

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

La gestion des films et séries Star Wars par Disney depuis 2012

« Star Wars et l'Empire aux Grandes Oreilles »

Auteur : François Linden
Promoteur(s) : Olivier Standaert

Année académique 2022-2023
Master [120] en journalisme

Table des matières

<u>INTRODUCTION.....</u>	4
<u>PARTIE 1 : ÉCLAIRER ET CONTEXTUALISER LE SUJET TRAITÉ</u>	5
1. UN RACHAT AU RETENTISSEMENT MONDIAL	5
2. UNE APPROCHE TRANSGÉNÉRATIONNELLE	6
3. PRISE DE RISQUE ET PREMIER ÉCHEC	8
4. L'ÈRE DU STREAMING.....	12
5. CONCLUSION DE LA RECHERCHE.....	15
<u>PARTIE 2 : ARGUMENTATION DES CHOIX EFFECTUES</u>	16
1. CHOIX DU SUJET : LA GESTION DES FILMS ET SÉRIES STAR WARS PAR DISNEY.....	16
2. CHOIX DE L'ANGLE	16
3. LE GENRE : À MI-CHEMIN ENTRE LE DOCUMENTAIRE ET L'ANALYSE.....	17
4. CHOIX DU FORMAT : LE PODCAST	18
5. LA DÉMARCHE JOURNALISTIQUE	19
6. LA CRÉATION DU PODCAST	20
7. POSITIONNEMENT PAR RAPPORT AU SUJET	22
<u>PARTIE 3 : METTRE EN ŒUVRE UNE REFLEXION CRITIQUE ET PROSPECTIVE IMPLANTÉE DANS LE CHAMP DES PRATIQUES JOURNALISTIQUES.....</u>	22
1. UN SUJET DE NICHE.....	22
2. UN ANGLE QUI AURAIT PU GAGNER EN PRÉCISION.....	23
3. UNE QUALITÉ TECHNIQUE PERFECTIBLE.....	23
4. RECOMMANDATIONS	24
<u>REMERCIEMENTS</u>	25
<u>BIBLIOGRAPHIE.....</u>	26

Introduction

Le 30 octobre 2012, la Walt Disney Company rachetait Lucasfilm et la mythique franchise Star Wars pour un montant de 4 milliards de dollars. Il était presque choquant de voir Star Wars, l'une des œuvres modernes les plus populaires au monde, se séparer de son créateur historique, George Lucas, pour rejoindre l'empire du divertissement de Disney. Ce fut le début d'une nouvelle ère pour la saga. Quel bilan peut-on en faire 11 ans plus tard ?

Dans le cadre de mon mémoire de fin d'études de journalisme, j'ai choisi de réaliser un podcast en 4 épisodes consacré à la gestion de Disney des films et séries Star Wars depuis 2012, intitulé « *Star Wars et l'Empire aux Grandes Oreilles* ». Sous un format documentaire analytique, j'analyse les différentes stratégies mises en place, les retours qu'ont suscités les projets, et j'en tire des enseignements plus généraux sur l'état actuel du divertissement hollywoodien.

Cette apostille est séparée en trois parties : une première où je recontextualise et formalise les analyses et enseignements de mon travail, en citant notamment les sources utilisées et en détaillant certains aspects que je n'ai pu qu'aborder en surface dans le podcast ; une seconde où je décris ma démarche journalistique et justifie mes choix éditoriaux ; et une troisième où j'effectue un retour critique et réflexif sur la qualité de ma production.

Afin de mettre les choses au clair dès le départ, j'annonce que je ne vais pas dissocier Lucasfilm de Disney au cours de ce travail, car le studio et la compagnie sont désormais étroitement liés : ainsi, j'utilise simplement le mot « Disney » pour désigner « Lucasfilm sous Disney ».

Les 4 épisodes du podcast « *Star Wars et l'Empire aux Grandes Oreilles* » sont disponibles en ligne sur SoundCloud (premier lien) et téléchargeables sur mon Drive personnel (second lien) :

https://soundcloud.com/francois-linden-736232070/sets/star-wars-et-lempire-aux-grandes-oreilles-par-francois-linden/s-If8iwPKu8So?si=9e3f544de4104e9fa236718f58653a12&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing

https://drive.google.com/drive/folders/17B8DVme_nMIG3isvBmJv52gzscIlt7BD?usp=sharing

Partie 1 : éclairer et contextualiser le sujet traité

1. Un rachat au retentissement mondial

Lucasfilm est une société de production, de cinéma et de télévision américaine, fondée par le réalisateur George Lucas en 1971. La société a notamment produit les franchises Star Wars et Indiana Jones, et détient également des filiales comme Industrial Light and Magic (spécialisée dans les effets spéciaux) ou Skywalker Sound (spécialisée dans les effets sonores).

L'annonce de la vente de Lucasfilm à la Walt Disney Company a été communiquée le 30 octobre 2012. Le montant de la vente s'élevait à l'époque à 4.05 milliards de dollars : la transaction était répartie en 55% d'espèces (2.21 milliards de dollars), et en 45% d'actions de la Walt Disney Company (37 076 679 actions pour être exact)¹. Lucasfilm devient alors une filiale en propriété exclusive de Disney : le personnel de Lucasfilm est conservé, mais George Lucas prend sa retraite. C'est Kathleen Kennedy, nommée coprésidente de la société au cours de l'année 2012, qui devient présidente à la suite du rachat.

1.1. Les rachats de Bob Iger

La Walt Disney Company est un empire tentaculaire, aujourd'hui valorisé à près de 162 milliards de dollars², actif dans de nombreux secteurs du divertissement (cinéma, télévision, parcs à thème, hôtellerie...). Dans les années 2000, la compagnie vit des années compliquées sous la présidence de Michael Eisner, en poste depuis 1984. Disney connaît plusieurs échecs commerciaux au cinéma, et des studios comme DreamWorks ou Pixar semblent avoir pris une longueur d'avance en matière de savoir-faire artistique.

Sous l'impulsion du nouveau directeur général **Robert « Bob » Iger** (promu au poste en 2005), Disney a alors lancé une stratégie d'acquisition des **propriétés intellectuelles** des plus grandes franchises d'Hollywood. C'est ainsi que la compagnie rachète Pixar en 2006 (7.4 milliards USD), Marvel Entertainment en 2007 (4 milliards USD) et enfin Lucasfilm en 2012. Quelques années plus tard, ça sera au tour de la 20th Century Fox d'être rachetée (2019, 71.3 milliards USD).

Cette stratégie permet de rallier la concurrence sous un même pavillon tout en assurant l'avenir créatif et commercial de la compagnie³. Disney a en effet compris plus que quiconque à Hollywood que pour être rentable sur le long terme, il fallait investir dans des marques bien ancrées dans l'esprit des consommateurs, et donc dans les franchises à gros budget (« **branded franchise** »⁴). Ces films peuvent être exploités en quantité, au travers de *remakes*, *spin-offs* et autres *sequels*, mais aussi en de nombreux produits dérivés.

La vente de Disney à Lucasfilm fut à l'époque qualifiée par certains observateurs comme « *l'une des acquisitions les plus intelligentes de l'histoire* »⁵. Star Wars est une marque immensément intéressante d'un point de vue commercial, très proche de « l'esprit Disney ».

¹Barton, R. (2023, 17 avril). Disney has actually paid over \$ 10 billion for Star Wars. *Inside the Magic*.

²L'Echo. (2023, août 15). Actions de la Walt Disney Company.

³Reporter, G. S. (2018, 22 février). Star Wars: Why Disney was destined to buy Lucasfilm. *The Guardian*.

⁴Fritz, B. (2018). *The Big Picture : The Fight for the Future of Movies* (Houghton Mifflin Harcourt).

⁵Cité par plusieurs de mes intervenants, ainsi que par bon nombre de spécialistes et analystes à l'époque du rachat comme ici : Whitten, S. (2018, 30 octobre). Disney bought Lucasfilm six years ago today and has already recouped its \$ 4 billion investment. *CNBC*.

Les films de George Lucas sont profondément familiaux et ont déjà conquis plusieurs générations. Et en plus du cinéma, la marque a été déclinée en d'innombrables produits dérivés et formats (séries d'animation, jeux vidéo, comics...), qui augmentent les possibilités d'exploitation de la franchise. « *Pour racheter Star Wars, personne n'avait autant les épaules et le public cible que Disney* » explique Nathalie Zema, conférencière en pop culture⁶.

1.2. Le public cible de Star Wars

Star Wars est une saga profondément familiale, populaire dans les pays occidentaux et qui plaît aux enfants comme aux adultes. Pour Nolwenn Mingant, maîtresse de conférences en civilisation américaine et spécialiste du cinéma à l'université de Nantes, Star Wars touche un public plus large qu'aucune autre franchise : "*Sociologiquement, Star Wars est vraiment rentré dans la culture populaire. C'est devenu un endroit où les générations peuvent se retrouver. Il n'y a pas tant de films intergénérationnels*"⁷. Les fans se sont aussi fédérés en une communauté avec un très fort sentiment d'appartenance. On peut noter que la saga a toujours rencontré un succès plus prononcé auprès du public masculin⁸. L'objectif de Disney est de faire perdurer cet esprit familial, en touchant un public aussi large que possible et en rassemblant les anciennes et les nouvelles générations.

Un défi de taille sera de proposer du contenu qui réponde aux immenses attentes des fans. La communauté Star Wars n'est pas facile à contenter : la haine et les réactions extrêmement virulentes qui ont entouré la prélogie sont encore bien ancrées dans la mémoire collective à l'époque. Dès l'annonce du rachat, une minorité, active sur les réseaux sociaux, a fustigé la vente de Lucasfilm, craignant en effet que la saga se retrouve « *Disneyfiée* »⁹. Autrement dit, que la compagnie gâche l'héritage de George Lucas en rendant les films trop commerciaux, enfantins et aseptisés.

2. Une approche transgénérationnelle

Disney a opté pour une approche transgénérationnelle avec ses nouveaux films. Les contenus ont été réfléchis pour être des portes d'entrée accessibles aux nouvelles générations, mais qui respecteraient scrupuleusement l'héritage de la saga.

2.1. Utilisation massive de la nostalgie

Le premier film, *Le Réveil de la Force*, sorti en décembre 2015 et réalisé par J.J. Abrams, puise autant que possible dans la **mémoire collective** autour de la trilogie originale de la saga, tant au niveau du fond (l'histoire racontée ; les personnages ; l'ambiance générale) que dans la forme (les designs des personnages, vaisseaux, et costumes ; les diverses références...). L'histoire développée est très simple, profondément nostalgique et correspond à ce qui avait déjà plu. Une **prise de risque minimale** qui porte le sceau de Disney : les films doivent servir la marque avant tout, le contenu devant donc plaire à un public aussi large que possible.

⁶ Entretien avec Nathalie Zema, conférencière en pop-culture, réalisé en mai 2023

⁷ Beaujon, A. (2019, 18 décembre). Economie de la rareté et merchandising : la stratégie marketing de l'empire Star Wars. *Challenges*.

⁸ Moore, P. (2015). Star Wars more popular with men than women. *YouGov*.

⁹ Entretien avec Alain Lorfèvre, journaliste de *La Libre Belgique*, réalisé en juin 2023.

