

La nuit du 18 au 19 avril 1944

un podcast immersif pour perpétuer la mémoire

Candidature aux Trophées de la presse et de la communication en Normandie 2024
Club de la presse et de la communication de Normandie
Ville de Sotteville-lès-Rouen - Studio Voig



C'est l'histoire d'une nuit tragique.
C'est l'Histoire de Sotteville-lès-Rouen.

C'était il y a 80 ans. Dans la nuit du 18 au 19 avril 1944, les trois quarts de la ville de Sotteville-lès-Rouen sont bombardés par l'aviation Alliée qui prépare en secret le Débarquement en Normandie. Objectif : couper les voies des communication allemandes vers l'Ouest.

Sotteville est alors un nœud ferroviaire de grande ampleur, c'est sa fierté. Ce sera sa peine.

Cinq-cent soixante et une personnes mourront ce soir-là. Des familles entières, des enfants. En quelques minutes, tout est détruit : le centre-ville, l'église, la mairie, les vies.

Ces quelques tonnes de bombes défigurent à tout jamais la commune. En 2024, alors que la France entière et plus particulièrement la Normandie, célèbre les 80 ans du Débarquement, dont les bombardements de Sotteville sont un «dommage collatéral» ici, on ne le fête pas. Trop douloureux.

Alors, comment raconter cette histoire ? Comment intéresser les nouvelles générations ? Comment accomplit-on le devoir de mémoire 80 ans plus tard quand quasiment tous les témoins de cette tragédie ont disparus ?

La nuit du 18 au 19 avril 1944

un podcast immersif pour perpétuer la mémoire

Entre douleur du souvenir, manque de témoignages, nécessité d'accomplir le devoir de mémoire et besoin de parler à des générations plus jeunes, l'enjeu du format s'est vite posée alors que l'année 2024 se devait de commémorer dignement les 80 ans de cette triste nuit.

Un film, une reconstitution historique, un explor game ... toutes les pistes étaient envisagées sans véritable coup de cœur, jusqu'à ce que le Club de la presse et de la communication permette à un producteur et à un créateur de contenus de se rencontrer.

Une rencontre aux Trophées de la presse et de la communication 2023

Le 28 novembre 2023 au Havre, le Club de la presse et de la communication de Normandie organise sa soirée de remise des Trophées. Lors du pot qui s'en suit, la direction de l'Information et de la communication de la Ville de Sotteville a l'opportunité de discuter avec Gil Baudu, créateur du studio de podcast Voig. Très vite, un rendez-vous est organisé et le podcast se révèle être le format idéal.

Le profil des auditeurs de podcast est en général assez équilibré*. En effet, l'audience se répartie de manière égalitaire entre les femmes et les hommes. Par ailleurs, elle est plutôt jeune, avec un âge médian de 32 ans.

Enfin, même si une légère majorité des auditeurs a fait des études supérieures, 41% n'en a pas fait. Ce profil type correspond à notre cible.

Surtout, le podcast permet de répondre à un objectif fondamental : immerger les auditeurs dans cette nuit désormais lointaine que plus personne ne raconte. Nous voulions que le public, des plus jeunes aux plus âgés, puisse revivre,

minute par minute, ces événements. Sans sensationnalisme, sans en faire trop, sans que cela ne soit trop douloureux.

Pour atteindre le ton juste, l'écriture du scénario et la mise en scène ont été longuement travaillés. Le récit, validé par des historiens, a été plutôt simple à écrire. Ces bombardements sont assez bien documentés. La mise en scène, quant à elle, se base sur un ensemble de sons réels, issus des fonds documentaires de la Seconde guerre mondiale américains, britanniques et canadiens.

L'autre enjeu de ce podcast était de lier ce récit au présent. Comme évoqué précédemment, ces bombardements ont changé à tout jamais le visage de la ville. Les comprendre, c'est porter un autre regard sur l'architecture de la Reconstruction, dont l'espace Marcel Lods, ancien centre-ville, en est la figure de proue et qui fait actuellement l'objet d'une requalification d'ampleur à hauteur de 30 millions d'euros : rénovation de deux groupes scolaires, réaménagement d'un parc urbain de 6 hectares autour duquel vivent 1 000 familles.

La nuit du 18 au 19 avril 1944 se compose ainsi de deux épisodes : un récit immersif, et une discussion, sous forme de débriefing qui propose une analyse des événements et de leurs conséquences jusqu'à nos jours. Les intervenants sont des élus de la ville, mais surtout des témoins de cet après-guerre. Deux des intervenants ont en effet été les premiers habitants de la Sotteville reconstruite et de sa promesse de vivre-ensemble.

Un plan de communication global et coordonné

La publicité autour de ce podcast a été faite sous forme de teasing. Le visuel, que nous voulions incarné, a été diffusé sur le

* source : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM)

La nuit du 18 au 19 avril 1944

un podcast immersif pour perpétuer la mémoire

réseau Decaux de la ville en 120x240 cm, et en 8m². Le message donnait rendez-vous le 19 avril sur toutes les plateformes pour découvrir le podcast. Un teaser vidéo a également été réalisé et diffusé sur les réseaux sociaux. Une campagne de presse a été également été organisée.

Ce podcast a aussi été décliné en exposition autour des bombardements jusqu'à nos jours en collaboration avec l'association Sotteville au fil temps, spécialisée dans l'histoire de la ville.

Le tout a été dévoilé le 19 avril lors de la cérémonie de commémoration lors de laquelle 561 fleurs ont également été distribuées au public, en hommage aux 561 victimes de cette nuit tragique.

Enfin, en collaboration avec l'Éducation nationale, ce podcast et cette exposition ont été mis à disposition des classes de CM2 de la ville comme support aux cours d'Histoire portant sur la Seconde guerre mondiale. Une centaine d'enfants ont ainsi étudié ces supports.

Un bilan très positif

De nombreux ouvrages autour de ces bombardements ont été édités et font désormais référence. Aujourd'hui, on peut dire que ce podcast fait référence puisqu'encore en 2024 et 2025, des utilisations, notamment scolaires, sont programmées.

Un mois et demi après la parution du podcast, 544 écoutes ont été comptabilisées. Le taux de complétion se situe à 51,44%. Le premier épisode (le récit) atteint même les 60%.

Ce sont là de très bons chiffres quand on sait que 50% des podcasts produits en France n'atteignent jamais plus de 150

auditeurs par épisode.

On peut noter également que la source principale d'écoute (29,8%) est le site internet de la ville via le lecteur intégré. Viennent ensuite Spotify, Apple podcast et Deezer. Cela signifie que le travail autour du référencement a été efficace grâce à l'accompagnement du studio Voig qui a accompagné la ville dans cette étape cruciale.

En chiffres

- Durée de l'épisode 1 : 11 minutes
- Durée de l'épisode 2 : 18 minutes
- Plateformes : 3 + 1 lecteur natif
- Nombre d'écoutes* : 723
- Elèves touchées : 106
- Heures de travail : 60

* au 4 novembre 2024



[ou cliquez ici](#)