

La série Blue Moon, un laboratoire pour les séries originales de télévision par contournement (TPC) locales

Pierre Barrette

Volume 10, Number 1, January 2024

Au-delà de Netflix : penser la diversité des pratiques et plateformes de télévision en ligne

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1113450ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1113450ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université de Montréal Département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques

ISSN

1916-985X (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Barrette, P. (2024). La série Blue Moon, un laboratoire pour les séries originales de télévision par contournement (TPC) locales. *Kinephanos*, 10(1), 70–93.
<https://doi.org/10.7202/1113450ar>

Article abstract

For the OTT service Club Illico, which presents itself as the Quebec Netflix, challenges are great if it wants to compete in an environment where consumers of audiovisual products have access to a vast program offer via a multitude of platforms. How are local players going to be successful in this competition? What strategies are put in place to offer a product that rivals the original offering from cable channels like HBO or portals like Amazon and Netflix? This article addresses these questions by looking at the Quebec series *Blue Moon* offered exclusively on the Videotron VOD platform (Club Illico).

© Pierre Barrette, 2024



This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>



Volume 10, no. 1

Au-delà de Netflix / Beyond Netflix

Janvier 2024 70-93

La série *Blue Moon*, un laboratoire pour les séries originales de télévision par contournement (TPC) locales

Pierre Barrette

Université du Québec à Montréal

Résumé

Pour le service de télévision par contournement Club Illico, qui se présente comme le Netflix québécois, les défis sont grands d'entrer en compétition avec l'offre de programmes qui constitue aujourd'hui le menu auquel ont accès les consommateurs de produits audiovisuels via une multitude de plateformes. Comment s'y prennent les joueurs locaux pour tirer leur épingle du jeu face à cette compétition ? Quelles stratégies sont mises en place pour offrir un produit qui rivalise avec l'offre originale des chaînes câblées comme HBO ou des portails comme Amazon et Netflix ? Cet article aborde la question en se penchant sur la série québécoise *Blue Moon*, offerte en exclusivité sur la plateforme VOD de Vidéotron (Club Illico).

Mots-clés: Télévision; Séries; Télévision par contournement; Plateformes; Sociosémiotique.

Pour le service de télévision par contournement Club Illico, qui se présente ouvertement comme le *Netflix* québécois,¹ les défis sont grands d'entrer en compétition avec l'offre de

¹ Voici comment les administrateurs du Club Illico définissent eux-mêmes la plateforme : « Lancé au printemps 2013, Club illico offre le plus large éventail de contenu francophone en vidéo sur demande par abonnement au Québec, et ce, pour seulement 9,99 \$ par mois. Disponible sur illico télé nouvelle génération au canal 900, sur le Web avec illico.tv et sur tablettes (iPad et Android) grâce aux applications illico, Club illico permet un accès illimité à un impressionnant catalogue,

programmes largement accessible et délocalisée qui constitue aujourd'hui le menu auquel ont accès les consommateurs de produits audiovisuels via une multitude de plateformes, traditionnelles et numériques. Les enjeux de la télévision de demain, révélés par les nouvelles pratiques de consommation permises par cette démultiplication des accès au contenu, sont en effet liés à ce qu'Yves Citton appelle « l'économie de l'attention » : « Tout le monde sait que la principale difficulté, aujourd'hui, n'est pas tant de produire un film, un livre ou un site Web, que d'attirer l'attention d'un public submergé de propositions, souvent gratuites, plus attrayantes les unes que les autres. [...] » (Citton, dans Arc, 2014). Comment s'y prennent les joueurs locaux pour tirer leur épingle du jeu face à cette compétition croissante ? Quels moyens sont mis en place pour offrir un produit qui rivalise avec l'offre originale des chaînes *premium* comme HBO ou des portails comme Netflix ou Amazon ?

Il est évident que l'offre de séries originales proposée par Club Illico à son public d'abonnés est conçue pour s'adapter à ce nouveau contexte : le mode de diffusion (et les possibilités de visionnement étendues qu'il permet) ainsi que les discours qui accompagnent la déclaration de la série (ce que Jost [1997] appelle la « promesse pragmatique ») rendent clairement compte d'une stratégie communicationnelle visant à convaincre un public en voie de migration vers les télévisions par contournement (TPC dans la suite du texte ; en anglais *Over The Top*, ou *OTT*). Il est clair en ce sens que les transformations de l'écosystème médiatique local sous la pression du GAFA (qui impliquent entre autres l'arrivée de nouveaux joueurs comme Club Illico et Tou.Tv, mais plus fondamentalement la mise à mal du modèle de financement de la télévision qui prévalait jusqu'à aujourd'hui) provoque un ensemble de nouvelles interrogations qui intéressent au premier chef les chercheurs en études télévisuelles. Les travaux qui se sont penchés jusqu'ici sur la TPC se sont toutefois surtout intéressés à la dimension économique du phénomène, ou un peu plus largement à l'impact de celui-ci sur l'écosystème télévisuel. Le rôle de *Netflix* et la manière dont les stratégies de la compagnie californienne ont transformé les pratiques de visionnement sont ainsi

renouvelé chaque semaine, de films, séries en exclusivité, émissions jeunesse, documentaires et spectacles en provenance des plus grands studios d'ici et d'ailleurs ». Source : <http://corpo.videotron.com/site/salle-presse/communiqu/852>.

généralement étudiés à partir des difficultés que rencontrent désormais les grands réseaux traditionnels aussi bien que les entreprises de câblodistribution confrontés au tumulte de la révolution numérique :

Netflix (NFLX) is currently the dominant company in the relatively young on-demand media industry. By providing on-demand content, creating compelling original programs, using user data to better serve customers and letting customers consume content in the way that they prefer, Netflix is the first major disruption of television, forcing cable companies to change the way they do business. It is even making the vaunted Nielsen television rating system obsolete. In the long run, Netflix's success may be viewed as the first step in the unbundling of cable (Investopedia, 2019).

Cet état de choses est connu et de mieux en mieux documenté (Wolk, 2015 ; Lotz, 2017 ; Barker et Wiatrowski, 2017), et plusieurs des contributions au présent volume viennent enrichir cette connaissance. Mais une question en particulier — pourtant essentielle à la compréhension de ces dynamiques institutionnelles complexes — est beaucoup moins souvent posée : qu'en est-il en réalité du contenu lui-même de ces émissions ? En effet, si on comprend bien les nouvelles stratégies mises en place par l'industrie pour réguler l'offre de séries et les modalités conditionnelles de leur consommation, la recherche s'est très peu penchée sur l'impact de ces dispositifs sur la nature du produit que l'on met ainsi en circulation. Dans quelle mesure, par exemple, le genre, le type de narration, le traitement de l'espace, les personnages, les thèmes exploités sont-ils aussi affectés par les transformations du contexte traditionnel dans lequel sont produites et consommées les séries québécoises ? C'est la question à laquelle nous tenterons d'apporter des éléments de réponse dans le présent article, à partir de l'exemple que fournit la série *Blue Moon*, qui constitue la première œuvre (dès 2015) à avoir été offerte sur la plateforme du Club Illico à titre de contenu original.²