Certains observateurs qualifient *Le Réveil de la Force* de « *retro-movie* », de « *legacy movie* » ou de « **requel** »¹⁰ : un mélange entre le concept de *remake* où on réadapte une histoire déjà existante, et un *sequel* où on raconte la suite d'une œuvre. À la même période, un grand nombre de productions hollywoodiennes puisent elles aussi massivement dans la nostalgie, parfois sous cette même forme de *requel*. C'est le cas pour des franchises comme *Jurassic Park* (*Jurassic World*, 2015), *Rocky* (*Creed*, 2015) ou encore *Blade Runner* (*Blade Runner 2049*, 2017)... On peut donc affirmer que *Le Réveil de la Force* est d'une certaine façon le produit de son époque, comme l'explique Alain Lorfèvre, critique cinéophile pour La Libre Belgique : « *Aujourd'hui, on est dans la nostalgie et le recyclage de choses déjà existantes. Ces 10 dernières, Hollywood, les grands blockbusters, n'ont pratiquement été que ça.* »

La nostalgie a un pouvoir rassembleur extrêmement fort : elle parle directement et facilement au public. Les spectateurs sont friands de ces sensations passées et familières, et auront peut-être aussi l'envie de les transmettre à leurs proches qui ne connaissent pas encore l'œuvre en question.

2.2. Toucher un nouveau public

Disney cherchant à viser un public très large, tout a été fait pour que *Le Réveil de la Force* soit aussi abordable que possible, tant en matière de **marketing** (campagne promotionnelle titanesque pour que le film parle à tout le monde ; absence de numérotation « épisode VII » du titre officiel) que dans **l'histoire qui est développée** (grand nombre de personnages inédits ; contexte chronologique flou qui fait que même l'ancien public sera quelque peu déboussolé). Le casting est aussi beaucoup moins homogène que dans les *Star Wars* précédents : le personnage principal de Rey est féminin (Daisy Ridley), Finn est incarné par un acteur afro-américain (John Boyega) et Poe Dameron par un acteur latino-américain (Oscar Isaac). Cela témoigne d'une volonté de la part de Disney de sortir de l'archétype du personnage masculin et caucasien, et ainsi s'adresser à un plus large public¹¹ (il en sera de même pour toutes les productions de la franchise qui suivront).

2.3. Un produit de lancement parfait

Au terme de toutes ces analyses et des entretiens réalisés, nous avons tiré la conclusion que *Le Réveil de la Force* avait été le produit de lancement parfait pour Disney, avec comme résultat un film-événement à l'ambiance familiale, qui brosse dans le sens du poil les anciennes générations tout en restant accessible aux plus jeunes. Le film atteint 2.06 milliards de dollars de recettes au box-office¹², devenant à l'époque le troisième plus gros succès de l'histoire du cinéma à travers le monde (sans prise en compte de l'inflation), derrière *Titanic* (1997) et *Avatar* (2009), tout en ayant aussi très bien fonctionné dans les magasins de jouets. Le film est aussi un succès critique (93% de critiques positives de la presse sur *RottenTomatoes*, 85% de la part du public). Quelques remarques sont toutefois émises quant au **manque d'originalité de l'histoire**, jugée trop proche de celle de l'épisode IV, ainsi que sur la **surabondance de fan service**, les diverses références et clins d'œil aux épisodes originaux présents dans le film.

¹⁰ Sweeting, J. (2022). Can you Make Money from Nostalgia in a Galaxy Far Far Away? The difficulty of effectively utilising nostalgia to bring Star Wars to both a new and existing audience. *Transtechology Research Reader*, 2019-21, pp. 63–81.

¹¹ Kirst, S. (2015, 21 décembre). With diverse characters, « The Force Awakens » has great success while practicing inclusive casting. *Forbes*.

¹² Box Office Mojo. (s. d.). Franchise : Star Wars - Box Office Mojo.

2.4. La « Marvelisation » de la franchise

En février 2013 avait été annoncé que d'autres productions en parallèle des films numérotés verront le jour : des « *spin-offs* ». L'objectif de Disney est d'exploiter autant que possible la franchise : pour cela, ils ont prévu d'imiter la stratégie initiée par une autre franchise de la compagnie, **Marvel**. Ces films de super-héros ont des sorties régulières au cinéma depuis la fin des années 2000 (une à trois sorties par an). Tous ces contenus prennent place dans le même univers et sont grandement liés entre eux. La marque bénéficie ainsi d'une présence pratiquement constante dans les salles de cinéma, sur les réseaux sociaux, dans les magasins de jouets et donc dans l'esprit du consommateur.

Le premier *spin-off* Star Wars sort au cinéma en décembre 2016 : *Rogue One : A Star Wars Story*. Disney a opté pour une histoire tout à fait originale (grand nombre de personnages inédits ; une ambiance style de guerre unique pour la saga), mais capitalise encore énormément sur l'héritage de la trilogie originale, et plus particulièrement sur l'épisode IV (Étoile Noire ; Dark Vador ; princesse Leia). Cela s'est traduit par un immense succès critique (84% de critiques positives de la presse sur *RottenTomatoes*, 87% de la part du public) et commercial (1.05 milliard de dollars de recettes au box-office¹³). Les spectateurs qui avaient été déçus par le manque d'originalité du *Réveil de la Force* un an plus tôt ont cette fois été comblés, Disney a particulièrement bien choisi la date de sortie de ce projet pour contenter tout le monde.

Si l'épisode VII était le *requel* de l'épisode IV, *Rogue One* en était en quelque sorte le *prequel* (le film se termine d'ailleurs avec le début d'un *Nouvel Espoir*). Nous en avons donc conclu que la nostalgie autour de l'héritage de la trilogie originale avait été le véritable fer de lance de ce début d'ère Disney. *Rogue One* a aussi marqué le premier pas d'une nouvelle stratégie d'exploitation de la franchise. Preuve en est, bon nombre de projets de *spin-offs* Star Wars ont été annoncés dans la foulée de ce succès. C'est une nouvelle ère qui s'annonce pour la franchise, que nous avons ainsi nommée « **Marvelisation** », en référence à la stratégie appliquée par Marvel durant la même période.

3. Prise de risque et premier échec

3.1. Une nouvelle direction

Le huitième opus s'intitule *Les Derniers Jedi*, est scénarisé et réalisé par Rian Johnson, et sort dans les salles en décembre 2017. La compagnie a opté pour une stratégie innovante avec cet épisode VIII : l'histoire est très différente de ce à quoi le public avait été habitué, le film prend beaucoup de libertés et délivre presque un message « anti-nostalgique ». Disney a en fait ajusté le tir par rapport aux critiques négatives concernant le manque d'originalité de l'opus précédent, et s'est dès lors affranchi de la nostalgie pour offrir quelque chose d'audacieux et surprenant. *Les Derniers Jedi* est donc un immense pari, encore plus quand on le compare au produit de lancement parfait et universel qu'était *Le Réveil de la Force*.

3.2. Division du public

Si d'un point de vue commercial, le film est un succès indéniable (1.31 milliard de dollars de recettes au box-office¹⁴), il crée un schisme au sein du public et suscite énormément de débats

¹³ Box Office Mojo. (s. d.). Franchise : Star Wars - Box Office Mojo.

¹⁴ Box Office Mojo. (s. d.). Franchise : Star Wars - Box Office Mojo.

et controverses. Le site *RottenTomatoes* présente ainsi un écart grandissime entre les retours de la presse (91% de critiques positives) et les retours du public (42% de critiques positives). Certains parlent d'un des films les plus clivants jamais réalisés¹⁵. Pourquoi exactement ? Voici les principaux points de discordance que nous avons identifiés au terme de nos recherches et entretiens, et que nous n'avons pas pu énumérer en détail dans le podcast pour ne pas rendre l'écoute indigeste :

- **Des codes brisés** : *Les Derniers Jedi* ne respecteraient pas bon nombre de règles tacites de l'univers Star Wars. Le film a en effet pris de nombreuses libertés, en présentant notamment de nouvelles manières d'utiliser le pouvoir de la Force (certains personnages ont la capacité de communiquer à distance, voire même de se matérialiser à l'autre bout de la galaxie) et de nouvelles manœuvres technologiques (en particulier la « *manœuvre Holdo* », qui consiste à créer une collision à haute vitesse entre deux vaisseaux spatiaux). Pour certains, ces libertés prises sont incohérentes vis-à-vis des films précédents, trahissant ainsi l'esprit de la saga.

- **Un humour inhabituel** : le film de Rian Johnson détonne complètement des autres opus de la saga en ce qui concerne les scènes humoristiques. Certains estiment que l'humour était trop proche de ce qui se faisait à l'époque dans les films Marvel, avec des clins d'œil directs au spectateur et des échanges venant dédramatiser certaines scènes.

- **Un sentiment anti-nostalgique** : le film déconstruit le mythe Star Wars en revisitant complètement certaines figures de la saga, en particulier celle de Luke Skywalker. Ce célèbre personnage n'est plus présenté en grand chevalier Jedi, mais comme un vieillard grincheux et reclus : l'icône est ainsi brisée, révélant derrière la légende un personnage avec des failles¹⁶. Malheureusement, une partie du public n'a pas apprécié l'exécution, ou n'a tout simplement pas adhéré à ce changement de direction brutal. Beaucoup de fans disent s'être sentis trahis : eux qui, depuis l'enfance, pouvaient s'échapper dans cet univers et ressasser les exploits de leurs héros, doivent accepter une nouvelle vision de ces personnages totalement bouleversante.

- **Des attentes prises à contre-pied** : l'épisode VII posait beaucoup de questions, et les fans avaient imaginé de nombreuses théories autour des origines des personnages et des suites à venir sur la base d'indices présents dans *Le Réveil de la Force*. Rian Johnson a choisi de ne réaliser aucune de ces « prédictions », et a présenté aux spectateurs des réponses radicalement différentes. Le scénario fait aussi croire au spectateur que le film part dans certaines directions, pour finalement mieux le piéger en lui proposant tout à fait autre chose. Beaucoup de spectateurs se sont sentis floués et n'ont pas apprécié les réponses qui ont été données dans cet opus.

- **Une haine extrême** : il est important de signaler qu'une minorité extrêmement bruyante a grandement polarisé les débats sur Internet. Les réseaux sociaux ont été – comme souvent – un champ de bataille, avec des avis binaires, extrêmes et dans les pires des cas violents. Certains individus (appartenant selon certains observateurs à l'extrême droite¹⁷) ont ainsi virulemment critiqué la présence de messages considérés comme progressistes dans le film, ainsi que la soi-disant sur-représentation de personnages féminins ou issus de la diversité, qualifiant le film de « propagande woke »¹⁸. Ajouté à cela bon nombre de *trolls* ayant harcelé les acteurs sur les

¹⁵ Youngs, B. I. (2017, 20 décembre). Star Wars : The Last Jedi - the most divisive film ever ? *BBC News*.

¹⁶ Mendelson, S. (2017, 19 décembre). Why do so many « Star Wars » fans hate « The Last Jedi » ? *Forbes*.

¹⁷ Bay, M. Inside a Russian troll factory. (2018, 5 octobre). *NBC News*.

¹⁸ Miller, M. (2018, 13 décembre). The Year Star Wars fans finally ruined Star Wars. *Esquire*.

réseaux sociaux, et le film a gagné une image sulfureuse, de même que la communauté des fans de Star Wars.

