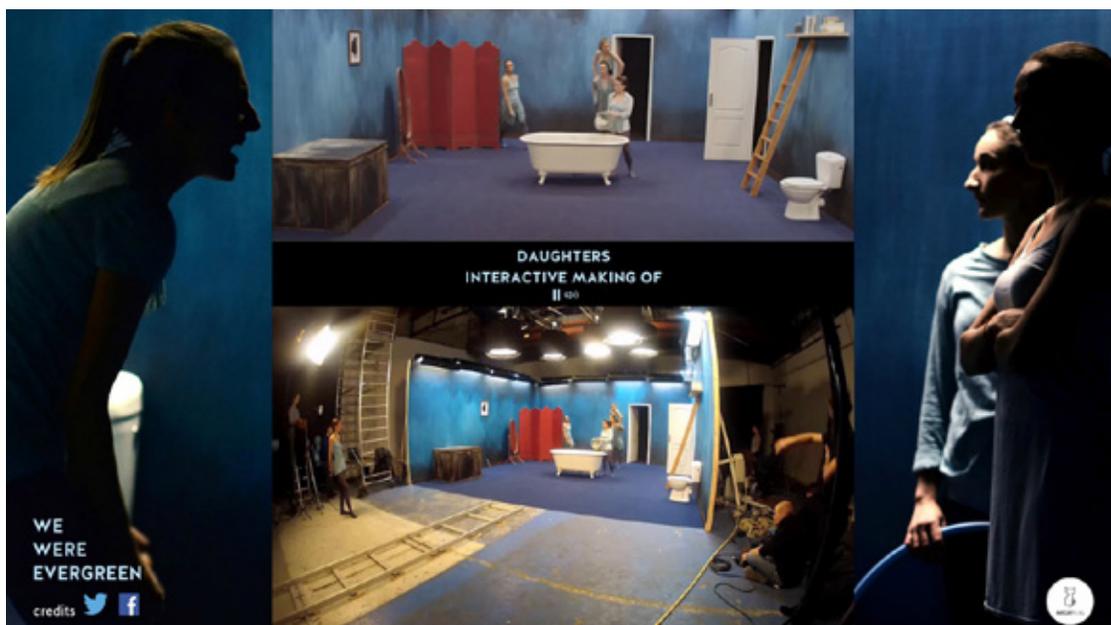
«Notre intention était de toucher un public différent que celui du clip linéaire, explique Antoine Cayrol. Un public qui peut-être même ne connaîtrait pas le groupe, mais pourrait être intéressé par une expérience

interactive autour de la musique. La seconde intention était de produire un clip interactif afin de renforcer l'idée naissante depuis 18 mois que les clips interactifs seront bientôt incontournables dans une communication numérique autour d'un artiste.»

Le développement, quant à lui, a été fait sous Flash, plutôt qu'en HTML 5, car l'équipe n'avait que peu

de temps et pas d'argent. «J'espère quelques prix lors de festival mettant à l'honneur les projets interactifs, nous venons d'ailleurs d'avoir le prix du jury au Swiss Web Program Festival. Et surtout que des internautes continuent à la visiter!», conclut Antoine Cayrol.

On peut visionner le projet à l'adresse suivante: [www.digital-cats.tv/wwe/](http://www.digital-cats.tv/wwe/). ■





«Je t'attends toujours» Photo: Courtoisie

FNC

# «Je t'attends toujours», de Clément Rièrè, joue avec les genres

par *Sophie Bernard*

À l'origine, «Je t'attends toujours» est d'abord un court métrage, scénarisé par Clément Rièrè, suivant sa découverte de l'ovniport d'Arès, le seul ovniport officiel au monde, situé dans le sud-ouest de la France. Ce lieu l'ayant intrigué, il a d'abord voulu en faire un documentaire, mais rapidement, le projet s'est transformé en une histoire plus intime, couplée à l'envie de jouer avec les genres, les images et la thématique de la croyance. Le Lien MULTIMÉDIA a discuté avec le créateur.

« Il y a d'abord eu la production du film, produit en France par Mara Films, comme un court métrage classique, financé par une chaîne de télévision, le CNC et la Région Aquitaine, raconte Clément Rièrè. Le film a plutôt bien circulé en festivals, en France et à l'étranger. Et suivant les diverses projections auxquelles j'ai assisté et, surtout, le retour du public (qui, à ma grande surprise, croyait réellement à l'histoire de Carl), j'ai eu l'idée de poursuivre un peu plus l'aventure en proposant une version interactive du film. »

Clément Rièrè s'intéresse au transmédia et aux possibilités narratives des nouvelles technologies du Web depuis longtemps. Mais jusqu'à présent, il n'arrivait pas à développer un projet précis. Là,

il avait à sa disposition des rushes non utilisés et surtout une structure narrative basée sur une enquête. Très vite, il a eu envie de tout remettre à plat et de proposer au public de reprendre le rôle de Carl et de refaire l'enquête en fouillant dans l'intégralité des archives utilisées pour le film. « J'ai développé cette idée en collaboration avec l'agence Web Graphiworks, pour qui s'était la première création transmédia, précise-t-il. Ils maîtrisent les technologies et ont su répondre à mes attentes et mes interrogations. L'idée était d'expérimenter ensemble, sans contraintes. Nous avons été satisfaits du résultat et nous l'avons mis en ligne. »

Dans l'expérience interactive «Je t'attends toujours», l'internaute peut fouiller dans

l'intégralité des archives. Il a accès à toutes les photos, toutes les vidéos (sans montages) et tous les documents présents dans le film. Comme le personnage de Carl, il peut donc se faire son propre avis sur l'impact des mystérieuses photos retrouvées dans l'appareil de Jean-Philippe. Mais, l'internaute peut également en apprendre davantage sur l'ovniport (par des liens externes) ainsi que sur le Geipan (et quelques dossiers). Il peut également participer à la suite de l'enquête: en trouvant le dernier écran (symbolisé par un rectangle rouge), il accède à une page qui lui propose de téléverser un document, une photo ou un lien qui pourrait faire avancer l'enquête. En fonction des éléments reçus, il sera tenu informé de l'éventuelle évolution de l'enquête. Une page Facebook et un compte Twitter serviront également



«Je t'attends toujours» Photo: Courtoisie



«Je t'attends toujours» Photo: Courtoisie

de relais. En fonction de l'audience réelle et des retours, l'équipe de production envisage de rajouter des écrans et proposer ainsi aux spectateurs de nouveaux contenus.

«Comme dans le film, l'idée était de continuer à brouiller les pistes en fiction et réalité et laisser le spectateur faire son choix: ai-je envie de croire à cette histoire?, poursuit Clément Rièrè. Les spectateurs rencontrés après les projections en salle étaient souvent frustrés de la fin ouverte du film et souhaiter en savoir plus. C'est vraiment pour eux que j'ai développé cette version interactive du film. L'idée était aussi de prolonger l'univers du film et proposer une version éclatée. Étant monteur de

profession, je trouvais que le principe de navigation mis en place correspondait à une nouvelle façon, originale et pertinente, d'appréhender une histoire, une autre façon de faire son propre film, en totale liberté.»

Le réalisateur est tellement surpris et ravi de voir que le projet circule et soit vu. «Je t'attends toujours» a remporté le prix du Jury au Web Program Festival de la Rochelle (catégorie Web fiction). Il sera présenté, dans la nouvelle section compétitive Nouvelles écritures, au Festival du nouveau cinéma.

«J'espère avoir l'opportunité de produire de nouveaux contenus pour faire encore durer le

plaisir, réfléchit Clément Rièrè. C'est aussi ma première réalisation transmédia et j'espère pouvoir en réaliser d'autres. Me confronter à ces nouvelles technologies d'une manière concrète et sans contraintes a été une révélation. J'ai la chance de pouvoir compter sur le talent de l'équipe de Graphiworks, avec qui je travaille sur d'autres projets. C'est un superbe territoire, il y a tellement à faire, tellement de choses à expérimenter.» ■

[www.jetattendstoujours.com](http://www.jetattendstoujours.com)



«Catacombes» Photo: Courtoisie

FNC

# Victor Serna s'intéresse aux catacombes parisiennes

par *Sophie Bernard*

**C'est lors d'un voyage en train, en 2010, alors qu'il montait à Paris pour suivre le programme Erasmus, que Victor Serna a fait la rencontre d'un certain Nounours, un cataphile ayant, à ce moment-là, sept ans d'expérience dans les entrailles de Paris. Le jeune espagnol fait sa première visite des catacombes, sachant que ce ne serait pas la dernière fois. «J'ai donc décidé de suivre ces cataphiles pour mieux comprendre ce qui se passe sous terre», confie-t-il au Lien MULTIMÉDIA.**

« Nous avons mis trois ans à construire le projet, précise Victor Serna, la première en préproduction, avec du repérage et beaucoup de prises de photos lors de mon année Erasmus à Paris. Les deux suivantes, nous avons effectué plusieurs aller-retour entre l'Espagne et la France, pour continuer à filmer et mettre au point les différents épisodes. Puis, nous avons fait du travail de bureau: postproduction et mise au point des interactions.»