² La Série *Blue Moon* est présentée ainsi en contexte promotionnel : « Une autre série originale de Club illico, produite par AETIOS, écrite par Luc Dionne et réalisée par Yves Christian Fournier, *Blue Moon* met en vedette la *star* québécoise Karine Vanasse ainsi que plusieurs comédiens vedettes, dont Luc Picard, Caroline Dhavernas, Éric Bruneau et Patrice Godin. La militaire Justine Laurier ne se doute pas que son arrivée à la tête de *Blue Moon*, une société paramilitaire privée, vient contrecarrer les plans d'un groupe d'individus sans scrupules qui se cachent derrière les prétextes de la « sécurité nationale » et des « secrets d'État » pour s'enrichir

1. Un cadre d'analyse sociosémiotique

Avant d'aborder l'analyse proprement dite de la série, il est important de clarifier le cadre théorico-méthodologique à l'intérieur duquel nous entendons procéder. Ce cadre, nous l'appelons sociosémiotique dans la mesure où notre intention est de bien souligner l'importance que nous accordons, d'une part, à l'aspect formel de la série, d'autre part à son ancrage communicationnel et social spécifique, et enfin aux modalités de l'articulation entre ces deux dimensions. Une telle articulation implique une perméabilité entre les analyses interne et externe de l'œuvre qui n'est pas si fréquente. En effet, le peu d'engagement des sociologues des médias, notamment, à s'intéresser au contenu des séries pour se concentrer plutôt sur les acteurs institutionnels impliqués dans les processus de production/réception, couplé à la frilosité des approches sémiotiques face à la prise en compte du contexte (jugé proliférant et par trop immaîtrisable), font en sorte d'entretenir la tradition, au sein des études médiatiques, de séparer les analyses contextuelles et textuelles, une attitude (peu productive selon nous) qui doit être surpassée (et qui l'est de plus en plus, notamment par les approches inspirées des *cultural studies*) si l'on désire en arriver à une connaissance intégrée, plurielle et contextualisée d'un phénomène culturel comme celui de l'offre de séries télé sur des portails numériques.

Ce que dit Jean-Pierre Esquenazi (2007b, p. 118) des films de cinéma convient en réalité tout aussi bien aux séries télé : « Les films sont des points de repère essentiels de la recherche socio-historique. Ils ne doivent donc pas être appréhendés isolément, mais plutôt comme des points d'articulation ou de liaison entre des communautés humaines souvent fort différentes ». Il est une raison claire qui doit nous engager à provoquer un tel rapprochement, car comme le montre encore le chercheur lyonnais, le programme audiovisuel est double : il « est d'abord un produit dont il est possible d'analyser la trajectoire comme le résultat d'interactions sociales, économiques, politiques. Il est ensuite un discours dont la composition doit exprimer les phases de son édification » (Esquenazi, 2003, p. 94). Le point de vue sociosémiotique que nous privilégions pour l'analyse de la télévision permet d'éviter

impunément dans des activités illicites où l'argent liquide coule à flots. » Source : <http://corpo.videotron.com/site/salle-presse/communiqu/852>.

l'immanentisme de la sémiologie classique en proposant un rapprochement là où traditionnellement on distingue, pour les séparer, monde réel et monde textuel. Le défi, une fois établi ce constat, est de penser cette interface entre texte et contexte en évitant de le faire d'une manière qui soit tellement générale qu'elle ne dise au final rien de la spécificité du contexte particulier ; c'est souvent le cas des analyses dites « idéologiques » des séries (« la série *Homeland* est le reflet de l'idéologie anti-arabe »), ou encore de celles qui se concentrent très largement sur la représentation de stéréotypes sociaux. Pour nous, les liens entre texte et contexte doivent être précis, spécifiques et localisés pour que des rapports de causalité puissent être suggérés entre eux.

Notre point de vue est donc le suivant : la série de fiction est, d'une part, perçue, envisagée, comprise, vécue comme un monde imaginaire, second, le récit de personnages engagés dans des histoires dont les tribulations nous ramènent à notre propre expérience humaine et en même temps au monde tel que nous le percevons. C'est en bonne partie ce qui fait son pouvoir, et c'est à ce niveau qu'opèrent à plein les mécanismes de la représentation tels qu'on les considère lorsqu'on étudie la série du point de vue de ses rapports au monde réel. Mais n'est-il pas nécessaire d'envisager, d'autre part, que l'œuvre est toujours aussi, et peut-être même d'abord, à propos de son milieu de fabrication, conservant une « empreinte » inaltérable des conditions qui ont prévalu à son élaboration ? Les séries télé, un peu comme la musique produite par les orchestres de Jazz décrits par Howard Becker (1988), sont des créations collectives ; elles sont le produit achevé résultant d'un ensemble de choix, de compromis, de cadrage, de contraintes, de routines créatives, produit qui garde nécessairement la trace des opérations qui ont présidé à cette mise au monde. Pour Esquenazi (2003, p. 94), l'objet télévisuel est donc ainsi toujours double, avec une face matérielle qui le constitue en produit, et une face sémiotique qui nous le fait apparaître comme un discours de nature symbolique :

À l'étude de la situation sociale qui conduit à la production et à la réception d'une émission s'ajoute l'examen de l'artefact sémiotique qui la compose. L'objet lui-même, de par sa double nature, est le point d'articulation de la sociologie des médias : produit, il est le résultat des

processus sociaux; discours, il en donne une représentation. L'analyse doit être une analyse double, ou peut-être vaut-il mieux dire : dédoublée.

Ces deux « cadres » sont bien illustrés par la manière dont un spectateur peut être amené à désigner diversement la même série. Par exemple, au sujet d'une série comme *Unité 9*, les deux descriptions suivantes sont parfaitement envisageables : « c'est l'histoire de Marie, qui va en prison pour sauver sa fille d'une accusation de meurtre » ; mais aussi : « c'est un téléroman carcéral avec Guylaine Tremblay ». La première désigne la série-comme-monde ; la seconde la série-comme-objet. L'une et l'autre de ces dimensions constituent ensemble l'objet sériel tel qu'il rend compte des rapports de détermination avec ses contextes, d'un côté à la réalité d'un univers social commun, posé comme transparent, et de l'autre la réalité du milieu où il est conçu, élaboré, construit en vue de sa diffusion. Bien entendu, ces opérations perceptivo-cognitives ocurrent simultanément, à la limite de manière intégrée, inconsciente pour le téléspectateur et c'est le regard analytique qui se propose de les distinguer, dans la mesure où c'est lui qui permet de mieux rendre compte des liens qui se tissent entre texte et contexte.

