Rivalité passionnée, le succès mondial qui sert la culture et l'économie d'ici

3

Basée sur le roman éponyme de l'autrice néo-écossaise Rachel Reid, « Rivalité passionnée » suit deux vedettes de hockey d'équipes rivales qui tissent des liens secrets en dehors de la patinoire.
PHOTO : BELL MEDIA

Philippe Granger

Publié le 4 janvier à 4 h 00 HNE

Ecouter l'article | 9 minutes

Une série canadienne aura su réchauffer le cœur – et animer les conversations – de beaucoup de personnes en décembre, au pays comme ailleurs. *Rivalité passionnée* (*Heated Rivalry*), du Québécois Jacob Tierney, est devenue dans les dernières semaines un immense phénomène mondial, au bénéfice de créateurs et de commerces canadiens.

Lancée à la fin de novembre sur la plateforme Crave, cette adaptation de la série de livres *Game Changers*, de l'Haligonienne Rachel Reid, suit deux joueurs vedettes de hockey qui, malgré la rivalité qui les oppose sur glace et dans la sphère publique, développent une relation intime et romantique en privé.

Les deux rôles principaux de cette série de six épisodes sont tenus par le Britanno-Colombien Hudson Williams et l'Américain Connor Storrie. Les Québécois François Arnaud et Sophie Nélisse sont aussi de la distribution, alors que Peter Peter a composé la musique originale de la série. Si l'histoire se déroule en bonne partie à Montréal (l'un des joueurs étant capitaine de l'équipe montréalaise) et dans Lanaudière, de très nombreuses scènes ont été tournées en Ontario.

Les Québécois François Arnaud et Sophie Nélisse sont de la distribution de « Rivalité passionnée ».
PHOTO : WARNER BROS. DISCOVERY

Ces dernières semaines, l'engouement pour la série s'est manifesté sur les réseaux sociaux, puisqu'elle a été diffusée un peu partout dans le monde, dont aux États-Unis sur la plateforme HBO Max.

De nombreuses célébrités et entreprises on fait l'éloge de la série, comme les animateurs Andy Cohen et Anderson Cooper à l'occasion des célébrations du Nouvel An sur la chaîne CNN ou dans une récente publication des Bruins de Boston.

Si cette liaison homosexuelle charme le monde entier (dont les États-Unis), c'est fort probablement au Canada que les effets de *Rivalité passionnée* se font le plus sentir.

PUBLICITÉ

La musique québécoise populaire aux États-Unis (et ailleurs)

En décembre, trois fois plus d'Américains que de Canadiens ont écouté la chanson *Une journée parfaite* de l'artiste québécois Dumas sur Spotify.

C'est que la chanson, sortie en 2014, a été jouée dans le tout premier épisode de la série, diffusée à la fin de novembre. Résultat : du 1er au 28 décembre, plus de 190 000 écoutes d'*Une journée parfaite* ont été comptabilisées sur Spotify aux États-Unis, alors qu'elles se chiffraient plutôt aux alentours de 55 000 au Canada.

En entrevue, l'auteur-compositeur-interprète de Victoriaville trouve « exceptionnel » que Jacob Tierney, créateur de la série, « ait choisi de la musique francophone », une décision qu'il qualifie d' « audacieuse ».

> « Le réalisateur et l'équipe ont quand même vraiment appuyé la spécificité montréalaise avec la langue française. C'est bien joué, pour utiliser le langage de hockey! »
>
> — Dumas, auteur-compositeur-interprète québécois

Au-delà de l'Amérique du Nord, la chanson de Dumas a traversé les océans. Au cours de décembre, elle a été écoutée en Allemagne (plus de 20 000 fois) et au Royaume-Uni (plus de 18 000 fois), mais aussi en Australie (plus de 16 000 fois), au Brésil (plus de 11 000 fois) et aux Philippines (plus de 11 000 fois).

« La langue n'est pas nécessairement une barrière quand on ose », tranche Dumas, compte tenu de ces données.

> « J'ai vu un gars au Vietnam faire un *cover* [une reprise] d'"*Une journée parfaite*", parce qu'il l'a entendue dans la série. Il y a des trucs comme ça qui ne changeront rien dans ma vie – c'est du *streaming (lecture en continu)*, il n'y a pas tant de revenus – mais ça a quand même un impact. »
>
> — Dumas, auteur-compositeur-interprète québécois

« La seule chose que je souhaite, c'est que ça va donner l'idée à d'autres [réalisateurs] de mettre de la chanson francophone dans les séries », espère-t-il.

PUBLICITÉ

L'enthousiasme que manifeste Dumas est aussi celui d'autres artistes québécois francophones que l'on peut entendre dans la série, comme La Bronze (dont la chanson *L'anarchie des jours heureux* brille en fin de série) et Alfa Rococo (dont la chanson *Lumière* joue dans l'épisode 3).

À l'instar de Dumas, David Bussières, membre d'Alfa Rococo, salue l'« audace » des créateurs de la série, surtout qu'un extrait de leur chanson a été joué pendant un peu plus de deux minutes.

> « Ça accentue l'aspect distinctif culturel canadien. [...] C'est aussi la preuve que nos chansons francophones d'ici, lorsqu'elles ont de bons canaux de diffusion, peuvent briller mondialement! »
>
> — David Bussières, membre d'Alfa Rococo

Cet aspect mondial est d'ailleurs ce qui « fait rêver » la chanteuse Jessica Charlie, dont on entent la pièce *Prendre soin du beau* à l'épisode 5 de la série.