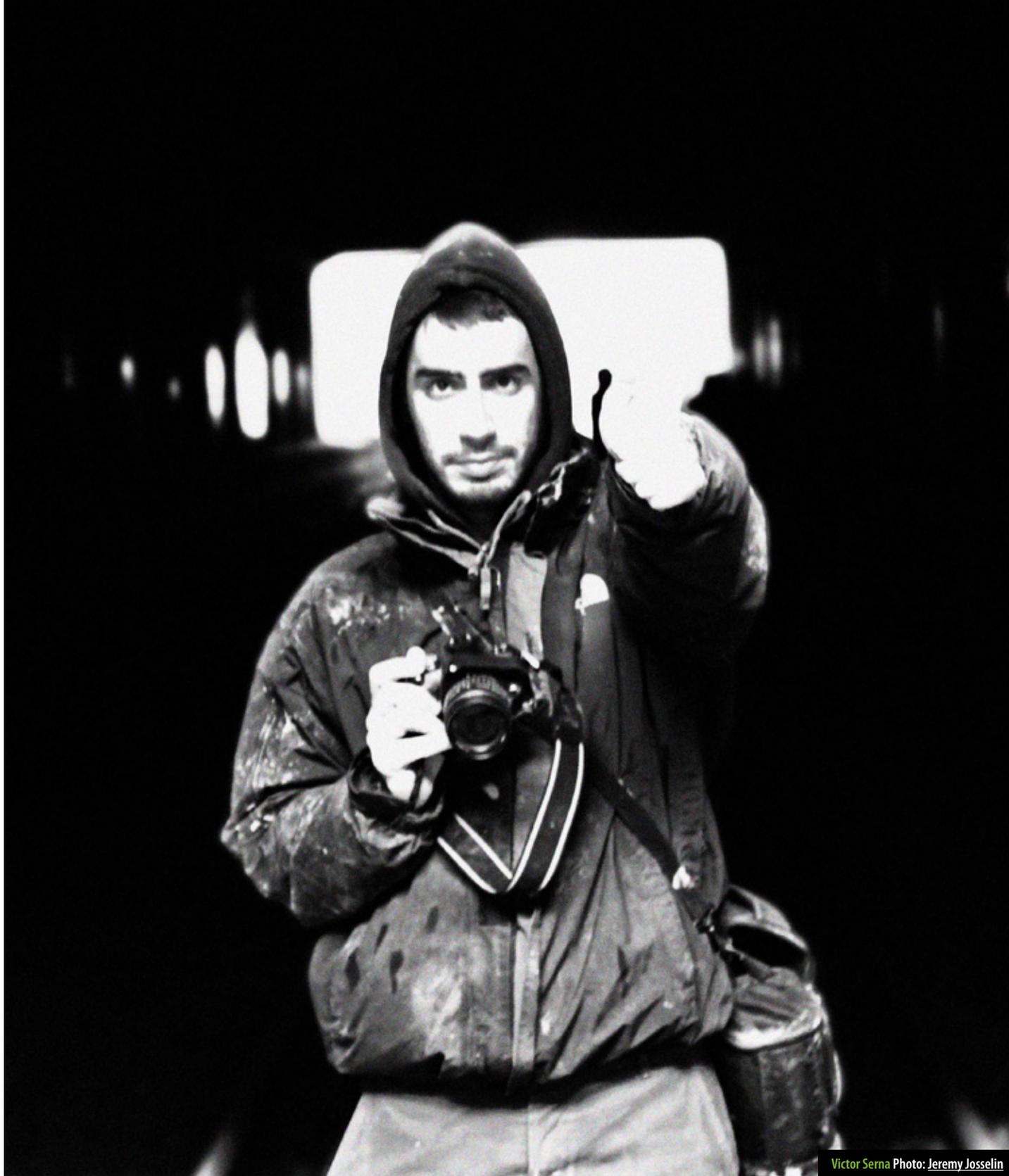
Le webdocumentaire Catacombes propose un modèle de documentaire dans lequel le spectateur crée sa propre histoire. Il a la possibilité de tracer son propre chemin dans l'univers des Catacombes de Paris. Si beaucoup de gens connaissent le musée officiel des Catacombes à la Place Denfert-Rochereau, il demeure difficile d'accéder à la partie interdite des catacombes de Paris. L'utilisation de ces catacombes interdites a beaucoup évolué

au fil des ans. Dans les années 1980, les groupes de jeunes alternatifs redécouvrent les accès à ces galeries et commencent à les explorer. Cet espace inoccupé chargé d'histoire devient un lieu de rencontres, de création artistique et de fête. Avec le temps, le lieu devient attractif et un grand nombre de personnes y descendent. Les visiteurs dessinent leurs propres plans des souterrains, s'organisent et créent leur propre culture avec des codes et un langage bien définis. Ces personnes constituent les premiers groupes de cataphiles, des passionnés des catacombes. Avec eux renaît une ville de Paris, un monde parallèle. Catacombes Historias del subsuelo de Paris permet d'expérimenter un voyage dans un monde parallèle, sans bouger de chez soi.

«Chaque fois que l'on descend dans les catacombes, on ne peut pas prévoir à 100% notre chemin, précise Victor Serna. C'est pour ça que nous avons

décidé de faire un webdocumentaire interactif. Pendant le visionnage des épisodes, le spectateur interagit avec le documentaire. On lui offre la possibilité de choisir des chemins alternatifs rendant unique le visionnage final. Une expérience similaire à celle qu'il pourrait avoir dans les vraies catacombes lorsque le visiteur choisit son chemin. Celui qui pénètre dans les catacombes peut voir quatre salles différentes, se perdre sous terre, en sortir et y réentrer de manière différente à chaque visite.»

Le webdocumentaire prend forme grâce à Klynt, une application d'édition et de publication de documentaires interactifs, créée par la société de production française Honky Tonk Films. Elle a permis à l'équipe de créer un contenu interactif sans utiliser de code. «Nous avons aussi utilisé YouTube, car nous croyons que les outils gratuits proposés par Internet doivent être également



utilisés pour créer, précise le réalisateur. Il en résulte la création de divers chemins narratifs, dans lesquels le spectateur se transforme en créateur, avec la liberté de générer son propre cheminement visuel.»

Le webdocumentaire est écrit et réalisé par Victor Serna, avec Sofia Tatay à la scénarisation. La

production est signée Victor Serna, Mehdi Hajjaji, Mercé Aldomar et la maison de production de Valence Barret Films. «Catacombes a été réalisé avec un budget zéro, lance le réalisateur. Et quand je dis zéro, c'est zéro. Pas d'aides, pas de subventions, etc. C'est à cause de ça que chaque fois que quelqu'un nous informe que notre webdoc a été sélectionné dans un festival, c'est comme un prix

pour nous! Ma copine et moi avons quitté l'Espagne et, maintenant, nous habitons et travaillons à Paris, où nous continuons de descendre sous terre. Pour nous, le projet demeure toujours ouvert, car les catacombes sont toujours là, et le monde parallèle ne s'arrête pas. Pour la suite des choses, nous allons continuer à faire bouger le webdoc avec nos moyens!» ■



«Catacombes» Photo: [Courtoisie](#)



«Catacombes» Photo: [Courtoisie](#)



# 43<sup>e</sup> FESTIVAL DU NOUVEAU CINÉMA

8 > 19 OCT. 2014 NOUVEAUCINEMA.CA MONTRÉAL

© Jarek Puczel

**#FNC2014**



Elaine Sheldon Photo: Elle Effect

FNC

# «Hollow», un regard interactif sur l'Amérique rurale

par *Sophie Bernard*

**Documentaire interactif et participatif, «Hollow» examine la vie de l'Amérique rurale à travers les yeux des citoyens de McDowell County, en Virginie de l'Ouest, combinant des portraits vidéo, des données visuelles, des photos, des paysages sonores, du contenu généré par la communauté et de la cartographie de base afin de donner vie à ces histoires en ligne. Le Lien MULTIMÉDIA a échangé avec Elaine Sheldon, directrice du projet à quelques jours de sa venue à Montréal pour le Festival du nouveau cinéma.**

« En 2009, un collègue journaliste du Charleston Daily Mail est tombé sur une étude produite par le West Virginia University's Business & Economics College qui documentait les villes mourantes et réanimées de la Virginie de l'Ouest, raconte Elaine Sheldon. Les chiffres alarmants ont capté mon attention: les 10 villes incorporées dans le comté de McDowell se trouvaient sur la liste des villes mourantes. Elles perdaient leur population à un taux si alarmant que les démographes étudiant cette zone prédisaient qu'elles disparaîtraient complètement. Comme j'ai grandi juste à côté, dans le comté de Logan, j'ai trouvé la situation alarmante. Qu'est-ce que cela dit sur nous, comme société, qui laissons mourir des villes? »

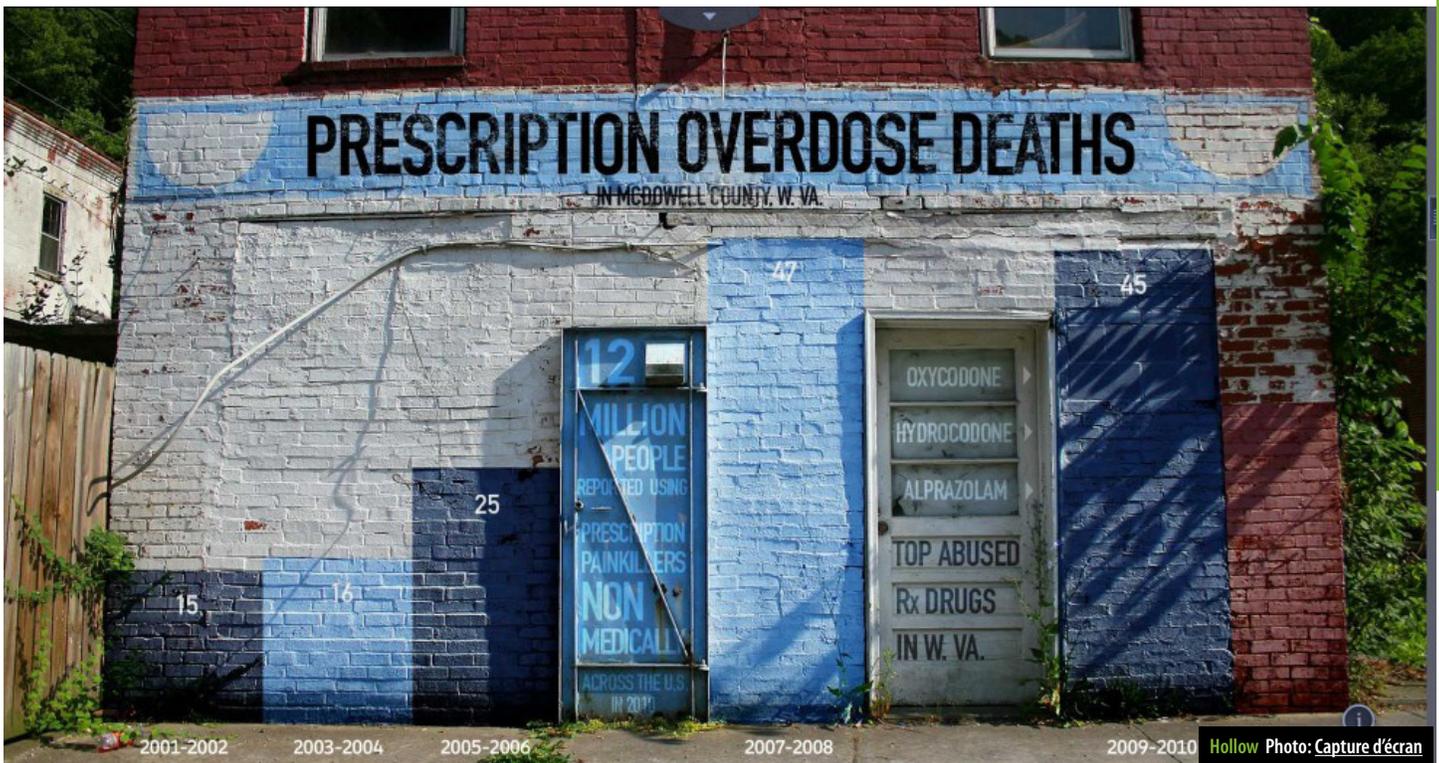
La réalisatrice s'est rendue dans le comté de McDowell en 2011, avec l'idée de faire un documentaire linéaire qui raconterait le drainage

de cerveaux ruraux aux États-Unis. Après quelques heures, elle a pris conscience qu'il serait impossible de raconter cette histoire dans un film de 75 minutes. Il fallait, pensait-elle, que l'histoire soit portée par toute la communauté, et non seulement par un réalisateur, dans un projet qui devait comprendre d'autres éléments que de simples images. « La lumière s'est allumée dans ma tête et je me suis dit: qu'est-ce qui se passerait si nous refusions l'idée que ces communautés disparaissent, mais plutôt inspirer les habitants à travailler ensemble pour changer de direction et est-ce que cela est possible à travers les outils des nouveaux médias », raconte la réalisatrice.