En cherchant considérablement à surprendre le spectateur et à proposer quelque chose de neuf, le film a divisé. C'est le revers de la médaille de la prise de risque à Hollywood : sortir des sentiers battus et chercher à surprendre le public peut se solder par un échec critique ou commercial, ou susciter dans ce cas-ci des polémiques incontrôlables. L'équilibre entre recyclage et nouveauté est difficile à trouver, et la vague de haine qu'a générée *Les Derniers Jedi* a eu des conséquences certaines sur les projets de la franchise qui ont suivi.

3.3. Autopsie d'un flop

En 2016, Disney avait annoncé la mise en chantier d'un second *spin-off* après *Rogue One*, *Solo : A Star Wars Story*. Ce film doit raconter les origines du célèbre personnage de la trilogie originale de Han Solo, et confirmer la stratégie de « *Marvelisation* » mise en place par Disney. Tout avait été réfléchi pour réitérer le succès de *Rogue One* : on s'éloigne des codes des films numérotés pour offrir au public une ambiance inédite et originale (dans un style western cette fois), tout en puisant allégrement dans des références de la trilogie originale.

Le film sort en mai 2018 et connaît un échec cuisant au box-office. Avec un budget beaucoup plus élevé que prévu d'environ 300 millions de dollars, *Solo* n'aurait rapporté qu'un peu moins de 400 millions de dollars de recettes au box-office¹⁹. C'est de très loin le film Star Wars le moins rentable jamais produit. Certaines sources affirment même qu'il aurait fait perdre de l'argent à Disney²⁰. Ce second *spin-off* est donc le premier échec de Disney avec Star Wars, et même plus généralement le premier échec majeur de l'histoire de la franchise. Il semble particulièrement important d'analyser en détail les raisons de ce fiasco et les erreurs stratégiques du film.

Voici les raisons invoquées pour expliquer cet échec, sur lesquelles nous n'avons pas pu revenir en détail dans le podcast pour ne pas rendre l'écoute indigeste :

- **Un sujet peu convaincant** : l'annonce d'un projet sur Han Solo a laissé le grand public dubitatif. Même les fans ne semblaient pas convaincus de l'intérêt d'un tel *spin-off*. Le personnage d'Han Solo a beau être culte, son histoire semble avoir été suffisamment racontée dans la trilogie originale. Une partie du grand public a considéré que cela était anecdotique, et que le film ne valait pas spécialement la peine d'être vu.

- **Une production chaotique** : les réalisateurs Phil Lord et Christopher Miller ont été virés en cours de projet pour cause de divergences artistiques. Les deux hommes ont été remplacés par Ron Howard. Suite à ce changement, le film a subi des réécritures, et près de 70% des scènes auraient nécessité d'être retournées²¹. Cela a entraîné un allongement du tournage et un dépassement de budget. Tous ces problèmes ont été révélés dans la presse, et ont contribué à donner une mauvaise image au film avant même sa sortie.

- **Une promotion inexistante** : les retards et les dépassements de budget ont contribué au fait que le film n'a eu droit à pratiquement aucune campagne promotionnelle en comparaison des

¹⁹ Box Office Mojo. (s. d.). Franchise : Star Wars - Box Office Mojo.

²⁰ D'Alessandro, A. (2019, 10 avril). The Biggest Box Office Bombs Of 2018 : Deadline's Most Valuable Blockbuster Tournament. *Deadline*.

²¹ Smith, T. (2018, 21 juin). Star Wars: here's why 'Solo' flopped. *NME*.

autres Star Wars. La première bande-annonce de *Solo* n'est sortie que trois mois avant la sortie officielle, contre plus d'un an à l'avance pour *Le Réveil de la Force* par exemple. C'est donc dans une certaine indifférence que le film est sorti, compromettant grandement son succès. On est très loin des événements qu'avaient été les sorties des films précédents.

- **Un mauvais choix de calendrier** : Disney a reconnu avoir programmé le film à une période particulièrement chargée, quelques semaines à peine après les sorties d'*Avengers : Infinity War* (le film le plus attendu de l'année) et le second volet de *Deadpool*.

- **Des critiques rapides** : les premiers retours autour du film étaient très négatifs, certaines fustigeant le manque d'intérêt de ce *spin-off*. Un certain acharnement a été constaté dans les premières semaines sur des sites de critique comme *RottenTomatoes* ou sur les réseaux sociaux. Un phénomène de bouche-à-oreille a eu lieu, et cela a grandement desservi le film dans ses premières semaines d'exploitation. Au fil du temps, les critiques vont s'apaiser (69% de critiques positives de la presse sur *RottenTomatoes*, 63% de la part du public), mais le mal était fait pour la rentabilité du film.

- **Un choix d'acteur polémique** : le film devant mettre en scène un jeune Han Solo, Disney a choisi de miser sur un nouvel acteur : Alden Ehrenreich. Une annonce qui a fait grincer les dents d'une partie des fans, estimant que le personnage était trop lié à Harrison Ford, son interprète dans la trilogie originale. Dans ce contexte, Alden Ehrenreich a été rapidement la cible de critiques de la presse comme du public à la sortie du film, certains estimant qu'il n'avait pas les épaules pour remplacer Ford.

- **Trop de projets** : Disney a probablement surestimé la fidélité du grand public autour de la saga en voulant sortir deux films en l'espace de six mois, et en pensant que les succès s'enchaîneraient de la même manière qu'avec Marvel. Le public n'a pas adhéré à la formule. Nicolas Allard, professeur agrégé de lettres modernes, explique : « *Ils ont voulu faire avec Star Wars comme ce qui se faisait avec Marvel. À ceci près que ce n'est pas du tout le même ADN, le même type de public ou de fan. Ce qui était vrai pour Marvel ne l'était pas pour Star Wars* ». La compagnie avait aussi annoncé en masse de nouveaux projets autour de la franchise durant cette période, ce qui a peut-être fait germer un sentiment de fatigue au sein du grand public²².

- **Le retour de bâton de l'épisode VIII** : une partie du public avait été déçue ou n'avait pas apprécié *Les Derniers Jedi*. Seulement six mois plus tard, *Solo* sortait, et certains fans ont voulu « punir Disney » en ne se rendant pas en salles, témoignant ainsi de leur mécontentement vis-à-vis de la direction de la franchise²³.

Solo a marqué une véritable rupture dans la stratégie de Disney avec Star Wars. Cela aura des conséquences : après cet échec, Disney annonce la mise en arrêt de tous les *spin-offs* qui étaient prévus²⁴. Le PDG de Disney, Bob Iger, a ainsi déclaré récemment : « *Solo était une petite déception pour nous. Cela nous a poussés à faire une pause, juste parce qu'on pensait que cette cadence de sortie était un peu trop agressive. Donc on a décidé de faire machine arrière*²⁵ ». On ressent un certain essoufflement autour de la stratégie de la nostalgie : réutiliser lors de plusieurs projets consécutifs des éléments de la trilogie originale ne suffit plus à donner envie

²² Smith, T. (2018, 21 juin). Star Wars: here's why 'Solo' flopped. *NME*.

²³ Propos de Nicolas Allard, professeur agrégé de lettres modernes interrogé

²⁴ Fink, R. (2022). How The Solo : A Star Wars Story box office flop changed Lucasfilm Forever. *MovieWeb*.

²⁵ Bardinet, E. (2023, 10 mars). Bob Iger justifie la pause des films Star Wars : « Solo a été une petite déception pour nous » . *Premiere.fr*.

au public de se déplacer. Nous considérons que la tentative de « *Marvelisation* » de la saga a été un échec, ou en tout cas, sous la forme imaginée par Disney dans un premier temps. Certains de ces projets finiront en effet par voir le jour sous forme de séries un peu plus tard.

3.4. L'influence grandissante des fans

Pour le dernier opus de la postlogie, c'est J.J. Abrams, le réalisateur du *Réveil de la Force*, qui a été rappelé en remplacement de Colin Trevorrow, écarté pour cause de divergences artistiques. Le film s'intitule *L'Ascension de Skywalker* et sort en décembre 2019. On constate un changement complet de stratégie. Le film rétropédale sur de nombreux éléments et révélations des *Derniers Jedi* : on réinvente de nouvelles origines au personnage de Rey ; le personnage de Rose, fortement critiqué par une partie du public, est tout simplement mis au placard ; on réutilise en masse la nostalgie et d'anciens personnages.

Disney a changé son fusil d'épaule à la suite des polémiques autour de l'épisode VIII et a proposé quelque chose qui correspondait nettement plus aux attentes d'une partie du public²⁶. Les retours sont très mitigés, mais les divisions ne prennent pas la même ampleur que lors des *Derniers Jedi* (52% de critiques de la presse positive sur RottenTomatoes, contre 86% de la part du public). Le film fait aussi moins bien que ses prédécesseurs en matière de rentabilité, mais atteint tout de même 1.07 milliard de dollars de recettes au box-office²⁷.

Deux enseignements sont à tirer de ce changement de cap. Tout d'abord, c'est que les fans exercent une influence sur la création²⁸. Toutes les polémiques autour de l'épisode VIII ont laissé des traces, et Disney a cherché à recoller les morceaux pour satisfaire les mécontents et éviter un nouveau *bad buzz*. L'objectif de ce travail n'est pas de considérer si cela est une bonne ou une mauvaise chose. Le second enseignement, c'est que Disney paye **l'absence de plan global pour la postlogie**. Ils ont cherché à s'adapter aux retours critiques de chaque film, mais cela a eu comme conséquence un certain manque d'uniformité entre les épisodes VII, VIII et IX.

4. L'ère du streaming

4.1. L'influence grandissante des fans

Depuis 2019, Disney s'est adapté à la « *sérieophilie* »²⁹ de nos modes de consommation (goût déclaré du grand public pour les séries) avec le lancement de sa propre plateforme de streaming, Disney+. L'objectif est de contrôler un maillon de plus de la chaîne de distribution en mettant la main sur un diffuseur présent directement dans le foyer, plutôt que de vendre leur contenu à des plateformes comme Netflix ou Amazon Prime.

Disney se positionne sur un marché très concurrentiel, avec de nombreux acteurs déjà présents dans le secteur. Les séries Star Wars servent alors un but précis : alimenter continuellement Disney+ pour maintenir le public abonné, comme l'explique Alain Lorfèvre : « *Ils ont une stratégie purement commerciale et utilitaire. Ils font face à un acteur, Netflix, qui a une position*

²⁶ Sweeting, J. (2022). Can you Make Money from Nostalgia in a Galaxy Far Far Away? The difficulty of effectively utilising nostalgia to bring Star Wars to both a new and existing audience. *Transtechology Research Reader*, 2019-21, pp. 63–81.

²⁷ Box Office Mojo. (s. d.). Franchise : Star Wars - Box Office Mojo.

²⁸ Luxford, V. (2020). Fan Power : The Rise Of Audience-Driven Cinema. *American Express Essentials*.

