M6 GROUPE

RAPPORT ANNUEL 2012

EN BREF

SOMMAIRE

3 L'ANNÉE 2012 PAR NICOLAS DE TAVERNOST
4 LA GOUVERNANCE
6 PANORAMA FINANCIER
7 LES FAITS MARQUANTS

10 M6, 3e CHAÎNE NATIONALE
12 LA TÉLÉVISION GRATUITE
13 LES CHAÎNES PAYANTES
14 LA PRODUCTION DE PROGRAMMES

16 LA 2e RÉGIE PUBLICITAIRE DE FRANCE
18 M6 WEB, PRÉCURSEUR SUR LA TÉLÉ ENRICHIE
20 M6, RÉVÉLATEUR DES TALENTS DU CINÉMA
22 M6, PARTENAIRE DES SPECTACLES GRAND PUBLIC
23 VENTADIS, DU TÉLÉACHAT AU E-COMMERCE
24 LES GIRONDINS DE BORDEAUX, UN GRAND STADE POUR UN GRAND CLUB

25 LA RSE, DES ENGAGEMENTS FORTS
26 LE MAPPING DES ACTIVITÉS DU GROUPE

L'intégralité du Rapport Annuel 2012 est disponible sur le site www.groupem6-2012.fr

Vous avez entre les mains un document qui en résume l'essentiel.

Conception : Dream On/Groupe M6

Crédit obligatoire : Ade ADJOU, Sylvie LANCRENON, Marie ETCHEGOYEN, PASCALITO, Patrick ROBERT, Julien KNAUB, Lisa ROZE, Vincent FLOURET, Pierre OLIVIER, Barbara d'ALESSANDRI,Thierry LEWENBERG STURM, 2011 EUROPACORP – M6 FILMS – GRIVE PRODUCTIONS, MANDARIN CINEMA - MARS FILMS - M6 FILMS, Terre Neuve - Robert RODRIGUEZ, SPOA PROD - SLC - Charlotte VERTU, Fotolia - monalbumphoto.com, FCGB - D. Le Lann, Cécile ROGUE, Iannis PLEDEL, Cécilia BONNET.

Couverture : Marianne ROSENSTIEHL

«2012 AURA ÉTÉ UNE ANNÉE DE SUCCÈS POUR L'ENSEMBLE DES ACTIVITÉS DU GROUPE»

2012 a été pour le Groupe une année de progrès, aussi bien pour ses chaînes que ses activités de diversification, dans un contexte qui s'est avéré au fil des mois de plus en plus difficile.

Le Groupe a gagné des parts d'audience et des parts de marché, à commencer par M6 qui réalise sa meilleure année depuis 2007, et est la seule chaîne historique à poursuivre sa croissance. À côté du navire amiral, nos chaînes numériques très bien positionnées sur leur cible, ont confirmé leur progression : W9 leader TNT auprès des moins de 50 ans et des CSP+, Téva chaîne payante la plus puissante auprès des femmes, Paris Première chaîne payante la plus regardée de la télévision française. Enfin, mi-décembre 2012 nous avons lancé la troisième chaîne gratuite du Groupe M6, 6ter, qui s'est rapidement classée en tête des nouvelles chaînes TNT avec un positionnement innovant tourné vers la famille et l'écoute conjointe. Ces performances placent l'ensemble des chaînes à environ 23% de part d'audience sur la cible commerciale, et permettent d'afficher une part de marché publicitaire nette en progression, une donnée que nous voulons et nous pouvons améliorer en 2013 par l'innovation et l'investissement dans les programmes.

Le Groupe a pris l'initiative depuis longtemps d'équilibrer son modèle de développement pour mieux résister lorsque le marché publicitaire se tend. Cette année, à peu près 40% du chiffre d'affaires a ainsi résulté de ses bonnes performances dans les activités de diversification, notamment le web, les droits audiovisuels et la production, téléphonie mobile et vente à distance.

En 2012, le Groupe s'est ainsi armé pour faire face à une nouvelle compétition importante dans le domaine de la télévision, et à une conjoncture économique difficile. En 2013, nous allons poursuivre cette action en renforçant nos activités programmes tout en ayant le souci d'avoir une efficacité dans nos investissements. 2013, confirmera ainsi j'en suis sûr, les succès que nous avons connus en 2012. ■

NICOLAS DE TAVERNOST
Président du Directoire du Groupe M6

LA GOUVERNANCE

Le Directoire

Le Directoire détermine les grandes orientations et assure la gestion et la conduite des activités du Groupe M6. Nommé pour une durée de 5 ans, il est composé de 4 membres, personnes physiques désignées par le Conseil de Surveillance, et d'un âge inférieur à 70 ans. Le Directoire anime le pilotage des cadres dirigeants du Groupe en réunissant régulièrement le Comité de Direction et le Comité Exécutif.

NICOLAS DE TAVERNOST

Président du Directoire

THOMAS VALENTIN

Vice-Président du Directoire en charge des antennes et des contenus

> Sa composition est représentative des différents métiers du Groupe M6.

ROBIN LEPROUX

Vice-Président du Directoire en charge des activités commerciales et du développement

JÉRÔME LEFÉBURE

Membre du Directoire en charge de la Gestion

Le Conseil de Surveillance

Le Conseil de Surveillance exerce un contrôle permanent sur la gestion de la société et des filiales dont le Directoire s'occupe. Il lui donne les autorisations nécessaires à la conclusion des opérations. À toute époque de l'année, le Conseil de Surveillance peut procéder aux vérifications et contrôles qu'il juge opportuns et se faire communiquer les documents qu'il estime utiles à l'accomplissement de sa mission. Les membres du Conseil de Surveillance sont nommés par l'Assemblée Générale. Ils sont choisis et reconnus pour leur compétence, leur expérience, leur complémentarité et leur capacité à s'impliquer dans l'exercice du contrôle permanent de la gestion conduite par le Directoire.

LES MEMBRES DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

- Albert Frère
- Gérard Worms
- Guy de Panafieu
- Mouna Sepehri
- Rémy Sautter
- Delphine Arnault
- Gilles Samyn
- Guillaume de Posch
- Philippe Delusinne
- Vincent de Dorlodot
- Christopher Baldelli
- Elmar Heggen
- Catherine Lenoble représente Immobilière Bayard d'Antin

> “Le comité Exécutif s'est réuni 14 fois en 2012.

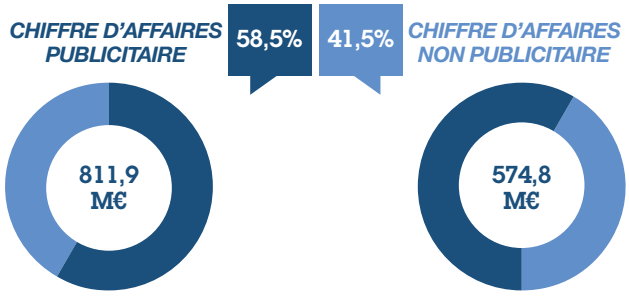
COMITÉ EXÉCUTIF

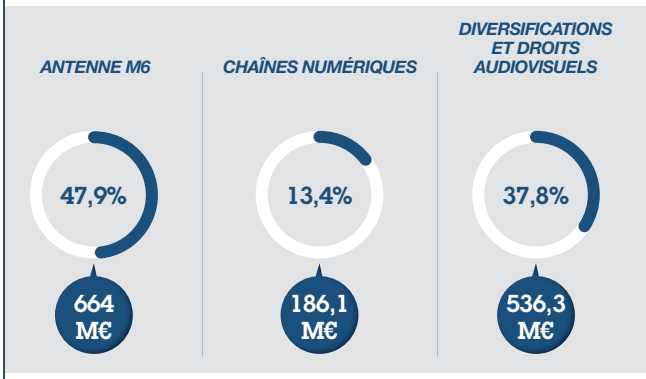
Le Comité Exécutif et le Comité de Direction

Le Comité Exécutif est composé des principaux dirigeants opérationnels ou fonctionnels, qui se réunissent environ deux fois par mois. Il a la charge de mettre en œuvre les grandes décisions opérationnelles et stratégiques du Directoire. Il s'est réuni 14 fois en 2012. Le Comité de Direction est composé des principaux cadres responsables des activités opérationnelles et des services fonctionnels. ■