La forme interactive a permis à l'équipe de production de créer une expérience participative et à facette multiple. Elle a réussi à recréer l'environnement et les citoyens en ligne afin que les usagers puissent personnaliser leur expérience

avec les résidents. L'expérience Web est signée Jeff Soyk, le designer et architecte de «Hollow». «Hollow» trouve un équilibre entre l'expérience linéaire et non linéaire en offrant une série d'environnements narratifs. « Ces environnements offrent une série de portraits intimes des gens du comté de McDowell », ajoute Elaine Sheldon. Les utilisateurs peuvent explorer le contenu, généré par les réalisateurs et la communauté, à leur propre rythme en utilisant le défilement parallaxe, tout en vivant une expérience sonore cinématique, débloquant du contenu additionnel et déclenchant des interactions supplémentaires. Même si «Hollow» propose un voyage linéaire, les usagers sont encouragés à explorer à volonté afin de découvrir le contenu qui les intéresse. »

«Hollow» a été nommé pour un News and Documentary Emmy et pour un Adobe Cutting Edge's Project of the Year. L'équipe continue de



travailler avec les résidents et demeure connectée avec les changements sur le terrain. «Des énergies et des fonds ont été alloués à McDowell par des ressources externes qui ont découvert l'endroit grâce à "Hollow" et nous espérons que cela va continuer, précise la réalisatrice. Nous avons présenté le projet

plus de 50 fois aux États-Unis et en Europe. Nous sommes très excités de l'amener au Canada!»

Outre Jeff Soyk, Elaine Sheldon a travaillé avec Tricia Fulks (productrice associée et chercheuse), Robert Hall (directeur technique et développeur senior),

Sarah Ginsburg (éditrice), Kerrin Sheldon (éditeur) et Billy Wirasnik (designer sonore). Le projet a été financé par le Tribeca Film Institute New Media Grant, le West Virginia Humanities Council et par une campagne Kickstarter. ■



Richard Olivier

Yaël André

FNC

# «SYNAPS», de Yaël André, plonge dans les souvenirs

par *Sophie Bernard*

Au départ, il y eut le film «*Quand je serai dictateur*», le projet d'une non-autobiographie dans lequel Yaël André explorait les souvenirs. La réalisatrice et productrice de cinéma belge a accumulé une centaine d'heures de films de famille ou de vacances en 8 mm et en super-huit qui avaient fini à la poubelle. Puis, Yaël André a imaginé un projet où les internautes pourraient retrouver leurs souvenirs perdus. Le Lien MULTIMÉDIA a échangé avec elle, avant sa venue à Montréal dans le cadre du Festival du nouveau cinéma.

À travers une expérience interactive en ligne, «SYNAPS» propose à chacun de se recomposer des «souvenirs» en sélectionnant, puis en assemblant des images Super 8 des années 40 à aujourd'hui, tirées de nombreux rushes du film «*Quand je serai dictateur*». En jouant avec 400 scènes de souvenirs, 2 heures de Super 8 archivées organisées selon 4 thèmes et 19 sous-thèmes, 64 minutes de musique réparties en 25 airs et 7 ambiances, le projet propose de voyager dans un cerveau, le long des synapses et arborescences de la mémoire. En associant ces scènes entre elles, l'internaute peut recomposer un souvenir, l'associer à une musique, lui adjoindre un titre et un message et l'envoyer à des proches sous forme de carte postale vidéo.



© Yaël André 2013

«Dans la centaine d'heures d'images amateurs que nous avons récoltées pour «*Quand je serai dictateur*», il y avait trop pour faire un film, mais ce trop-plein était parfait pour créer par ailleurs

un labyrinthe visuel, celui d'un webdocumentaire, explique Yaël André. Grâce à ce trop-plein est né

le désir que cette matière précieuse revienne à la lumière en retrouvant une actualité réinventée au



jour le jour par les internautes. Que ces instants volés à la poussière, à l'oubli et aux poubelles deviennent un éternel présent...»

Son intention était de faire en sorte, grâce à «SYNAPS», qu'on puisse s'emparer d'images du passé, ces images en Super 8 (des images quasiment «mortes», car le plus souvent jetées aux poubelles ou aux puces). «Qu'on puisse s'emparer de ces images donc pour en faire quelque chose de vivant et de neuf me semblait une idée intéressante. Tout le projet de «SYNAPS» repose sur ce rapport iconoclaste au passé: ne pas construire un temple au souvenir, mais une ode au présent (sans nier la force et la saveur du passé...), précise la réalisatrice. Que ces images Super 8 puissent livrer toute leur force de présence et être porteuses de messages entre gens d'aujourd'hui. Nous avons appelé ça «envoyer une carte postale en super 8», c'est-à-dire créer un souvenir en Super 8 sur Synaps et l'envoyer à un ami ou à sa chérie en y ajoutant son message: «Joyeux anniversaire!», «Tu viens me chercher?» ou «N'oublie pas d'acheter du gigot»...»

Le site «SYNAPS» s'articule comme une vraie mémoire: les souvenirs s'effacent avec le temps s'ils ne sont pas assez regardés, ou assez votés. Il faut donc partager son souvenir, en créer d'autres, pour ne jamais les laisser disparaître. Une partie collaborative, plus axée sur le souvenir récent, postée de manière instantanée sur Instagram et



Vine, se greffe de manière indépendante au projet «SYNAPS».

«Pour le moment, le film «Quand je serai dictateur» et le webdoc «SYNAPS» — qui en est issu — tournent beaucoup en festivals (Taiwan, Ankara, Athènes, Nantes, Rennes, Strasbourg, Nancy... Prix Europa à Berlin, etc.). C'est un gros travail en soi de les accompagner!, confie Yaël André. Mais pour «SYNAPS», j'espère pouvoir mettre en ligne de nouvelles scènes de souvenirs prochainement (ce sera une question de budget). Nous avons aussi une idée de jeu sur SYNAPS avec les souvenirs qui

devrait être lancée d'abord avec des réalisateurs amis et puis avec tout internaute qui aurait envie d'y participer. Nous devons également améliorer la version iPad de «SYNAPS». Il était également question d'organiser un «concours de souvenirs» sur le site, etc. Tout ça est en travail et en discussion avec mes partenaires de production: «SYNAPS» se prête encore à pas mal de rebondissements...»

Le webdocumentaire de Yaël André est produit Morituri, Pan! et ARTE. Il sera présenté dans la nouvelle sélection compétitive Nouvelles écritures au FNC. ■



FNC

# Vincent Morisset et AATOAA présentent «Just a Reflektor»

par *Sophie Bernard*

À l'automne 2013, Arcade Fire lançait «Reflektor», quatrième album du groupe montréalais. Ce lancement était accompagné d'une vidéo interactive, «Just a Reflektor», signée Vincent Morisset, une coproduction AATOAA, Unit9 et Google Creative Lab. Depuis, la vidéo a fait le tour des grands événements et a récolté bon nombre de prix. Elle est en compétition dans la nouvelle section compétitive Nouvelles écritures au Festival du nouveau cinéma. Le Lien MULTIMÉDIA a rencontré le créateur.

L'aventure commence alors qu'Aaron Koblin, de Google Creative Lab, approche Vincent Morisset avec l'idée de travailler à un projet de connectivité inter-fureteur, qui utiliserait un téléphone intelligent et un ordinateur pour échanger des données. Ce dernier, ami des membres d'Arcade Fire de longue date, avait déjà signé un film activé par la danse, SPRAWL2.COM et Studio AATOAA avait conçu le visuel du disque «The Suburbs» d'Arcade Fire. Tous les astres semblaient alignés pour une collaboration entre tout ce beau monde. «L'idée consistait à transformer le téléphone intelligent en un objet analogue, comme un projecteur», précise Vincent Morisset.

Le vidéoclip a été tourné moitié en Haïti, pendant le carnaval de Jacmel, et moitié en studio, à Montréal. Les costumes des personnages, dont la danseuse et chorégraphe Axelle Munezero, personnage principal du clip, étaient munis de capteurs de mouvement. L'utilisateur, par le biais

de son téléphone intelligent et de la webcam de son ordinateur, peut donner des effets de distorsion au clip, comme un gyrophare. «C'est une sorte de métaphore sur la perception entre l'ombre et la lumière, on se retrouve dans la caverne de Platon, on passe de l'autre côté du miroir, explique Vincent Morisset, qui nous avait donné le film pour ordinateur "Bla Bla" en 2011. L'utilisateur devient le marionnettiste des personnages.»

La chanson «Just a Reflektor» traite du côté narcissique de l'être humain, dans un monde de selfies et d'avatar, un beau terrain de jeu pour Vincent Morisset et son équipe. «J'ai écrit un récit inspiré des paroles de la chanson, note-t-il. J'ai voulu créer une mise en abîme, un contraste entre l'environnement personnel et réel. Caroline Robert a développé le visuel de l'album et Renata Morales a créé les costumes. Avec l'équipe, nous avons expérimenté pendant un an pour développer la technologie. Nous avons fait beaucoup de tests physiques avant de nous occuper du code. L'idée

était que les utilisateurs oublient la technologie. À la fin de la vidéo, spontanément, les gens ont commencé à faire une saisie d'écran de leur propre image et à les mettre sur les réseaux sociaux.» À noter, tout le code se trouve gratuitement en ligne, en source libre. Vincent Morisset estime qu'on peut utiliser la technologie dans d'autres domaines, sport, fiction ou jeu vidéo. «Nous avons créé une interface organique», souligne-t-il.