²⁹ Glevarec, H. (2013). Le régime de valeur culturel de la sériephilie : plaisir situé et autonomie d'une culture contemporaine. *Sociologie et sociétés*, 45(1), 337-360.

dominante. Ils doivent donc offrir au public des contenus originaux, de la nouveauté. (...) Ça devient un **flux continu**³⁰. » Ainsi, des séries en *live-action* sortent plusieurs fois par an :

- **Le Mandalorien** (2019) : série en 8 épisodes qui met en scène un chasseur de primes. La série aura droit à une saison 2 (2020), puis à une saison 3 (2023)
- **Le Livre de Boba Fett** (2021) : série en 7 épisodes mettant en scène le personnage de la trilogie originale de Boba Fett
- **Obi-Wan Kenobi** (2022) : série en 6 épisodes mettant en scène le célèbre chevalier Jedi
- **Andor** (2022) : série en 12 épisodes mettant en scène un personnage de *Rogue One*
- **Ahsoka** (2023) : série en 8 épisodes mettant en scène un personnage des séries d'animation jeunesse *The Clone Wars* et *Rebels*

Des dizaines de futurs projets ont déjà été annoncés. En plus de cela viennent s'ajouter des séries d'animation jeunesse et pour enfants, ainsi que des contenus plus secondaires (documentaires, *making-ofs*...) pour rester actif autant que possible. Sarah Sepulchre, docteure en Sciences sociales et professeure à l'Université catholique de Louvain, explique : « *C'est une gestion traditionnelle, avec une occupation du temps, et du temps de cerveau disponible. Entre deux sorties, il en faut des mineures pour occuper le consommateur*³¹. »

On peut souligner une stratégie différente de celle de Netflix. Contrairement à son concurrent, Disney ne diffuse pas l'intégralité des épisodes des séries Star Wars en une seule fois, misant à la place sur une sortie hebdomadaire (avec parfois deux ou trois épisodes en une seule fois pour annoncer le lancement d'une série). On défavorise ainsi le modèle du « binge-watching »³², qui consiste à consommer du contenu à la chaîne pendant une période courte et intense. L'objectif est de fidéliser les abonnés à la plateforme et garder le public abonné sur plusieurs mois. C'est une stratégie qui se faisait en partie déjà du côté de *Hulu*, autre plateforme de streaming appartenant à Disney, et qui s'apparente surtout à ce que faisait HBO avec la série mondialement célèbre *Game of Thrones*. Chaque sortie d'épisode devient ainsi un mini « événement culturel »³³, maintenant le public en haleine et faisant ainsi parler des séries Star Wars sur une plus longue période (notamment sur les réseaux sociaux).

Les séries Star Wars sont pensées pour être grandement connectées entre elles. Il est difficile de comprendre *Le Livre de Boba Fett* sans avoir vu les deux premières saisons du *Mandalorien*, et le même problème se posera inversement pour la troisième saison du *Mandalorien*. De même, le personnage d'Ahsoka, qui a droit à sa propre série en 2023, provient directement des séries d'animation *The Clone Wars* et *Rebels*, qu'il faudra donc voir pour saisir tous les enjeux et les subtilités de l'histoire. C'est ce que Henry Jenkins appelle un « **storytelling synergétique** », ayant pour but d'imprégner encore un peu plus Star Wars à la vie quotidienne des consommateurs : « *Les mises en œuvre des séries Star Wars intiment l'ordre au consommateur, amateur, fan ou fidèle, de fréquenter les différents canaux de distribution du conglomérat Disney s'il souhaite poursuivre sa connaissance d'une économie d'ensemble*³⁴. » On peut tout de même noter que la franchise perd une partie de son accessibilité avec ce nouveau modèle, avec des productions qui parleront peut-être plus aux fans qu'au tout grand public.

³⁰ Entretien avec Alain Lorfèvre, journaliste de *La Libre Belgique*, réalisé en juin 2023.

³¹ Entretien avec Sarah Sepulchre, docteure en sciences sociales à l'UCLouvain, réalisé en juin 2023

³² Boinet, C. (2014, 25 février). « Binge watching » : Vous avez dit accro aux séries ? ! *Les Inrocks*.

³³ Demoulin, A. (2020, 8 avril). Pourquoi freiner le binge-watching est-elle la bonne idée de Disney+ surtout en plein confinement ? www.20minutes.fr.

³⁴ Hannedouche, C. (2022b). Extension du champ télécinématographique de la science-fiction. *The Mandalorian* (Disney+). *ReS Futurae : Revue d'Études sur la Science-fiction*, 19.

4.2. Le retour de la prélogie

Les premiers projets Star Wars sous Disney puisaient uniquement dans l'héritage de la trilogie originale. Ces trois films constituaient une sorte « d'*idéal inatteignable*³⁵ » vers lequel il fallait tendre, et la prélogie comme quelque chose qu'il fallait éviter. Il se ressent depuis plusieurs années un changement de cap. Les éléments faisant référence aux épisodes I, II et III commencent à se multiplier, et certains nouveaux projets, comme la série *Obi-Wan Kenobi* (2022), puisent énormément dans l'héritage de ces films. La prélogie aurait semble-t-il obtenu une forme de rédemption auprès du grand public, et Disney s'adapte par opportunisme en puisant de plus dans cette partie de l'univers pour contenter les fans³⁶.

4.3. Les limites du modèle

L'avantage du modèle des séries est qu'il s'agit d'un processus de production plus léger. Disney peut aussi tenter plus facilement de nouvelles choses : « *Les séries ne faisant pas partie du cœur (...), c'est moins risqué en termes de bad buzz* » explique Sarah Sepulchre. C'est ainsi qu'une série comme *Andor* (2022) offre une histoire peu flamboyante, mais tout à fait originale (et qui sera d'ailleurs acclamée par la critique). La série « *Le Mandalorien* » (2019) avait de son côté emprunté un style de narration assez minimaliste et innovant, réalisant un véritable carton auprès du grand public.

Le modèle du flux entraîne toutefois des contraintes de temps et de moyens inévitables pour les nouvelles productions. Cela a pour conséquence une certaine hétérogénéité de la qualité des différentes séries. Ainsi, *Le Livre de Boba Fett* a été critiqué pour l'absence de qualité de son histoire³⁷, et la série *Obi-Wan Kenobi* pour son manque criant de moyens³⁸.

Le modèle du streaming connaît aussi des problèmes en matière de rentabilité. Les coûts de création de la plateforme et l'alimentation de contenus originaux coûtent extrêmement cher à la compagnie : ainsi, un épisode de la saison 1 du *Mandalorien* coûterait en moyenne 15 millions de dollars selon le site *Dark Horizon*³⁹. La plateforme n'a pas recours aux publicités, et les abonnements permettent difficilement d'atteindre la rentabilité. Il est difficile de changer sa formule dans un contexte extrêmement concurrentiel comme les plateformes de streaming⁴⁰ : chaque hausse de prix entraîne ainsi une perte du nombre d'abonnés.

4.4. Le futur de la franchise

La gestion de la franchise est plus difficile à définir dernièrement. De très nombreux projets sont annoncés pour le futur, notamment au cinéma, mais nul ne sait s'ils verront effectivement le jour. Ces dernières années, beaucoup de projets Star Wars ont été annulés ou sont tombés aux oubliettes, comme la trilogie écrite et réalisée par Rian Johnson annoncée en 2017 pour ne

³⁵ Citation de Nicolas Allard en interview

³⁶ Agar, C. (2022, 27 mai). The Star Wars prequels Redemption story is now complete. *ScreenRant*.

³⁷ Tassi, P. (2022, 2 janvier). 'The Book of Boba Fett' has worse reviews than all Star Wars and Marvel shows so far. *Forbes*.

³⁸ Pépin, W. (2022, 23 juin). Obi-Wan Kenobi : La saturation des franchises. *Impact Campus*. Impact Campus.

³⁹ Franklin, G. (2019, 12 juillet). Momoa's « See » & « Mandalorian » cost a fortune. *Dark Horizons*.

⁴⁰ Martin, L. (2022, 25 novembre). Disney vient-il de confirmer que Disney+ est une (grosse) erreur ? *EcranLarge.com*.

citer qu'un seul exemple⁴¹. Difficile de connaître les *insides* à ce sujet, les communications de Disney et Lucasfilm sont peu nombreuses et avides en informations concrètes.

Cette incertitude est certainement en partie liée à la crise économique et artistique que connaît Disney depuis plusieurs années. En plus de l'argent perdu avec Disney+, les derniers films sortis ne rencontrent plus les mêmes succès critiques et commerciaux⁴². La compagnie subit aussi une crise sociale avec la grève des scénaristes à Hollywood et la baisse de fréquentation de ses parcs. Même Marvel, la vache à lait si rentable de Disney dans les années 2010, ne fonctionne plus autant qu'auparavant. Le PDG de Disney Bob Iger a ainsi déclaré récemment la diminution de parution des projets autour des deux franchises : «*Nous faisons cela non seulement pour nous recentrer, mais aussi dans le cadre de notre initiative de réduction des coûts.*»

Certaines rumeurs très récentes annoncent un rachat de la Walt Disney Company par **Apple**⁴³, ce qui pourrait rebattre complètement les cartes pour les prochaines années.

5. Conclusion de la recherche

Ce mémoire a pour objectif d'analyser la manière dont Disney a exploité la franchise Star Wars au cinéma et en séries depuis 2012. Le rachat de Lucasfilm s'était à l'époque inscrit dans une stratégie plus large d'acquisition de propriétés intellectuelles, Disney cherchant à capitaliser sur des grandes franchises, exploitables commercialement sur le long terme et sous différents formats. On peut tirer plusieurs enseignements de cette ère Star Wars.

Le premier constat, c'est que l'approche transgénérationnelle, typique des productions hollywoodiennes des années 2010, a été une stratégie extrêmement efficace pour relancer la franchise au cinéma. L'équilibre entre l'utilisation de la nostalgie et l'accessibilité des nouvelles productions a permis de toucher différents publics, et a fait du *Réveil de la Force* et de *Rogue One* des succès critiques et commerciaux. Cette approche a été celle de la sécurité, et l'exemple des *Derniers Jedi* par la suite démontre à quel point il est difficile de prendre des risques et de proposer quelque chose de radicalement différent au public.

Le second constat, c'est que Disney s'est cassé les dents en voulant faire de Star Wars un nouveau Marvel. Les publics de ces deux franchises sont très différents, et n'ont pas les mêmes habitudes de consommation. Disney s'en est rendu compte avec l'échec commercial de *Solo* (2018), à tel point qu'ils ont dû revoir complètement leurs plans. Le cinéma hollywoodien n'est pas une science exacte, et la recette d'un film n'est pas assurée de fonctionner infiniment. De plus, il semblerait qu'il y ait une forme de lassitude du public quant à l'exploitation massive des franchises au cinéma, et Star Wars en a peut-être fait les frais avant d'autres. Pour continuer à exploiter la saga de manière régulière, Disney s'est alors détourné du grand écran pour opter pour des séries. Ils ont ainsi fait de Star Wars un flux continu, avec du contenu varié et interconnecté, ayant pour but d'alimenter sa plateforme Disney+.

Le troisième constat, c'est que Disney s'est constamment adapté aux retours du public pour créer de nouvelles productions. Chaque nouveau film de la postlogie a en fait été une réponse

⁴¹ Victor-Pujebet, M. (2022, 18 mai). Star Wars : Si la trilogie de Rian Johnson n'avance pas, c'est à cause de Netflix. *EcranLarge.com*.

⁴² Geraghty, J. (2023, 11 juillet). Disney enters a crisis of its own making. *National Review*.