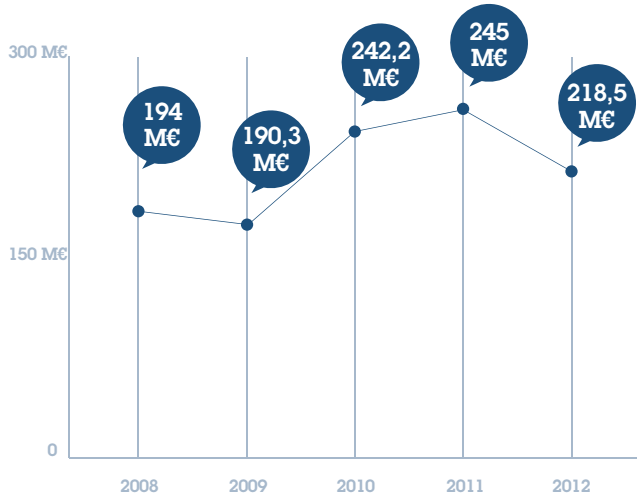
PANORAMA FINANCIER

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU GROUPE

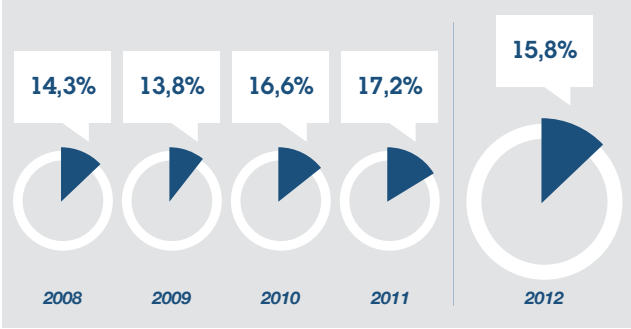




RÉSULTAT OPÉRATIONNEL DU GROUPE



MARGE OPÉRATIONNELLE COURANTE DU GROUPE



RÉSULTAT NET ATTRIBUABLE AU GROUPE

	2008	2009	2010	2011	2012
RÉSULTAT NET	138,4 M€	139,2 M€	157,1 M€	149,6 M€	140,2 M€

« NOS CHAÎNES ONT BATTU DES RECORDS DANS UN UNIVERS TOUJOURS PLUS CONCURRENTIEL »

« Alors que le public est de plus en plus sollicité par les médias non linéaires et les réseaux sociaux ou les jeux vidéos, les Français ont regardé la télévision 3h50 par jour, un record depuis 10 ans. C'est la preuve que les programmes de télévision ont su renouveler leur pouvoir d'attraction. Nos principales chaînes M6, W9, Téva et Paris Première ont battu de nombreux records tout au long de l'année dans un univers toujours plus concurrentiel. Et 6ter, la troisième chaîne gratuite du Groupe, a été lancée avec grand succès le 12 décembre en prenant la tête des nouvelles chaînes de la TNT. En 2012, le Groupe a continué à être précurseur en créant une application deuxième écran, Devant ma télé, qui offre aux téléspectateurs une expérience télévisuelle enrichie, synchronisée en temps réel avec le programme diffusé à l'antenne. Au-delà de l'univers télévisuel, le Groupe a su montrer la force de ses activités de diversification avec de nombreux succès au cinéma pour les films de M6 Films et SND, pour l'album Génération Goldman devenu disque de diamant en quelques semaines, et pour de nombreux spectacles comme *Sister Act* jouant à guichet fermé. » ■

THOMAS VALENTIN
Vice-Président du Directoire du Groupe M6 en charge des antennes et des contenus

JANVIER

- Paris Première fête ses 25 ans.

FÉVRIER

- Record d'audience historique pour *Le 19.45* : 4,5 millions de téléspectateurs (le 09/02).
- *Scènes de Ménages* élue meilleure série française au grand prix des séries 2012 (Télé 2 Semaines et RTL) avec Audrey Lamy, meilleure actrice de série française et Gérard Hernandez, meilleur acteur.
- Le Groupe M6 remporte les droits de diffusion de l'UEFA Europa League pour les années 2012-2015.

MARS

- M6 fête ses 25 ans. La chaîne poursuit sa dynamique de croissance : 11,3% de PdA soit + 0,6 point en 1 an.
- Le CSA autorise le Groupe M6 à créer une nouvelle chaîne sur la TNT gratuite : 6ter, destinée à toute la famille.

LES FAITS MARQUANTS

AVRIL

- Lancements du M6 Mobile DJ Experience et de la nouvelle gamme de forfaits M6 Mobile by Orange.
- Signature pour la diffusion de L'UEFA EURO 2012 et 2016 avec 10 rencontres en 2012 et 11 des meilleurs matchs pour L'UEFA EURO 2016 qui se déroulera en France.
- W9 est la chaîne TNT la plus puissante en prime time.

RECORD POUR LA FINALE DE TOP CHEF : **5,4 MILLIONS** DE TÉLÉSPECTATEURS.

LE 19.45
le 1er JT de France auprès des moins de 50 ans.

MAI

- *Le 19.45* est le 1er JT de France auprès des moins de 50 ans.
- Nouvelle formule pour le journal de mi-journée, *Le 12.45,* avec plus de pédagogie et d'interactivité. Il bat son record historique avec 1,6 million de téléspectateurs (le 08/05).

JUIN

- Suède / France 12,2 millions de téléspectateurs : 2e meilleure audience de la chaîne depuis sa création, 3e meilleure audience de l'année toute chaine confondue.
- M6 élue chaîne préférée des Français (Sondage TV Note 2012).
- Lancements de la 3e édition du M6 Mobile Game Contest et de la campagne de pub «M6 Mobile, t'as le profil».
- M6 Music Hits devient M6 Music.

JUILLET

- Télévision enrichie : M6 Web lance une nouvelle version des applications mobiles et des services Replay M6 et W9.
- M6 est en progression pour le 11e mois consécutif.

Succès pour les programmes événementiels de l'été.

AOÛT

- Records d'audience pour *L'amour est dans le pré, Pékin Express, 60 Secondes chrono, Bones saison 7…*
- Fin des travaux pour le nouvel immeuble du Groupe M6 au 107 avenue Charles de Gaulle à Neuilly.

SEPTEMBRE

- Record historique pour *L'amour est dans le pré* : 7 millions de téléspectateurs.
- Lancement du musical *Sister Act* à Mogador avec plus de 70 000 billets vendus.
- M6 Music lance le premier service de chaîne musicale à la carte.
- W9 est la 3e chaîne nationale auprès des moins de 35 ans pour la première fois depuis sa création.

7 MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS POUR *L'AMOUR EST DANS LE PRÉ.*

OCTOBRE

- W9 : meilleur mois historique auprès des ménagères de moins de 50 ans pour une chaîne TNT.
- JeuxVidéo.fr fête ses 10 ans.
- M6 Mobile est récompensé par un Top Com d'Or.
- Selon le baromètre Havas Media qui analyse la perception de l'exposition aux marques chez les consommateurs, M6 est la quatrième marque la plus représentée dans la vie quotidienne des Français.

NOVEMBRE

- SND-Groupe M6 organise une avant-première mondiale dans près de 400 salles avant la sortie officielle dans 800 salles du dernier volet de la saga *Twilight Chapitre 5 Révélation 2nde partie*. C'est la plus grosse combinaison jamais mise en place pour un film SND.
- M6 Mobile by Orange met en place un dispositif spécial *Twilight Chapitre 5 Révélation 2nde partie*.
- M6 est la marque préférée des Français dans le secteur «Loisirs» pour la troisième année consécutive, selon l'étude réalisée par Toluna pour le Grand Livre des Marques.

DÉCEMBRE

- Lancement de la chaîne 6ter sur la TNT gratuite.
- Lancement d'une grande campagne d'affichage pour la nouvelle série *Once upon a time.*
- M6 s'est distinguée dans la catégorie de «Meilleure application de Social TV» lors des SMA Awards 2012.

