

# SQUEEZIE : L'ÉMOTION DERRIÈRE L'ÉCRAN

## • “MOI JE SUIS UN MEC NORMAL LE PLUS NORMAL MAN DE CE SIECLE ”

On a tous déjà cliqué « par curiosité » sur une vidéo YouTube... sans réaliser qu'on entrait dans un monde nouveau. Pour ma génération, Squeezie n'est pas juste un créateur : c'est celui qui nous a fait rêver, rire, réfléchir... et parfois même grandir. Vous pensez que j'exagère ? Alors laissez-moi vous raconter pourquoi Lucas Hauchard a ouvert une porte immense pour toute une génération.

Tout a commencé par une console sous le sapin, un père complice et une mère inquiète. Très tôt, Lucas – alias Squeezie – transforme sa passion pour le jeu vidéo en un contenu inédit sur Internet : filmer ses parties, monter ses séquences, parler à la caméra. En 2011, on le prend souvent pour un « geek dans sa chambre ». Et pourtant, à 17 ans, il atteint déjà 200 000 abonnés ; à 18 ans, 1 million. Grâce à son humour authentique et à son acharnement, il légitime YouTube comme un vrai métier. Il prouve que la création en ligne peut être à la fois rigoureuse, créative et payante, incitant des milliers de jeunes à oser lancer leur propre projet. Avant lui, YouTube était considéré comme un simple passe-temps. La génération de nos parents ne voyait pas cette plateforme comme une source viable de revenus, mais plutôt comme un terrain de jeux débilés. Squeezie a grandi dans l'essor rapide des jeux vidéo et de YouTube. Il a tout appris sur internet, sans école ni cours pour lui enseigner comment filmer, monter, mettre en scène ou publier du contenu. Seulement des crash tests qui, aujourd'hui, permettent à des millions de jeunes de s'exprimer librement sur une plateforme alternative à la télévision. Et surtout, gratuite.

Il a passé son adolescence à travailler. Je l'ai vu transformer sa passion pour le jeu vidéo en une véritable machine à succès. Aujourd'hui, ses vidéos explosent les compteurs et ses streams battent des records. Derrière cette réussite, une volonté d'oser tous les formats : Squeezie ne s'est pas contenté de jouer ; il s'est mis à chanter (avec son premier album Oxyz en 2020), à monter des spectacles, à co-créer une marque de vêtements, à lancer des talk-shows et même des actions caritatives. Cette énergie bouillonnante, soutenue par des moyens techniques et financiers toujours plus grands, lui a valu un statut de personnalité incontournable en France. Pourtant, cette surenchère de projets a aussi un revers : il doit jongler entre créativité et rentabilité.



Tout n'est pas rose derrière les paillettes. Squeezie a évoqué à demi-mot les « moments de solitude » : la pression commerciale et la cadence infernale pèsent parfois lourdement sur ses épaules. Il a admis, dans plusieurs échanges, avoir connu l'épuisement. Son burn-out est moins commenté que celui de ses pairs, mais il est évident qu'il a dû en traverser un. Derrière chaque sponsor ou placement de produit, le créateur se trouve face à un dilemme : comment rester authentique quand il faut constamment séduire les marques et les algorithmes ? Dans ses regards parfois fatigués, on peut lire la critique de cette exigence : comment garder son âme de fan et son humour spontané face aux attentes du business ?