«Just a Reflektor» a récolté moult prix depuis sa sortie dont un Emmy Award, un Webby, un SXSW Interactive Award, un Art Directors Club Tomorrow Award et un Lion de bronze à Cannes. Il a été présenté dans de nombreux événements et musées, de Taiwan, en passant par Amsterdam, Londres, Séoul, Paris, Sao Paolo et Tokyo. Ont également travaillé sur le projet, pour l'équipe québécoise, Édouard Lancôt-Benoit comme développeur créatif, Brandon Blommaert aux effets spéciaux, Mathieu Laverdière comme directeur photo, Nicolas Roy au montage et Sach



«Just a Reflektor» Capture d'écran

Baylin-Stern (Antler Films) à la production du tournage

«Je fais ce genre de création depuis la fin des années 1990, rappelle Vincent Morisset. On peut dire que je suis pionnier dans le domaine. J'ai toujours voulu raconter des histoires différemment. On sent, de plus en plus, une ouverture du public aux nouvelles formes de narration et nous continuons à pousser, entre autres avec le Manifeste pour les nouvelles écritures. Nous voulons prouver, avec chaque projet, que les gens aiment ces productions. Nous devons ensuite voir comment développer un programme de financement au diapason avec notre réalité. Évidemment, en période de coupures, ce ne sera pas facile, mais ça ne peut être pire qu'aujourd'hui, alors qu'il n'y a rien. Le Web est la plateforme des jeunes, on le sait. Ce n'est pas un absolu, mais cela fait partie des options. Nous devons aller davantage vers des projets d'auteurs.» ■



Vincent Morisset et l'équipe de production Photo: Caroline Robert



6.0-M.-doorway Photo: Courtoisie Tedi Tafel

## ESCALES IMPROBABLES

# Avec «Everyday», Tedi Tafel contourne les normes

par Justine Baillargeon

**Chorégraphe, Tedi Tafel ne propose rien qui ne puisse se conformer à la danse classique. Du 6 au 19 septembre, «Everyday» met en scène deux marches quotidiennes situées dans les quartiers Ville-Marie et Villeray – Saint-Michel – Parc Extension. L’objectif est d’intégrer la performance dans le quotidien des gens. Voilà pourquoi la 3e édition de sa série de performances improvisées a trouvé une place dans les Escales improbables, le rendez-vous des arts sans frontières. Nous nous sommes entretenus avec la Montréalaise.**

La performance expérimentale peut sembler abstraite pour certains, et Tedi Tafel en est consciente. Toutefois, l’intention de l’artiste est claire. Elle espère faire prendre conscience au spectateur des codes auxquels il faut constamment se conformer en société, en plus de lui permettre d’admirer la beauté de son quotidien. «On ne fait pas des choses que pour faire des choses, explique-t-elle. Pour moi, ça vient vraiment d’une recherche sur le mélange de l’art et de la vie.» Par ses marches engagées dans un quartier de la métropole, elle cherche à briser les normes. Selon elle, c’est aussi une façon agréable de découvrir un quartier comme on ne l’a jamais vu auparavant.

Ce qui déroge aussi des conventions, c’est que le nombre de spectateurs de ses marches est le même que le nombre d’interprètes. En effet, une marche qui dure environ 50 minutes n’est offerte que pour une personne à la fois. Il faut donc prendre le temps de s’inscrire en ligne,

après quoi la chorégraphe rencontre la personne afin de lui expliquer le projet. Le spectateur doit alors suivre un des cinq performeurs du projet. «Il doit être prêt à embarquer dans l’aventure.» Tedi Tafel affirme vouloir créer une relation d’intimité entre les deux, afin que le spectateur soit touché émotionnellement dans la performance.

Le performeur prend le temps de s’arrêter devant les petits spectacles de la vie tout au long de la promenade. Il joue également avec la conformité des gestes. Tedi Tafel donne l’exemple d’un pas de marche qui serait exagérément lent, ou de s’asseoir tout simplement dans un endroit inapproprié. «Je cherche aussi à montrer à quel point on est codifié dans la vie, poursuit-elle. Nos choix sont tellement décidés et unifiés. La vie quotidienne peut être bien plus belle et joyeuse qu’elle ne l’est. Je crois que l’art a un rôle à jouer là-dedans.» Les déplacements servent principalement à se rendre d’un point à un autre. Les promenades d’«Everyday» ont un enjeu plus profond. Elle espère inciter ses participants à

être plus présents, alors que de nos jours on est plus absents que jamais.

Tedi Tafel travaille actuellement à un projet de documentaire «Everyday» qui s’inspirerait de quelque deux cents marches auxquelles elle a assisté. Pour lui prêter main-forte, elle a fait appel aux plumes des écrivains Chad Dembski, Caroline Loncol-Daigneault et Guy Cools. Elle aimerait finaliser le projet au cours des prochains mois, afin de le rendre accessible au plus grand nombre de personnes possible. «Je crois que le milieu est en train de changer, réfléchit-elle. De plus en plus de gens cherchent à explorer d’autres formats, on s’est lassé des grosses productions.»

Tous les dimanches, Tedi Tafel enseigne l’art du mind/body au Studio Pigeons International. Une danse d’inspiration japonaise qui exige une présence complète du corps et de l’esprit, ce qui va de pair avec le message qu’elle souhaite transmettre. ■



Everyday de Tedi Tafel Photo: Courtoisie



Leslie lying Photo: Courtoisie Tedi Tafel



Autour de la table Photo: Escales improbables

## ESCALES IMPROBABLES

# Loïc Touzé présente «Love» et «Autour de la table» à Montréal

par Justine Baillargeon

**C'est pour son projet «Autour de la table» réalisé avec Anne Kerzerho et sa pièce «Love» cosignée avec Latifa Laâbissi que le danseur et chorégraphe Loïc Touzé est de passage à Montréal. Les deux premières canadiennes ont eu lieu dans le cadre des Escales improbables de Montréal: rendez-vous des arts sans frontières. Nous avons rencontré l'artiste.**

**A**près une formation en danse à l'école du Ballet de l'Opéra de Paris, Loïc Touzé a délaissé ses origines classiques pour s'intéresser à la Nouvelle Danse, qui prend ses ailes dans les années 1980. Il se met alors à créer ses propres chorégraphies. «Selon moi, affirme-t-il, ma première vraie pièce est "Love". C'est la première fois que j'ai eu un regard complètement extérieur puisque je n'y suis pas l'un des interprètes.»

Cosignée avec Latifa Laâbissi, «Love» demande une implication importante du spectateur. En un peu plus d'une heure, la pièce met en scène six interprètes internationaux qui dansent, le visage peint en blanc et les lèvres, en rouge. Sans musique, sur un fond de toile de couleur unie, Loïc Touzé prend soin de laisser tout l'espace à l'imagination du spectateur. «Ce qui m'intéresse plus que tout est ce qui se joue dans l'espace entre celui qui fait et celui qui voit.» «Love», dont la première édition a eu lieu en novembre 2003, est devenue la carte de visite du chorégraphe.

C'est toutefois grâce à «Autour de la table» que Sylvie Teste, directrice artistique des Escales improbables, a pressenti le chorégraphe. La pièce est en parfaite harmonie avec les objectifs premiers de son festival qui consistent à abolir les barrières entre l'interprète et le spectateur. Conçu avec Anne Kerzerho, l'événement «Autour de la table» propose une formule qui sort de l'ordinaire. Pour atteindre leur objectif, ils se sont associés à un groupe d'artistes montréalais qui les ont aidés

dans leur cheminement. Le défi est de trouver des Québécois qui seront leurs récitants.

Selon Loïc Touzé, le danseur a une connaissance très approfondie de son corps. Afin d'augmenter ce savoir, il a voulu puiser au sein même de la société pour découvrir les compétences corporelles que les autres métiers offrent et que les danseurs n'ont pas. Garagiste, boulanger ou chirurgien, tous ont un rapport unique avec leur corps. Ensemble, ils construisent un récit qui sera par la suite partagé à la table avec le public, qu'ils appellent les contributeurs puisqu'ils participeront à l'oeuvre. «Ce qui est très important pour moi dans le travail, c'est la collaboration. Mon métier, ce n'est pas simplement d'être danseur et chorégraphe. C'est de penser comment la question du chorégraphique peut s'infiltrer dans les divers espaces.»

Assis autour d'une des dix tables qui se trouvent dans la salle, le contributeur écoute le discours d'un des récitants pendant 11 minutes. Après quoi, il peut lui-même interagir et nourrir la conversation. Au bout de trois tours de piste, les tables sont retirées et la musique prend la relève. «C'est moins sur la question de la découverte des métiers que sur le partage des récits, précise Loïc Touzé. L'équipe montréalaise a été d'une immense finesse pour la compréhension des enjeux du projet.» La pièce collective a déjà été présentée dans les villes d'Istanbul, de Nantes, de Berlin, de Buenos Aires et d'Athènes, dans leurs langues respectives.

«Autour de la table» était présenté le 8 et 9 septembre à l'Agora de la danse de Montréal. La première de «Love» a eu lieu le 10 septembre au même endroit, en reprise le 11. Loïc Touzé vise la ville de Lisbonne pour la future édition d'«Autour de la table». Il aimerait aussi réunir tous les récits recueillis au cours des années afin de les rendre accessibles à tous par le biais d'un site Internet. Les deux projets ont obtenu l'aide de l'opération FRIMAS 2014 qui soutient les nouvelles générations de créateurs français au Québec. ■



Loïc Touzé Photo: Justine Baillargeon



Love Photo: Loïc Touzé



Love Photo: Loïc Touzé



Lancement du MAPHAVE #EIM2014 Photo: cc Julie Boillot-Savarin

## ESCALES IMPROBABLES

# Sylvie Teste fière de son rendez-vous des arts sans frontières

par Justine Baillargeon

**Cofondatrice et directrice artistique des Escales improbables de Montréal, Sylvie Teste a tenu cette année la 11e édition du festival. Les Escales improbables se donnent le mandat d'abolir les frontières, à tous les points de vue. Des artistes d'ici et d'ailleurs se côtoient dans une programmation riche convenant à tous les goûts. Qu'il s'agisse des arts de la scène, des performances, des arts visuels ou de la danse, toutes les barrières peuvent être franchies.**

« Nous essayons de chercher d'autres voies pour mettre en relation des oeuvres, des artistes et des gens », explique Sylvie Teste en entrevue. La directrice met l'accent sur une volonté de proximité dans les formes d'art présentées. Les gens qui assistent aux présentations des Escales improbables ont souvent l'impression que l'artiste ne performe que pour eux. Sylvie Teste est en fait contre l'idée d'un public composé d'une foule dépersonnalisée. Les Escales improbables accueillent des projets où les gens sont incités à participer. Chacun en sort avec une expérience unique.