M6 est la marque préférée des Français dans le secteur «Loisirs».

W9, 3e chaîne nationale auprès des moins de 50 ans.

« LE MEILLEUR BILAN DES GRANDES CHAÎNES POUR LA 5e ANNÉE CONSÉCUTIVE »

L'année du 25e anniversaire a été très bonne pour M6. Les audiences de 2012 sont semblables à celles de 2007 alors que le paysage audiovisuel est de plus en plus fragmenté. En 2012, M6 enregistre d'ailleurs le meilleur bilan des grandes chaînes pour la 5e année consécutive.

M6 a confirmé sa place de 3e chaîne nationale et de 2e chaîne nationale en première partie de soirée. La chaîne a été 50 fois leader en prime time.

Les grandes marques de la chaîne, *Top Chef, Pékin Express, L'Amour est dans le pré, Zone Interdite, Capital,* mais aussi les nouveaux programmes, *Le Meilleur pâtissier, Patron Incognito* ont été moteurs de ces performances en access. *Le 19.45,* qui a progressé de 500 000 téléspectateurs est le journal le plus regardé par les moins de 50 ans. *Scènes de Ménages,* qui a réuni 4,7 millions de téléspectateurs chaque jour soit 2,5 millions de plus qu'à son lancement, a continué à rassembler toujours plus de téléspectateurs devant M6. Les succès d'audience de la chaîne et le lien très fort tissé avec nos téléspectateurs, nous obligent à nous réinventer, à innover, à prendre des risques… c'est ce qui nous mobilise, mes équipes et moi, en 2013.

BIBIANE GODFROID
Directrice Générale des Programmes de M6

3e CHAÎNE NATIONALE

2012 était l'année des 25 ans. Depuis son lancement en mars 1987, la chaîne M6 s'est donnée comme ambition de vouloir surprendre, innover, inventer dans tous les domaines : magazines, information, divertissements. 25 ans plus tard, cet esprit créatif perdure.

Avec une part d'audience de 11,2% auprès de l'ensemble du public, M6 est la chaîne qui progresse le plus en 2012 avec +0,4 point en un an, toutes chaînes confondues. Elle réalise 17,0% auprès des ménagères de moins de 50 ans. Il s'agit de la meilleure performance annuelle de la chaîne depuis 2007.

Le record d'audience revient une nouvelle fois à un événement sportif : la chaîne a diffusé cette année les matchs de l'UEFA EURO 2012 et a battu un record d'audience historique avec le match Suède / France qui a réuni 12,2 millions de téléspectateurs le 19 juin 2012. C'est la meilleure audience de l'année pour M6, la 2e meilleure audience historique de la chaîne depuis sa création et la 3e meilleure audience de l'année, toutes chaînes confondues. ■

M6 EST LA CHAÎNE QUI PROGRESSE LE PLUS EN 2012 AVEC **+0,4 PT EN UN AN.**

> “Record de l'année : 12,2 millions de téléspectateurs pour Suède / France UEFA EURO 2012.

LA TÉLÉVISION GRATUITE

FRÉDÉRIC DE VINCELLES

Directeur Général Adjoint de W9

« En 2012, W9 a tenu sa place de leader auprès des moins de 50 ans son cœur de cible, a enregistré de très bonnes performances sur les CSP+, et a été 1re chaîne nationale sur la cible jeune en access prime time. En 2013, W9 continuera d'innover, de créer, de prendre des risques pour progresser encore. »

CATHERINE SCHÖFER

Directeur Général Adjoint de Téva et 6ter

« L'année 2012 a été excellente pour Téva dans l'univers du payant, et pour 6ter nouvelle arrivée du gratuit… et nous allons tout faire pour que 2013 soit encore meilleure. »

W9 LA CHAÎNE LEADER DE LA TNT

Dans un contexte concurrentiel fort, 2012 a été une année à succès pour la chaîne leader de la TNT avec des scores remarquables : 3,2% auprès de l'ensemble du public et 4,2% auprès des ménagères de moins de 50 ans. W9 est leader TNT auprès des moins de 50 ans, leader TNT auprès de la cible CSP+ et la chaîne TNT la plus puissante en soirée et sur la tranche horaire stratégique 18h-24h. La chaîne a réalisé sa meilleure performance historique sur l'ensemble de la journée auprès des ménagères de moins de 50 ans le 12 octobre dernier avec 6,9 %.

6ter LA TÉLÉ À PARTAGER !

6ter c'est la télévision qui conjugue divertissement, étonnement et enrichissement afin de satisfaire la curiosité de tous les membres de la famille, des petits comme des grands.

Troisième chaîne gratuite du Groupe M6, 6ter s'inscrit à ce titre dans la continuité de l'histoire des chaînes du Groupe avec une même ambition de proposer des programmes originaux, fédérateurs et proches des gens et de partager des valeurs de simplicité, de convivialité et d'optimisme. Plaisir de se divertir, plaisir d'apprendre, plaisir de découvrir ensemble !

Depuis son lancement, 6ter est la nouvelle chaîne de la TNT la plus regardée avec des objectifs d'audience largement dépassés : la chaîne a rassemblé plus de 15 millions de téléspectateurs depuis le 12 décembre 2012. ■

LES CHAÎNES PAYANTES

LEADER AUPRÈS DES FEMMES

Cette année, Téva a conforté sa position de leader sur le public des femmes de moins de 50 ans tout en progressant sur l'ensemble du public. Téva n'a jamais été autant regardée : 22% d'audience en un an. Téva est la chaîne généraliste payante la plus regardée par l'ensemble du public. Un succès qui vient récompenser une programmation unique, originale et variée fondée sur trois principaux genres : des magazines emblématiques proches des envies des téléspectatrices, des documentaires inédits et exclusifs et des séries originales aux héroïnes à forte personnalité. Téva, la chaîne des femmes que tout le monde regarde est une chaîne généreuse et divertissante.

UNE CHAÎNE DE CARACTÈRE

Après 25 ans d'existence, Paris Première conserve toujours sa singularité dans le paysage audiovisuel. Grâce à des magazines identifiants, au spectacle vivant, au théâtre, à des séries haut de gamme et des films cultes, cette chaîne de caractère fait toujours preuve d'une ambition éditoriale particulière. C'est la chaîne payante qui a la plus forte couverture*. En prenant en compte les audiences réalisées sur la TNT gratuite, via les tranches en clair, cette couverture représente près de 19 millions de téléspectateurs (source Médiamétrie). En janvier-juin 2012, Paris Première est la chaîne payante la plus puissante et leader en soirée* (20h45-24h). Enfin, Paris Première est la chaîne payante la plus connue du grand public* avec 78 % de notoriété. Plus de ¾ des Français la connaissent. (Source : Institut CSA – Baromètre de notoriété des chaînes de complément 2012).

* hors Canal+

UNE OFFRE MUSICALE UNIQUE

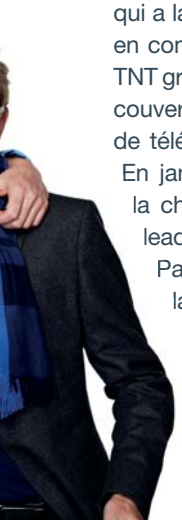
La chaîne M6 Music Hits, rebaptisée cette année M6 Music, offre une programmation 100% musicale et propose aux téléspectateurs tous les tubes du moment tout au long de la journée ainsi que des soirées thématisées ou des programmations spéciales en fonction de l'actualité des artistes. En 2012, M6 Music a développé un nouveau service unique en France et disponible en exclusivité sur Canalsat : M6 Music Player. Ce service permet au téléspectateur de choisir lui-même sa programmation musicale via sa seule télécommande. L'offre musicale est complétée par les deux autres chaînes : M6Music Black et M6Music Club. 4,3 millions de téléspectateurs passent sur l'une des 3 chaînes chaque mois.