Ce double statut de la série de fiction — ou double cadre de lecture, comme nous préférons l'envisager³ — peut avantageusement être abordé à partir de la notion de genre. Le genre est en effet ce par quoi une série offre au regard du spectateur sa face construite, conventionnelle, la part d'elle-même qu'elle partage avec d'autres œuvres de la même famille générique (son architextualité) et d'autres textes en général (sa transtextualité) (Genette, 1982), ce qui la lie en fait à son contexte de production via une « directive » et la référence aux « modèles énonciatifs » existants (Esquenazi, 2007a) ; mais le genre est tout autant et simultanément une construction symbolique, la mise en place d'un univers diégétique qui se présente pour sa part au spectateur tel un double de la réalité, avec ses personnages typés, ses lieux canoniques, ses motifs narratifs et thématiques reconnaissables dans lesquels il est

³ De tels cadres peuvent être rapprochés de la distinction entre lecture immergée et lecture distanciée, lecture référentielle et lecture méta-critique établie par Katz et Liebes dans leur étude de la réception de *Dallas*. On verra là-dessus la très intéressante discussion que propose Éric Macé (2016).

possible de se projeter. Sur le plan de la méthode, également, mais de manière encore plus concrète, se pose la question du corpus. De la série *Blue Moon* qui compte à ce jour trois saisons, nous avons déjà établi que nous n'envisagions analyser que la première. À cet égard, nous avons par ailleurs opté pour la stratégie d'une attention à hauteur variable : nous allons prioritairement concentrer notre regard sur le premier épisode, où sont mis en place les principaux éléments sémantiques (personnages, espace, thèmes, etc.) de la série, pour en suivre par la suite le déploiement syntaxique dans le reste de la série.

2. La série-comme-monde : l'univers de *Blue Moon*

Thomas Schatz, dans *Old Hollywood, New Hollywood. Ritual Art and Industry* (1983) propose en ce sens d'aborder l'œuvre de genre à partir des trois catégories fondamentales qui le fondent :

- le contexte spatial, ou la mise en place d'un « décor », d'un milieu, d'un microcosme ;
- le héros, ou la dynamisation de cet espace;
- la quête et/ou le conflit proprement dits (sous la forme d'une quête ou d'un conflit-type engageant le héros et son adversaire).

On aura bien compris que ces catégories renvoient aux dimensions fondamentales de l'espace, du temps et de l'action, et s'appliquent donc potentiellement à tous les récits de fiction audio-visuels ; le genre comme modèle énonciatif se constitue par répétition et différences des éléments constitutifs de chacune de ses dimensions. Celles-ci fournissent surtout, sur le plan méthodologique et analytique, une porte d'entrée dans l'univers de la série qui permet de faire l'économie d'une surabondance peu utile de détails pour se concentrer sur l'essentiel : dans quel type de milieu s'ancre le récit ? Qui en est le héros ou l'héroïne ? Et quelle est sa quête et comment celle-ci se déploie-t-elle ?

2.1. Le contexte spatial

L'univers de *Blue Moon* en est un qui est à la fois très ancré géographiquement et très ouvert. La série s'ouvre sur un retour en arrière : dans une calme et coquette maison de banlieue — un bandeau au bas de l'image indique « Montréal, 1995 », cependant que la chanson *Blue*

Moon joue à l'arrière-plan — un homme revient chez lui et découvre sa femme au fond de la baignoire, les poignets tailladés, et sa fillette d'environ huit ans qui pleure à ses côtés. La séquence suivante présente une scène de guerre se déroulant en Ukraine 20 ans plus tard. Justine Laurier, une spécialiste des explosifs et membre de l'armée canadienne, est en pleine mission quand un messenger vient lui annoncer la mort accidentelle de son père. Une fois de retour au pays, la jeune femme visite différents lieux plus ou moins caractérisés, des espaces que l'on pourrait classer en trois catégories : des espaces « privés », correspondant aux logements, chalets, maisons où vivent les principaux protagonistes de l'histoire (Justine, sa sœur Évelyne, son nouveau partenaire d'affaire Benoit Lebel) ; les bureaux de l'entreprise *Blue Moon*, où se croisent dans différentes circonstances ces mêmes personnages ; enfin un camp d'entraînement, sous l'égide de la compagnie *Blue Moon*, qui se trouve au fond des bois et où se découle la sélection des candidats à laquelle participe Justine. La suite de la série, après le premier épisode, n'ajoutera pas significativement à cette petite collection de lieux, sinon quelques endroits où se déroulent les missions du groupe d'intervention et dont les coordonnées géographiques restent systématiquement très floues.

L'espace construit par la série est donc délibérément identifié au Québec, mais il est en même temps relié au reste du Canada (le solliciteur général du pays est impliqué dans l'action et quelques scènes se déroulent dans son bureau à Ottawa) et du monde à travers un ensemble de références, renvoyant notamment à la politique, aux relations internationales et à l'implication du pays dans différents conflits transfrontaliers. On est très loin du caractère affirmé, identitaire, géo-localisé des téléromans traditionnels, comme *Les belles histoires des pays d'en haut* (les Basses Laurentides), *Le temps d'une paix* (Charlevoix et Québec), *La famille Plouffe* (la Basse-ville de Québec), ou même plus près de nous de séries telles *Minuit le Soir* (le Montréal des bars et de la vie nocturne) ou *C'est comme ça que je t'aime* (Ste-Foy, en banlieue de Québec). On notera en ce sens deux éléments qui nous semblent capitaux dans la mise-en-scène de l'espace. Le premier concerne le très haut degré d'indétermination géographique de ces lieux. D'une séquence à l'autre, on change souvent de lieux dans *Blue Moon* mais les personnages y apparaissent souvent sans qu'on ait vu comment ils s'y rendent, et on ne nous offre aucun indice qui permettrait de savoir précisément où ils sont. L'autre

aspect est le caractère parfaitement délocalisé, transitoire des bureaux de *Blue Moon*, situé sur le bord d'autoroutes anonymes et délibérément présentées comme telles. Alors que les personnages habitent de chics intérieurs, circulent entre leurs beaux appartements urbains et leurs maisons de campagnes cossues, le centre névralgique des activités de la compagnie est littéralement présenté comme un non-lieu. On y reviendra, mais il y a en effet dans le souci constant de la réalisation d'adosser l'édifice de *Blue Moon* au réseau routier, à un endroit auquel on accède et d'où l'on repart systématiquement dans sa voiture, quelque chose qui relève de l'espace non caractérisé, sorte de *no man's land* déconnecté des autres espaces de la série.

