

# Viceland, la chaîne qui veut réconcilier les jeunes et la télé, attendue en juin

MÉDIA Le groupe américain produira localement au nord et au sud

- Lancement en Flandre en mars et en juin côté francophone.
- La chaîne américaine sera diffusée dans 57 pays.

C'est un véritable phénomène médiatique qui s'apprête à débarquer sur nos écrans de télé. Le 1<sup>er</sup> mars, Viceland, la chaîne télé du groupe média américano-canadien Vice, sera diffusée en Flandre par Tele-net. Il n'y a encore aucune date officielle de lancement pour la partie francophone du pays, mais selon les responsables de la régie publicitaire belge de Viceland, Transfer, celui-ci pourrait avoir lieu le premier juin. Des pourpar-

lers sont en cours avec Proximus et Voo/Be TV nous ont confirmé les deux groupes. Cet objet télévisuel non identifié a été lancé aux Etats-Unis et au Canada l'année dernière. Son déploiement planétaire se déroule à une vitesse inédite. En un an et demi, la chaîne veut être présente dans 57 pays. La France, l'Irlande, le Royaume-Uni sont déjà couverts. C'est maintenant au tour de la Belgique et des Pays-Bas.

Viceland s'adresse aux « millennials », c'est-à-dire les 18-34 ans. La chaîne essaie de les faire revenir vers la télé, média dont ils se détournent massivement au grand dam des annonceurs publicitaires. Au menu : pas de fiction mais bien des documentaires, de l'infotainment, des reportages immersifs avec un focus sur les sous-cultures et les communautés, un ton très décalé, des formats innovants... Ses thèmes principaux ? La musique, l'alimentation, l'identité, la drogue, le sexe, la mode et les sports. On parle d'économie souterraine dans « Black Market », de la condition des homosexuels dans « Gaycation », de la streetfood mondiale dans « Fuck that's delicious », de racisme et d'extrême-droite avec « Hate thy neighbour »... Les programmes sont produits par des jeunes pour des jeunes.

## Des programmes locaux

Dans chaque pays, la chaîne compose une grille qui fait la part belle à ses formats internationaux mais qui contient aussi quelques programmes locaux. En France, il y en a trois. En Flandre, la maison de production De Chinesen qui travaille notamment pour la VRT produira Census,

une émission qui donne la parole aux ados. Il y aura aussi Vice Lab, des capsules de cinq minutes qui présenteront des créateurs locaux en rapport avec la thématique de l'émission qui suit (mode, musique...).

Et côté francophone ? Va-t-on se contenter de reprendre les émissions produites par Canal + pour Viceland France ? « Non, assure Koenraad Deridder, directeur de Transfer et fondateur de la chaîne Acht (rebaptisé CAZ). *Il y aura bien de la production locale car c'est un média qui veut faire partie de la vie quotidienne des jeunes. Je suis d'ailleurs chargé de mettre en contact des producteurs avec Vice. En novembre, le groupe ouvrira un bureau à Bruxelles. Il y aura une équipe pour organiser la production.* »

Combien d'émissions seront produites chez nous ? Koenraad Deridder n'est pas en mesure de le dire pour l'instant. « *Le budget que compte consacrer Vice à l'espace francophone n'a pas encore été défini.* »

Vice est à l'origine un magazine punk gratuit fondé à Montréal en 1994. Il y a six ans, il s'est lancé

dans la vidéo en ligne et a réussi à attirer une audience jeune que les médias traditionnels peinent à capter. Cela lui a valu énormément de marques d'intérêts. De grands groupes médias sont rentrés dans son capital comme Disney qui détient une participation de 18 % ou 21<sup>st</sup> Century Fox. Aujourd'hui, Vice envisage de rentrer en Bourse. Sa valorisation est estimée à 4,5 milliards de dollars...

En passant du web vers la télé, Vice accomplit le chemin inverse à celui des chaînes traditionnelles. Pourquoi s'intéresser à ce « vieux » média ? Tout simplement parce que c'est toujours là qu'il y a le plus de revenus publicitaires, et ce malgré le déclin de l'intérêt des jeunes pour la télé.

« *Dans 12 mois, nous serons en couverture de Time en tant que mecs qui auront ramené la génération des millennials vers la télévision* », lançait, bravache, Shane Smith, le patron de Vice, à *Hollywood Reporter* il y a un an. Cela n'a toujours pas été le cas et les débuts ont été plutôt laborieux aux Etats-Unis et en Angleterre mais qui sait... ■

JEAN-FRANÇOIS MUNSTER

## FRANCE

### Un partenariat avec Canal +

Viceland a été lancée le 23 novembre en France. Le groupe américain a négocié un accord de cinq ans avec Canal + pour diffuser la chaîne en exclusivité. Seuls les abonnés Canal y ont donc accès. Pour lancer ses activités en France, Vice s'est associé à l'homme d'affaires Matthieu Pigasse (*Le Monde, Nouvel Obs...*) et à son groupe média qui comprend *Les Inrocks* et *Radio Nova*. Ils ont constitué ensemble une joint-venture.

J.-F. M.

On estime la valeur de Vice Media à 4,5 milliards de dollars