⁴³ Lorfèvre, A. (2023, août 10). "Disney sera racheté au cours des trois prochaines années" assure une analyste. Et si c'était par Apple ? *La Libre.be*.

aux critiques précédentes : *Le Réveil de la Force* se calque sur le modèle de la trilogie originale, en opposition à la direction tant décriée de la prélogie 10 ans auparavant ; *Les Derniers Jedi* est un film original et audacieux, en réponse aux critiques vis-à-vis du manque d'originalité ; enfin, *L'Ascension de Skywalker* rétropédale quant à lui sur tout ce qui avait fait polémique avec l'opus précédent. Les fans ont désormais un pouvoir créatif sur les franchises, ils exercent une influence non-négligeable sur les réseaux sociaux et peuvent affecter l'image des marques. Les studios s'y adaptent souvent par opportunisme, comme c'est le cas dans les dernières productions avec la réutilisation de l'héritage de la prélogie.

Le moins que l'on puisse dire, c'est que Disney a exploité massivement la franchise, avec un grand nombre de projets et des stratégies variées. D'un point de vue commercial, le rachat de Lucasfilm pour 4 milliards de dollars a sans nul doute été rentable pour la compagnie.

Partie 2 : argumentation des choix effectués

1. Choix du sujet : la gestion des films et séries Star Wars par Disney

J'ai toujours été un passionné de cinéma, et les films Star Wars n'y sont pas pour rien tant ils ont bercé mon enfance. La trilogie originale a incontestablement changé l'histoire du cinéma dans les années 1970/1980, et la prélogie a aussi marqué à sa manière son époque au tournant du millénaire. Mais qu'en est-il des nouveaux films sortis sous Disney ? Il semble évident que l'industrie du divertissement hollywoodien a subi de profondes mutations dans les années 2010. Et Star Wars, de par son retour fracassant, son immense popularité et les nombreux projets qui sont sortis, a sans nul doute participé à ces changements.

Star Wars sous Disney, c'est en fait un exemple extrêmement parlant pour comprendre les défis auxquels sont confrontés les grands studios hollywoodiens ainsi que les stratégies qui sont mises en place pour y faire face. Si les médias anglophones documentent très bien les enjeux et la réception des différents projets Star Wars sous Disney, c'est beaucoup moins le cas au sein des médias francophones. Il y a donc un créneau intéressant à investir : documenter la gestion de la franchise Star Wars de 2012 à aujourd'hui, avec du recul et un avis critique.

En premier lieu, je souhaitais traiter de Star Wars dans son ensemble. La franchise ne se limite pas qu'aux films, il y a aussi des séries TV, des séries jeunesse, de la littérature, des jeux vidéo, des attractions et aussi des produits dérivés... Je me suis vite rendu compte que traiter de tout cela serait très long et compliqué à condenser ; de plus, je risquais de perdre une partie du public en proposant un contenu trop spécifique et qui ne parlerait qu'aux fans. J'ai donc décidé après réflexion de ne me concentrer sur ce qui concernait le grand public, c'est-à-dire les films et les séries. Si tout le monde n'a pas forcément vu ces contenus, ces productions ont été fortement médiatisées et ont influencé – de par leur immense popularité et leur poids économique – d'autres contenus et franchises de notre époque.

2. Choix de l'angle

L'angle général de mon mémoire est le suivant : **comment Disney a-t-il exploité la franchise Star Wars au cinéma et en séries, depuis son rachat en 2012 jusqu'à aujourd'hui ?** Cela nécessite d'analyser la gestion de la compagnie d'un point de vue chronologique, en revenant année après année sur les choix opérés. Toutefois, le piège serait de ne décrire que des faits et

de n'apporter aucune plus-value journalistique. Il fallait donc apporter des analyses pertinentes et contextuelles sur cette gestion. J'ai ainsi formulé plusieurs sous-questions :

- 1) Pourquoi Disney a-t-il racheté Star Wars ?
- 2) Comment expliquer les réussites et les échecs de la franchise, d'un point de vue commercial et critique ?
- 3) Qu'est-ce que Star Wars sous Disney peut apprendre sur l'industrie moderne du divertissement ?

Le premier angle semblait absolument nécessaire : on ne peut pas faire un bilan du rachat et comprendre les différentes directions qui ont été prises sans revenir sur les raisons qui ont motivé Disney à exploiter la franchise. Cela nécessite de bien recontextualiser le contexte dans lequel s'est déroulé le rachat.

Le second angle est le cœur même du mémoire. Au fil de mes recherches, je me suis vite rendu compte que la gestion de la franchise n'avait pas été linéaire : des choses différentes ont été testées, et tout n'a pas plu au public ou marché commercialement. Il faut donc analyser les différentes stratégies artistiques et commerciales opérées, ainsi que leur accueil auprès du public.

Enfin, le dernier angle est plus réflexif, et consiste à recontextualiser la gestion de la franchise dans un contexte plus global, celui du grand divertissement hollywoodien. J'ai constaté, après avoir discuté avec différents intervenants, qu'on pouvait faire des parallélismes entre Star Wars et d'autres franchises de la même époque. C'était donc l'occasion de prendre du recul et d'élargir mon champ d'analyse.

3. Le genre : à mi-chemin entre le documentaire et l'analyse

L'objectif premier de ce mémoire est de fournir une analyse journalistique de la gestion de Star Wars sous Disney. Selon Gilles Gauthier dans « Le cadre transcendantal de l'analyse journalistique », analyser une thématique de manière journalistique consiste à « *l'éclairer, la mettre en perspective et même lui donner sens* »⁴⁴.

J'utilise ainsi de nombreux procédés analytiques listés par Gilles Gauthier tout au long de ma démarche :

- « *L'accentuation* » : les différents projets de Disney ont des caractéristiques propres, et il s'agit de mettre en avant ces spécificités
- « *La comparaison* » : remettre en perspective la gestion de Star Wars avec ce qui se faisait dans d'autres franchises ou dans d'autres studios durant la même période
- « *La question* » : interroger l'auditeur sur des points plus spécifiques, pour les développer par la suite
- « *L'explication* » : fournir des raisons, des relations de cause à effet, pour décoder les différents projets et les retours qu'ils ont suscités
- « *L'interprétation* » : tenter de dégager un sens à toutes les stratégies mises en place et en tirer des enseignements

J'imaginai en premier lieu consacrer chacune des productions que je devais fournir à un thème spécifique (exemple : un épisode avec pour thème : « La nostalgie et Star Wars », un autre avec

⁴⁴ Gilles, G. (2020). Le cadre transcendantal de l'analyse journalistique. *Les Cahiers du journalisme*, 7.

pour thème : « Pourquoi Disney a racheté Star Wars ? »...). Mais après avoir élaboré une première ligne de conduite, j'ai estimé que cela manquait d'un véritable fil rouge pour maintenir le public en haleine sur plusieurs productions.

J'ai donc plutôt opté pour un documentaire, qui retracerait de façon chronologique le rachat, avec des interventions d'experts en pop culture pour offrir un point de vue analytique, ainsi que des interventions de fans de la saga pour offrir un point de vue plus subjectif (mais tout de même analytique). Le documentaire est un format dynamique qui me permet de facilement recontextualiser mon sujet à travers les 11 années qui se sont écoulées, m'adaptant ainsi à un public qui ne connaîtrait pas parfaitement Star Wars. Réaliser un documentaire requiert une démarche journalistique complète : c'est un travail d'archives, qui nécessite de confronter des analyses et des points de vue parfois opposés, et qui demande enfin un bon esprit de synthèse vu la quantité de matière à traiter.

Le documentaire a toutefois des contraintes : toute une partie de la production est consacrée à de la contextualisation et à de la narration, ce qui laisse moins de place pour l'analyse pure (et donc la véritable plus-value journalistique). Toutefois, j'ai veillé à inclure autant que possible des réflexions critiques et informationnelles sur la problématique, en veillant notamment à inclure des conclusions récapitulatives à la fin de chacune de mes productions.

4. Choix du format : le podcast

Dès que j'ai été informé de la possibilité de réaliser un mémoire projet, j'ai souhaité faire cela sous la forme d'une série de podcasts. C'est un format que je consume énormément à titre personnel, et je constate que bon nombre de mes proches commencent à en faire de même. Il peut s'écouter partout, tout le temps, peut être interrompu pour être réécouté plus tard...

C'est un format qui connaît un véritable boom depuis plusieurs années. Selon Médiamétrie, société spécialisée dans la mesure d'audience et l'étude des usages des médias audiovisuels et numériques en France, **17,6 millions** de Français écoutent chaque mois des podcasts, un chiffre en hausse de **17%** sur une année⁴⁵. En Belgique, une étude réalisée par Ipsos confirme la même tendance : quelques **29% de Belges** écouteraient des **podcasts**⁴⁶. Chaque année, ils seraient de plus en plus nombreux, et préféreraient même ce format à la radio.

Le podcast présente de nombreux avantages en matière de réalisation. Pour interviewer certaines personnes vivant dans le Sud de la France, il suffisait de lancer un enregistrement par appel et c'est tout comme si j'avais été à côté d'elles pour les interroger. Le podcast brise la distance, épargne aux journalistes beaucoup de contraintes de mise en scène inhérentes au format vidéo par exemple. De plus, la relative modernité du podcast permet au journaliste d'être plus libre, que ça soit dans le ton, dans l'ambiance ou au niveau de la forme⁴⁷.

Pour un sujet de pop culture ne s'inscrivant pas à proprement parler dans l'enquête ou le reportage, il me semblait pertinent d'opter pour un format accessible pouvant se laisser écouter tranquillement plutôt qu'une série d'articles écrits plus formels. Virginie Béjot, introduit ouvrage « *La Petite Boîte à Outils du podcast* » de cette façon : « *Que vous soyez un passionné d'un sujet très particulier que vous voulez partager ou que vous souhaitiez faire parler des*

⁴⁵ Sensio, E. (2023, 10 janvier). Global Audio > Focus Podcasts. *Médiamétrie*.

⁴⁶ Dierickx, K. (2022, 20 mai). Un auditeur belge de podcasts sur deux préfère écouter des podcasts que la radio. *MediaSpecs*.

⁴⁷ Béjot, V. (2020). *La petite boîte à outils du podcast*. Dunod.

*experts (et par là en profiter par faire de belles rencontres), la liberté de ton et de forme qu'offre le podcast vous permettra de vous épanouir pleinement.*⁴⁸» Le podcast correspond exactement au format dont j'avais besoin pour parler d'un sujet aussi précis que Star Wars, où j'ai échangé pendant des heures avec des passionnés sur leur ressenti personnel.

5. La démarche journalistique

5.1. Phase de documentation

Une première partie du travail a consisté à de la documentation. J'ai ainsi consacré du temps à lire des articles scientifiques et des chapitres d'ouvrages consacrés à la gestion des grands studios à Hollywood ou sur le cas spécifique de Star Wars. Le livre « *The Big Picture : the Fight for the Future of Movies* » de Ben Fritz, a été mon principal point d'entrée pour comprendre en profondeur le fonctionnement des grands studios. J'ai aussi lu de nombreux articles, analyses et critiques de médias spécialisés (anglophones et francophones), j'ai consulté les forums de certains sites de fans (le site de *Star Wars Universe* et *Star Wars Holonet* principalement) et j'ai enfin regardé quelques vidéos faites par des fans de Star Wars ou de pop culture sur Internet (généralement avec un point de vue très subjectif, mais tout de même intéressants dans le cadre de ma recherche). Tout ce travail était nécessaire pour capter le mieux possible les différents ressentis du public à travers le temps.