2.2 L'héroïne et sa quête

L'histoire de *Blue Moon* tourne autour d'une petite dizaine de personnages centraux et récurrents, mais il ne fait par ailleurs aucun doute que le personnage central est Justine Laurier. Nous la découvrons (sans savoir encore que c'est elle) au tout début de l'épisode, très jeune témoin du suicide de sa mère, puis en mission internationale apprenant que son père vient de mourir : double drame, qui fait d'elle d'entrée de jeu l'héroïne du récit. Ce que nous découvrons de sa personnalité et de son caractère par la suite est assez cohérent avec cette donnée de base : il s'agit d'une jeune femme extrêmement déterminée, hautement compétente mais prompte à l'insubordination (elle se fait mettre dehors des rangs de l'armée). C'est une femme d'action, faite pour le terrain, et quand elle hérite de la majorité des parts de *Blue Moon*, elle s'empresse de prévenir son partenaire d'affaire qu'elle entend lui « laisser la paperasse pour s'occuper des vraies affaires », entendre les opérations que mène l'équipe sur le terrain. Elle est compétitive et n'hésite jamais à se mesurer aux hommes, dont elle préfère manifestement la compagnie. Justine Laurier se définit ainsi fortement par ce qu'elle n'est pas ; même s'il s'agit d'une très belle femme, ayant tout ce qu'il faut pour séduire, elle s'habille de manière plus masculine, refuse les jeux de séduction, et même si tout au long de la série les occasions sont nombreuses pour elle d'engager des relations romantiques/charnelles avec des hommes intéressés, elle garde un comportement de célibat strict et même assez austère, sans pour autant que cette réserve soit associée dans son cas à l'homosexualité ou à l'asexualité. Les deux autres personnages féminins qu'elle côtoie dans

les rangs de *Blue Moon* arborent pour leur part des comportements plus stéréotypés : Chloé est une séductrice qui développe rapidement une relation « torride » avec un des personnages masculins centraux (Jean-François) et Cassandra est une lesbienne affirmée.

Le trajet de Justine n'est donc nullement fondé sur une entreprise amoureuse. Celui-ci a plutôt un caractère double, où se croisent intimement des motivations professionnelles et identitaires. En héritant de son père et en devenant la principale actionnaire d'une entreprise impliquée dans la sécurité et le renseignement, le premier défi de Justine est de comprendre la nature des opérations menées par la boîte qu'elle dirige et d'ajuster son expertise au savoir-faire qui est requis pour ce type de fonction. Ce sont des enjeux de savoir, qui se couplent dans son cas à une nécessité d'agir qui déborde au départ le champ de ses compétences, acquises dans l'armée et relevant du domaine des explosifs. Mais cet héritage lui arrive accompagné d'une question : comment son père est-il mort ? Cette mort est-elle accidentelle comme la police l'a rapidement conclu ou est-elle au contraire liée à son rôle dans l'entreprise *Blue Moon* ? En décidant de fouiller cette question, Justine s'engage dans une seconde quête de savoir (une en-quête, en fait), beaucoup plus personnelle celle-là, et dont la finalité est fortement identitaire. Et comme elle découvrira que la mort de sa mère 20 ans plus tôt est inextricablement liée à l'histoire que son enquête met au jour, on comprend que c'est toute la question de l'origine qui est ici soulevée. L'écheveau de questions auxquelles elle doit trouver des réponses dans le cadre de sa nouvelle vie concerne donc aussi bien la dimension collective (les affaires de *Blue Moon*, on le découvre rapidement, sont de nature essentiellement politique) que celle, plus personnelle, de son identité et de son origine.

2.3 La nature du conflit

La compagnie *Blue Moon* dont Justine Laurier prend le contrôle au début de l'épisode initial est au cœur de l'univers de la série, constituant en quelque sorte un réservoir de motifs thématiques qui donne sa teneur particulière à cette histoire et déterminant la nature du conflit qu'elle exprime. L'entreprise est dirigée par Benoit Lebel, qui en fut le co-fondateur en partenariat avec le père de Justine. Les deux « patrons » se connaissent donc très bien, et entretiennent des rapports quasi-filiaux. Nous découvrons toutefois très rapidement que la

majorité des contrats (par ailleurs très lucratifs) de *Blue Moon* provient du gouvernement fédéral, et concerne la sous-traitance de dossiers délicats, voire (Justine le découvre peu à peu à mesure que la série avance) carrément illégaux. Plusieurs de ces contrats concernent notamment les activités anti-terroristes des services secrets canadiens, qui sont présentés dans la série comme des opérations controversées ; non seulement l'entreprise œuvre dans le domaine sensible des secrets d'état, mais elle est impliquée dans divers dossiers qui la mettent au centre des relations internationales du Canada. Cette situation particulière place la compagnie à la frontière entre le légitime et l'illégitime, et confère un caractère hautement secret à plusieurs de ses opérations. Dans ce contexte, l'arrivée de Justine dans le portrait dérange les dirigeants et (comme on le découvre à la fin de l'épisode) leurs répondants au sein de l'appareil gouvernemental. Sans que le spectateur comprenne exactement de quoi il en retourne, le début de la série met donc en place un climat de suspicion à l'égard des activités de *Blue Moon*.

L'ancrage géographique fortement indéterminé des bureaux de *Blue Moon*, les transitions spatiales rapides, la circulation des personnages d'un lieu, d'une ville, d'un pays à l'autre évoqués à l'instant, mais aussi le double statut de la quête de Justine, prennent dans ce contexte un sens particulier. Le conflit mis en scène dans la série est en effet à la fois local et national, localisé et dé-localisé, personnel et politique, visible et invisible, et concerne en substance des enjeux narratifs qui s'inscrivent clairement dans la mouvance de la mondialisation (le terrorisme islamique, la négociation des juridictions d'un côté et de l'autre de la frontière canado-américaine, les questions du trafic international d'armes et du blanchiment d'argent). L'espace social dont le récit de *Blue Moon* s'empare — et ce même s'il garde une dimension nationale certaine à travers l'identité des personnages — est un espace « globalisé », largement détaché de l'ancrage identitaire et culturel qui a toujours caractérisé la fiction sérieuse québécoise. Le personnage de Justine, on le voit bien, est le pivot idéal permettant la révélation de cet espace : en tant que femme s'immisçant dans un milieu saturé à sa tête par des hommes, en tant que militaire ayant reçu sa formation au sein d'une institution hautement légitime, elle se trouve en position de forte extériorité par rapport à lui, et donc à même d'en révéler les contradictions et les zones sombres. Le conflit incarné

par Justine en est donc un d'allégeance : une quête identitaire (qui étaient vraiment mon père et ma mère ?) qui se butte à l'opacité d'un monde dans lequel elle ne se reconnaît pas...

3. La série-comme-produit : les modèles d'énonciation dans *Blue Moon*

Nous venons de décrire succinctement l'univers de *Blue Moon* comme s'il s'agissait d'une excroissance de motifs psycho-socio-politiques en circulation dans l'espace social, reconnaissable comme tel dans l'arène de l'actualité où sont mises en scène les formes particulières de médiation de la réalité par la télévision. Comme l'avance Éric Macé (2000, p. 246) :

la médiation de la télévision de masse ne reflète ni le monde « tel qu'il est » ni l'idéologie des groupes sociaux dominants, mais les ambivalences et les compromis produits par le conflit des représentations qui oppose dans l'espace public des acteurs inscrits dans des rapports sociaux de pouvoir et de domination.