La directrice artistique de l'événement évoque l'exemple d'un des volets du festival, « les Siestes musicales », présenté pour la première fois cette année en partenariat avec l'Espace pour la vie. Cette année, les siestes se sont déroulées tous les samedis sur une période de 11 semaines. Des musiciens et des chanteurs se sont produits en après-midi, dans la verdure du Jardin botanique de Montréal, endroit naturel où ils devaient interagir avec les bruits ambiants. « Les artistes jouent avec cela, ils s'en amusent. »

Sylvie Teste précise que le financement du festival, qui a lieu toute l'année, exige énormément de travail à son équipe. « Il faut comprendre que

nous avons besoin de beaucoup de sources de financement différentes, affirme-t-elle, puisque chacune ne nous apporte qu'un petit peu. » Les Escales improbables s'entourent aussi d'une cinquantaine de bénévoles, dont plusieurs sont des fidèles qui les soutiennent depuis le début. « Il faut mettre en commun ces soutiens, ces bonnes volontés et ces compétences afin d'assurer la continuité. »

Pour la 11e édition, l'équipe a voulu se réinventer. Elle a choisi des projets plus éclatés sur le territoire montréalais. Elle cite l'exemple du RedBall Project dont la grosse balle rouge est exposée dans plusieurs artères de la métropole. Elle mentionne aussi Everyday, de la Montréalaise Tedi Tafel, qui est une série de performances improvisées qui se déroulent du 6 au 19 septembre dans les quartiers Ville-Marie et Villeray – Saint-Michel – Parc Extension.

Les Escales improbables de Montréal jouent sur la rencontre. L'équipe a d'ailleurs choisi de mettre en relation le terme escale, pour son aspect nomade et improbable, en s'inspirant d'une citation d'Oscar Wilde « On devrait toujours être légèrement improbable. » Le festival se prolongera jusqu'au 10 octobre, date à laquelle le Ministère des Affaires et Patentes Humaines, Animales, Végétales et

Élémentaires (MAPHAVE) prendra fin. À la suite de leur première étude, Claire Dehove et André Éric Létourneau suggèrent aux Montréalais neuf réalités alternatives du Quartier des spectacles, accessibles grâce à une application iOS gratuite.



Sylvie Teste Photo: Justine Baillargeon



Les Siestes musicales Photo: Trio Huu Bac, cc Muriel Brousseau



Les escales sonores Photo: In Grid, Hervé Birolini



Émilie Régnier Photo: Joe Penney

# Émilie Régnier, photographier l'identité

par *Justine Baillargeon*

**Photoreporter, Émilie Régnier est particulièrement stimulée par le portrait et les enjeux identitaires. Elle travaille actuellement à une série de photographies réalisée au Polaroid qui illustre les contrastes sociétaux en Afrique de l'Ouest. Nous avons discuté avec la photographe, alors qu'elle se trouvait à Abidjan, la capitale économique de la Côte d'Ivoire.**

**N**ée en banlieue montréalaise d'une mère canadienne et d'un père haïtien, elle affirme s'être longtemps questionnée sur sa propre identité. «J'essaie de comprendre comment on se définit comme identité métisse lorsqu'on a grandi dans des milieux principalement blancs», explique-t-elle.

Elle fait référence à son projet «Famni» qui s'inspire de sa famille et qu'elle aimerait bien poursuivre au cours des prochaines années. Après des études en photographie au Collège Marsan, elle a travaillé pour sa première expérience photographique sur les déficiences intellectuelles avec l'aide de la communauté de L'Arche Beloeil. «Je connais bien

les gens de L'Arche parce que j'ai moi-même un frère qui est déficient intellectuel. C'est donc moi qui les ai approchés à l'époque.»

À la sortie des cours, le portrait habite déjà la photographe. «Le portrait est la façon de photographier que je préfère, précise-t-elle. Selon moi, c'est ce qu'il y a de plus profond à aller chercher chez quelqu'un. Son regard, sa force, sa faiblesse, c'est ce que la personne accepte de nous donner. La photo, ça ne se fait pas seule. Dans mon cas, c'est surtout des gens qui se retrouvent en face de moi et qui se livrent. J'aime cet échange.» Émilie Régnier préfère travailler en profondeur, sur de longues périodes. Le magazine lui permet de prendre le temps de pénétrer ses sujets avec

plus d'intensité. La presse d'actualité et le fil des nouvelles demandent une volonté d'instantanéité afin de concurrencer les autres médias. «Ce n'est pas de cette façon que j'aime travailler.»

Depuis cinq ans, Émilie Régnier vit six mois par année à l'extérieur de Montréal, la plupart du temps dans les pays d'Afrique de l'Ouest. Après la Côte d'Ivoire, elle prévoit visiter à nouveau le Mali, le Sénégal et le Burkina Faso afin de poursuivre sa série de portraits exécutés avec son vieil appareil Polaroid qu'elle s'est procuré dans un marché malien. «J'utilise cette énorme caméra, qui est en quelque sorte l'ancêtre du photomaton.» Son projet personnel a obtenu le financement du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ).



Photo: Émilie Régnier



Photo: Émilie Régnier

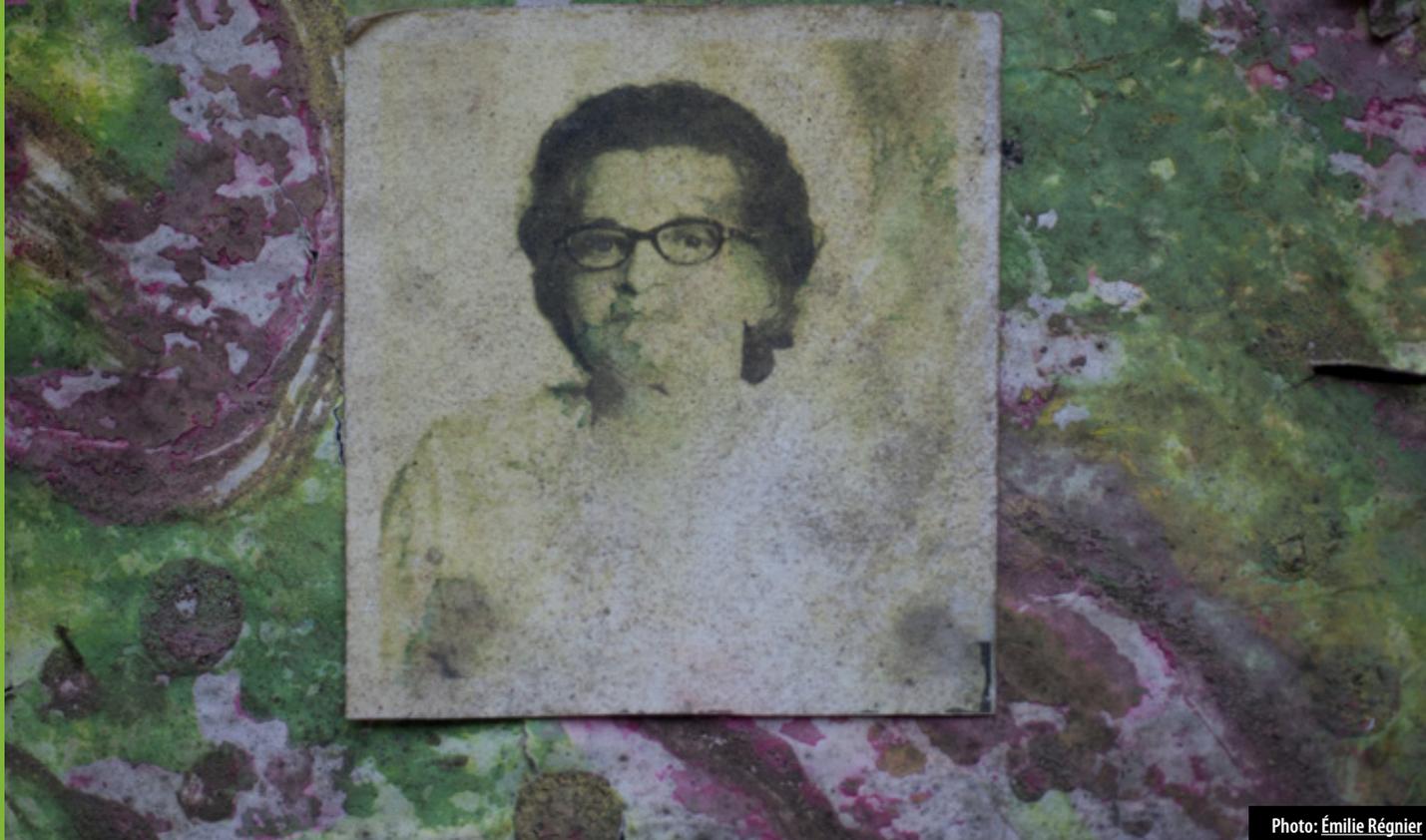


Photo: Émilie Régnier

«Je cherche à montrer une Afrique qui ne se définit pas seulement par des photos de guerre, de famine et de malnutrition. On ne peut plus montrer le continent de la même façon qu'on l'a fait pendant des années. Je suis actuellement dans une ville où il y a des immeubles qui rappellent New York. Il faut mettre plus en valeur le côté cosmopolite de l'Afrique.»

Pour le magazine *Châtelaine*, Émilie Régnier est partie en 2010 dans les montagnes de l'Albanie, accompagnée de la journaliste Marion Quillard. Elles ont alors dressé le portrait des dernières «vierges jurées», un groupe de femmes qui, en vertu d'une tradition ancienne, ont pris le rôle des hommes. «C'était extraordinaire, raconte-t-elle. Comme je travaille principalement en Afrique, c'était intéressant pour moi d'explorer le monde blanc. Tout est différent, que ce soit les vêtements, la couleur de peau, les corps, l'architecture, etc.» Reporter, Émilie Régnier espère pouvoir raconter des histoires qui feront des différences pour les gens qu'elle photographie et pour ceux qui vivent des situations semblables.

Passionnée, elle croit énormément au pouvoir médiatique. Elle soutient qu'il est plus difficile d'obtenir aujourd'hui avec la photographie le même impact que dans les années 1960. Les images peuvent se perdre dans un flux d'information devenu excessivement rapide. C'est

pourquoi elle choisit de concentrer ses efforts sur des sujets plus subtils que ceux couverts par la presse et le reportage traditionnel. Elle confie avoir eu un faible pour la prise de portraits dans certains pays comme le Mali. «Les gens sont très authentiques puisqu'ils n'ont pas l'habitude d'être photographiés. Ils ne vont pas tenter d'être le plus beaux possible. Ils ne vont pas essayer de sourire ni de trouver un angle avec leur meilleur profil. Ils me livrent exactement ce qu'ils sont à travers leur image faciale.»

