



Lancement de Viceland en France : des signaux peu engageants

Originellement un fanzine papier né à Montréal en 1994, Vice se transforme progressivement en un groupe multimédia global, présent sur Internet via les réseaux sociaux, et depuis peu à la télévision. NPA Conseil analyse les audiences de la chaîne Viceland dans les pays où elle est déjà présente ainsi que sa communication en France en raison de son arrivée imminente dans les bouquets Canal.

Depuis le 29 février, Vice propose une véritable chaîne de télévision, via la chaîne câblée Viceland, aux Etats-Unis et au Canada. La nouvelle chaîne occupe ainsi la fréquence de H2, ancienne chaîne de A&E Networks, groupe devenu actionnaire de Vice. Avec l'objectif de faire revenir les *Millennials* devant leur écran de télévision, le pari est cependant loin d'être réussi. Le prime time de la chaîne, dédié à la première diffusion de programmes inédits, a ainsi subi une perte d'audience de 67% par rapport à l'an dernier lorsque la fréquence était celle de la chaîne H2 selon L'opinion.fr. Il en est de même au Royaume-Uni où Viceland a été lancé le 19 septembre, accessible via le bouquet Sky. En effet, selon le cabinet britannique Enders Analysis, la meilleure soirée de la chaîne au Royaume-Uni n'a réuni que 14 000 téléspectateurs et d'autres jours l'audience est proche de zéro. Selon le cabinet, cela s'explique par le fait que le bouquet payant Sky ne soit disponible que pour la moitié des citoyens britanniques âgés de 16 à 34 ans, un groupe démographique dont la consommation de télévision a diminué de 24% depuis 2010. La faute serait aussi celle du manque de diversité de programmation, les émissions diffusées en linéaire sur Viceland ressemblant beaucoup trop à celles disponibles en ligne sur le site Vice.com ainsi que sur les réseaux sociaux.

Malgré le relatif succès de la chaîne de télévision à l'étranger, Shane Smith, fondateur de Vice Media, souhaite maintenir son objectif de diffusion de Viceland au sein d'une quarantaine de pays. La création de ces chaînes s'accompagne systématiquement du développement d'une fan-base via les réseaux sociaux Facebook, Twitter et Instagram, où Viceland commence à teaser sa diffusion prochaine entre 1 et 2 mois avant.

Les prochains pays concernés par l'arrivée de Viceland sont la France à partir du 23 novembre dans les offres Canal, mais aussi la Nouvelle-Zélande le 1^{er} décembre[1]. La communication de la chaîne dans ce pays suscite davantage d'intérêt qu'au sein de nos frontières, alors que les différents comptes de Viceland NZ ont commencé leur communication 15 jours plus tard après la France. Ainsi, la page Facebook de Viceland France cumule plus de like que celle de Nouvelle-Zélande, mais suscite deux fois moins d'interactions (1026 pour la Nouvelle-Zélande / 433 pour la France). Le nombre d'abonnés Twitter pour ces deux pays est relativement peu élevé comparé à ceux de pays où la chaîne est déjà lancée (Viceland UK cumule 4676 followers par exemple). Enfin, même si le nombre d'abonnés Instagram est de deux fois moins élevés en Nouvelle-Zélande qu'en France, ceux-ci ont interagit presque autant de fois que les Français (204 interactions pour Viceland France / 187 pour Viceland NZ).

La communication pour annoncer l'arrivée prochaine de Viceland dans un pays est chaque fois la même : le premier post sur les réseaux sociaux constitue en une photographie d'un numéro de téléphone, dont l'appel est gratuit et qui donne accès à un répondeur où les téléspectateurs laissent des messages qui seront diffusés à l'antenne, mais aussi répondre à un sondage hebdomadaire. 



[1] Viceland a également annoncé son arrivée prochaine en Australie sur le canal de SBS 2 courant novembre, aux Pays-Bas début 2017, mais également en Afrique et en Asie du Sud-Est l'année prochaine.