5.2. Choix des intervenants

Le choix des intervenants était très important. Non seulement, ce sont eux qui m'aident à construire un regard critique sur la problématique, mais en plus de cela, ils vont être intégrés de manière dynamique à ma production. J'en ai sélectionné huit, un nombre suffisant pour avoir de la matière, mais pas trop élevé pour rendre le podcast aussi digeste que possible.

J'ai choisi 4 spécialistes de pop culture avec des profils variés, qui m'ont livré leur regard analytique sur le sujet. J'ai recoupé ces témoignages pour formuler les bases de mes différentes analyses. Voici mes 4 experts :

- **Nicolas Allard** : professeur agrégé de lettres modernes, spécialiste de fantasy et de science-fiction. Il est l'auteur de « *Star Wars, un récit devenu légende* » (Armand Colin, 2017).
- **Nathalie Zema** : professeure, autrice et conférencière pop culture, rédige des chroniques sur des univers de fiction, et spécialisée dans l'histoire de Disney
- **Alain Lorfèvre** : journaliste à *La Libre Belgique*, critique cinéphile et spécialiste du cinéma hollywoodien
- **Sarah Sepulchre** : docteure en Sciences sociales et professeure à l'Université catholique de Louvain-la-Neuve, spécialisée en pop culture et notamment chargée de cours sur les cultures médiatiques et populaires ainsi que les séries télévisées

J'ai aussi choisi 4 amateurs de la saga, ayant une certaine visibilité dans le monde Star Wars francophone et qui m'ont livré un regard plus subjectif sur le sujet :

⁴⁸ Ibidem.

- **Simon Naulin** : membre du staff du site francophone *Star Wars Universe*, créateur de contenu pop culture (principalement Star Wars, mais pas que) sur YouTube avec sa chaîne *Captain Tabouret* (68k abonnés)
- **Adrien** : membre du staff du site francophone *Star Wars Universe*, créateur de contenu Star Wars sur la chaîne YouTube du site (2k abonnés)
- **Claire et Aurélie** : créatrices de la chaîne YouTube « *Lucasfilles* » (1k abonnés) consacrée à la pop-culture et à Star Wars

Pour les amateurs de la saga, j'ai veillé à choisir des personnes qui avaient un très bon niveau d'expertise sur le franchise, investis dans leur passion – ils créent tous du contenu Star Wars sur Internet – et qui avaient aussi des connaissances générales en pop culture. J'ai aussi veillé, que ça soit pour les experts ou pour les fans, à varier les profils en terme de diversité. Les hommes sont majoritaires dans la communauté Star Wars, mais il n'a en réalité pas été très difficile de trouver des femmes compétentes pour parler du sujet.

Il me semble important d'évoquer les personnes que j'aurais aimé interroger, mais que je n'ai pas pu avoir pour différentes raisons. J'ai essayé de contacter Patrice Girod, ancien directeur de *Lucasfilm Magazine* en France et spécialiste de la saga, mais je n'ai jamais eu de réponse. Son expertise aurait été bien utile, mais il s'agit déjà d'une personne qui est déjà apparue dans de nombreux documentaires et reportages sur Star Wars ; ne pas l'avoir est donc l'occasion de mettre en avant d'autres personnalités. J'ai aussi contacté Sébastien Févry, professeur à l'Université catholique de Louvain-la-Neuve et spécialiste en histoire du cinéma ; il m'a redirigé vers Sarah Sepulchre, qu'il estimait plus compétente que lui pour aborder le sujet.

6. La création du podcast

6.1. Répartition de la matière

L'objectif était de réaliser 4 épisodes, chacun d'une durée d'environ 15 minutes, pour un contenu total d'une heure environ. Cela me semblait être un bon compromis : c'est une durée suffisante pour documenter et analyser un tel sujet, et faire plus long pourrait vite paraître lourd pour un auditeur peu familier avec la saga.

La division en 4 morceaux ne s'est pas faite par hasard. En fait, les 11 années de gestion sous Disney peuvent être résumées en 4 périodes distinctes :

- **2012-2014 : « Une Nouvelle Ère »**
Annonce du rachat, lancement de la production des différents projets, période d'attente mêlant excitation et appréhension.
- **2015-2016 : « La Nostalgie contre-attaque »**
Sortie de l'épisode VII et de *Rogue One*, période faste où la franchise connaît des réussites commerciales et critiques. Les productions sont marquées par une très forte utilisation de la nostalgie pour plaire aux anciens fans.
- **2017-2018 : « La Guerre des Fans »**
Sortie de l'épisode VIII et de *Solo*, période trouble où la franchise est marquée par de fortes polémiques au sein de la communauté de fans et l'échec commercial du son second *spin-off*.
- **2019-2023 : « La Force du Streaming »**
Sortie de l'épisode IX, marquant la pause de la saga au cinéma et le début de l'ère du streaming.

La première période peut paraître plus vide que les autres et moins riche en analyses. Dans les faits, c'est en effet l'épisode qui apporte le moins de plus-value journalistique. Il sert en réalité à poser les bases solides pour comprendre la suite. Par exemple, revenir sur le *bashing* autour de la prélogie dans les années 2000 peut paraître hors-sujet par rapport à Disney, mais c'est en réalité extrêmement important pour comprendre les stratégies qui seront employées par la suite.

De même, la dernière période peut paraître plus longue que les autres. En réalité, les différents projets de séries n'ont plus la même envergure que les films sortis précédemment, et ils s'inscrivent globalement dans une même stratégie globale. Ça aurait eu peu de sens de m'attarder autant sur chaque série que sur chaque film.

Le nom de chaque épisode est une référence à l'univers et aux films Star Wars. D'ailleurs, le nom du podcast, « *Star Wars et l'Empire aux Grandes Oreilles* », est là aussi une référence à l'Empire de la trilogie originale ; les grandes oreilles faisant quant à elles références au personnage de Mickey, symbole de Disney.

6.2. Choix narratifs

Pour un format de documentaire analytique, je me suis dit qu'il était pertinent d'adopter une posture objective en tant que narrateur, en fondant mes analyses sur le point de vue de mes interlocuteurs, les analyses et les critiques du public, et non sur mon propre avis. Je me suis ainsi positionné en tant que narrateur externe tout le long du podcast, avec une voix-off à la troisième personne. Je ne m'adresse à aucun moment directement au spectateur, si ce n'est dans l'introduction – où je me permets aussi d'introduire mon prénom et mon nom, signant ainsi ma production - et à la toute fin des épisodes.

Dans ma manière de narrer, il y a tout de même une part de subjectivité : j'ai fait des choix de mises en scène, en introduisant des phases de suspense, d'excitation, d'étonnement, que j'essaie de retransmettre dans ma voix. En plus de traiter des questions spécifiques, je raconte aussi une histoire (« *story* »), et il faut donner vie à celle-ci, replacer les faits dans un contexte émotionnel : « *L'angle engendre la story, et en cela l'écriture journalistique peut s'analyser comme une narration. Le journaliste raconte quelque chose, il dit des faits, en les inscrivant dans une trame temporelle, analytique.*⁴⁹»

Ce qui me semblait important pour un documentaire, c'était de retranscrire correctement la temporalité de ces 11 années. Le rythme suit ainsi la cadence des parutions : les périodes plus creuses donnent lieu à des épisodes au rythme plus lent, et à l'inverse pour les périodes plus intenses. « *Pour immerger son auditeur, l'enjeu est d'alterner entre moments creux et intenses. « Il faut créer des montagnes », explique par métaphore Charlotte Pudlowski (cofondatrice du studio de création de podcasts narratifs Louie Media)*⁵⁰ ». Ainsi, le premier épisode et le début du second prennent le temps de poser les bases du premier film (sorti 3 ans après le rachat), traduisant ainsi l'attente et l'excitation qu'a générées la nouvelle ère Disney. La sortie de l'épisode VII n'apparaît ainsi que dans l'épisode 2 : tout comme les spectateurs à l'époque, l'auditeur doit « patienter » avant de le découvrir. De même, le dernier épisode se permet de passer plus vite en revue les différents projets, car Star Wars devenait un flux continu sur Disney+ avec de nouvelles productions régulières qui génèrent moins d'attention.

⁴⁹ Muhlmann, G. (1997). L'image et la voix. *Vacarme*, 2, 13-14.

⁵⁰ Klinnik, A. (2019). Nouvelles pratiques du journalisme : Le long format sert à enrichir le récit du réel. *Story Jungle*.

J'ai essayé autant que possible d'utiliser des musiques qui conviendraient pour le podcast (avec des phases de suspense, des phases plus douces), mais il est en réalité très difficile de coller à 100% à l'ambiance d'une heure entière de production. J'ai aussi fait le choix de ne choisir que des musiques des films Star Wars, pour plonger l'auditeur dans l'ambiance et aussi raviver certaines « sensations » pour ceux qui ont déjà vu les films.

7. Positionnement par rapport au sujet

Dans ma position de journaliste, il n'a pas été facile de traiter un sujet pour lequel j'avais déjà un intérêt particulier. J'ai mon propre avis sur la gestion de Disney, et il a fallu prendre du recul et pratiquement repartir de zéro pour éviter d'offrir un contenu trop personnel, ce qui n'était pas le but recherché. J'ai ainsi pris connaissance d'un grand nombre d'analyses, dont toute une partie réalisée par des personnes avec un avis complètement opposé au mien. Tout cela a été très utile pour offrir de la nuance à mes analyses, et certains contenus m'ont même permis de reconsidérer mes propres positions sur le sujet. J'estime avoir su mettre de côté mes propres préférences dans le traitement journalistique et avoir été ouvert d'esprit par rapport aux témoignages que j'ai reçus. En effet, mes intervenants abordaient parfois spontanément des sujets qui n'étaient pas du tout prévus dans ma ligne de conduite, mais qui se sont finalement fait une place dans le podcast car j'estimais qu'ils étaient porteurs d'un réel intérêt (notamment le point sur l'univers étendu, que j'aborde en début d'épisode 2).

Mon podcast devait être accessible à tous. J'essayais ainsi de m'interroger autant que possible : « *Qu'est-ce qu'une personne n'y connaissant rien aux films se poserait comme question ?* » Ainsi, j'ai veillé à interroger mes intervenants sur certains points très basiques de la franchise, en leur demandant régulièrement de citer des exemples pour imager leur propos. C'est aussi pour cela que durant le podcast, je veille à chaque fois à recontextualiser autant que possible, et à ne pas analyser trop en profondeur l'univers même de Star Wars, qui pour le coup ne parlerait qu'à ceux qui ont vu les films.

Partie 3 : mettre en œuvre une réflexion critique et prospective implantée dans le champ des pratiques journalistiques

1. Un sujet de niche

L'objectif était de créer un podcast aussi accessible que possible, même pour une personne qui ne connaîtrait rien aux films. Suis-je parvenu à remplir le contrat ? Je dirais que le résultat est mitigé. Je pense qu'une personne n'ayant absolument aucune accroche avec Star Wars comprendrait sans souci le contenu de la production, mais je ne suis pas sûr qu'elle prendrait un réel plaisir à écouter une heure entière sur le sujet ou qu'elle prendrait tout simplement la peine de l'écouter. C'est le risque des sujets aussi spécifiques que celui que j'ai choisi : le rapport personnel de l'auditeur vis-à-vis du sujet traité jouera énormément sur sa qualité d'appréciation de la production.

