

GOLDEN
NETWORK

LANCE



nouvelles
marques
média



Adrien LABASTIRE

DIRECTEUR GÉNÉRAL DE GOLDEN NETWORK

“

Avec Golden Moustache et Rose Carpet, nous avons réussi le pari d'installer deux médias puissants et leaders dans le divertissement et le lifestyle. Nous accélérons aujourd'hui nos investissements sur notre cœur de métier avec le lancement de 5 nouveaux médias thématiques autour d'une promesse forte : des informations fiables, une narration engageante et de nouveaux visages. Cette étape stratégique confirme l'ambition de Golden Network de devenir le média digital créateur de contenus de référence, partenaire privilégié des talents, des plateformes et des annonceurs.

6000
millions

de vidéos **VUES / MOIS**

2 marques
médi

GOLDEN
MOUSTACHE

ROSE
CARPET

LEADERS

sur les

millennials

1 studio de production

dédié aux **nouvelles écritures et nouveaux diffuseurs**

avec **9 programmes**
en production en 2018

(séries, talk show, spectacles...)

Un partenaire incontournable des annonceurs avec plus de

150 opérations publicitaires

réalisées dans les 12 derniers mois

autour de 4 piliers

PRODUCTION

Création et production de contenus de marque avec un usage 100% propriétaire.

INFLUENCE

Activation native du discours de marque sur les réseaux et ceux de nos talents.

PUBLISHING

Création et gestion de média pour les marques (production, channel et community management)

MEDIA

Médiatisation de contenus publicitaires sur nos audiences sociales



La marque d'humour

#1 des millennials

se démultiplie avec le

lancement de **4** médias thématiques

GOLDEN
NEWS

GOLDEN
POP

GOLDEN
FOOD

GOLDEN
GENIUS



Le média Français

#1 sur Instagram

inspire le lancement d'un

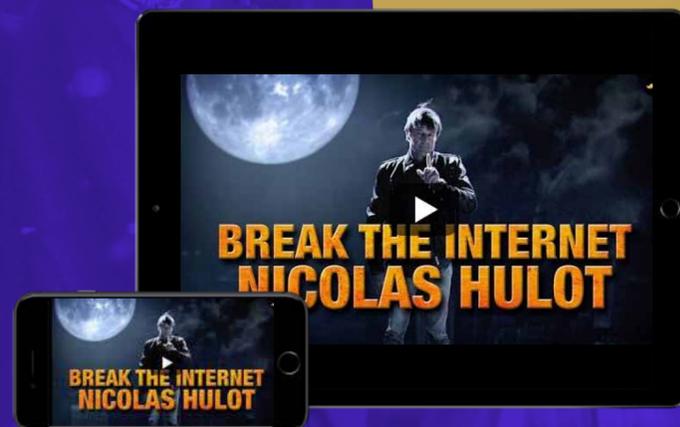
nouveau média
d'empowerment
pour les femmes de 25-35 ans

WONDHER
BY GOLDEN

Notre constat

- ▶ Les millennials sont curieux, ouverts, en demande d'un parler vrai et d'une tribune pour s'exprimer.
- ▶ En quête de sens, ils ne se retrouvent ni dans l'info traditionnelle, ni dans la futilité des contenus racoleurs.
- ▶ Quand nos médias s'engagent sur des sujets de fond, notre audience s'engage avec notre contenu.

**10 millions
de vues**



**6 millions
de vues**



**Prime-time
sur France 4**



Notre raison d'être

- ▶ Traiter l'actualité avec un point de vue toujours singulier, unique, un contre-pied au flux d'information continu.
- ▶ Miser sur une information très incarnée, par un ton, une voix, un talent.
- ▶ Créer le débat, animer la discussion, encourager les avis contraires.
- ▶ Parler de sujets qui préoccupent directement les moins de 30 ans : la sexualité, l'écologie, les réseaux sociaux, l'école...

DES INFOS
VÉRIFIÉES



UN TON
CONNIVENT



UNE ESTHÉTIQUE
SOIGNÉE



UNE NARRATION
DIVERTISSANTE



GOLDEN
NEWS

ESPRIT CRITIQUE
INVESTIGATION
IMPERTINENCE

L'INFO 4
PUISSANCE

GOLDEN
POP

CINÉ, JEUX VIDÉO, MUSIQUE
TALENTS DIGITAUX
CRÉATIVITÉ

GOLDEN
FOOD

FOOD CULTURE
TENDANCES
TESTS

GOLDEN
GENIUS

DÉCOUVERTES
GADGETS ET INVENTIONS
PLANÈTE

Les moyens de nos ambitions

- ▶ Une équipe dédiée de 10 personnes au lancement (journalistes, motion designer, community manager)
- ▶ 20 contenus inédits chaque semaine
- ▶ 1 site dédié avec 5 verticales dès la rentrée
- ▶ Une multi-diffusion sur toutes les plateformes :
    