La formule décrit bien le salmigondis de postures pro-féministes, de stéréotypes machistes, de positions ouvertement anti-gouvernementales, d'ouverture à la diversité sexuelle, d'étalage plus ou moins critique des règles du *boys club* et du patriarcat politico-économique, de relents conspirationnistes (et bien d'autres choses encore) que brasse ensemble le récit de *Blue Moon*. Il s'agit de voir maintenant comment s'organise cette matière brute du point de vue de sa mise en forme et de ce que nous aimons désigner, avec Jean-Pierre Esquenazi, comme les modèles énonciatifs convoqués.

3.1 Titre et distribution

Le titre et la distribution d'une série sont des éléments de la série-comme-produit qui peuvent constituer des indices fondamentaux d'une stratégie énonciative ciblée, en ce qu'ils constituent des facteurs de médiation essentiels auprès du public. Regardons d'abord la question du titre. *Blue Moon*, bien entendu, est le titre d'une chanson, pour être plus exact un standard de la ballade écrite en 1934 par Richard Rodgers et Lorenz Hart et repris par la suite par plusieurs interprètes célèbres au fil du temps (Billy Holiday, The Marcels, Elvis Presley, notamment). La variante utilisée dans la série (on l'entend au tout début du premier épisode

puisque c'est la chanson qui joue lorsque le père de Justine découvre sa femme qui vient de se suicider) est une version québécoise récente. Il s'agit donc de la chanson en anglais, interprétée par une vedette locale (Mara Tremblay), attestant en quelque sorte du caractère bicéphale, mobile, international et peu ancré de la série. En même temps, dans la mesure où le nom lui-même désigne simultanément la compagnie dont hérite Justine, des liens terminologiques et sémantiques peuvent être établis avec la célèbre académie paramilitaire *Black Water*, qui a ses installations en Caroline du Nord et a défrayé les manchettes dans les années 1990 pour son implication controversée dans la guerre d'Irak. L'auteur Jeremy Scahill (2007), qui a consacré un ouvrage à l'organisation, en parle d'ailleurs comme « de la plus puissante armée de mercenaires au monde ». Le titre *Blue Moon* évoque donc un double registre : celui des relations romantiques, d'une part, et celui des opérations militaires, d'autre part. Il n'est pas superfétatoire de mentionner dans le contexte que le récit nouera éventuellement ces deux registres : nous apprendrons en effet au terme de la première saison que les deux fondateurs de *Blue Moon*, Yves Laurier et Benoit Lebel, sont d'anciens partenaires de régiments dans l'armée canadienne, tous deux liés par le souvenir d'un très lourd traumatisme : le massacre involontaire de 14 enfants par leur unité de combat, à l'étranger, alors que résonnait sur les lieux du drame la chanson *Blue Moon*.

Les choix en termes de distribution sont aussi révélateurs, et tout particulièrement celui de l'actrice principale, Karine Vanasse. Celle-ci est une actrice très recherchée, ayant connu des débuts assez précoces à la télévision et au grand écran (notamment dans le film *Emporte-moi*, de Léa Pool, en 1999). On peut affirmer sans trop de craintes qu'elle est la comédienne québécoise ayant le plus de visibilité au Canada anglais et aux États-Unis (elle a notamment obtenu un des rôles principaux de la série *Pan Am* diffusée par le réseau ABC et a été de la distribution, entre autres, de *Cardinal*, *Revenge*, et *God Friended Me* ces dernières années). On comprend donc que Vanasse amène avec elle une *persona* d'actrice au fort rayonnement international, un statut de *star* qui déborde celui de vedette locale ; la nature exigeante du rôle, la préparation physique qui a été rendue nécessaire à cause des caractéristiques du personnage, les rumeurs qui ont circulé d'un tournage pénible et à la limite dangereux pour les acteurs (Lepage-Boily, 2016) ont contribué par ailleurs au récit de bravoure qui a

accompagné la sortie de la série et mis au centre de sa promotion une véritable performance de *Star*. En ce sens, Justine Laurier, pour le spectateur de la série, c'est aussi Karine Vanasse la *star*, ce qui permet à la série-comme-produit d'exister dans un espace commercial qui n'est plus strictement celui, national, des séries québécoises. Car la *star*, la tête d'affiche, déborde nécessairement du corps de l'acteur pour atteindre à une fonction de médiation qui imprègne l'ensemble de la production, et tout particulièrement son identité auprès du public.

3.2 La question des genres

Nous avons évoqué un peu plus haut la séquence en début d'épisode qui révèle le personnage de Justine adulte : spécialiste des explosifs, on la découvre sur le terrain, membre de l'armée canadienne en train de tenter de sauver la vie d'un soldat en fort mauvaise posture. Le cadre est ainsi mis en place, le personnage central de la série qualifié par un milieu générique bien précis : celui du film d'action, avec son actant caractéristique, le héros (ici l'héroïne) en mission, qui fixe le récit au sein d'un environnement militaire et établit un climat de confrontation, des aspects de ce milieu qui ne seront pas démentis par le reste du récit. Le premier épisode de la série nous montre d'ailleurs le personnage interprété par Karine Vanasse occupé à suivre une formation paramilitaire au sein d'un groupe de recrues, ce qui rappelle par plusieurs aspects les bataillons (compétition, rivalité, esprit de corps, élitisme, humiliation) du film de guerre. Mais cette séquence initiale, toute martiale qu'elle soit, ouvre également une porte sur un autre genre, puisque la mort annoncée du père et la réponse de la jeune femme permettra au récit de développer une seconde ligne dramatique, celle de la quête identitaire et de l'origine, caractéristique du mélodrame. *Blue Moon* mêle conséquemment au modèle du thriller d'action des éléments mélodramatiques qui permettent en quelque sorte de conserver un équilibre entre les dimensions politique et individuelle du récit. Et de la même manière, donc, que le titre *Blue Moon* renvoie simultanément aux univers fort contrastés de la balade romantique et des armées privées de mercenaires, le cadrage générique de la série se dédouble délibérément, d'un côté en une sorte de téléroman (aux accents certes contemporains, mais non moins centrés autour de la famille, de l'identité, de la filiation, de l'amour trahi, du triangle amoureux...) et de l'autre en *Homeland* québécois, c'est-à-dire une série qui donne des éléments qui permettent une réflexion critique sur la guerre menée contre

le terrorisme, comme de nombreux commentateurs, dont Éric Macé, l'ont effectivement fait remarquer (2016).

Cet écarquillement générique n'est pas unique à *Blue Moon*, bien entendu. Selon Jane Feuer (2007), c'est même là une caractéristique de ce qu'elle appelle la *Quality television*, dont un des traits fondamentaux est justement de fondre des modèles génériques associés au cinéma, au théâtre ou à la littérature (donc significativement plus légitimes, ou si on préfère relevant davantage de la culture *high brow* que *low brow*) à un modèle propre à la tradition télévisuelle :

Quality drama merges soap opera with an established genre such as the cop show or the medical series. HBO dramas merge series or serialized TV with postmodern theater or art cinema. And there's the rub. To the interpretative community that writes about TV, and who share a field of reference with those who create quality TV but not reality TV, only certain re-combinations matter (Feuer, 2007, p. 157).