TF6

La marque de fabrique de TF6 est de créer l'événement avec des productions originales et exclusives et des séries inédites qui font le buzz. Des programmes qui partagent tous une promesse centrale : la déconnexion.

serieclub

Série Club sélectionne pour ses téléspectateurs des séries qui sont ou deviendront des références. 2012 marque l'arrivée de la HD et d'un service de rattrapage. ■



JÉRÔME BUREAU

Directeur de l'Information M6 et Président de Paris Première

« Paris Première est une chaîne de référence en matière culturelle et doit continuer à l'être, en associant à ses émissions cultes, une offre séries, cinéma, spectacles toujours plus riche. »

PRODUCTION DE PROGRAMMES

DIVERSITÉ ET CRÉATIVITÉ

Les chaînes du Groupe M6 s'appuient sur la filiale Studio 89 Productions, unité des flux internes, pour développer et produire de nombreux programmes de jeux, télé-réalité, fiction, divertissements et magazines. En 2012, Studio 89 a ainsi produit des émissions comme : *Un Dîner presque parfait, Top Chef, Pékin Express, Accès Privé, C'est ma vie, Cauchemar en cuisine, La Belle et ses princes presque charmants, La Meilleure Danse, Norbert & Jean : le défi !*, ainsi que des bêtisiers, des documentaires et des soirées spéciales. Au total plus de 620 heures de programmes inédits ont été diffusées sur les chaînes du Groupe.

UNE ANNÉE DE DÉVELOPPEMENTS

Cette filiale du Groupe M6 est un moteur essentiel du dynamisme du secteur de la production des magazines d'information. Un secteur au sein duquel C. Productions commande à plus de 80 sociétés de production indépendantes, spécialisées dans le documentaire ou le grand reportage, des documents pour l'ensemble des émissions. En 2012, C. Productions a produit pour l'ensemble des chaînes du Groupe M6, un peu plus de 640 heures de programmes (+9% vs 2011) dont 480 heures inédites (+7% vs 2011). Avec une organisation optimisée, C. Productions s'est transformée en unité de programme, avec deux objectifs principaux pour 2013 : conforter les marques existantes et accélérer la création et la fourniture de magazines d'informations pour toutes les chaînes du Groupe. ■

FLORENCE DUHAYOT

Directeur Général de Studio 89 Productions

« En 2012, Studio 89 a renforcé l'attractivité de ses marques fortes comme *Top Chef* et *Pékin Express,* tout en investissant de nouveaux territoires et en installant de nouvelles marques sur les antennes du Groupe. La société a ainsi élargi son offre de programmes sur M6, W9 et 6ter avec des programmes comme *Cauchemar en cuisine, la Belle et ses princes presque charmants* et *Norbert & Jean.* »

VINCENT RÉGNIER

Directeur Général de C.Productions

« En 2012, nous avons conforté les magazines historiques de M6 mais également adapté le savoir-faire de C. Productions aux chaînes numériques pour créer de nouveaux programmes d'information et accompagner leur développement. »

LA 2e RÉGIE PUBLICITAIRE DE FRANCE

ROBIN LEPROUX

Vice-Président du Directoire en charge des activités commerciales et du développement

« Nous avons fait mieux que le marché en 2012 grâce aux très belles audiences de M6 et W9 et au très bon positionnement de toutes les chaînes du Groupe.
En plus de l'espace classique, la régie peut s'appuyer sur le digital, le brand content, les licences de marque, et le travail avec les animateurs du Groupe pour offrir les solutions les plus puissantes à ses clients. »

PLUS DE 13,5 MILLIONS* DE VISITEURS UNIQUES SUR ORDINATEUR.

Régie publicitaire du Groupe M6 depuis le lancement de la chaîne en 1987, M6 Publicité accompagne depuis plus de 25 ans l'évolution du Groupe M6 et commercialise la publicité, le parrainage, les opérations spéciales et les licences des antennes et des marques du Groupe et s'appuie pour cela sur trois filiales.

M6 CRÉATIONS crée et produit les billboards, films publicitaires, modules jeux, habillages d'écrans, programmes courts et opérations spéciales/Cross média pour les chaînes du Groupe.

M6 LICENCES prolonge l'association des annonceurs aux marques et programmes par la commercialisation ou la gestion de licences.

M6 PUBLICITÉ DIGITAL est la régie publicitaire des supports Internet et nouveaux médias du Groupe M6.

Marques média incontournables, issues des antennes du Groupe M6 (télévision de rattrapage, sites de chaînes ou de programmes) et pure players thématiques puissants (clubic.com, deco.fr, jeuxvideo.fr…), composent son offre, faisant d'elle un acteur majeur du paysage publicitaire digital « premium ».

Au total, plus de vingt sites web, sites et applications mobiles, et services IPTV permettent une couverture multi-écrans unique chaque mois : plus de 13,5 millions* de visiteurs uniques sur ordinateur ; plus de 2,5 millions** sur mobile, plus d'1,2 million*** sur tablette et plus de 3 millions**** de foyers utilisateurs des services interactifs disponibles sur télévision.

En 2012, M6 Publicité innove en mettant en place de nouvelles offres publicitaires TV inédites telles que :

- 100% Marques : la première offre totalement packagée accompagnant le téléspectateur de son salon jusqu'au rayon de son magasin par la diffusion de spots en télévision et en replay, couplée à des solutions de communication en point de vente (grande et moyenne surface) grâce à un partenaire, Médiaperformances.
- TIME 6 : un dispositif original permettant à un annonceur de diffuser un spot TV sur toutes les chaînes du Groupe M6 à un instant T, ainsi que sur les sites replay des chaînes gratuites du Groupe, lui garantissant ainsi une puissance instantanée.

* Source Médiamétrie/NetRatings tous lieux décembre 2012, 13 647 000 VU.
** Source Médiamétrie/NetRatings, Panel Mobile, novembre 2012, 2 720 000 VU.
*** Source Médiamétrie/NetRatings, Panel Tablette, juillet-septembre 2012, 1 222 000 VU.
**** Données opérateurs, décembre 2012.

Video et brand content au cœur de l'offre digitale.

M6 Publicité Digital propose depuis 2010 une offre multi-écrans simple et puissante (PC, IPTV, Mobile, Tablette, TV connectée) qui permet aux annonceurs de s'affranchir du mode de consommation des programmes en diffusant leurs films publicitaires sur l'ensemble des écrans autour de contenus en affinité avec leur(s) cible(s). Diffuser un spot vidéo en ligne, c'est aussi profiter de plus de 10 formats rich-media « 10PLAY » adaptés à la diffusion de films in-banner, en parallèle d'une campagne in-stream sur les sites vidéo.

Une structure « OP Spé » intégrée à la régie prend en charge la conception des dispositifs digitaux événementiels (Brand content, cross-media...) en collaboration avec les équipes de M6 Publicité.

Innover... et faire du téléspectateur un téléspect-acteur.

En 2012, l'innovation et la convergence TV/Digital est au cœur des développements de la régie, avec le lancement des « emplacements synchronisés ». Ils permettent d'enrichir le message d'un film publicitaire et d'encourager l'engagement et l'interactivité du téléspectateur-internaute. Grâce à une technologie de synchronisation des écrans innovante et inédite jusqu'alors, ces formats interactifs sont disponibles en « 2nd écran » - sur l'application M6 pour mobile et tablette - lors de la diffusion du spot à l'antenne, mais aussi en « 1er écran » lors de la diffusion du spot sur M6 Replay sur ordinateur, mobile ou tablette. ■

NICOLAS THORIN

Directeur de M6 Publicité Digital

« L'innovation fait partie de l'ADN de la régie digital, et nous permet de conserver notre statut de référence de la vidéo online. »

RONAN DE FRESSENEL

Directeur Général Adjoint en charge du marketing et des études

« Les performances des chaînes du Groupe ont permis aux annonceurs de toucher de façon toujours plus puissante plus de téléspectateurs. »

JEAN-XAVIER BOUXOM

Directeur Général Adjoint en charge du commerce

« Pour être plus offensifs, nous avons centralisé la vente de l'ensemble de l'offre TV du Groupe, et crée une cellule de développement. Une politique d'offres tactiques a été instaurée, à l'instar de 100% Marques. »

HENRI DE FONTAINES

Directeur Général Adjoint en charge de la stratégie globale et de la création

« Nous avons déployé une offre s'appuyant sur les marques et les visages de l'antenne pour combiner en un message unifié : puissance des chaînes, interaction sur nos sites internet et concrétisation des promesses en magasins. »

M6 WEB, PRÉCURSEUR SUR LA TV ENRICHIE

VALÉRY GERFAUD

Directeur Général de M6 Web

«2012 fut une année «enrichie» pour M6 Web. «Enrichie» en chiffres, avec près de 14 millions de visiteurs uniques, 50 millions de vidéos vues chaque mois et 2,4 millions d'abonnés à l'offre M6 Mobile by Orange. «Enrichie» de sites thématiques, avec notamment le rachat de jeuxvideopc.com et jeuxvideo-flash.fr. Et surtout «enrichie» d'une innovation de taille avec la fonction 2nd écran *Devant ma TV*. Ainsi, à l'image de cette nouvelle façon de consommer les programmes, les équipes M6 Web ont continué de développer avec audace l'offre digitale au service des chaînes du Groupe.»

