

Marie Pfaff, sa femme Carmen et ses trois filles. Le succès est tel que plusieurs de ces séries ont été vendues à des chaînes étrangères.

Parmi d'autres nouveautés télévisuelles, une émission sort du lot. C'est *De Mol*, "La Taupe" en français, émission culte lancée en 1998 et reprise dans plusieurs pays.

Dans cette émission de divertissement, une taupe, qui va tenter de saboter le jeu, se cache parmi les dix candidats. Ceux-ci tenteront de découvrir qui est la taupe au fil des semaines. Mais chaque dimanche, un candidat est éliminé lorsqu'il n'a pas su répondre à un certain nombre d'énigmes. Le vainqueur empoche entre 20 000 et 35 000 euros. L'émission est un mélange entre *Fort Boyard*, *Koh Lanta* et le jeu de société *Loup-Garou*. Le but de la taupe est de saboter les épreuves, tout en restant subtile pour ne pas être dévoilée. Le succès, des années de suite, est toujours là.

Le succès en Flandre est tel que de nombreuses séries *made in Flanders* ont trouvé des diffuseurs internationaux. *Benidorm Bastards* est une émission hilarante qui a connu un franc succès à l'étranger. De même que *Salamander*, *Professor T* ou encore *Undercover*.

#### L'adaptation à l'ère du streaming

Vingt ans après *Big Brother*, la télévision flamande se trouve à nouveau à la croisée des chemins. Face à l'essor des plateformes de streaming (comme Netflix), les chaînes traditionnelles, pour survivre, n'ont pas eu d'autre choix que de conclure des alliances avec de nouveaux partenaires. Mais en privilégiant des contenus locaux, elles ont réussi à maintenir leur place dans le paysage médiatique.

En la matière, d'ailleurs, il n'y a rien de neuf sous le soleil. Pour répondre aux nouvelles exigences des téléspectateurs, les chaînes parient encore et toujours sur le divertissement. L'émission *The Masked Singer* met par exemple en scène des Flamands connus, notamment des politiques.

Dans le même registre, il faut mentionner *Special Forces: Wie Durft Wint*, l'émission de télé-réalité diffusée sur la chaîne flamande VTM en 2023. La basketteuse Ann Wauters et le chanteur du groupe Clouseau, Koen Wauters, figuraient parmi les onze participants à "l'entraînement militaire" organisé par la chaîne dans le désert marocain lors de la saison 3 de l'émission. Surprise... à l'occasion de ces grandes manœuvres militaires, ces *bekende Vlamingen* se sont retrou-

La Flandre recrute ses nouveaux talents en puisant dans son propre vivier audiovisuel.

vés, dans leur peloton, aux côtés du président du MR, Georges-Louis Bouchez.

#### Et pourquoi pas la Wallonie ?

Néanmoins, comment comprendre que le succès que rencontrent ces émissions en Flandre ne soit pas partagé en Wallonie ?

Pour Bernard Cools, chargé de cours à l'UCLouvain (ESPO), le marché flamand est très différent du marché francophone, et la contrainte économique peut être stimulante puisqu'elle crée une culture du risque.

"En Belgique francophone, les chaînes françaises représentent au moins 30 % de l'audience globale, ce qui n'est pas le cas en Flandre. Aujourd'hui, les trois chaînes hollandaises y dépassent à peine 1 % des parts de marché. Cela est dû à l'arrivée des chaînes commerciales, VTM puis Vier, qui a substantiellement réduit la part de marché des chaînes néerlandaises. Cela ne s'est jamais démenti."

De plus, pour rentabiliser sa programmation, la télévision flamande s'est calquée sur sa référence culturelle qu'est le modèle anglo-saxon, poursuit Bernard Cools. Celui-ci propose en effet des concepts originaux dont se sont inspirés des chaînes privées et des producteurs indépendants.

La Flandre continue de recruter ses nouveaux talents en puisant dans son propre vivier audiovisuel. "Et ces talents deviennent parfois des stars locales", observe Bernard Cools. "En Belgique francophone, où le paysage audiovisuel est influencé par la France, ce star system n'existe pas."

#### Briser les codes

Il y a aussi le fait que la télévision du nord du pays, tout comme la littérature et le théâtre flamands, se distingue par sa capacité à briser les codes, à "révolutionner" la narration. Des récits intimistes ou décalés, des thrillers psychologiques où l'humour local met en valeur l'autodérision flamande.

Les séries *Beau Séjour*, *De Twaalf*, *Tabula Rasa* ou *Undercover* proposent ainsi des narratifs originaux, tels que des narrations inversées ou des perspectives multiples. "Les Flamands ont moins de mal à briser les codes que les francophones", résume notre interlocuteur.

Cette capacité d'innovation, née d'une nécessité économique, a fait de la Flandre un laboratoire créatif reconnu bien au-delà de ses frontières. Une recette qui continue de porter ses fruits, même à l'ère du streaming.

Jacques Hermans

## Des émissions politiques plus novatrices que les francophones

Le soir, en Flandre, impossible d'échapper aux talk-shows, ces émissions qui mêlent les débats d'actualité et le divertissement. Mais d'où vient cet engouement et que nous révèle-t-il sur le lien entre médias, politique et société flamande ?

Dans un monde fragmenté, troublé, ces débats où la politique se mélange au divertissement sont devenus une arme capitale pour les chaînes de télé. Par ces émissions, les chaînes essaient d'aborder des questions importantes tout en divertissant et amusant le téléspectateur. L'objectif est de

faire sortir de son rôle une personnalité politique ou culturelle, de mettre en exergue son côté humain.

À cet égard, si les populaires *Terzake*, *De Afspraak* et *De Zevende Dag* sont des émissions classiques où les invités commentent l'actualité, d'autres sortent des sentiers battus et mélangent l'information et le divertissement. C'est le cas de *De Ideale Wereld*, *De Tafel van Gert* et *Bar Goens*. Le principe de cette dernière (*bargoens* signifie "argot" en néerlandais), lancée sur VTM en avril dernier, est de faire entendre la voix de la rue

L'objectif est de faire sortir de son rôle une personnalité politique ou culturelle pour faire ressortir son côté humain.

pour casser le langage politiquement correct des plateaux classiques. Son succès ne se dément pas.

Ici aussi, la popularité des talk-shows en Flandre vient en partie du monde anglo-saxon, explique Bernard Cools, chargé de cours à l'UCLouvain.

"Dans une société individualiste où les lieux d'échanges se font rares, le succès de ces émissions fait que la télé reste un outil relationnel qui offre un espace pour discuter, appuie-t-il. On en parle un peu partout, y compris sur le lieu de travail, entre collègues."

J.He.