

Le trio Condijs-Buxant-Portnoy lance la première chaîne d'info en continu

LE RÉSUMÉ

LN24 entend combler un vide: celui d'une chaîne d'infos en continu.

L'accent sera mis sur l'analyse et le débat.

4,5 millions ont été levés auprès d'investisseurs.

Elle sera financée par la publicité alors que ce marché est atone.

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Un nouveau canal d'information va faire son apparition en Belgique: LN24 (Les News 24): une chaîne d'info en continu (24 heures sur 24, 7 jours sur 7) en télévision et sur le web. Gratuite, elle sera focalisée sur l'actualité politique et économique.

Le projet est porté par deux figures bien connues du microcosme médiatique, notamment des lecteurs de L'Echo, puisqu'il s'agit du rédacteur en chef Joan Condijs et du journaliste politique Martin Buxant, également en charge de l'interview politique matinale sur Bel RTL. Ils ont rallié à leur cause Boris Portnoy, fondateur de Keynews (avant d'être reprise par Everlasting), société de production qui a fourni de nombreux programmes à RTL. Le premier sera directeur éditorial, le deuxième rédacteur en chef et le troisième directeur opérationnel.

«Nous sommes partis du constat qu'il n'exis-

tait pas de chaîne d'information en continu en Belgique, commente Joan Condijs, mais nous n'allons pas pour autant imiter des chaînes françaises comme BFM TV ou LCI, nous essaierons

d'aller plus loin dans le décodage, le débat et le commentaire en mettant l'accent sur la qualité, sans sensationnalisme.» «Nous nous concentrons sur la politique et l'économie mais également sur d'autres secteurs comme, par exemple, la culture ou le sport quand ils auront un lien avec ces deux thématiques», ajoute Martin Buxant. Au menu: 3 à 4 JT par jour, une tranche matinale costaud (le prime time des chaînes d'info), des débats, de l'analyse, des magazines, soit au moins 6 heures de production par jour complétées par des re-diffusions. Le tout sera visible en ligne avec aussi du contenu dédié. «On aurait pu faire un produit 100% digital, mais c'était trop tôt, on a encore besoin de la télé car c'est elle qui ramène le plus d'argent et qui donne de la notoriété au digital», complète Martin Buxant.

Le trio a fait le tour des groupes de médias belges pour les associer à leur idée, sans aboutir. «Il y a eu beaucoup de marques d'intérêt mais pour des raisons qui leur appartiennent ils ont décidé de ne pas nous suivre», indique Joan Condijs. Faute d'avoir pu conclure avec des acteurs du secteur, les trois fondateurs sont parvenus à convaincre une série d'investisseurs. Il s'agit de Belfius Insurance, branche assurance de la banque Belfius (tous jours détenue par l'Etat belge), du groupe de construction Besix, de Giles Daoust (CEO de la société d'intérim éponyme) et d'Ice-Patrimonial, un véhicule d'investissement de Jean-Pierre Lutgen fondateur d'Ice Watch. Au total, 4,5 millions d'euros ont été levés. Tous ont insisté sur le côté entrepreneurial du projet.

Ce tour de table très business est peu fréquent en Belgique où les groupes de médias privés sont aux mains de «patrons de presse» et non d'industriels de secteurs comme le

lux, la finance ou le BTP comme c'est le cas en France. De quoi générer de possibles conflits d'intérêts? «L'indépendance rédactionnelle sera totale, cela a été verrouillé, c'est une question de crédibilité», assure Joan Condijs.

LN24 ne manque pas d'ambitions. La chaîne devrait compter entre 30 et 40 journalistes: de vieux briscards du métier mais surtout de jeunes talents biberonnés aux outils digitaux. Le modèle économique reposera sur trois sources de revenus: la publicité, la distribution et des événements. «Nous sommes en contact avec tous les télédiffuseurs et l'accueil est positif, indique Joan Condijs, le but est d'être vu sur un maximum de plateformes afin d'avoir une assiette publicitaire la plus large

possible.» Car l'essentiel des revenus viendront de la publicité.

C'est là que le projet s'avère le plus audacieux. Car le marché publicitaire télé est atone et la pub en ligne vampirisée par les géants du net. «Nous avons examiné le projet mais nous n'avons pas poussé plus loin car nous estimons qu'il n'est pas économiquement viable pour RTL», indique ainsi Philippe Delusinne, CEO de RTL Belgium. Bernard Cools, chief intelligence officer de l'agence médias Space, est lui aussi dubitatif: «C'est réjouissant de voir qu'il y a encore des investisseurs privés prêts à miser sur des médias, commente-t-il, mais c'est un projet très risqué. L'offre d'infos est monstrueuse, les gens sont surinformés 24 heures sur 24 par tous les canaux possibles et le marché publicitaire est loin d'être euphorique.»

Pas de quoi refroidir le trio qui mise sur le break-even dès 2020, un an à peine après le lancement de LN24, lequel est espéré pour le mois de mai prochain, juste avant la vitrine des élections. Mais le travail à accomplir est immense: dénicher des locaux, recruter une équipe, trouver une régie pub, passer des accords avec les télédiffuseurs, peaufiner une grille de programmes... C'est beaucoup de boulot en à peine six mois.

«L'indépendance rédactionnelle sera totalement garantie.»

JOAN CONDIJS
COFONDATEUR
DE LN24