M6 Web, pionnier depuis 2008 de la télévision de rattrapage, a lancé en juillet une nouvelle version de ses services m6replay.fr et w9replay.fr ainsi que des **applications M6** et **W9.** Avec l'explosion des réseaux sociaux, de la mobilité et l'utilisation du second écran devant le poste de télévision, les besoins et les usages des téléspectateurs ont évolué. Aussi le Groupe M6 a développé une **nouvelle interface** proposant une expérience unique et continue :

- multi-chaîne (M6, W9, 6ter),
- une seule expérience digitale sur tous les écrans,
- un point d'entrée unique pour l'ensemble des vidéos disponibles autour des programmes préférés des téléspectateurs : Direct, Replay, Extraits & vidéos inédites, et VOD.

M6 FAIT DE LA TV SOCIALE UNE RÉALITÉ

Grâce à une intégration très poussée des réseaux sociaux au sein de ces nouveaux services (notamment le protocole opengraph de facebook), les téléspectateurs ont accès à des fonctionnalités inédites de TV Sociale :

- **le partage communautaire :** «mon activité sur le service se partage automatiquement sur mon profil Facebook»,
- **la recommandation sociale :** «je peux connaitre à tout instant les programmes que mes amis ont regardés»,
- **l'enrichissement communautaire :** «quand je regarde mon programme je repère instantanément les moments forts que mes amis ont commentés».

M6 OU L'AVÈNEMENT DE LA TÉLÉVISION ENRICHIE

En novembre 2012, M6 a lancé le 1er service second écran synchronisé en temps réel avec le programme. Fort du constat qu'un téléspectateur sur trois utilise un second écran en rapport direct avec le programme qu'il regarde à la télévision, M6 propose une expérience de télévision interactive aux 4 millions d'utilisateurs de l'application M6. Grâce à une technologie de reconnaissance sonore, l'application sur smartphone ou tablette reconnaît le programme en cours de diffusion sur le poste de télé et permet à l'utilisateur de se synchroniser en temps réel avec son programme.

Les téléspectateurs peuvent ainsi donner leur avis sur les prestations de *La France a un incroyable talent,* noter le dîner comme les convives du *Dîner presque parfait* ou commenter en direct un épisode de *Top Chef* en temps réel ! ■

UN DÉPLOIEMENT CROISSANT DES SERVICES DE RATTRAPAGE SUR TOUS LES ÉCRANS

Tandis que **W9 Replay** s'est déployé sur de nouveaux écrans TV (SFR, Bouygues Télécom, Numericable), les services de rattrapage des chaînes **Paris Première** et **Téva** ont vu le jour en 2012. Les téléspectateurs peuvent revoir les programmes emblématiques de ces deux chaînes sur leur télévision via les box de SFR, Bouygues Télécom, Numericable et Orange.

6ter, la dernière-née sur la TNT, a été déclinée dès son lancement sur le digital, avec le lancement du site 6ter.fr, l'application 6ter sur ordinateur, iPhone et iPad (proposant le replay, le live et l'enrichissement communautaire de la chaîne).

LES PORTAILS THÉMATIQUES

Cette année, l'activité portails a notamment été soutenue par des opérations de croissance externe :

- **les sites Ellop** en mars 2012, composés de : autobuzz.fr, eve-auto.fr, sport-prestige.fr et action-tuning.fr, sont venus consolider le portail Turbo.fr,
- **les sites Tom's game** en novembre 2012, composés de jeuxvideopc.com (traitant l'actualité du jeu vidéo) et «jeuxvideo-flash.com» (catalogue de milliers de jeux flash gratuits en ligne).

Et par le développement des autres sites du Groupe :

- le site high-tech **Clubic.com,** rassemble 4,3 millions de visiteurs uniques par mois* et se classe parmi les 4 premiers sites d'actualité high-tech en France.
- **Jeuxvideo.fr,** qui vient de fêter ses 10 ans, et les sites **Tom's games** représentent une audience globale de 2,4 millions de visiteurs uniques** et s'imposent ensemble comme la 2e marque sur le segment des sites de jeux vidéo éditoriaux en France.
- **Deco.fr** reste leader de sa catégorie avec 1 million de visiteurs uniques par mois***.
- **Turbo.fr** a rassemblé près de 1 million de visiteurs uniques par mois**** et son application iPhone, encore n°1 dans la thématique auto sur l'AppStore, totalise 425 000 téléchargements*****. ■

M6 MOBILE BY ORANGE

L'offre de téléphonie mobile, lancée en 2005, compte aujourd'hui 2,4 millions de clients, un chiffre qui ne cesse de croître d'année en année. Elle poursuit son développement auprès des ados tout en s'adressant désormais aussi aux adultes pragmatiques à la recherche d'un bon rapport qualité/prix.

Tout l'univers M6 est distillé auprès de ces deux cibles, que ce soit au sein des forfaits (avec l'accès inclus aux chaînes du Groupe) ou au travers des nombreuses prises de parole de la marque, utilisant souvent licences de programmes affinitaires et animateurs populaires, autant de belles opportunités de différenciation sur un marché télécom exigeant et en quête de nouveaux repères.

* Source Médiamétrie/NetRatings tous lieux juillet 2012
** Source Nielsen août 2012
*** Source Médiamétrie/NetRatings tous lieux août 2012
**** Source Médiamétrie/NetRatings tous lieux, moyenne de janvier à août 2012
***** Source iTunes connect

M6, RÉVÉLATEUR DES TALENTS DU CINÉMA

THIERRY DESMICHELLE

Directeur Général de SND

« Avec près de 8,6 millions d'entrées en salles enregistrées en 2012 et un portefeuille de plus de 1000 titres vidéo, SND se classe parmi les 10 premiers distributeurs cinéma et le premier éditeur vidéo français. SND continue son développement en lançant en 2012 sa première production : le thriller à suspens *The Secret* tourné en langue anglaise s'est vendu dans le monde entier et a attiré près de 600 000 spectateurs en France. SND est devenu aujourd'hui un acteur incontournable du marché. »

« Un catalogue de 1 000 titres.

SND : LE 4e DISTRIBUTEUR FRANÇAIS

Avec 12 sorties au cinéma en 2012, SND enregistre plus de 8,6 millions d'entrées en salles. SND se positionne comme le 9e distributeur en France et le 4e acteur français du marché, devançant Paramount, Studio Canal, Gaumont, UGC, EuropaCorp et Wild Bunch. En 2012, SND a lancé avec succès sa première production anglophone, le film *The Secret* avec Jessica Biel. ■

UN ÉDITEUR DE POIDS

M6 Vidéo, éditeur indépendant du marché vidéo, reste un acteur de poids en 2012, tant sur les marchés physique que digital, avec une part de marché d'environ 6% (sources SEVN). Forte d'un catalogue de près de 1 000 titres, édités sous le label M6 Vidéo, l'activité d'édition vidéo occupe une place de choix sur le marché et est présente sur l'ensemble des circuits de ventes physiques. La distribution des droits VOD est effective sur l'ensemble des plateformes digitales.

4e DISTRIBUTEUR FRANÇAIS.