Dans le cas qui nous occupe ici, la tension générique s'exprime entre le thriller d'action politique (qu'on associe, en tout cas au Québec, bien peu à la tradition télévisuelle) et une forme assez familière du mélodrame, la recherche par une jeune femme du meurtrier de son père sur le mode de l'enquête, en même temps qu'une explication de son histoire familiale. Il est certainement possible d'envisager que chacun de ces registres génériques, produisant des effets différents, vise en conséquence des publics distincts : le public traditionnel de la télévision québécoise, plus féminin et vraisemblablement davantage enclin à se reconnaître dans la quête filiale de Justine; et le public amateur de films et de séries d'action (surtout américains), qu'on imagine plus masculin et surtout attaché à la dimension *action thriller* de *Blue Moon*.

3.3 Télévisualisation

Appelons télévisualisation le dernier aspect relevant de l'activité énonciative proprement dite. Par ce terme, nous entendons décrire les modalités particulières de la mise en images et de la mise en récit du scénario de *Blue Moon*. Il s'agit des choix opérés par la réalisation qui

contribuent au style de la série, entendu dans une perspective formelle. Bien sûr, les choix en question sont le plus souvent cohérents avec les modèles génériques convoqués, mais ils s'en distinguent dans la mesure où ils renvoient à des considérations d'un autre ordre, plus technique. Dans le cas qui nous occupe ici, le travail de télévisualisation pourrait se résumer à un concept : celui de cinématographisation. En effet, tout dans *Blue Moon* contribue à produire un effet cinéma : les images léchées découlant d'une direction photo soignée, les cadrages étudiés, le montage rapide centré sur l'action, le tournage *on location*, l'utilisation de la musique et d'une bande-son chargée, le découpage en scènes brèves, les dialogues punchés. Les modèles de référence sont clairs (pour rester au Québec) : *Bon cop Bad cop* davantage que *L'heure bleue*, certainement. En fait, le spectateur de *Blue Moon* habitué aux séries québécoises, et encore davantage aux téléromans, risque de se retrouver en terrain peu familier. Le budget de production d'une série comme *Blue Moon* — même s'il ne se compare en rien aux moyens dont disposent les séries originales de *Netflix* ou d'*Amazon Prime*, par exemple — se rapproche d'ailleurs de celui d'un film destiné au marché cinématographique québécois, et si on a souvent évoqué dans la presse les difficultés de tournage de la série, c'est justement parce que ce type de productions appelle généralement des moyens encore plus conséquents.⁴

Ce type de stratégie a souvent été associé à une opération de légitimation. Produire une émission de télévision qui s'inscrit au sein de la tradition formelle propre au médium cinématographique est une des pratiques qui a permis à la chaîne *premium HBO*, au tournant des années 2000, de développer une image de marque fortement distinctive, parfaitement encapsulée par le slogan « *It's not TV, it's HBO* » (Boisvert, 2014). La production de séries originales extrêmement onéreuses par *Netflix*, qui sont ensuite offertes dans un environnement où elles côtoient un important catalogue de films, contribue également à cet effet-cinéma de la série, qui gagne en légitimité. Dans le contexte québécois, toutefois, la stratégie vise vraisemblablement des objectifs un peu décalés par rapport à ceux de ces géants

⁴ Un épisode *Blue Moon* en 2016 coûtait autour de \$500 000, comparativement aux 150 à 200 000 d'un téléroman « classique ».

états-uniens : moins qu'une légitimité artistique, elle contribue à une prise de distance face aux produits traditionnels de la télévision québécoise, et à la mise en circulation efficace de la série au sein d'un espace communicationnel fortement compétitif, justement dominé par l'offre des grands joueurs de l'industrie. Autrement dit, il s'agit d'offrir un produit compétitif et donc comparable à ce qui est offert globalement au public québécois, sur la base de paramètres qui existent indépendamment de la logique de l'écosystème local. Certains affirmeront non sans raison que cette compétition a toujours existé ; mais dès que les modalités de consommation du public sont elles-mêmes délocalisées, mobiles, dé-fidélisées et rendues largement indépendantes d'une programmation qui cadrerait spatialement et temporellement les rendez-vous, c'est l'ensemble de l'offre qui se trouve ni plus ni moins aligné dans un même espace, contrôlé par le consommateur.

4. La série-comme-paraphrase

Au terme de ce parcours analytique, partagé suivant notre cadre méthodologique entre une prise en compte de la série-comme-monde et de la série-comme-objet, il nous reste à proposer une mise en perspective de ces éléments étant donné le contexte communicationnel particulier — celui du nouveau phénomène des TPC locales — au sein duquel s'inscrirait la proposition de *Blue Moon*. Cette opération est ainsi résumée par Esquenazi, qui considère que la série se présente toujours à quelque titre comme une paraphrase de l'institution où elle a été pensée, élaborée puis produite, sous la forme d'une énonciation :

On appelle institution cinématographique le lieu où les films sont fabriqués suivant des directives caractéristiques : les directives définissent les genres et les formats des projets de film entrepris. Les cinéastes, pour réaliser ces directives, utilisent des modèles énonciatifs qui relèvent de leur compétence. Ainsi, chaque film peut être mesuré par rapport aux habitudes et conventions que ces modèles impliquent. En ce sens, il constitue une image ou une paraphrase de son institution : il en figure la logique propre (2007b, p. 128).

C'est ce trajet synthétique que nous proposons ici, par une mise en parallèle finale des directives et modèles énonciatifs concrétisés sur le plan sémiotique par la série, d'un côté, et

des spécificités du contexte médiatique et communicationnel qui prévalent dans l'institution, de l'autre.

4.1 Directives et modèles énonciatifs : synthèse

Une créolisation de la forme médiatique : la directive qui résume le mieux l'entreprise de *Blue Moon* se trouve dans les propos mêmes de Martin Bisailon, directeur du développement et de la distribution chez Aetios, qui affirmait en entrevue considérer que *Blue Moon* appartient à la même catégorie de séries que *Homeland* ou *House of Cards*⁵. Comment doit-on entendre une telle déclaration ? *Homeland* est un *thriller* qui mélange des éléments de film d'espionnage et de film de guerre, de drame psychologique et politique et dont les principaux ressorts narratifs sont en lien avec l'implication de l'armée américaine au Moyen-Orient et ses efforts pour combattre Al-Qaïda ; *House of Cards* est une satire de l'univers du pouvoir à Washington, qui laisse planer de forts doutes quant à l'intégrité des acteurs politiques. On reconnaît aisément les aspects de chaque série qui ont inspiré Luc Dionne, le scénariste de *Blue Moon*, dont le travail a consisté à les adapter au cadre national particulier du Canada. Cette adaptation ne se fait pas par simple calque, comme on l'a vu : la réalité sociale et politique du Canada, la place de celui-ci sur l'échiquier mondial, les particularités liées aux rapports bilatéraux entre le Québec et Ottawa sont intégrées à la trame, cependant que les motifs génériques qui en organisent la présentation, eux, sont largement empruntés, pour la simple raison qu'il n'existe pas à la télévision québécoise (et très peu au cinéma) de telles traditions génériques. Quelque chose comme un processus de créolisation de la forme médiatique est donc à l'œuvre ici, dont on peut légitimement se demander dans quelle mesure elle n'est pas la conséquence d'un impérialisme des formats qui s'impose à travers l'offre délocalisée des plateformes.