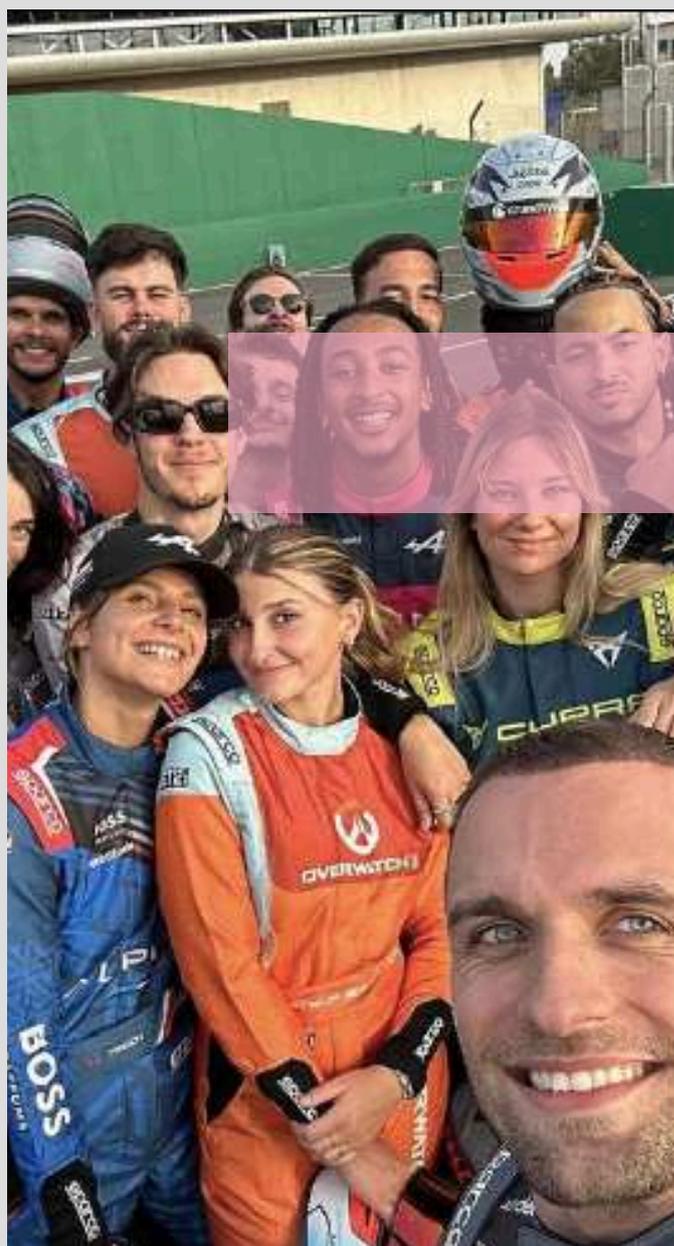


C'est un moment délicat où Squeezeie a su rebondir. Il a quitté cette pression en lançant son agence à 19 ans, rassemblant autour de lui tous les créatifs passionnés de la plateforme. Squeezeie les met en valeur en lançant des initiatives collaboratives. Par exemple, en 2022, il cofonde avec les gamers Gotaga et Brawks la structure Gentle Mates, une équipe d'esport ambitieuse qui aligne ses joueurs sur Fortnite et Valorant lors de compétitions commentées en direct. Cette initiative marque un tournant dans l'esport français : ces trois superstars du jeu vidéo insufflent leurs valeurs – fair-play, créativité, esprit d'équipe – et veulent en faire une référence populaire, alliant mode et gaming.

Dans ces élans collectifs, on perçoit bien qu'il ne s'agit pas de solo égoïste. Squeezeie grandit avec sa communauté : chaque victoire de Gentle Mates, chaque riff musical tiré d'une vidéo, est pensé pour être partagé. Ces projets structurés (de Gentle Mates au GP Explorer) montrent son intérêt pour l'après-YouTube : il crée un écosystème où se croisent gamers, musiciens, designers, ou simples fans. Cette mise en valeur de ses collègues est une façon d'étendre son art en réseau.

C'est un moment délicat où Squeezeie a su rebondir. Il a quitté cette pression en lançant son agence à 19 ans, rassemblant autour de lui tous les créatifs passionnés de la plateforme. Squeezeie les met en valeur en lançant des initiatives collaboratives. Par exemple, en 2022, il cofonde avec les gamers Gotaga et Brawks la structure Gentle Mates, une équipe d'esport ambitieuse qui aligne ses joueurs sur Fortnite et Valorant lors de compétitions commentées en direct. Cette initiative marque un tournant dans l'esport français : ces trois superstars du jeu vidéo insufflent leurs valeurs – fair-play, créativité, esprit d'équipe – et veulent en faire une référence populaire, alliant mode et gaming.

Dans ces élans collectifs, on perçoit bien qu'il ne s'agit pas de solo égoïste. Squeezeie grandit avec sa communauté : chaque victoire de Gentle Mates, chaque riff musical tiré d'une vidéo, est pensé pour être partagé. Ces projets structurés (de Gentle Mates au GP Explorer) montrent son intérêt pour l'après-YouTube : il crée un écosystème où se croisent gamers, musiciens, designers, ou simples fans. Cette mise en valeur de ses collègues est une façon d'étendre son art en réseau.



*Au fond, Squeezeie invente sa propre discipline. Son terrain de jeu ? Les pixels, les ondes, l'interaction en direct. Ses œuvres ne s'accrochent pas aux cimaises mais vivent sur Internet et sur scène. Sa conférence improbable avec un rappeur en pleine rue, son sketch musical improvisé ou encore son roman graphique co-écrit avec Maxenss montrent qu'il aime mélanger les médias. Son œuvre est « numérique » au sens le plus littéral et le plus inventif : il brode sur les codes du jeu vidéo, du vlog, du freestyle musical, pour peindre un portrait vivant de notre époque connectée.*

*Ce mélange explosif et sincère lui vaut d'être reconnu comme un créateur de premier plan dans l'art de l'ère Internet. Preuve en est qu'en 2022, il est devenu le premier influenceur web à posséder une statue au Musée Grévin – un symbole fort, presque ironique, qui consacre son rôle d'icône populaire. À mes yeux, le produit final de Squeezeie se situe à la croisée des chemins entre le pop et l'avatar, entre l'artiste et l'ingénieur des émotions. Chaque vidéo ou live est scénarisé comme un mini-film interactif. Par exemple, ses émissions où il donne la parole à des inconnus dans la rue ou à d'autres YouTubers transcendent le simple entretien ; c'est du théâtre sous projecteurs digitaux. Et le public réagit en direct, modifiant parfois le cours de l'histoire. Ce nouveau rapport à l'œuvre – participatif et éphémère – est, selon moi, une forme d'art numérique en soi. Squeezeie en est l'un des pionniers français, avec la bonne dose d'humour et de sensibilité qui fait de lui un interprète crédible.*

En somme, Squeezeie est aujourd'hui bien plus qu'un YouTuber : c'est un chef d'orchestre artistique dont le public est autant spectateur que joueur. Son ton personnel et son humeur toujours en mouvement font que l'on suit cette aventure comme un feuilleton. Derrière le rire et le spectacle, il y a un jeune homme qui construit patiemment son œuvre – avec ses collaborateurs, ses fans et aussi avec ses défis intérieurs. À l'écoute de ses récits de soirée tardive ou de ses surprises de créativité folle, je me dis que nous assistons à l'émergence d'une culture numérique inédite.