6 FILMS INTÈGRENT **LE TOP 15** DU CINÉMA FRANÇAIS.

PHILIPPE BONY

Directeur Général de M6 Films

« Le cinéma est une activité d'artisan, les films se produisent un à un avec à chaque fois la même crainte ou le même espoir de savoir si nous allons réussir à toucher le public, à ne pas le lasser mais au contraire le surprendre avec des sujets inédits ou des talents nouveaux. Les succès de M6 Films cette année s'inscrivent tous dans cet équilibre entre l'accompagnement des talents que nous avons suivis depuis plusieurs années (comme la joyeuse équipe de *la Vérité si je mens*), et la découverte de nouvelles stars, que ce soit les jeunes réalisateurs du *Prénom,* ou une nouvelle génération d'acteurs, de Laurent Lafitte à Baptiste Lecaplain en passant par Géraldine Nakache. De cet équilibre est sortie une année record pour M6 Films avec plus de 18 millions d'entrées en salles, et 6 de nos 10 films dans le Top 15 du Box-Office français de l'année. »

RECORDS AU BOX-OFFICE

M6 Films dépasse une nouvelle fois son record de Box-Office qui date de 2009 avec plus de 18 millions d'entrées sur l'année. Parmi les 10 sorties 2012, 6 films intègrent le Top 15 du cinéma français : les franchises *Taken 2* et *La Vérité si Je Mens 3,* l'adaptation de la pièce à succès *Le Prénom,* la satire audacieuse *Les Infidèles*, la comédie *Mince Alors!* réalisée par Charlotte de Turckheim, et *De l'autre côté du périph !* de David Charhon. ■

M6, PARTENAIRE DES SPECTACLES GRAND PUBLIC

SPECTACLES

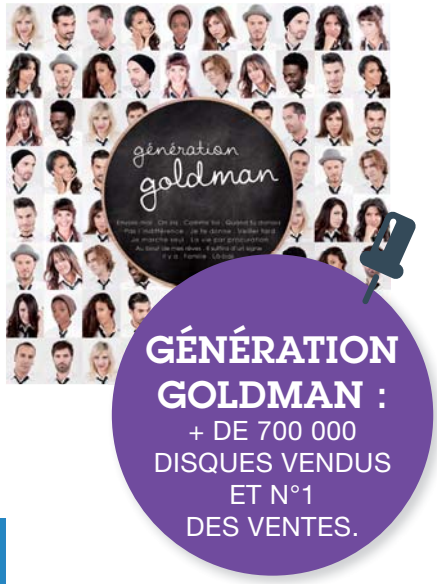
UN RÉVÉLATEUR DE TALENTS

En 2012, le département spectacles a réuni plus de 1,5 million de spectateurs dans les salles, à Paris comme partout en France, en s'associant à une quarantaine de projets en coproduction ou en co-exploitation. M6 Spectacles est également partenaire des plus grosses productions musicales (*Mamma Mia !, Sister Act, Salut les copains…*) et un véritable révélateur de nouveaux talents (Kev Adams, Audrey Lamy, Mickael Gregorio…).

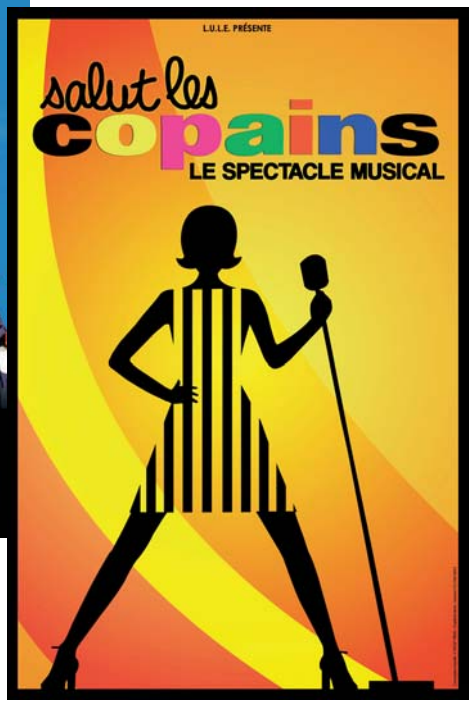
MUSIC LABEL

UN ACTEUR INCONTOURNABLE

Le rôle de M6 Music Label est de développer des projets musicaux à fort potentiel, albums d'artistes, singles, compilations. De la production à la distribution, son rôle est de mener à bien son activité, seul ou en partenariat avec des maisons de disques. Les résultats sont remarquables en 2012 avec des certifications telles que : 1 disque de diamant avec l'album « Génération Goldman », 6 disques de platine et 1 disque d'or. ■



GÉNÉRATION GOLDMAN : + DE 700 000 DISQUES VENDUS ET N°1 DES VENTES.



VENTADIS, DU TÉLÉACHAT AU E-COMMERCE

ANTICIPER LES ENVIES DES CONSOMMATEURS

La vente à distance est une activité historique du Groupe M6 qui a démarré en 1988 avec le téléachat au travers de M6 Boutique, une émission quotidienne diffusée sur M6. Au-delà du téléachat, Ventadis s'est développé dans le commerce en ligne avec le rachat en 2005 de Mistergooddeal puis en 2010 celui de monAlbumPhoto, créé en septembre 2004 par Alexandre et Pierre-Antoine Bataille.

Avec 1 million de commandes enregistrées sur un an, une croissance à 2 chiffres, et 20% de part du marché français du livre photo en 2012, monalbumphoto.fr ambitionne de devenir leader de son marché dans les deux années à venir. La société, dont les effectifs ont doublé en 2012, compte aujourd'hui plus de 60 salariés. ■

ÉRIC D'HOTELANS

Président Directeur Général de HSS et Mistergooddeal

« Malgré une concurrence toujours forte, et même s'il se crée un site de commerce électronique toutes les demi-heures, les trois enseignes de Ventadis affichent des performances solides et un résultat en hausse de 10% par rapport à 2011, prouvant leur capacité d'adaptation. Mention spéciale pour monalbumphoto.fr dont le succès fait écho à la tendance du « faire soi-même » et qui a connu une croissance de 40% de ses ventes. »

monAlbumPhoto.fr

1 MILLION DE COMMANDES ET 20% DE PART DE MARCHÉ POUR MONALBUMPHOTO EN 2012.

LES GIRONDINS DE BORDEAUX, UN GRAND STADE POUR UN GRAND CLUB

LES GIRONDINS DE BORDEAUX

À l'issue de la saison 2011/2012, après un championnat passionnant et une remontée spectaculaire au classement dans les dernières journées, l'équipe termine 5e du championnat, place qualificative pour l'UEFA Europa League. Le Club poursuit sa politique de formation en mettant l'accent sur l'excellence de son centre, régulièrement reconnu comme l'un des meilleurs centres français selon les critères de la Fédération Française de Football. Depuis 5 ans, la moitié de ses joueurs professionnels est issue de ce vivier, propre à repérer et à faire émerger de jeunes talents.

La ville de Bordeaux a choisi de se doter d'un nouveau stade dans la perspective de l'organisation par la France du championnat d'Europe de Football des Nations «UEFA Euro 2016». D'une capacité de 43000 places avec pour club résident le FCGB, les travaux ont débuté en novembre 2012. Sa livraison est prévue au printemps 2015. Ce projet sera un outil indispensable pour le Club dans son développement et dans sa stratégie visant à s'inscrire durablement parmi les meilleurs clubs français et européens. ■

FCGB : 5e DU CHAMPIONNAT EN 2012.

LA RSE, DES ENGAGEMENTS FORTS

DONNÉES RH

Recrutement et actions vers les jeunes

- 280 stagiaires accueillis en 2012 pour une durée de 3 à 12 mois et 42 alternants ;
- 32 anciens stagiaires et 5 anciens alternants recrutés en CDD/CDI ;
- 25 stagiaires ayant effectué leur stage en 2012 ont été recrutés en intermittence/pige.

Effectifs du Groupe

- 1 856 salariés (y compris FCGB) au 31 décembre 2012 ;
- 1 625 salariés hors FCGB au 31 décembre 2012.

Moyenne d'âge : 36 ans.
Ancienneté moyenne : 7 ans.
Formation : 793 collaborateurs.