Selon Émilie Régnier, être une femme peut représenter un avantage dans le monde du photoreportage, principalement dans les pays musulmans. Elle affirme que ce statut lui permet d'avoir accès au monde des hommes, en plus de celui des femmes, ce qui est généralement beaucoup plus ardu pour ses collègues masculins. La photographe continue de travailler pour différents médias tels que *Jeune Afrique*, *M Le magazine du Monde*, *Der Spiegel*, *Châtelaine* et plusieurs autres. Elle cherche toutefois à atteindre ses propres objectifs à travers ses multiples projets personnels.

Dans le cadre du World Press Photo 2013, Émilie Régnier a réalisé une série de photographies prises au Burkina Faso qui a été présentée pour l'exposition *Regards d'Oxfam-Québec*. Prochainement, elle aimerait aborder le sujet de la dépigmentation de

la peau des femmes de couleur qui vivent dans la diaspora africaine, principalement en France et dans la ville de New York. Une fois de plus, elle rappelle que le sujet touche à nouveau la question de l'identité. ■

### QUESTIONS EN VRAC:

#### **Un conseil que tu donnerais à un apprenti photographe:**

Je pense que le conseil le plus important que je pourrais donner, ce serait d'accepter ses échecs, de se relever et de recommencer. C'est la meilleure façon d'apprendre et de progresser.

#### **Les appareils photo que tu utilises?**

En numérique, je travaille avec la D800 E de Nikon et présentement, j'utilise une vieille caméra Polaroid mini portrait achetée dans un marché à Bamako, au Mali.

#### **Des photographes qui t'inspirent:**

Diane Arbus, Alec Soth, Lee Miller, Vivian Sassen.

#### **Une photo ou une exposition qui t'a marquée:**

La rétrospective de Diane Arbus au Jeu de Paume à Paris.

#### **Un livre sur la photo que tu recommandes?**

«The lives» de Lee Miller.



Photo: Émilie Régnier



Photo: Émilie Régnier



Photos (ci-haut et page ci-contre): **Émilie Régnier**





Michael Dawson Photo/vidéo: Matthieu Dessureault

# Kastio, pour de la diffusion en direct sur le Web

par *Matthieu Dessureault*

**Kastio est un logiciel de webinaire spécifiquement destiné aux équipes de marketing et de ventes. À la tête de cette startup torontoise se trouve Michael Dawson, un entrepreneur qui provient du milieu du cinéma.**

La technologie de Kastio, qui est encore en développement, permet de créer des événements marketing en ligne (démonstration de produits, pitch de vente, conférence, etc.). Le système permet une interaction et le partage de documents entre le conférencier et ceux qui l'écoutent. Parmi les différentes options qui sont offertes, il peut intégrer à sa présentation des vidéos et des images, qu'il déclenchera en un clic au moment voulu. Il obtient en temps réel des données sur son auditoire, comme sa localisation et ses gazouillis sur Twitter. Pour Michael Dawson, cette technologie permettra aux entreprises de toucher de nouveaux prospects avec une forme de communication innovante.

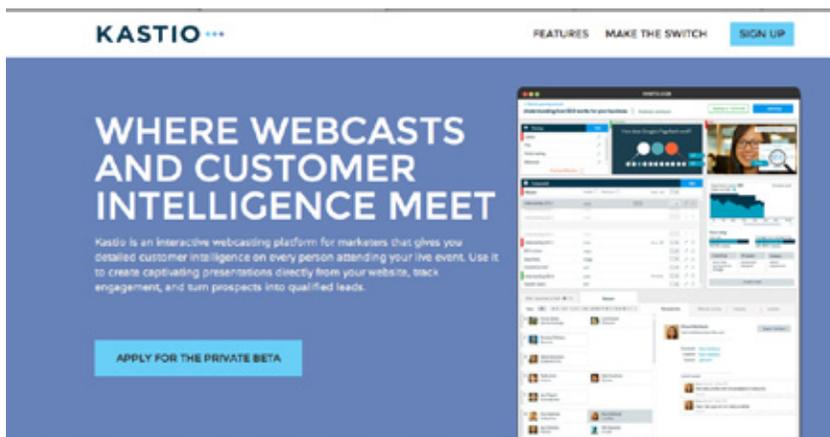
Kastio est né d'un besoin personnel. «Nous filmions déjà des événements en ligne pour différentes compagnies à travers

le Canada, mais nous n'étions pas satisfaits des plateformes qui étaient disponibles. Nous avons donc décidé de créer notre propre logiciel. En le développant, nous avons commencé à parler à des gens qui travaillent en marketing et en ventes et avons réalisé qu'il y avait un manque à combler dans ce marché. Kastio est donc spécifiquement consacré à ces professionnels qui veulent être plus efficaces»,

indique Michael Dawson. L'entrepreneur, que nous avons croisé au Festival international du startup, est à la recherche de partenaires et d'investisseurs intéressés par ce projet sur lequel il travaille depuis près de deux ans. Pour l'instant, la plateforme est offerte gratuitement en version bêta. Michael Dawson veut amasser un maximum de feedbacks d'ici la fin du mois pour peaufiner son produit.

Aucune date précise n'est encore fixée pour le lancement officiel.

«Bâtir une telle plateforme est très challengent, dit-il, parce qu'on travaille avec de la vidéo en ligne en temps réel. Cela représente beaucoup de défis au niveau de la synchronisation. Nous avons travaillé très fort pour que tout ce que vous voyez à l'écran soit synchronisé en temps réel.» ■





**Station C**

# Travailleur autonome, vous cherchez un endroit dynamique pour travailler ?

Station C est un espace de cotravail situé au coeur du quartier Mile-End de Montréal, où vous pouvez réserver un bureau à temps plein ou à temps partiel, et avoir accès à nos salles de conférences. Nos résidents sont, entre autres, des designers, des développeurs Web, des scénaristes, des rédacteurs, des stratèges en communication et en marketing et des petites entreprises en démarrage. Peu importe votre profession, vous êtes les bienvenus à la Station C.

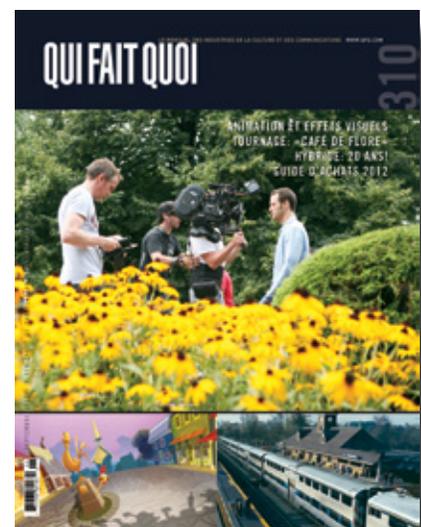
**Venez essayer une journée gratuite. Abonnement à partir de 60 \$ / mois  
Bureau dédié, accès 24/7: 350 \$ / mois. Temps partiel: 175 \$ / mois**

Pour plus d'information, visitez notre site Web: [www.station-c.com](http://www.station-c.com)

5605, avenue de Gaspé, espace 204 — Montréal (Québec) H2T 2A4



Qui fait Quoi, c'est aussi un magazine – 8 numéros / an  
 disponible en format imprimé et numérique  
 en kiosque, sur abonnement  
 et en pdf sur [www.qfq.com](http://www.qfq.com)



Disponible en format numérique sur [www.qfq.com/pdf](http://www.qfq.com/pdf)



## Montre sportive M400 de Polar

Polar, une entreprise finlandaise spécialisée dans le domaine des cardiofréquencemètres et de l'équipement d'évaluation de la condition physique, dévoile son tout dernier produit GPS. Le M400 de Polar réunit le meilleur GPS avec suivi d'activité quotidienne et la technologie sportive évoluée utilisant Bluetooth Smart. En plus d'être léger et compact, il affiche un look moderne et épuré qui ajoute une touche de style à n'importe quelle tenue vestimentaire, pendant ou après l'entraînement. Il est offert en blanc et en noir et convient tant aux hommes qu'aux femmes. Le M400 est hydro-résistant, et son écran haute résolution à contraste prononcé facilite la lecture en plein air, peu importe les conditions météorologiques. Le M400 de Polar sera en vente dans certains pays à compter d'octobre au prix de détail suggéré de 209,99\$ et 259,99\$ pour la version comprenant un émetteur de fréquence cardiaque. ■

## Imprimante 3D de bureau, UP BOX

Tiertime lancera en novembre à l'échelle planétaire l'imprimante 3D de bureau, la UP BOX. Ciblée sur les utilisateurs professionnels et ceux du monde pédagogique, la UP BOX représente le troisième modèle de la série d'imprimantes 3D de bureau qui a été primée. La UP BOX est vendue au prix de 1 899 \$ sur le marché américain tel que son prix est référencé à l'échelle mondiale. Elle sera commercialisée par l'intermédiaire des partenaires de distribution internationaux de Tiertime et par les principaux détaillants comme Amazon.com. ■



## Samsung GALAXY S5 Active

Samsung Canada, fournisseur de téléphones intelligents au Canada, vient de lancer le Samsung GALAXY S5 Active au Canada. Le GALAXY S5 Active, un téléphone intelligent robuste, puissant et novateur pouvant être emporté partout, est fait pour durer grâce à sa certification militaire Mil-STD-810G des É.-U., et il est conçu pour convenir à tout mode de vie. Grâce à son boîtier résistant aux chocs, à l'eau et à la poussière, le GALAXY S5 Active est l'appareil par excellence pour les environnements les plus exigeants, des sentiers cyclables aux bureaux de chantier. Il est même doté d'un mode unique qui lance instantanément des fonctions pratiques pour les aventures, comme des boussoles et des cartes, le tout sur un même écran. Disponibles chez plusieurs fournisseurs. ■

## Moniteur de forme et de sommeil Misfit Flash

Misfit, le fabricant de Shine, a annoncé son deuxième produit vestimentaire, Misfit Flash, un moniteur de forme physique et de sommeil versatile et convivial. Fabriqué à partir d'un plastique spécial doux au toucher, Flash est confortable, extrêmement durable, étanche à 30 mètres de profondeur, et donc adapté aux applications les plus rudes. Il est disponible en sept couleurs uniques, y compris un Zest citron-citron vert, un Fuchsia branché et un Frost minimaliste. En vente à 49,99 \$ US aux États-Unis, Flash sera disponible en octobre chez Best Buy, Target, Amazon, Walmart et d'autres détaillants du monde entier, et peut être commandé dès maintenant sur [misfit.com/flash](http://misfit.com/flash). ■