- ▶ Objectif : 1 million d'interactions par mois d'ici 6 mois

GOLDEN
NEWS

GOLDEN
POP

DISPONIBLES
DÈS LE
26 JUIN

GOLDEN
FOOD

GOLDEN
GENIUS

AUTOMNE
2018

Le soutien de Google DNI

- ▶ Pour son lancement, Golden News a la chance de pouvoir bénéficier du soutien financier du fonds européen Google Digital News Initiative (DNI) qui a retenu le projet à l'occasion du Round 4.
- ▶ Grâce au soutien de Google DNI, Golden News développera une plateforme collaborative permettant à la rédaction de Golden News de créer des contenus à partir de sources envoyées par des journalistes professionnels freelance, en France et à l'étranger.

Google



GOLDEN
NEWS

GOLDEN ROULETTE

FORMAT : 1 minute

PITCH : Une info qui fait l'actu politique, sociétale racontée en 1 minute chrono et passée au crible de la Golden Roulette : vraiment cool, très important, plutôt raté....

LA GOLDEN ROULETTE PARLE DE TOUT ET DONNE LE TON.



OH LE BÂTARD

FORMAT : 1 minute

PITCH : Portrait d'une personnalité, plus ou moins connue, mais dont on ne connaît peut-être pas tout justement ! On y apprendra que le footballeur le plus riche du monde n'est pas celui qu'on pense, que Guillaume Rickwaert, le golden boy du vin, remplaçait les grands crus par de la piquette ou encore qu'on peut être co-président de Goldman Sachs et DJ à Ibiza.

OH LES BÂTARDS !

**OH LE
BÂTARD**

LES FRANÇAIS VEULENT SAVOIR

FORMAT : 2 minutes

As-tu déjà volé dans un magasin ?
Avec combien de personnes as-tu dormi
cette semaine ?
C'est quoi le 06 le plus lourd que tu as dans
ton portable ?

Un artiste en promo passe par la case Golden pour
répondre aux questions qu'on se pose tous vraiment,
pas vrai ?



L'INTERVIEW HORS SUJET

FORMAT : 2 minutes

Ils ont des millions d'abonnés sur les réseaux sociaux,
sont adulés de leur génération.... mais les connaît-on
vraiment ? Les stars de la pop culture d'aujourd'hui
se dévoilent devant la caméra de Golden Pop.

Et si EnjoyPhoenix était un menu McDo ?
Et si Maxenss était un morceau d'Orelsan ?
Et si Horia était une série Netflix ?



LA SONDE

FORMAT : 45 secondes

Vidéo en typo animée, incarnée par une voix à forte
personnalité, qui résume un fait d'actualité en 30
secondes et interpelle les internautes pour avoir
leur avis sur le sujet. Une manière efficace de
favoriser le débat et animer la discussion.

Alors, on en pense quoi ?



LORIS À LA RUE

FORMAT : 3 minutes

Loris part au contact des Français, dans la rue, pour les faire réagir à un sujet d'actu. Ses méthodes sont pour le moins discutables, ses sources approximatives, mais son aplomb inégalable !



Après des débuts en radio avec Cauet sur NRJ, Loris Giuliano se lance en solo sur Facebook en 2017 avec une idée simple et efficace : faire chanter du rap à nos grands parents dans la rue. Vald, Niska, Orelsan...

Depuis, chacune de ses vidéos micro-trottoir ou caméra cachée est vue plusieurs millions de fois sur les réseaux sociaux.

ÇA SE PLAIDE ?

FORMAT : 2 minutes

Est-ce que traiter un policier de fripouille est un outrage ? Péter au bureau peut-il être considéré comme du harcèlement ?

Chaque semaine, Maître Honneger du cabinet Ruben & Associés répond aux questions les plus déroutantes - mais pour le moins concernantes - de la rédac Golden. Aussi « originales » qu'elles puissent paraître, l'homme de loi y apportera une réponse toujours sérieuse, précise, instructive, et s'appuiera sur des exemple précis et connus de tous.

Objection ?



STRANGER JOBS

FORMAT : 6 min

Dans Stranger Jobs, Marie part à la découverte de métiers invisibles, révélateurs d'un monde du travail en plein bouleversement et de comportement sociaux atypiques. Stranger Jobs est une série documentaire inédite, à la fois sérieuse et divertissante, basée sur des immersions en caméra cachée et des interviews en caméra visible.

Au programme : sugar baby, comportementaliste canin ou cobaye médical.



Marie S'Infiltrate, personnage fictif, caméléon qui se transforme en fonction du milieu et de l'événement, infiltre les sphères politiques, les événements culturels, l'actualité en général.