FAVORISER LA MOBILITÉ

- 112 collaborateurs ont bénéficié d'une mobilité en interne cette année ;
- L'Opération « Dans la Peau de » a permis à 82 collaborateurs volontaires de réaliser une immersion dans une équipe différente de la leur.

PERMETTRE À CHACUN DE S'ENGAGER

Pour la santé solidaire :
2 collectes de sang ont permis à 165 personnes volontaires de donner leur sang ;

Le don de plaquettes :
8 collaborateurs ont pu donner leurs plaquettes à l'hôpital Beaujon de Clichy.

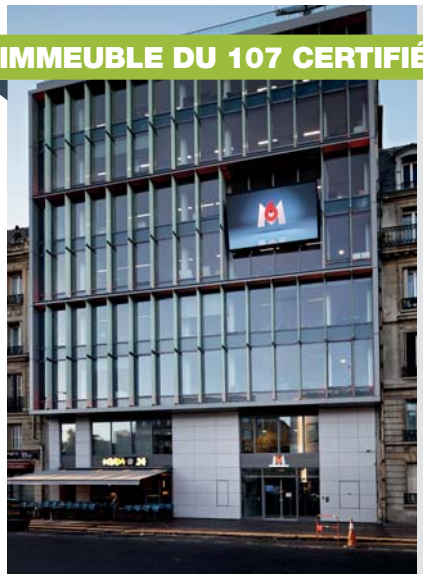
LA FONDATION

Le Groupe M6 s'est lancé un véritable défi à travers sa Fondation d'entreprise : s'impliquer dans l'univers carcéral en aidant les détenus à se reconstruire et en améliorant la qualité de leur vie.

La Fondation M6 s'efforce de mettre en oeuvre un certain nombre d'actions :

- L'aide à la réinsertion (lutte contre l'illettrisme, formation aux métiers de l'audiovisuel) ;
- L'amélioration de la qualité de vie des personnes incarcérées (projections de films, des spectacles et des ateliers cuisine, activités sportives) ;
- Favoriser le maintien du lien familial entre les détenus et leurs proches et l'aide à la réinsertion par le soutien d'associations spécialisées.

IMMEUBLE DU 107 CERTIFIÉ THQE

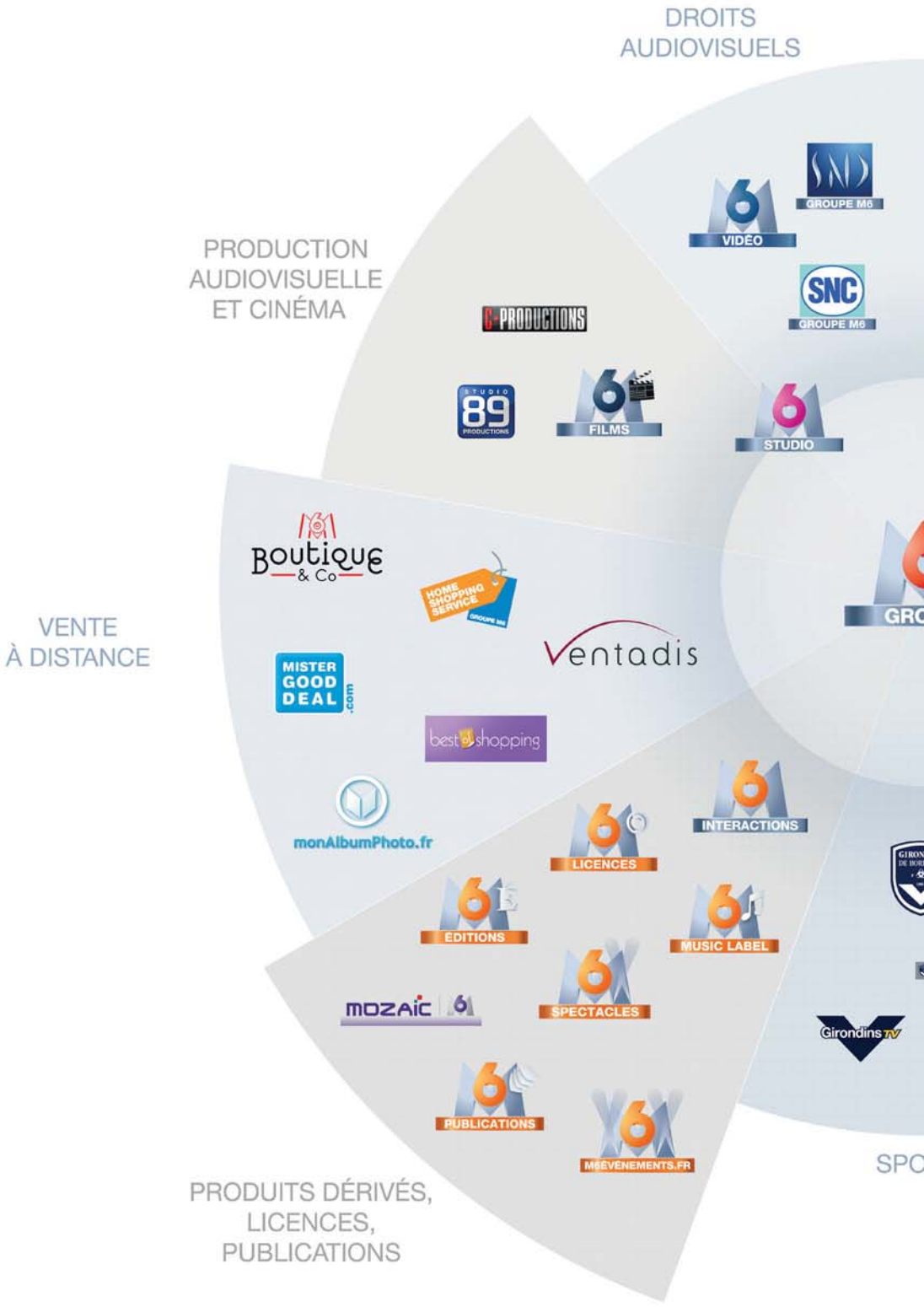


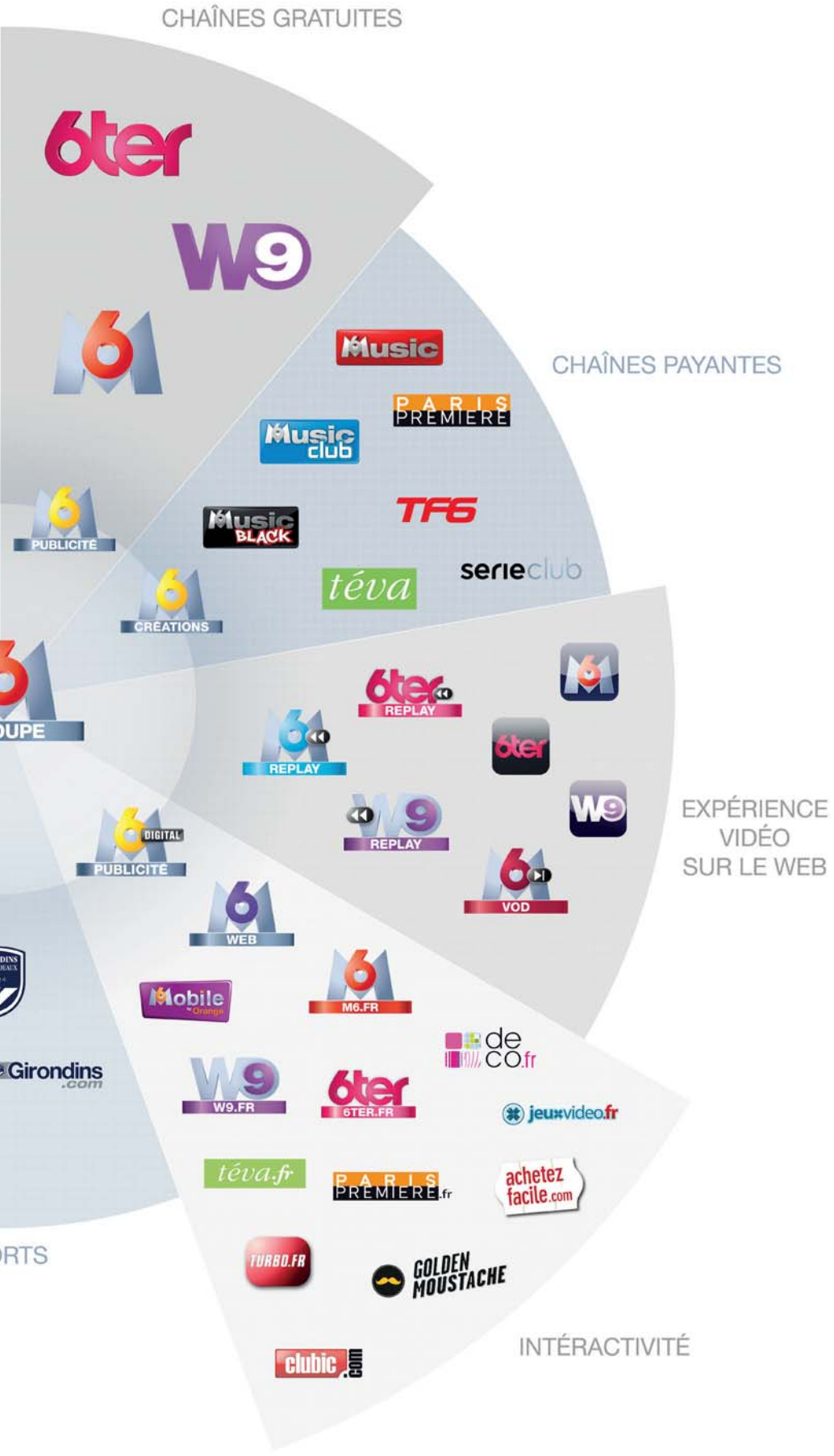
Le Groupe M6 a fait de la réduction de son impact environnement une priorité avec le déménagement de près de 360 collaborateurs dans le tout nouveau bâtiment du 107 avenue Charles De Gaulle, certifié « Très Haute Qualité Environnementale ».