## STATUS, un casque d'écoute supra-auriculaire antibruit

Gentec International, le distributeur canadien des haut-parleurs et des casques d'écoute de Klipsch, met sur le marché le casque d'écoute supra-auriculaire antibruit. Conçu de matériaux pratiquement indestructibles, le casque d'écoute promet une expérience d'écoute de première classe. Grâce à deux câbles détachables avec revêtement en tissu, semblables à ceux utilisés pour les chaînes haute fidélité, le casque d'écoute STATUS de Klipsch convient à tout appareil doté d'une prise normale de 3,5 mm pour casque d'écoute. L'un des câbles porte un microphone et une télécommande à trois touches compatibles avec les appareils iPod, iPhone et iPad pour une prise en charge complète de la musique et des appels. Le casque d'écoute STATUS de Klipsch, dont le prix de détail s'élève à 299 \$, est proposé au Canada. ■



## Projecteurs pour écrans géants de la série EX Pro d'Epson

Epson a présenté deux nouveaux projecteurs de la série EX Pro, offrant une luminosité élevée et des options de connectivité avancées, y compris la projection sans fil et supportant la technologie Mobile High-Definition Link (MHL). Les nouveaux projecteurs EX7235 Pro (649 \$) et EX7230 Pro (599 \$) sont conçus pour des salles de réunion à lumière ambiante et offrent une résolution WXGA pour les présentations HD sur écran géant, 3000 lumens de lumière de couleur et 3000 lumens de lumière blanche, et un ensemble de paramètres faciles à configurer dans n'importe quelle pièce. ■



## Deeper, pour détecter les poissons

Passionnés de pêche équipés d'une tablette ou d'un téléphone intelligent, réjouissez-vous : Deeper, un sonar de pêche présenté sous la forme d'un gadget, est maintenant disponible. Le sonar et l'affichage interactif de Deeper transformeront en pêcheur intelligent tout possesseur d'iPhone ou d'iPad en lui permettant de détecter l'endroit et l'instant parfaits pour pêcher des poissons. Chacun peut prendre et partager une photographie des ses plus belles prises via l'application de Deeper compatible avec les réseaux sociaux. L'application Deeper est gratuite, tandis que le gadget Deeper ne coûte que 149,95 GBP (270 \$ CAN). [www.buydeeper.com](http://www.buydeeper.com) ■

## Routeur sans fil Gigabit AC1750 à double canal

TP-LINK Canada met sur le marché le TP-LINK Archer C8 - Routeur AC1750 sans fil à haut débit et double canal simultané - Nouveau modèle haut de gamme dans la famille 11AC de TP-LINK, offrant de hautes performances en matière de vitesse, de couverture Wi-Fi et de fiabilité de connexion à travers de vastes zones. L'Archer C8 est équipé d'un port Gigabit WAN et de quatre ports Gigabit LAN (ports Ethernet) pour les connexions filaires à haut débit vers des ordinateurs, des téléviseurs et des consoles de jeux. Prix : 149,99 \$. ■



# Calendrier

Détails: [www.lienmultimedia.com/calendrier](http://www.lienmultimedia.com/calendrier)

Au service de l'industrie depuis maintenant 20 ans, Le Lien MULTIMÉDIA tient à jour un calendrier des événements ciblant les professionnels du numérique et des technologies. Rendez-vous à [www.lienmultimedia.com/calendrier](http://www.lienmultimedia.com/calendrier) pour les détails, demandez un compte pour ajouter vos événements, abonnez-vous à notre bulletin quotidien par courriel pour ne rien rater. [info@lienmultimedia.com](mailto:info@lienmultimedia.com).

Du 24 septembre au 5 octobre 2014

## **22E FESTIVAL DU FILM RAINDANCE**

La manifestation se spécialise en films de cinéastes débutants. On y présente des oeuvres de fiction, documentaires ou expérimentales, de long et de court métrages ainsi que des films pour enfants. (Les films pour enfants participent alors au Festival Raindance pour les enfants, le «Raindance Kids Film Festival»).

- Lieu: Londres (Royaume-Uni)
- Email: [festival@raindance.co.uk](mailto:festival@raindance.co.uk)
- Tél: 44 (0)207 930 3412
- [www.raindance.co.uk](http://www.raindance.co.uk)

Du 25 septembre au 4 octobre 2014

## **28E EDMONTON INTERNATIONAL FILM FESTIVAL**

Ouvert aux longs et courts métrages du monde entier.

- Lieu: Edmonton
- Email: [info@edmontonfilmfest.com](mailto:info@edmontonfilmfest.com)
- Tél: (780) 423-0844
- Fax: (780) 447-5242
- [www.edmontonfilmfest.com](http://www.edmontonfilmfest.com)

Du 25 septembre au 10 octobre 2014

## **33E FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM DE VANCOUVER**

Le festival vise à présenter environ 200 longs métrages provenant d'une cinquantaine de pays. La manifestation se subdivise en 6 catégories dont les deux premières sont compétitives.

- Lieu: Vancouver, BC
- Email: [viff@viff.org](mailto:viff@viff.org)
- Tél: 604-685-0260
- Fax: 604-688-8221
- [www.viff.org](http://www.viff.org)

Du 30 septembre au 2 octobre 2014

## **SALON SOLUTIONS ERP**

Événement européen dédié aux outils et applications pour la gestion de l'entreprise.

- Lieu: CNIT - Paris La Défense
- Contact: 01 44 39 85 00
- [www.salons-solutions.com](http://www.salons-solutions.com)

Du 1er octobre au 3 octobre 2014

## **NEXT | VIDEO CONFERENCE + EXPO**

Conférences et séminaires techniques sur les dernières technologies de la vidéo numérique à des fins de télédiffusion et de diffusion sur le Web.

- Lieu: Pasadena (Californie)
- Email: [nextvideoexpo@nbmedia.com](mailto:nextvideoexpo@nbmedia.com)
- Entre 495 \$ US et 895 \$ US pour la conférence. Entrée libre pour l'expo.
- Tél: (703) 852-4618
- [nextvideoexpo.com](http://nextvideoexpo.com)

Du 1 octobre au 4 octobre 2014

## **VIFF INDUSTRY CONFERENCE**

Le VIFF Industry Conference est l'hôte de séminaires informatif, de discussions, de formations sur les tendances et les opportunités du film et de la télévision au Canada.

- Lieu: Vancouver: Rogers Industry Centre @Vancity Theatre, 1181 Seymour Street.
- Prix: Entre 15 \$ et 900 \$
- Email: [industry@viff.org](mailto:industry@viff.org)
- Tél: 604-683-3456
- [www.viff.org/industry](http://www.viff.org/industry)

image: yienkeat / Shutterstock

Du 03 octobre au 10 octobre 2014

**29E FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM FRANCOPHONE DE NAMUR**

*Ce festival compétitif s'intéresse aux films de long métrage produits dans un pays de l'Espace francophone. Le festival est ouvert «à tous les cinéastes des pays dont le français est la langue maternelle ou la langue seconde acquise pour faciliter les contacts sociaux». Le festival accepte les longs métrages fiction et documentaires produits internationalement, ainsi que des courts métrages belges.*

- Lieu: Namur (Belgique)
- Email: info@fiff.be
- Tél: + 32 81 24 12 36
- Fax: + 32 81 22 43 84
- www.fiff.be

Du 8 octobre au 19 octobre 2014

**43E FESTIVAL DU NOUVEAU CINÉMA DE MONTRÉAL**

*Le Festival du nouveau cinéma de Montréal est voué à la diffusion et au développement des nouvelles pratiques dans le domaine du cinéma et des nouvelles technologies. Il constitue un tremplin pour faire connaître des oeuvres originales et inédites, favorisant le développement du cinéma d'auteur et de la création numérique.*

- Lieu: Montréal (divers lieux)
- Tél: 514-282-0004
- www.nouveaucinema.ca

Du 11 octobre au 12 octobre 2014

**MIPJUNIOR 2014**

*Le MIPJunior est un marché spécialisé en programmes de télévision pour la jeunesse.*

- Email: mipvisitors@reedmidem.com
- Tél: +33 1 41 90 49 33
- Fax: + 33 1 41 90 67 24
- www.mipjunior.com

Du 13 octobre au 16 octobre 2014

**MIPCOM 2014**

*Le MIPCOM est le premier Marché mondial des contenus audiovisuels et numériques. Il offre 4 journées intensives d'action qui vous aideront à bâtir l'avenir de votre entreprise.*

- Email: mipvisitors@reedmidem.com
- Tél: +33 1 41 90 49 33
- Fax: + 33 1 41 90 67 24
- www.mipcom.com

Du 14 octobre au 16 octobre 2014

**FNC PRO**

*Lieu de discussions et de rencontres, le FNC Pro réunit chaque année des professionnels de l'audiovisuel et du numérique pour observer les mutations qui traversent cette industrie, et décrypter les nouveaux modèles économiques et les nouvelles formes narratives.*

- Lieu: Agora Hydro-Québec du Coeur des sciences de Montréal
- Prix: 295\$ passe 3 jours / 150\$ passe 1 jour
- www.nouveaucinema.ca/#/fnc-pro/edition-2014

Le 15 octobre 2014

**DATE LIMITE: FONDS COGECO DE DÉVELOPPEMENT D'ÉMISSIONS**

*Date limite pour soumettre une demande au Programme pour la production du Fonds Cogeco de développement d'émissions.*

- Email: fipinfo@ipf.ca
- Tél: (514) 845-4334
- Fax: (514) 845-5498
- www.ipf.ca

Du 16 octobre au 24 octobre 2014

**TORONTO AFTER DARK FILM FESTIVAL**

*L'événement After Dark est un festival de films d'horreur et de films fantastique.*

- Lieu: Toronto (divers lieux)
- Email: info@torontoafterdark.com
- www.torontoafterdark.com

Le 26 octobre 2014

**GALA DE L'ADISQ 2014**

*L'amalgame témoigne du succès populaire de cette opération de promotion collective. Plus de trente ans après sa première édition, le Gala de l'ADISQ est devenu l'événement télévisuel le plus prestigieux dans le domaine des variétés au Québec, et celui dont les retombées sont les plus importantes sur le milieu de la musique et du spectacle.*

- www.adisq.com

Du 27 octobre au 2 novembre 2014

**57E FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM DOCUMENTAIRE ET D'ANIMATION DE LEIPZIG**

*DOK Leipzig est un festival annuel où sont présentés des documentaires et des films d'animation.*

- Lieu: Leipzig (Allemagne)
- www.dok-leipzig.de

Du 27 octobre au 30 octobre 2014

**SEMAINE GTEC**

*L'événement polyvalent d'apprentissage et d'échanges unique au Canada offert aux professionnels en TI du secteur public.*