Un palimpseste identitaire : mais, comme on l'a vu, à ce cadre générique emprunté (espionnage, guerre, lutte au terrorisme, corruption politique) vient s'en greffer un autre,

⁵ « L'effet Karine Vanasse à Cannes profite à Blue Moon » : Club <https://www.journaldemontreal.com/2015/10/05/leffet-karine-vanasse-a-cannes-profite-a-blue-moon>

largement inspiré de la tradition mélodramatique télévisuelle et qui s'incarne dans le destin tragique de Justine. Car *Blue Moon*, c'est aussi l'histoire d'une fille dont la mère s'est suicidée, qui apprend au début de la série que son père vient de mourir, hérite de son entreprise et découvre en chemin que celui-ci a été assassiné, vraisemblablement par l'homme qui était l'amant de sa mère ; difficile de faire plus mélodramatique. En réalité, il est utile de penser à Justine comme à un *melting pot* de motifs identitaires, qui ensemble composent une sorte de personnage-palimpseste : une jeune femme sensible et marquée, mais dont la personnalité, les compétences et l'agentivité sexuelle sont surtout associés à un profil masculin ; une femme à la pro-activité plus qu'assumée, qui se retrouve victime d'une agression sexuelle violente ; une femme dont le nom évoque la quête de justice, mais qui se retrouve à la tête d'une entreprise aux activités très louches ; dont le nom, encore, rappelle directement celui du premier ministre actuel (Justin), et celui du premier francophone à avoir été à la tête du Canada (Wilfrid Laurier) ; une femme dont la mère est anglophone, et le père francophone ; dont la compagnie privée dont elle hérite se finance presque entièrement à partir de contrats publics ; une entrepreneure québécoise, travaillant ouvertement dans l'espace canadien (pour le gouvernement fédéral), et défendant cet espace contre la main invisible américaine. Comme Karine Vanasse qui l'incarne, le personnage de Justine se trouve donc à cheval sur la frontière entre des espaces culturels à la fois proches et étrangers (québécois et canadien, canadien et États-Unien, anglo et franco), et se trouve de la sorte à opérer pour le spectateur une forme de médiation entre les différentes dimensions de l'expérience qui cohabitent pour lui dans l'univers des TPC.

4.2 Logiques de l'institution : propositions

Blue Moon, paraphrase de Vidéotron : quelle image de l'institution se profile ici, et comment peut-elle être mise en relation avec les modalités communicationnelles qui caractérisent l'ère des TPC ? Il semble tout d'abord que la tension entre le formatage lié aux emprunts génériques et le palimpseste identitaire qu'incarne le personnage et la quête de Justine sont révélateurs d'une tension correspondante, propre au milieu de la production audiovisuelle au Québec, et qu'on pourrait décrire de la façon suivante : il existe un tiraillement caractéristique entre la volonté de proposer une offre de programmes locale,

fortement identifiée à la culture nationale mais tout à la fois perméable aux tendances de la production contemporaine, en particulier celles qui imprègnent l'espace numérique où se déploie le gros des propositions périphériques (via Netflix et les autres plateformes, facilement accessibles au public québécois). L'action même de la compagnie *Blue Moon*, à cheval entre Montréal et Ottawa, entre la campagne et la ville, entre le Canada et les États-Unis, entre l'Amérique du Nord et les zones turbulentes de l'activisme islamique, est une action délocalisée, mondialisée, largement affranchie des frontières nationales comme se trouve à l'être, d'une certaine façon, la production de séries à l'ère des TPC. Il vaut le coup en ce sens d'observer attentivement le positionnement particulier de la compagnie *Blue Moon* dans son écosystème : une compagnie privée, dominante dans son champ d'exercice, surtout active au Québec mais ayant des prétentions internationales, et qui tire l'essentiel de ses revenus (mais ce de manière plus ou moins transparente, et avec une dose de mauvaise conscience) via des contrats du gouvernement ; et qui plus est, dont on découvre au terme de la saison qu'elle mène certaines activités qui en font un satellite local à la solde d'intérêts américains. On peut toujours supposer que les ressemblances entre *Blue Moon* et le positionnement particulier de Quebecor (propriétaire de Vidéotron et par voie de conséquence de la plate-forme Club Illico) dans l'écosystème médiatique québécois relève d'une pure coïncidence. Nous ne le croyons toutefois pas, et d'autant moins en réalité qu'il s'agit d'une correspondance surtout isomorphe, révélatrice du point de vue par lequel se dédouble dans le texte une volonté stratégique affirmée sur le plan communicationnel : *Blue Moon*, en tant qu'agent économique qui se démène dans l'espace compétitif nord-américain, tiraillé entre différentes allégeances, confronté aux défis identitaires de la mondialisation, constitue une excellente paraphrase de son milieu de production.

Des stratégies diversifiées en fonction du modèle économique : le champ de tensions ainsi révélé par le texte concerne surtout les diffuseurs privés, que leur modèle commercial place en compétition directe non seulement avec les autres chaînes télé québécoises, mais face à une grappe de plateformes de TPC surtout états-uniennes. Une série comme *Blue Moon* ne s'inscrit plus dans la logique des rendez-vous propre à la diffusion de séries traditionnelles (comme *L'Heure bleue* ou *Fugueuse*, par exemple), mais plutôt dans celle du catalogue à la

demande (VSD) accessible au milieu d'une offre globale à laquelle elle doit faire écho, tout en se distinguant. L'adoption d'un modèle générique emprunté (le thriller politique), fortement modulé sur la compétition, constitue la réponse du Club Illico, son coup de force initial qui est en même temps une prise de position esthétique. Les stratégies des diffuseurs publics procèdent d'un même état du champ, mais ceux-ci s'y adaptent différemment : ainsi, par exemple, les idéateurs d'œuvres sérielles comme *Série noire* (Société Radio-Canada) ou *M'entends-tu* (Télé-Québec), qui représentent pour les deux sociétés d'état leurs premiers pas respectifs dans l'univers des séries originales offertes sur plateformes (tou.tv pour Radio-Canada, la Zone vidéo pour Télé-Québec), ont plutôt choisi d'exacerber le caractère indigène, fortement identitaire et ancré des modèles convoqués, en toute cohésion avec l'idée de mandat culturel qui leur est assigné. On se trouve ainsi devant des choix contrastés, dans une large mesure antinomiques, qui ensemble constituent bien une sorte de paraphrase de second niveau révélatrice des tensions qui caractérisent le champ de la production audiovisuelle aujourd'hui.