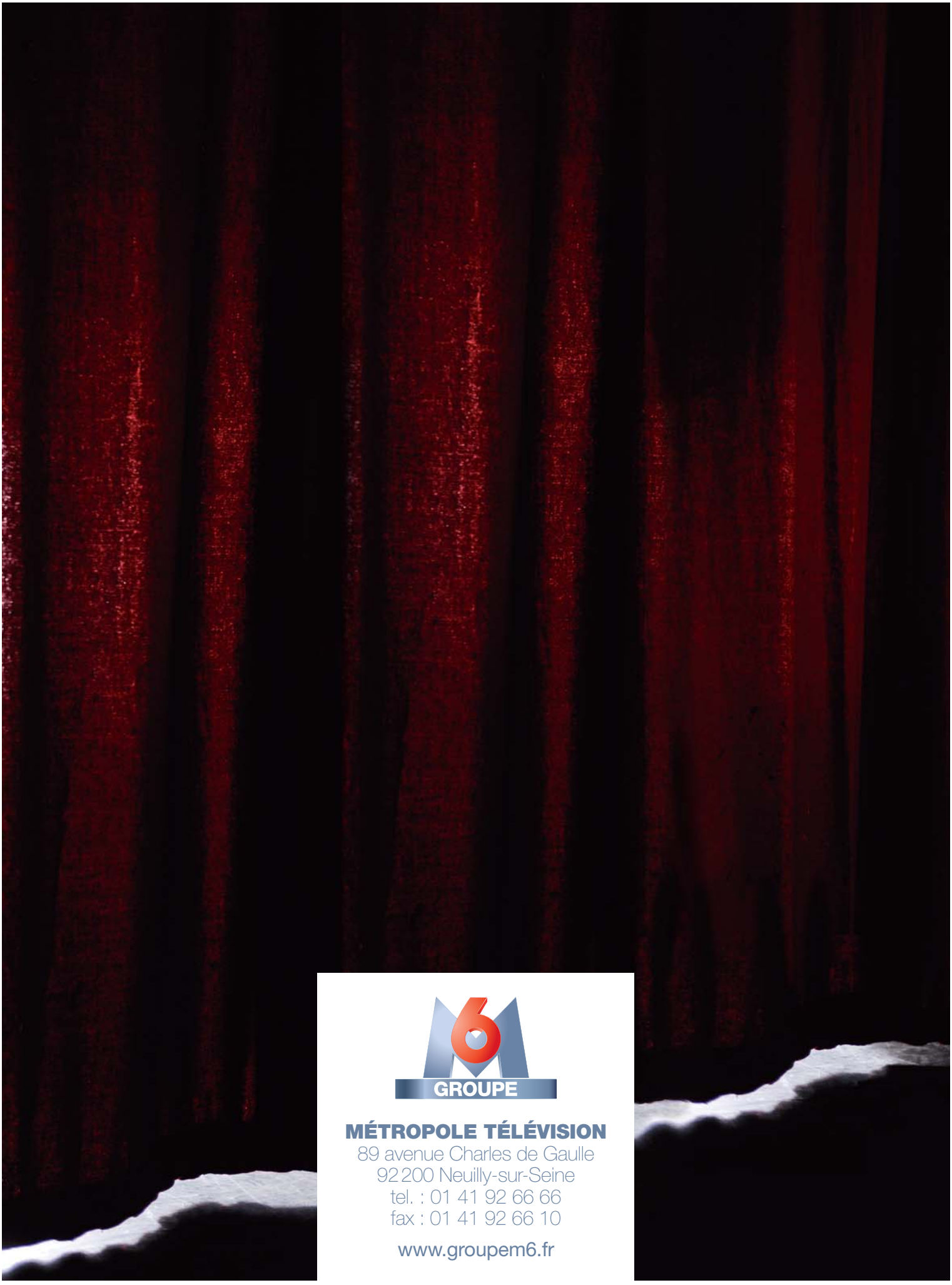
MISSION HANDICAP

Pour la diversité, la Mission Handicap s'articule autour de 4 axes d'engagement :

- Former et sensibiliser sur le handicap l'ensemble des salariés ;
- Développer le recrutement des personnes handicapées ;
- Maintenir au travail les personnes devenues handicapées, en adaptant les postes et les fonctions aux évolutions technologiques et professionnelles ;
- Développer des actions de sous-traitance auprès d'entreprises adaptées.


DROITS
AUDIOVISUELS
PRODUCTION
AUDIOVISUELLE
ET CINÉMA
VENTE
À DISTANCE
PRODUITS DÉRIVÉS,
LICENCES,
PUBLICATIONS
SPO
GROUPE M6
VIDÉO
GROUPE M6
C-PRODUCTIONS
STUDIO 89 PRODUCTIONS
FILMS
STUDIO
Boutique & Co
HOME SHOPPING SERVICE
GROUPE M6
Ventadis
MISTER GOOD DEAL .com
best of shopping
monAlbumPhoto.fr
INTERACTIONS
LICENCES
ÉDITIONS
MUSIC LABEL
MOZAIC
SPECTACLES
Girondins TV
PUBLICATIONS
M6ÉVÉNEMENTS.FR


CHAÎNES GRATUITES
6ter
W9
M6
PUBLICITE
CRÉATIONS
CHAÎNES PAYANTES
M6 Music
PARIS PREMIERE
M6 Music club
TF6
M6 Music BLACK
téva
serieclub
EXPÉRIENCE VIDÉO SUR LE WEB
6ter REPLAY
M6 REPLAY
6ter
W9 REPLAY
W9
M6 DIGITAL PUBLICITE
M6 VOD
M6 WEB
M6 Mobile
M6.FR
deco.fr
Girondins .com
W9 W9.FR
6ter 6TER.FR
jeuxvideo.fr
téva.fr
PARIS PREMIERE.fr
achetez facile.com
TURBO.FR
GOLDEN MOUSTACHE
clubic.com
INTÉRACTIVITÉ



MÉTROPOLE TÉLÉVISION
89 avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly-sur-Seine
tel. : 01 41 92 66 66
fax : 01 41 92 66 10

www.groupem6.fr