- Email: svillon@gtec.ca
- Tél: (613) 244-4832 poste 102
- www.gtec.ca

Du 22 octobre au 26 octobre 2014

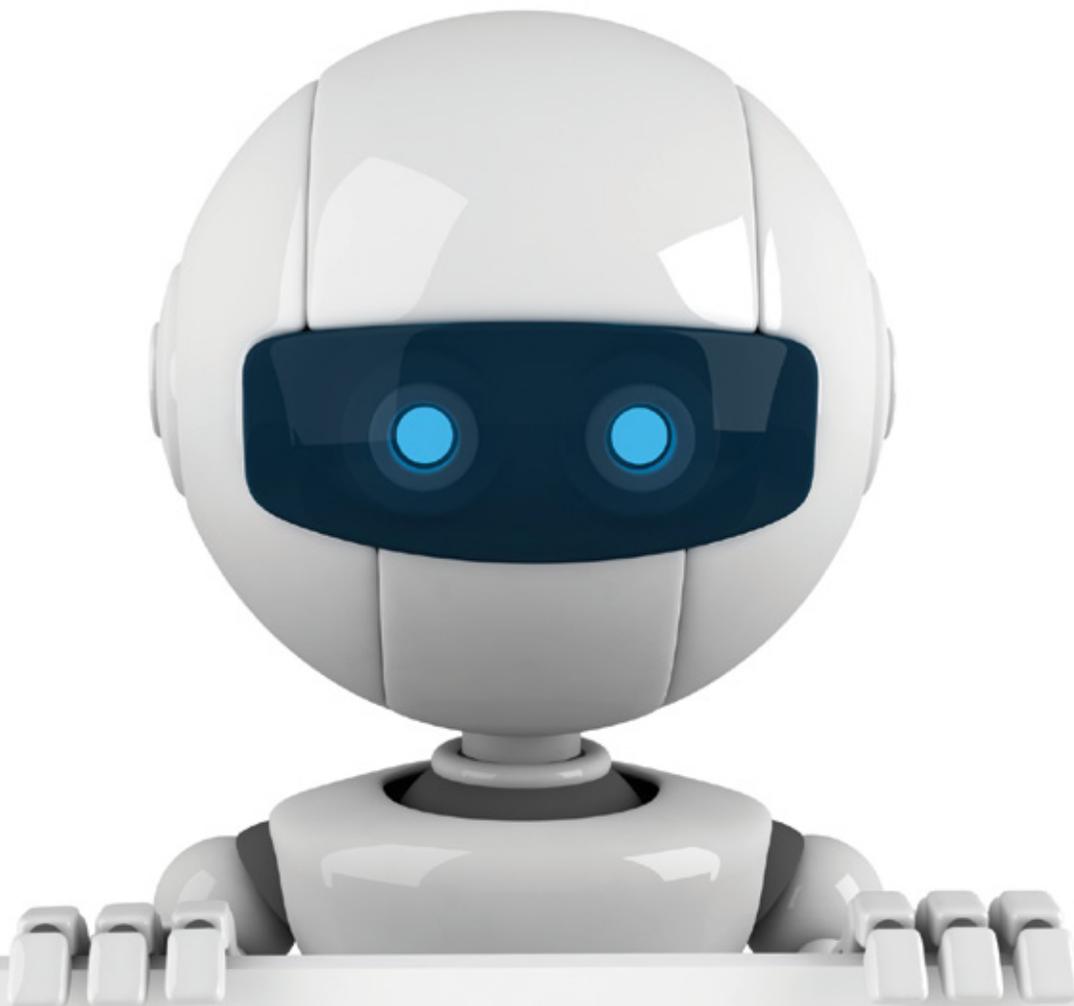
**IMAGINENATIVE**

*Ce festival compétitif présente des films, des vidéos, des émissions de radio et des oeuvres de nouveaux médias, réalisés par des autochtones.*

- Lieu: Toronto (divers lieux)
- Email: info@imagineNative.org
- Tél: (416) 585-2333
- Fax: (416) 585-2313
- www.imagenative.org

Détails et autres événements:  
www.lienmultimedia.com/calendrier

[www.lienmultimedia.com](http://www.lienmultimedia.com) actualisé en continu, tous les jours  
nouvelles quotidiennes, reportages exclusifs, entrevues vidéo...



Offres d'emploi : [www.lienmultimedia.com/emploi](http://www.lienmultimedia.com/emploi)  
Entrevues vidéo : [www.lienmultimedia.com/video](http://www.lienmultimedia.com/video)  
Who's Who / C'est qui ça? : [www.lienmultimedia.com/qui](http://www.lienmultimedia.com/qui)  
Calendrier : [www.lienmultimedia.com/calendrier](http://www.lienmultimedia.com/calendrier)  
Guide de l'industrie : [www.lienmultimedia.com/guide](http://www.lienmultimedia.com/guide)  
Bulletin-hebdomadaire, sur abonnement : [www.lienmultimedia.com](http://www.lienmultimedia.com)  
Abonnement en ligne : [www.lienmultimedia.com/boutique](http://www.lienmultimedia.com/boutique)



Réalisé par Le Lien MULTIMÉDIA, <CONVERGENCE> est le seul magazine consacré à l'entreprise et à la culture numérique  
 Il donne la parole aux entrepreneurs et aux artistes qui font bouger le Québec numérique.



<CONVERGENCE> est publié 12 fois par année en format numérique

On s'abonne en ligne à [www.lienmultimedia.com/boutique](http://www.lienmultimedia.com/boutique)



Regroupement  
des producteurs  
**multimédia**

**LE RPM :  
POUR LE DÉVELOPPEMENT AU QUÉBEC  
D'UNE INDUSTRIE NUMÉRIQUE FORTE !**

Jean-Pierre Fréchette MBA  
Directeur général du RPM  
Cell. : 514 213-6677

**NUMIX**

Prix d'excellence en production multimédia  
Le rendez-vous de la culture numérique du  
Québec !

Une initiative du Regroupement des  
producteurs multimédia du Québec

[www.numix.ca](http://www.numix.ca)

[www.rpm-qc.com](http://www.rpm-qc.com)

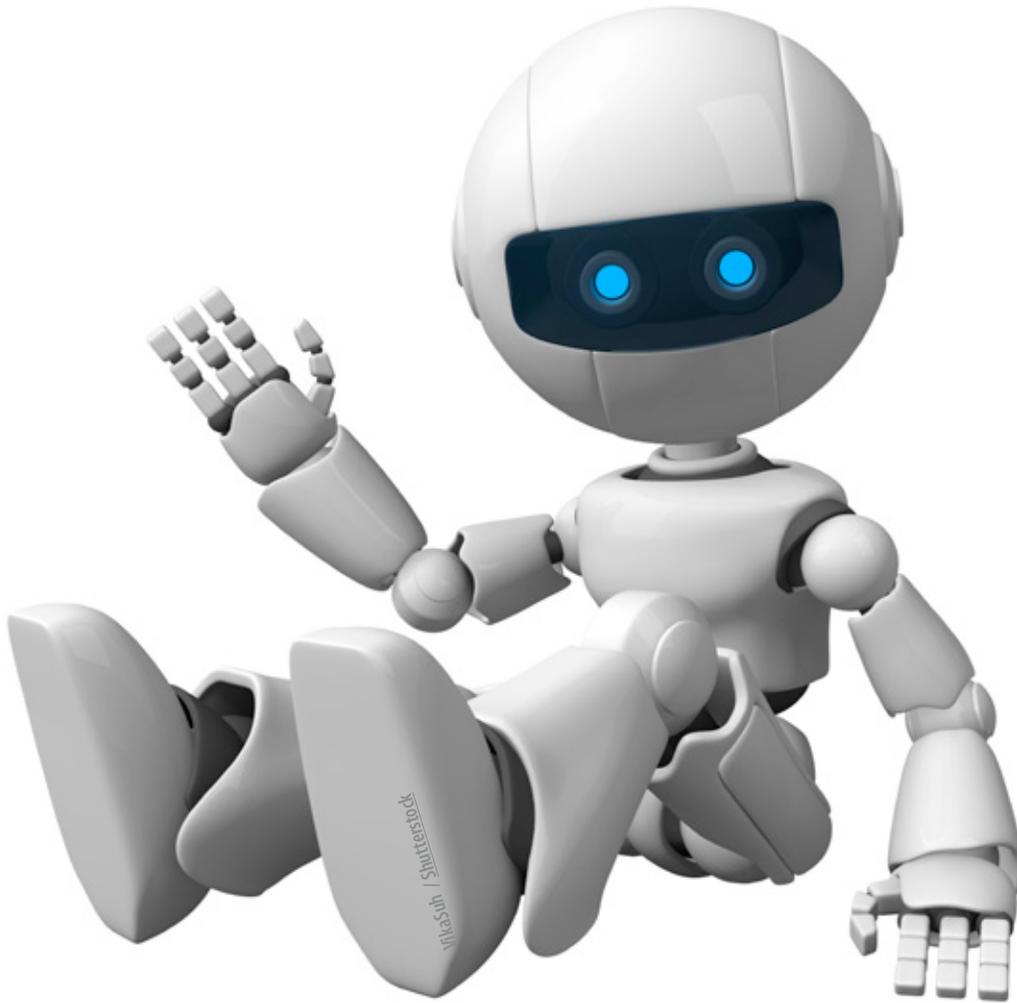


**5000 contacts**

**2000 entreprises**

«Un outil indispensable pour les  
professionnels du numérique.»

**commandez vos copies**  
[www.lienmultimedia.com/boutique](http://www.lienmultimedia.com/boutique)



# < CONVERGENCE >

prochain numéro: novembre 2014 (no 95)

- > Réservation publicitaire: 23 octobre
- > Tombée matériel: 27 octobre
- > Détails et trousse média: [www.lienmultimedia.com/jannonce](http://www.lienmultimedia.com/jannonce)

#### CONTACTS:

- > **Charles-André Gaudreau**, [cgaudreau@lienmultimedia.com](mailto:cgaudreau@lienmultimedia.com), (514) 266-2451
- > **Claude Thibault**, [claudethibault@lienmultimedia.com](mailto:claudethibault@lienmultimedia.com), (514) 815-6104
- > **Steeve Laprise**, [slaprise@lienmultimedia.com](mailto:slaprise@lienmultimedia.com), (514) 842-9445, # 1



D'ici là, rendez-vous tous les jours sur [www.lienmultimedia.com](http://www.lienmultimedia.com)  
le portail des professionnels du numérique au Québec