« Le fait que ma musique y soit intégrée représente pour moi une belle reconnaissance », a-t-elle dit à Radio-Canada. « Il est certain que [la popularité de la série] a un impact considérable sur la diffusion de ma chanson. »

Des commerces en profitent aussi

Alors que le « Fabriqué au Canada » connaît un regain d'intérêt, le succès de cette série canadienne vient donner un coup de pouce à des entreprises d'ici.

C'est notamment le cas de l'entreprise ottavienne Dominion City Brewing Co., qui a fourni environ 3000 boissons à l'équipe du film en échange d'une mise en valeur du produit dans l'émission.

Le cofondateur de l'entreprise, Josh McJannett, ne s'attendait toutefois pas à ce que sa City Seltzer soit utilisée dans la série comme une boisson promue par l'un des personnages lors d'un tournage publicitaire.

Dans une scène de l'épisode 4, le personnage interprété par Hudson Williams joue dans une publicité pour City Seltzers.
PHOTO : BELL MEDIA

Cela a eu de quoi attirer de nouveaux consommateurs. Pendant un certain temps, en effet, l'affluence sur le site web de l'entreprise a quadruplé.

> « Il faut se préparer à être assez occupés. [...] C'est une aventure! »
>
> — Josh McJannett, cofondateur de Dominion City Brewing Co.

Pour la City Seltzers, la publicité a même dépassé la fiction. Dans une entrevue donnée au média américain *Variety*, l'acteur américain Connor Storrie, qui joue l'un des deux personnages principaux, a soutenu que « tout le monde sur le plateau » consommait cette boisson. « Je ne sais pas s'ils ont commandité notre émission, mais nous étions tous accros à ce truc. »

Josh McJannett parle de l'incidence de la série sur son entreprise.
PHOTO : RADIO-CANADA / FELIX DESROCHES

Des librairies en rupture de stock

Sans surprise, la série *Rivalité passionnée* a aussi entraîné une hausse des ventes du livre sur lequel elle se base.

Dans de très nombreuses librairies, indépendantes ou non, il y a eu rupture de stock des livres de Rachel Reid après la diffusion de la série.

Vendredi soir, il était impossible de trouver un exemplaire papier du livre *Heated Rivalry* dans les magasins Indigo, à Toronto et au Québec. Même le géant Amazon a été en rupture de stock temporairement.

HarperCollins Canada, qui assure la publication du livre par l'entremise de sa maison Harlequin, confirme que l'intérêt « a été si grand que les livres ont été en rupture de stock dans les magasins pendant un certain temps », mais indique qu'ils sont « désormais à nouveau approvisionnés ».

Sans fournir de données précises, l'entreprise soutient que le livre s'est très bien vendu « grâce au soutien important des détaillants canadiens depuis la publication initiale » et que « la majorité des ventes de livres imprimés ont été réalisées au cours du mois qui a suivi la sortie de la série ».

Dans de très nombreuses librairies, il y a eu rupture de stock des livres de Rachel Reid après la diffusion de la série.
PHOTO : CARINA PRESS ET CALEB LATREILLE

À Montréal, une nouvelle librairie de la rue Saint-Laurent avait depuis plusieurs mois flairé l'enthousiasme que la série allait provoquer, ayant constaté la passion que soulevait déjà les livres de Rachel Reid.

Claire Trottier est la cofondatrice de la librairie-café-bar Joie de livres, qui se proclame « quartier général » de *Rivalité passionnée*. Admiratrice du travail de Rachel Reid depuis « plusieurs années », la libraire a organisé un événement thématique à guichets fermés en octobre, plus d'un mois avant la diffusion de la série, en compagnie de l'autrice et d'admirateurs du monde entier, de l'Angleterre à Seattle, aux États-Unis.

La notoriété de Joie de livres s'est toutefois accrue dans une tout autre mesure lorsque les principaux acteurs de la série ont participé à un événement de la librairie, après la première de la série, tenue durant Image+nation, un festival de film LGBTQ+ à Montréal.

Sachant que la série « allait être un *hit* », Claire Trottier et son équipe ont commandé un grand nombre de livres avant sa diffusion. Et cela semble avoir été une très bonne idée.

> « Les romans de Rachel sont parmi nos meilleurs vendeurs de 2025 : *Heated Rivalry* est le numéro un, et nous pouvions écouler plus d'une centaine d'exemplaires en deux jours à la mi-décembre! »
>
> — Mathieu Lauzon-Dicső, directeur (librairie et événements) à Joie de livres

L'entreprise compte encore tirer avantage de cette lancée : à compter du 11 janvier, une séance de visionnement d'un épisode de la série sera organisée chaque semaine, en plus d'une soirée jeu-questionnaire. Parallèlement, la traduction française serait en cours pour publication durant l'année. Et l'engouement pourrait encore durer, puisqu'une deuxième saison a été confirmée.

Avec des informations de Maude Ouellet

À écouter aussi :

- **AUDIO -** Regard sur les États-Unis avec l'acteur François Arnaud
- **AUDIO -** Le phénomène de la série canadienne *Heated Rivalry*
- **AUDIO -** Entrevue avec Peter Peter, compositeur de la bande sonore de *Heated Rivalry*

Philippe Granger

Suivre
Commentaires 3

Vous souhaitez signaler une erreur?
Écrivez-nous

Vous voulez signaler un événement dont vous êtes témoin?
Écrivez-nous en toute confidentialité

Vous aimeriez en savoir plus sur le travail de journaliste?
Consultez nos normes et pratiques journalistiques

PUBLICITÉ

Infolettre Radio-Canada et moi
Une infolettre qui vous ressemble, remplie de découvertes et de sujets choisis selon vos champs d'intérêt.
Courriel
moncourriel@exemple.com
M'abonner