Des meetings du FN au Burning Man Festival en passant par Cannes, Marie S'Infiltrate collectionne les millions de vues à chacun de ses happenings filmés.

En 2018, Marie monte sur scène avec son spectacle « Le Show Inouï », récit autobiographique sur l'art de l'usurpation, prône le mensonge et l'illusion. Elle y dévoile ses expériences d'incruste, de l'enfance à Sciences Po en passant par l'ENA et le Ministère des Affaires Etrangères.

GONZONE

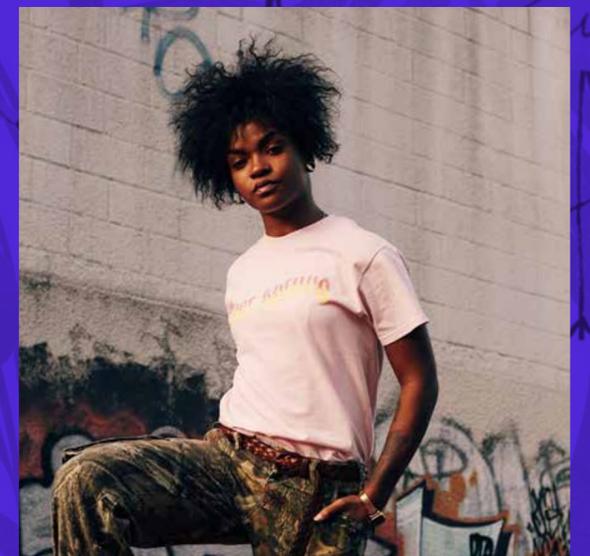
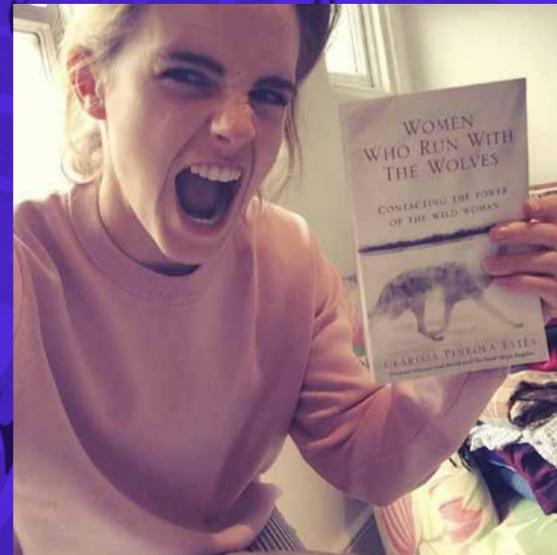
FORMAT : 5 min

Pour Golden News, Sebastian Perez part en immersion dans des zones inaccessibles du territoire français : ZAD, zones de trafic, égoûts de Paris... en prenant le parti de l'infiltration en solitaire, Sebastian livre un récit coup de poing des travers de notre société.



Journaliste aguerri, Sebastian Perez Pezzani est un habitué des immersions difficiles pour avoir infiltré les communautés du monde entier. Actuellement à la tête de la série documentaire « Caméléon » sur 13ème rue, il a participé par le passé aux émissions « Tracks » (Arte) et « Les Nouveaux Explorateurs » (Canal+).

Avec Gonzone, Sebastian expérimente pour la première fois un format et une narration pensés pour les réseaux sociaux.





Axelle TESSANDIER

RÉDACTRICE EN CHEF DE WONDHER

Auteure, consultante, speaker, Axelle Tessandier représente une inspiration tant par sa liberté que son parcours.

Ayant à cœur de donner aux femmes les moyens de croire en elles, curieuse, passionnée, engagée, elle est l'âme et le visage de WondHer.



WondHer, c'est cette voix bienveillante qui accompagne, donne envie de croire en soi, de réaliser ses rêves et se révéler aux autres.

Une communauté **bienveillante**

qui veut faire bouger la société avec les femmes

pour les femmes

UN MÉDIA NÉ SUR INSTAGRAM

- ▶ Un réseau bienveillant et positif, plébiscité par les femmes
- ▶ Une plateforme riche de multiples possibilités pour raconter des histoires (IGTV, live, stories, sondages...)
- ▶ Une communauté inventive et engagée
- ▶ Des contenus quotidiens incarnés par une nouvelle génération de talents féminins réunis autour d'Axelle

Contacts **PRESSE**



THIBAUT DEVÉMY

thibaut.devemy@m6.fr
01 41 92 61 36



THIBAUT OZIL

thibault.ozil@m6.fr
01 41 92 59 40

**GOLDEN
NETWORK**

O CONNECTION

mguinot@oconnection.fr