Conclusion

À titre de premier produit original québécois à avoir été offert sur une plateforme de TPC locale, la série *Blue Moon* constitue un cas fort intéressant, à même non seulement d'éclairer les nouveaux paramètres de production, de mise en circulation et de réception des séries à l'ère numérique, mais surtout — dans le cas qui nous intéresse ici — de révéler comment ce contexte en mutation a un impact considérable sur le contenu de l'œuvre offerte au public. À la directive première qui se trouve à la source même d'un projet comme *Blue Moon* (« produire localement une série qui s'inscrive avec cohérence au sein de l'offre des plateformes de TPC »), on a ainsi pu constater que la réponse offerte par la série est de convoquer des modèles d'énonciation sous la forme d'un mélange des genres, qui reproduisent en quelque sorte les principales tensions qui existent dans les milieux de production (entre diffuseurs privés et publics, entre formatage et originalité, entre genericité et auctorialité, par exemple), et qu'exacerbe vraisemblablement la place croissante qu'y occupe la TPC.

Cette logique créative s'inscrit par ailleurs dans un contexte plus large, peu abordé dans le cadre du présent article pour des raisons d'espace, mais certainement déterminant pour qui veut comprendre le caractère international des enjeux de la production audiovisuelle : celui de la circulation et de la vente des formats d'émissions de fiction entre les télévisions nationales. Il n'est certainement pas superfétatoire de noter en ce sens que les deux séries présentées comme les modèles de *Blue Moon* (*Homeland* et *House of Cards*) furent toutes deux d'abord des « produits locaux » (israélien et anglais), ensuite adaptés comme format par *Showtime* et *Netflix*, respectivement. En retour, on apprenait à l'occasion du lancement de la troisième saison que *Blue Moon* avait à son tour été acheté pour être éventuellement produit aux États-Unis. Dixit le producteur de la série, Michel Trudeau : « On a beaucoup parlé de la nécessité d'amener notre télévision au niveau international et on est très contents d'annoncer la signature d'une entente avec une auteure et productrice, une *showrunner*, Corinne Marrinan, pour l'adaptation et le développement d'une adaptation américaine de la série *Blue Moon* » (Paradis, 2017). Il s'agit là, à n'en pas douter, d'une belle façon de boucler la boucle...

Références

Site internet, Vidéotron, en ligne : <<http://corpo.videotron.com/site/salle-presse/communiqu/852>>.

ARC S. (2014), « L'attention, un bien précieux, entrevue avec Yves Citton », *CNRS, Le Journal*, <<https://lejournel.cnrs.fr/articles/lattention-un-bien-precieux>>.

BARKER C. et WIATROWSKI M. (dir.). (2017), *The Age of Netflix: Critical Essays on Streaming Media, Digital Delivery and Instant Access*, New York, McFarland Publishing.

BECKER H. (1988), *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion.

BOISVERT S. (2019), « À l'ombre du géant Netflix: les orientations narratives et idéologiques des séries originales du portail en ligne Club Illico », *Québec Studies*, n° 67, p. 135-157.

BOISVERT S. (2014), « La promotion des séries télévisées en tant que "films" : l'influence du cinéma sur les stratégies promotionnelles de l'industrie télévisuelle américaine », *Télévision*, n° 5, p. 79-94.

ESQUENAZI J-P. (2003), « Éléments de sociologie sémiotique de la télévision », *Quaderni*, 50(1), 89-115.

ESQUENAZI J-P. (2007a), *Sociologie des oeuvres*, Paris, Armand Colin.

ESQUENAZI J-P. (2007b), « Éléments de sociologie du film », *Cinemas : revue d'études cinématographiques*, vol. 17, n° 2-3, p. 117-141.

FEUER J. (2007), « HBO and the Concept of Quality TV », J. McCabe et K. Akass (dir.), *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*, Londres, I.B. Tauris, p. 145-157.

GENETTE G. (1982), *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Paris, Édition du Seuil.

JOST F. (1997), « La promesses de genres », *Réseaux*, n° 81, p. 11-31.

KATZ E. et LIEBES T. (1991), « On the Critical Abilities of Television Viewers » in E. Seiter, H. Borshers, G., Kreutzner, et E. M. Warth, (eds), *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power*, Routledge, London, p. 204-222.

LEPAGE-BOILY E. (2016, 24 février), « Caroline Dhavernas parle des tournages difficiles de *Blue Moon* et *Chasse-Galerie* », *Showbizz.net*, <<https://showbizz.net/stars/caroline-dhavernas-parle-des-tournages-difficiles-de-blue-moon-et-chasse-galerie>>.

LOTZ A. D. (2017), *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television*, Ann Arbor, University of Michigan Library.

MACÉ É. (2000), « Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés. 1. La configuration médiatique de la réalité », *Réseaux*, vol. 18 n° 104, p. 245-288.

MACÉ É. (2016), « Des cadres de guerre vulnérables ? La série *Homeland*, une heuristique critique de la "guerre au terrorisme" », *Réseaux*, n° 199, p. 71-97.

PARADIS K. (2017), « La série *Blue Moon* sera adaptée aux États-Unis », *EV – En vedettes* (20 septembre), <<https://www.envedette.ca/stars/television/la-serie-blue-moon-sera-adaptee-aux-etats-unis-1.3303388>>.

SCAHILL J. (2007), *Blackwater. The rise of the world's most powerful mercenary Army*, Croydon, Nation Book.

SCHATZ T. (1983), *Old Hollywood, New Hollywood. Ritual art and industry*, Ann Arbor: UMI Research Press.

THE INVESTOPEDIA TEAM. (2023, 18 juillet). « How Netflix Is Changing The TV Industry », <<https://www.investopedia.com/articles/investing/060815/how-netflix-changing-tv-industry.asp>>.

WOLK A. (2015), *Over The Top: How The Internet Is (Slowly But Surely) Changing The Television Industry*, New York, CreateSpace Independent Publishing Platform.

Pierre Barrette est docteur en sémiologie, professeur et directeur de l'École des médias de l'UQAM. Il enseigne la télévision, le cinéma, les théories de la communication et publie d'une part dans le domaine de la sémiologie et de l'analyse des médias, d'autre part à titre de collaborateur à diverses revues culturelles. Spécialiste de la télévision québécoise, il est membre régulier du Centre de recherche interuniversitaire sur la littérature et la culture québécoises (CRILCQ), et cofondateur du Laboratoire de recherche sur la culture de grande consommation et la culture médiatique au Québec. Il consacre ses recherches à la sémiologie des genres, à l'histoire de la télévision ainsi qu'aux mutations contemporaines de l'institution télévisuelle.

Abstract: For the OTT service Club Illico, which presents itself as the Quebec Netflix, challenges are great if it wants to compete in an environment where consumers of audiovisual products have access to a vast program offer via a multitude of platforms. How are local players going to be successful in this competition? What strategies are put in place to offer a product that rivals the original offering from cable channels like HBO or portals like Amazon and Netflix? This article addresses these questions by looking at the Quebec series *Blue Moon* offered exclusively on the Videotron VOD platform (Club Illico).

Keywords: Television; Series; Over-the-top television; Platforms; Sociosemiotics.