

La chaîne AB4 disparaît au profit d'une offre plus musclée de «docu drama»

LE RÉSUMÉ

Faute d'avoir trouvé son identité et son équilibre, la chaîne **AB4 cessera d'exister le 13 septembre**.

À partir de cette date, elle sera remplacée par «**ABXPLORE**», un canal proposant des contenus orientés aventure, science, automobile ou encore métiers de l'extrême.

Il s'agit-là, pour le Groupe AB, d'une occasion de compléter l'offre d'AB3, sa chaîne phare occupant la troisième place en Wallonie en termes d'audience auprès des 18-44 ans.

Une offre OTT, soit une diffusion sur le web et sur mobile, pourrait suivre à terme.

SIMON SOURIS

Dès la mi-septembre, le paysage audiovisuel francophone verra débarquer une nouvelle chaîne télévisée, un événement qui ne s'était plus produit depuis 2011. Le Groupe AB a en effet annoncé lundi le lancement d'«**ABXPLORE**», canal dédié au «**factual entertainment**», soit le documentaire de divertissement, aussi appelé «**docu réalité**» ou «**docu drama**». Au programme, contenus «**rythmés**» et «**incisifs**» sur le réel, se réjouit la firme.

Par-là, le groupe audiovisuel français, actif en Belgique via la chaîne AB3 notamment, entend remplacer la plus discrète AB4 qui n'a «**pas trouvé son identité ni son équilibre**», avoue aujourd'hui AB, et ainsi apporter une vraie offre complémentaire à son canal phare. Fini donc la voyance et le téléachat sur une chaîne annexe, place à un contenu attractif sur une chaîne dépoluée.

En pratique, ABXPLORE occupera le même canal qu'AB4. Ce qui implique que «**la nouvelle chaîne sera directement reprise par la majorité des distributeurs, à savoir Proximus, VOO, Orange, Telenet et SFR**», précise Richard Maroko, directeur général des programmes pour le Groupe AB, mais lui ouvre aussi de facto la porte d'1,6 million de foyers, indique l'entreprise dans un communiqué.

Du côté du CSA, il nous revient que le dossier administratif déposé cet été par le groupe français est «**complet**» et que le repositionnement de la chaîne a bien été acté. Tous les feux sont au vert, y'a plus qu'à.

Quid du public cible de cette nouvelle initiative? Les hommes sont dans le viseur pour ABXPLORE, là où AB3 attire plutôt la gente

féminine, indique le groupe. À cette fin, la tonalité de la chaîne devrait être «**fortement masculine**», commente Richard Maroko, avec des contenus orientés aventure, science, automobile, ou encore métiers de l'extrême.

Partenariats majeurs

Concernant la programmation, peu d'information a filtré pour l'heure. Une conférence de presse devrait faire la lumière sur ce point le 13 septembre, jour du lancement officiel de la chaîne sur les téléviseurs de Belgique francophone, nous dit-on.

Toutefois, une direction se dessine bel et bien. Le groupe annonce en effet avoir déjà noué des partenariats avec des grands noms tels que Discovery, A&E, National Geographic ou encore la BBC. Des «**producteurs majeurs**», glisse le directeur général, ce qui devrait permettre à la chaîne de proposer un contenu résolument «**premium**»... mais ce qui implique aussi que, dans un premier temps, un ancrage belge du canal n'est pas envisagé. Ce qui n'exclut pas pour autant que, si la chaîne prend son envol, le groupe puisse réfléchir à des investissements dans la production propre en Belgique, souligne

AB.

Fort de son expérience avec AB3, troisième chaîne wallonne avec près de 10% de parts de marché parmi les 18-44 ans selon ses chiffres, le groupe audiovisuel français entend réitérer l'expérience dans ce nouveau créneau du «**docu drama**».

Certes, il n'empêche que les questions restent nombreuses autour de cette ambition. Un, est-ce que l'offre n'arrive pas un peu tard, face à des acteurs bien installés? «**Notre offre n'aura rien à voir**», se défend Richard Maroko. «**Il s'agit de quelque chose d'inédit en Belgique francophone**». De plus, en pratique, «**près de 95% du contenu qui sera proposé sur ABXPLORE n'a jamais été vendu, ni même montré en Belgique**», se félicite le groupe. Deux, avec quelle ambition en termes d'audience? AB botte en touche reconnaissant simplement qu'«**il faudra du temps pour s'installer**». Enfin, trois, quid d'une offre OTT, soit une version de la chaîne diffusée sur le web ou sur mobile comme le propose déjà la concurrence? Cela pourrait suivre, répond en substance le groupe, évoquant le fait qu'il n'est «**plus possible aujourd'hui de faire de la télé sans faire de digital**». Wait and see donc...

Questions à

RICHARD MAROKO

Directeur général des programmes pour le Groupe AB

1 S'agit-il d'une réponse à l'arrivée de TF1 sur le marché publicitaire en Belgique francophone?

Le projet d'ABXPLORE a été conçu bien avant cela. Il ne s'agit donc absolument pas d'une réaction à cette arrivée, mais plutôt d'une concomitance. Par ailleurs, il est clair que si l'on souhaite se positionner au mieux par rapport aux annonceurs dans ce nouveau paysage publicitaire, ce ne sera pas en proposant la même chose que TF1 en moins bien. Il faut se différencier en proposant du contenu qualitatif premium, et ce dans un créneau inédit.

2 Quelle régie s'occupera de cette nouvelle chaîne?

Comme pour AB3, la régie sera assurée par la RMB, la régie publicitaire de la RTBF. Ce choix devrait permettre à cette dernière de proposer au marché publicitaire une offre complète et attractive à destination de publics différents et complémentaires.

3 Combien avez-vous mis sur la table pour ce lancement?

Nous ne communiquerons pas de chiffres sur les investissements consentis. Toutefois, il est vrai que nos partenaires (Discovery, A&E, National Geographic et la BBC notamment, NDLR) sont des producteurs majeurs, ce qui a forcément un coût. Ce que je peux vous dire, c'est qu'il s'agit d'un investissement que nous considérons comme raisonnable par rapport à ce que l'on peut attendre de cette chaîne et du fait qu'il s'agit d'un projet sur le long terme pour le Groupe AB.

13

septembre

ABXPLORE, la nouvelle chaîne de «**factual entertainment**» (documentaire de divertissement) du Groupe AB, devrait être diffusée dès le 13 septembre à 20h sur le canal d'AB4 qu'elle remplace.