Si c'était à refaire, je réfléchirais peut-être à la possibilité de réaliser un sujet qui soit un peu moins de niche, comme « *La gestion de la compagnie de Disney dans les années 2010* », qui m'aurait ainsi amené à aborder des sujets plus généraux et variés

J'estime toutefois ne pas avoir créé du contenu qui ne serait destiné et accessible qu'aux fans de Star Wars, ce qui était l'une de mes craintes au début du travail. Le fil rouge du podcast reste très simple et ne s'aventure pas sur des terrains trop spécifiques (c'est la raison pour laquelle j'ai par exemple mis de côté les jeux vidéo, la littérature...). Certaines analyses délivrées dépassent le simple cadre de Star Wars et pourront peut-être modifier le regard des auditeurs sur l'industrie hollywoodienne moderne. C'est en tout cas ce que j'espérais en débutant la création du podcast : utiliser Star Wars, une saga populaire et connue de tous, pour délivrer des analyses plus générales sur le cinéma.

2. Un angle qui aurait pu gagner en précision

Le problème que j'ai rencontré avec le sujet est que la période traitée (2012-2023) était longue, peut-être trop longue pour fournir une analyse détaillée. Toute une partie du podcast consistait à planter le décor pour la bonne compréhension de l'auditeur : et au vu du nombre de projets différents abordés au cours des quatre épisodes, cette contextualisation a au final occupé une large partie de la production.

Il aurait peut-être fallu se concentrer sur des angles plus spécifiques, qui m'auraient permis de creuser la matière plus en profondeur et de faire ressortir des analyses complètement inédites. Le journaliste ne pourra jamais aborder tous les aspects d'un sujet dans une production, et revoir ses ambitions à la baisse peut parfois s'avérer utile pour fournir une meilleure plus-value informationnelle.

3. Une qualité technique perfectible

Il semble évident que mon podcast est grandement perfectible d'un point de vue technique, et je pense que cela aurait pu être évité si j'avais été plus rigoureux dans ma pratique journalistique. J'ai commis des erreurs dans la manière dont j'ai interviewé certains intervenants, en réalisant les enregistrements dans des conditions pas tout à fait optimales. J'ai ainsi interviewé Alain Lorfèvre dans un local avec de l'écho, et une partie des interviews de Nicolas Allard et de Nathalie Zema n'ont pas pu être enregistrées suite à des soucis techniques que j'aurais dû anticiper. Il a fallu travailler avec plusieurs logiciels pour améliorer la qualité sonore de certains extraits, mais cela a eu comme conséquence de « dénaturer » les enregistrements originaux. À l'avenir, il faudra me montrer plus organisé dans ma manière d'organiser ces entretiens d'un point de vue technique.

Aussi, le montage du podcast pourrait gagner en propreté : on entend que certains extraits qui se suivent n'ont pas été enregistrés dans des conditions tout à fait équivalentes en matière d'insonorisation, certains *cuts* sont trop bruts, les musiques ne sont pas toujours parfaitement choisies... C'est la première fois que je réalisais un podcast d'une telle envergure, et je pense que davantage d'expérience personnelle en montage m'aurait aidé à produire un contenu de meilleure qualité.

Enfin, je pense que ma voix de journaliste aurait pu être davantage maîtrisée. Certains tons de fin de phrase ne collent pas tout à fait aux différents contextes, et on remarque aussi certaines redondances dans les intonations narratives. La difficulté réside dans le fait que le doublage n'a pas été réalisé en un seul coup : j'ai parfois dû refaire certaines phrases spécifiques avec plusieurs jours d'intervalle entre deux enregistrements, ce qui a fait perdre le naturel de certaines tournures de phrase.

4. Recommandations

Plusieurs de mes intervenants se sont rejoints sur un point : le futur de Disney s'accompagne d'un point d'interrogation. Il peut être intéressant de se concentrer sur certains points spécifiques de la compagnie et de sortir du cadre de Star Wars.

Il peut par exemple être intéressant de faire une analyse sur le cas Marvel, qui rejoint Star Wars sur de nombreux points mais qui a tout de même connu une cadence de développement tout à fait différente.

Aussi, la gestion de la plateforme Disney+ me semble être à la fois un sujet particulièrement pertinent à analyser, vu à quel point le streaming fait aujourd'hui partie de notre quotidien et au vu des difficultés économiques que rencontre le secteur.

Enfin, il pourrait être pertinent de traiter la gestion plus globale de la Walt Disney Company, notamment depuis la première investiture de Bob Iger à la tête de la compagnie en 2005. L'angle peut sembler large, mais ne nécessiterait pas forcément de se pencher sur la totalité des productions comme je l'ai fait ici avec Star Wars.

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mon promoteur Olivier Standaert pour ses conseils et sa compréhension, et plus globalement pour tout son travail pour l'École de Journalisme de l'UCLouvain.

Je tiens également à remercier l'ensemble de mes intervenants, qui m'ont parlé avec passion de Star Wars et dont la participation dans le montage final n'a pas toujours été représentative de l'aide qu'ils m'ont fournie.

Un grand merci à Tatiana Rijks pour ses nombreux conseils, à Bryan Mommart pour le coup de main sur le *jingle*, ainsi qu'à mes amis Erwan Adam, Sacha Contempré et Thomas Demazy pour les heures de travail passées ensemble.

Enfin, je me devais de terminer ces remerciements en citant mon frère Charles qui m'a aidé pour le doublage, ma Maman pour la relecture, ainsi que toute ma famille en général pour le soutien indéfectible qu'ils m'ont offert tout au long de mes études.

Bibliographie

- Agar, C. (2022, 27 mai). The Star Wars prequels Redemption story is now complete. *ScreenRant*. <https://screenrant.com/star-wars-prequels-good-hayden-christensen-obi-wan/>
- AlexTopia. (2023, 28 juillet). *Comprendre la crise historique de Disney !* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ckoKYW3yfkq>
- Allard, N. (2017). *Star Wars, un récit devenu légende - Conflits, passions, trahisons : la saga décryptée*. Armand Colin.
- Bardinet, E. (2023, 10 mars). Bob Iger justifie la pause des films Star Wars : « Solo a été une petite déception pour nous ». *Premiere.fr*. <https://www.premiere.fr/Cinema/News-Cinema/Bob-Iger-justifie-la-pause-des-films-Star-Wars-Solo-a-ete-une-petite-deception-pour-nous>
- Barton, R. (2023, 17 avril). Disney has actually paid over \$ 10 billion for Star Wars. *Inside the Magic*. <https://insidethemagic.net/2021/03/george-lucas-disney-rwb1/>
- Bay, M. Inside a Russian troll factory. (2018, 5 octobre). *NBC News*. <https://www.nbcnews.com/think/opinion/star-wars-last-jedi-reactions-show-how-right-wing-twitter-ncna917081>
- Beattie, A. (2022, 20 avril). Why is the Star Wars franchise so valuable ? *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/articles/investing/102215/why-star-wars-franchise-so-valuable.asp>
- Beaujon, A. (2019, 18 décembre). Economie de la rareté et merchandising : la stratégie marketing de l'empire Star Wars. *Challenges*. https://www.challenges.fr/cinema/economie-de-la-rarete-et-merchandising-la-strategie-marketing-de-l-empire-star-wars_690155
- Béjot, V. (2020). *La petite boîte à outils du podcast*. Dunod. <https://www.cairn.info/la-petite-boite-a-outils-du-podcast--9782100814466.htm>

- Boinet, C. (2014, 25 février). « Binge watching » : Vous avez dit accro aux séries ? ! *Les Inrocks*. <https://www.lesinrocks.com/series/binge-watching-vous-avez-dit-accro-aux-series-112660-25-02-2014/>
- Box Office Mojo. (s. d.). *Franchise : Star Wars - Box Office Mojo*. Box Office Mojo. <https://www.boxofficemojo.com/franchise/fr3125251845/>
- Canon, C. A. (2021, 5 décembre). Why the Mandalorian brand is bigger than Star Wars. *Credits and Canon*. <https://creditsandcanon.com/2021/02/23/why-the-mandalorian-brand-is-bigger-than-star-wars/>
- Cavna, M. (2021, 24 octobre). What Disney understands about building a movie universe. *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/news/comic-riffs/wp/2016/12/19/why-disneys-star-wars-and-marvel-dominated-hollywood-in-2016/>
- Cédric, H. (2022). Extension du champ télécinématographique de la science-fiction. The Mandalorian (Disney+). *ReS Futurae : Revue d'Études sur la Science-fiction*, 19. <https://doi.org/10.4000/resf.11015>
- Crouzet, V., & Quagnon, T. (2013). Disney + Star Wars, l'équation impossible ? *Effeillage*, 2. <https://www.cairn.info/revue-efeuillage-2013-1-page-27.htm>
- D'Alessandro, A. (2019, 10 avril). The Biggest Box Office Bombs Of 2018 : Deadline's Most Valuable Blockbuster Tournament. *Deadline*. <https://deadline.com/2019/04/box-office-bombs-2018-solo-a-star-wars-story-mortal-engines-wrinkle-in-time-robin-hood-nutcracker-1202591271/>
- Delcroix, O., & Talabot, J. (2017, 25 décembre). Pourquoi *Les derniers Jedi* est-il l'épisode le plus détesté de la saga *Star Wars* ? *Le Figaro* <https://www.lefigaro.fr/cinema/2017/12/25/03002-20171225ARTFIG00010-pourquoi-les-derniers-jedi-est-l-episode-le-plus-deteste-de-la-saga-star-wars.php#:~:text=%E2%97%8F,-Deux%20g%C3%A9n%C3%A9rations%20de&text=Le%20reproche%20avait%20%C3%A9galemment%20%C3%A9t%C3%A9,du%20Jedi%20dans%20la%20galaxie.>

Demoulin, A. (2020, 8 avril). Pourquoi freiner le binge-watching est-elle la bonne idée de Disney+ surtout en plein confinement ?

www.20minutes.fr. <https://www.20minutes.fr/arts-stars/serie/2755835-20200406-pourquoi-freiner-binge-watching-bonne-idee-disney-surtout-plein-confinement>

Desk, S. (2023, 17 avril). When did Disney buy Star Wars ?

Sportskeeda. <https://www.sportskeeda.com/pop-culture/when-did-disney-buy-star-wars>

Dierickx, K. (2022, 20 mai). Un auditeur belge de podcasts sur deux préfère écouter des podcasts que la radio. *MediaSpecs*. [https://www.mediaspecs.be/fr/insights/les-podcasts-ont-ils-sonne-le-glas-de-la-radio-un-auditeur-belge-de-podcasts-sur-deux-prefere-ecouter-des-podcasts-que-la-](https://www.mediaspecs.be/fr/insights/les-podcasts-ont-ils-sonne-le-glas-de-la-radio-un-auditeur-belge-de-podcasts-sur-deux-prefere-ecouter-des-podcasts-que-la-radio/#:~:text=Quelque%2029%20%25%20de%20Belges%20%C3%A9content,34%20ans%20%C3%A9content%20des%20podcasts.)

