



JAB LIFE : QUAND LE MMA SE RACONTE COMME UN MÉDIA, PAS COMME UN FLUX!

À contre-courant de l'instantanéité et des formats courts qui saturent les plateformes, **JAB LIFE** fait le pari du temps long, de l'analyse et du récit. Pensé comme une véritable rédaction numérique dédiée au MMA et à la boxe, le média développé par **Greenbull Media** revendique une approche éditoriale exigeante, incarnée et durable. En huit mois, cette vision a déjà fédéré une communauté massive et engagée, démontrant qu'au cœur de la creator economy, profondeur éditoriale et performance peuvent aller de pair. Les retours d'Alexandre Herbinet, animateur de la chaîne.



L'animateur Alexandre Herbinet et le coach français de MMA Aldric Cassata

Comment votre modèle de « rédaction numérique » avec analyses temps long (9,3 millions de vues en 8 mois) génère-t-il des revenus au-delà de YouTube et podcasts ?

Au-delà des revenus générés par YouTube et les podcasts, la stratégie de monétisation de **JAB LIFE** repose sur plusieurs leviers complémentaires. Elle s'appuie notamment sur des partenariats et des opérations de sponsoring avec des marques - comme **Winamax** l'an dernier, **Yam Nutrition** cette année, et d'autres collaborations à venir - ainsi que sur le développement du merchandising, avec le lancement récent d'une première boutique en ligne. D'autres axes sont également en préparation, parmi lesquels l'organisation de voyages avec la communauté afin d'assister à des

événements majeurs de MMA. Mais, plus fondamentalement, **JAB LIFE** a été pensé dès l'origine comme un média à part entière, et non comme une simple chaîne de contenus. Le modèle repose sur la création de formats propriétaires, incarnés et dotés d'une forte profondeur éditoriale. Cette approche « IP-first » permet de bâtir une audience fidèle et engagée sur le temps long, comme en témoignent plus d'un million d'heures de visionnage cumulées en huit mois, un temps de visionnage moyen proche de 18 minutes et plus de 75 % de spectateurs réguliers. Cette qualité d'audience transforme en profondeur la nature des partenariats. Il ne s'agit plus de vendre une visibilité ponctuelle, mais de proposer aux marques un environnement éditorial premium. Celles-ci s'intègrent alors dans des formats

durables, à travers du sponsoring global, des émissions co-construites, des contenus dédiés ou encore des activations multiplateformes, mêlant YouTube, réseaux sociaux, live et événementiels. Ce modèle s'inscrit pleinement dans les logiques les plus avancées de la creator economy, où le média devient un actif stratégique à part entière.

Quels partenariats ou activations communautaires (comme Meet Live) prévoyez-vous pour renforcer l'engagement autour du MMA et de la boxe ?

La vision portée par **JAB LIFE** consiste à transformer les grands rendez-vous du MMA en véritables temps forts communautaires. Chaque événement est envisagé comme un cycle éditorial



complet : live ou watch party, débrief approfondi, puis déclinaisons sur les réseaux sociaux afin de toucher de nouvelles audiences et de les ramener vers le contenu long. Il ne s'agit plus seulement de produire du contenu, mais de concevoir une véritable expérience média.

Le lancement de JAB IQ, la fantasy league MMA gratuite de JAB LIFE, constitue un premier levier fort dans cette stratégie de renforcement de l'engagement communautaire. Parallèlement, l'organisation de voyages avec la communauté pour assister à des événements UFC - et potentiellement à de grands combats de boxe - fait pleinement partie de cette dynamique. Ces déplacements pourraient donner lieu à des émissions spéciales, voire à des formats diffusés en direct avec les participants sur place. En octobre dernier, un live en public a également été organisé dans les studios Recordia de Nice à l'occasion du combat entre Cyril Gane et Tom Aspinall pour la ceinture poids lourd de l'UFC. L'ambition est de renouveler ce type d'événements et de proposer également des émissions en public, sous forme de FAQ, permettant aux membres de la communauté de venir poser directement leurs questions en studio.

« La vision portée par JAB LIFE consiste à transformer les grands rendez-vous du MMA en véritables temps forts communautaires »

En quoi votre approche narrative différencie-t-elle JAB LIFE des flux instantanés, et quel est l'impact économique sur la culture combat ?

Grand amateur de podcasts et de formats documentaires au long cours - sans doute une sensibilité générationnelle assumée en tant que quadragénaire -, le choix a été fait, dès la création de JAB LIFE, de proposer des contenus qui prennent le temps d'analyser et de raconter. Cette approche accorde une place importante à l'histoire du MMA, afin de nourrir et de faire vivre la culture d'un sport encore jeune. À rebours de la logique de consommation rapide imposée par les réseaux sociaux, cette exigence éditoriale n'empêche pas pour autant d'investir ces plate-



Cyril Gane

formes avec des contenus plus courts et plus percutants, conçus comme des points d'entrée destinés à attirer les passionnés et à les orienter vers les formats longs.

À l'échelle de la culture combat, cette démarche contribue à professionnaliser l'écosystème en traitant le MMA et la boxe comme de véritables sujets médiatiques, abordés avec analyse, contextualisation et pédagogie. Elle renforce ainsi leur crédibilité auprès du grand public, des annonceurs et des institutions, tout en ouvrant la voie à des modèles économiques plus durables.

Comment JAB IQ, en tant que fantasy league gratuite, mesure-t-elle son rôle dans la fidélisation de la communauté JAB LIFE ?

La création de JAB IQ, projet mûri depuis plusieurs mois et accéléré grâce à l'implication d'un membre de la communauté, Killian, qui en a développé le modèle par passion, s'inscrit pleinement dans cette logique de fidélisation. Cette fantasy league gratuite, pensée avant tout comme un jeu ludique - avec des lots à gagner - permet de créer un lien direct avec les activités éditoriales de la chaîne. Chaque lundi, dans l'émission Aldric & Herbi, les combats du week-end à venir sont analysés ; la communauté peut ensuite s'appuyer sur ces analyses, ainsi que sur ses propres connaissances, souvent très pointues chez les passionnés, pour établir ses pronostics tout au long de la semaine.

Quelles métriques (prédictions, classements) de JAB IQ influencent le contenu éditorial de JAB LIFE sur les combats MMA ?

JAB IQ est un produit encore très récent, avec seulement quelques jours d'existence au moment de cette prise de parole. L'objectif n'est pas d'en faire un outil de pilotage éditorial fondé sur des métriques, mais bien un complément à l'offre existante, permettant à la communauté de se prêter au jeu des pronostics, à l'image de ce qui se fait lors d'une Coupe du monde de football ou de grands événements sportifs. L'absence de mise financière était un point essentiel, le pari d'argent constituant un frein pour de nombreux amateurs. JAB IQ a ainsi été conçu comme un espace gratuit, accessible et fédérateur, centré sur le plaisir du jeu et la passion commune pour les sports de combat. L'accueil est déjà très positif, avec plus de 2 000 inscrits et près de 20 000 prédictions enregistrées à ce stade.

Propos recueillis par Alain Jouve