[radio/#:~:text=Quelque%2029%20%25%20de%20Belges%20%C3%A9content,34%20ans%20%C3%A9content%20des%20podcasts.](https://www.mediaspecs.be/fr/insights/les-podcasts-ont-ils-sonne-le-glas-de-la-radio-un-auditeur-belge-de-podcasts-sur-deux-prefere-ecouter-des-podcasts-que-la-radio/#:~:text=Quelque%2029%20%25%20de%20Belges%20%C3%A9content,34%20ans%20%C3%A9content%20des%20podcasts.)

Dollar Stories. (2023, 19 juin). *Why Disney+ will disappear in 1 year* [Vidéo].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UF95jzZHhM>

Fink, R. (2022, 18 septembre). How The Solo : A Star Wars Story box office flop changed Lucasfilm Forever. *MovieWeb*. <https://movieweb.com/solo-star-wars-story-flop-lost-money/>

Formica, V. (2020, 20 décembre). Solo A Star Wars Story : Pourquoi le film a-t-il été un échec cuisant ?

AlloCiné. https://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle=18695183.html#:~:text=Selon%20The%20Hollywood%20Reporter%2C%20les,tr%C3%A8s%20pr%C3%A9cis%20d%27un%20blockbuster.

Franklin, G. (2019, 12 juillet). Momoa's « See » & « Mandalorian » cost a fortune. *Dark Horizons*. <https://www.darkhorizons.com/momoas-see-mandalorian-cost-a-fortune/>

Franklin-Wallis, O. (2016, 14 décembre). Rogue One Review : An OK start to the endless Star Wars spin-offs. *Wired UK*. <https://www.wired.co.uk/article/rogue-one-a-star-wars-story-review>

- Fritz, B. (2018). *The Big Picture : The Fight for the Future of Movies* (Houghton Mifflin Harcourt).
- Fung, B. (2021, 5 décembre). The 'Rogue One' trailer pushes Star Wars nostalgia into hyperdrive. *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2016/04/07/all-the-star-wars-nostalgia-in-the-rogue-one-teaser-serves-a-crucial-purpose/>
- Geraghty, J. (2023, 11 juillet). Disney enters a crisis of its own making. *National Review*. <https://www.nationalreview.com/the-morning-jolt/disney-enters-a-crisis-of-its-own-making/>
- Gilles, G. (2020). Le cadre transcendantal de l'analyse journalistique. *Les Cahiers du journalisme*, 7. http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/07/06_Gauthier.pdf
- Glevarec, H. (2013). Le régime de valeur culturelle de la sériephilie : plaisir situé et autonomie d'une culture contemporaine. *Sociologie et sociétés*, 45(1), 337-360. <https://doi.org/10.7202/1016406ar>
- Hannedouche, C. (2022). Extension du champ télécinématographique de la science-fiction. The Mandalorian (Disney+). *ReS Futurae : Revue d'Études sur la Science-fiction*, 19. <https://doi.org/10.4000/resf.11015>
- Jean, J. (2015, 11 décembre). How Disney built an empire by designing brand experience. *ZD Blog*. <https://www.zilliondesigns.com/blog/disney-brand-experience/>
- Kirst, S. (2015, 21 décembre). With diverse characters, « The Force Awakens » has great success while practicing inclusive casting. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/seamuskirst/2015/12/21/with-diverse-characters-the-force-awakens-has-great-success-while-practicing-inclusive-casting/?sh=6cef8262d056>
- Klinnik, A. (2019). Nouvelles pratiques du journalisme : Le long format sert à enrichir le récit du réel. *Story Jungle*. https://storyjungle.io/news/nouvelles-pratiques-du-journalisme-le-long-format-sert-a-enrichir-le-recit-du-reel-_a-233-5897.html

L'Echo. (2023, 15 août). Actions de la Walt Disney Company.

L'Echo. [https://www.lecho.be/les-marches/actions/waltdisneycompany\(the\).330016108.html](https://www.lecho.be/les-marches/actions/waltdisneycompany(the).330016108.html)

Leparmentier, A. (2023, 19 janvier). Le Royaume désenchanté de Disney : crise de gouvernance et parcours boursier calamiteux. *Le Monde*.

https://www.lemonde.fr/economie/article/2023/01/18/crise-de-gouvernance-parcours-boursier-calamiteux-le-royaume-desenchante-de-disney_6158422_3234.html

Lorfèvre, A. (2023, 10 août). "Disney sera racheté au cours des trois prochaines années" assure une analyste. Et si c'était par Apple ? *La Libre*.

<https://www.lalibre.be/economie/entreprises-startup/2023/08/10/disney-sera-rachete-au-cours-des-trois-prochaines-annees-assure-une-analyste-et-si-cetait-par-apple-73M5YXR525CVFIM5V6C7EFOMCE/>

Luxford, V. (2020). Fan Power : The Rise Of Audience-Driven Cinema. *American Express Essentials*. <https://www.amexessentials.com/fan-films-hollywood-fan-influence-movies-tv/>

Marketing Mania. (2021, 21 septembre). *Comment Disney dévore ses concurrents : Pixar, Marvel, Star Wars* [Vidéo].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=84WIQLy8bW0>

Martin, L. (2022, 25 novembre). Disney vient-il de confirmer que Disney+ est une (grosse) erreur ? *EcranLarge.com*. <https://www.ecranlarge.com/films/news/1457678-disney-vient-il-de-confirmer-que-disney-est-une-grosse-erreur>

Mazel, Q. (2018, 1 juin). Originalité et pérennité, le cas de Star Wars VII, Le réveil de la force, l'évaluation en mode sériel.

Kinephanos. <https://www.kinephanos.ca/2018/originalite-et-perennite-le-cas-de-star-wars-vii-le-reveil-de-la-force-levaluation-en-mode-seriel/>

Mendelson, S. (2017, 19 décembre). Why do so many « Star Wars » fans hate « The Last Jedi » ? *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/scottmendelson/2017/12/19/the-last-jedi-why-star-wars-fans-hate-one-of-the-best-star-wars-movies/?sh=26b6adf65658>

- Miller, M. (2018, 13 décembre). The Year Star Wars fans finally ruined Star Wars. *Esquire*. <https://www.esquire.com/entertainment/movies/a25560063/how-fans-ruined-star-wars-the-last-jedi-2018/#>
- MJ - FERMEZ LA. (2020, 26 avril). *L'échec de « L'Ascension de Skywalker » - FERMEZ LA (Le mois Star Wars III)* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=cIr7lXLTrcw>
- Moore, P. (2015, 18 décembre). Star Wars more popular with men than women. *YouGov*. <https://today.yougov.com/topics/society/articles-reports/2015/12/18/star-wars>
- Muhlmann, G. (1997). L'image et la voix. *Vacarme*, 2, 13-14. <https://www.cairn.info/revue-vacarme-1997-2-page-13.htm>
- Nolain Simon. (2020, 21 septembre). *Un bilan des premières années Disney [Star Wars 2012-2019]* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=9NIItNvJf75A>
- Nutsa. (2023, 14 juillet). *The doomed legacy of Bob Iger* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=DVAx5MKjOx4>
- Pépin, W. (2022, 23 juin). Obi-Wan Kenobi : La saturation des franchises - Impact Campus. *Impact Campus*. <http://impactcampus.ca/arts-et-culture/obi-wan-kenobi-saturation-franchises/>
- Proctor, W., & McCulloch, R. (2019). Disney's Star Wars : Forces of Promotion, Production and Reception. *Iowa : University of Iowa Press.*, Chapter 22. http://eprints.bournemouth.ac.uk/31945/1/A_New_Hate__The_War_For_Star_Wars.pdf
- Rai, D. (2021, 15 septembre). Star Wars is owned by Disney - Walt Disney's acquisition of LucasFilms. *iPleaders*. <https://blog.iplayers.in/star-wars-is-owned-by-disney-walt-disneys-acquisition-of-lucasfilms/>
- Reporter, G. S. (2018, 22 février). Star Wars : Why Disney was destined to buy Lucasfilm. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/film/filmblog/2012/oct/31/star-wars-disney-destined-lucasfilm>

Rotten Tomatoes. (s. d.). Star Wars Saga - Franchise. *Rotten*

Tomatoes. https://www.rottentomatoes.com/franchise/star_wars_saga

Scott, R. (2021, 9 février). Baby Grogu caused a huge Star Wars toy sales spike in

2020. *MovieWeb*. [https://movieweb.com/star-wars-toys-sales-baby-yoda-](https://movieweb.com/star-wars-toys-sales-baby-yoda-2020/#:~:text=Hasbro%20reveals%20that%20Star%20Wars,the%20merchandising%20side%20of%20things)

[2020/#:~:text=Hasbro%20reveals%20that%20Star%20Wars,the%20merchandising%20side%20of%20things](https://movieweb.com/star-wars-toys-sales-baby-yoda-2020/#:~:text=Hasbro%20reveals%20that%20Star%20Wars,the%20merchandising%20side%20of%20things).

Sensio, E. (2023, 10 janvier.). Global Audio > Focus Podcasts.

Médiamétrie. <https://www.mediametrie.fr/fr/global-audio-focus-podcasts-0>

Singer, M. (2019, 17 décembre). Why ‘Star Wars : The Last Jedi’ really pissed off fans.

ScreenCrush. <https://screencrush.com/why-fans-hated-the-last-jedi/>

Smith, T. (2018, 21 juin). Star Wars : here’s why ‘Solo’

flopped. *NME*. <https://www.nme.com/blogs/nme-blogs/star-wars-solo-flop-why-2332824>

Forums Star Wars Holonet. (s. d.). *Star Wars HoloNet*. <https://forum.starwars-holonet.com/>

Forums Star Wars Universe. (s. d.). *Star Wars Universe*. <https://www.starwars-universe.com/forum/>

Stinson, K., & Stinson, K. (2022, 7 juillet). Why did George Lucas sell Lucasfilm to Disney ?

details. *Distractify*. <https://www.distractify.com/p/why-did-george-lucas-sell-lucasfilm>

Tassi, P. (2018, 8 février). The problem with Disney trying to turn « Star Wars » into the Marvel cinematic

universe. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/insertcoin/2018/02/08/the-problem-with-disney-trying-to-turn-star-wars-into-the-marvel-cinematic-universe/?sh=7868fb6d563d>

Tassi, P. (2022, 2 janvier). ‘The Book of Boba Fett’ has worse reviews than all Star Wars and

Marvel shows so far. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/paultassi/2022/01/02/the-book-of-boba-fett-has-worse-reviews-than-all-star-wars-and-marvel-shows-so-far/?sh=40ba367774a9>

The Movie Cynic. (2023, 14 juillet). *Disney - Death of an Empire* [Vidéo].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vOiuv-P16LY>

Victor-Pujebet, M. (2022, 18 mai). Star Wars : Si la trilogie de Rian Johnson n'avance pas, c'est à cause de Netflix.

EcranLarge.com. <https://www.ecranlarge.com/films/news/1432912-star-wars-si-la-trilogie-de-rian-johnson-navance-pas-cest-a-cause-de-netflix>

Whitten, S. (2018, 30 octobre). Disney bought Lucasfilm six years ago today and has already recouped its \$ 4 billion investment. *CNBC*. <https://www.cnbc.com/2018/10/30/six-years-after-buying-lucasfilm-disney-has-recouped-its-investment.html#>

Youngs, B. I. (2017, 20 décembre). Star Wars : The Last Jedi - the most divisive film ever ? *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-42424445>

