

RAPPORTS MÉDIAS

Obligations des services
de médias audiovisuels édités
par le groupe M6

Rapport annuel 2020

Synthèse

L'année 2020 a été marquée par la crise liée au Covid 19 et les mesures de restrictions sanitaires, qui ont eu un impact sur la programmation des services de télévision. Ainsi, l'information a progressé sur M6 et W9, l'animation sur Gulli et 6ter ainsi que les documentaires-magazines sur cette dernière antenne.

A la suite du décret n° 2020-984 du 5 août 2020 qui a relevé les plafonds du nombre de diffusion d'œuvres cinématographiques que les chaînes sont autorisées à programmer et supprimé les « jours interdits », à l'exception de l'encadrement du samedi soir, le nombre d'œuvres cinématographiques diffusées sur toutes les chaînes gratuites du groupe ainsi que sur Paris Première et sur Téva a crû.

Pour les quatre chaînes gratuites du groupe M6, une baisse du volume horaire des écrans publicitaires a été constatée notamment au cours du confinement du printemps 2020 en raison de l'annulation de nombreuses campagnes publicitaires.

Trois chaînes du groupe M6 ont disposé, à compter du 1^{er} janvier 2020, d'une convention renouvelée : W9, Gulli et Paris Première.

Les conventions de W9 et Paris Première ont renforcé un certain nombre de stipulations relatives à la représentation des femmes, à la dignité des personnes et à la lutte contre les stéréotypes, aux programmes en faveur d'une alimentation et d'une activité favorables à la santé, à l'accessibilité des programmes. Concernant Paris Première, à la demande de l'éditeur, le Conseil a accepté d'augmenter le nombre de programmes de catégorie III pouvant être diffusés entre 20h30 et 22h00.

En dépit des bouleversements de programmation induits par les périodes de confinement, l'ensemble des chaînes gratuites et payantes du groupe M6 a globalement respecté ses obligations légales et conventionnelles au cours de l'année 2020, que ce soit en termes de diffusion (quotas de diffusion d'œuvres et obligations spécifiques quantifiées dans leur presque totalité) ou d'investissement dans la production cinématographique. Les obligations de contribution à la production audiovisuelle ont également été globalement respectées, à l'exception de l'engagement d'investissement dans la production d'émissions musicales et d'émissions de divertissement à composante musicale (la crise sanitaire a conduit à des annulations et d'importantes restrictions en matière de spectacle vivant et d'émissions musicales de divertissement et de variété, pour lesquels les investissements du groupe ont fortement diminué par rapport à 2019). Les services de médias audiovisuels à la demande (SMAD) ont, pour leur part, respecté les dispositions du décret n° 2010-1379 sur l'exercice 2019.

En revanche, sur les cinq chaînes TNT du groupe, trois ont déclaré une présence de femmes en baisse par rapport à l'exercice précédent. A cet égard, M6 et Paris Première ont rencontré des difficultés pour répondre aux dispositions de l'article 2-3-12 de leurs conventions, en raison notamment de l'année particulière qu'a été 2020, marquée par la crise sanitaire.

Par une décision en date du 22 décembre 2021, le Conseil a décidé de mettre en garde M6, W9, 6ter et Paris Première contre le renouvellement d'un manquement à leur obligation figurant à l'article 4-1-4 de leur convention, consistant en une remise tardive de leur rapport sur les conditions d'exécution de leurs obligations et engagements de l'exercice précédent, conventionnellement prévue le 30 avril pour M6, W9 et Paris Première et le 31 mai pour 6ter.

Sommaire

Synthèse	3
Sommaire	4
Groupe M6 (TV gratuites, TV payantes, SMAD) en 2020	7
La programmation et le respect des obligations spécifiques des chaînes éditées par le groupe M6.....	11
La programmation des chaînes gratuites éditées par le groupe M6 et le respect de leurs engagements spécifiques	11
L'offre de programmes de M6, W9, 6ter et Gulli.....	11
Analyse du format de M6, W9, 6ter et Gulli dans le cadre du respect de leurs engagements spécifiques.....	19
Les services de télévision payants édités par le groupe M6	42
Le respect des quotas de diffusion d'œuvres pour l'ensemble des chaînes du groupe	43
Quotas de diffusion d'œuvres des chaînes gratuites	43
Quotas de diffusion d'œuvres des chaînes payantes	44
Le respect des obligations générales des chaînes éditées par le groupe M6....	46
Obligations relatives à la protection du jeune public	46
Composition des commissions de visionnage des chaînes du groupe M6	46
Répartition des programmes par catégories sur les chaînes du groupe	47
Part des chaînes du groupe dans l'ensemble des programmes signalisés diffusés sur les chaînes de télévision gratuites.....	48
Nombre de programmes de catégorie III diffusés avant 22 heures	49
Diffusion des campagnes sur la protection des mineurs	50
Interventions du Conseil sur les chaînes du groupe M6.....	52
Obligations relatives aux communications commerciales	52
La publicité.....	52
Le parrainage, le téléachat, le placement de produit.....	52
Obligations relatives au pluralisme politique et aux campagnes électorales	52
Les temps de parole non liés aux élections	52
Les temps de parole liés aux élections.....	53
Obligations relatives aux droits et aux libertés	54
Actions en faveur de la représentation de la diversité de la société française	54
Obligations relatives aux droits des femmes	54
Le financement de la création.....	55

La production audiovisuelle	55
La production cinématographique	58
Le respect du décret SMAD par les services de médias audiovisuels à la demande (SMAD) du groupe sur l'exercice 2020	59
Annexe 1 - Diffusion de la campagne de sensibilisation à la protection du jeune public sur le(s) service(s) de médias audiovisuels à la demande du groupe en 2020 (données déclarées par le groupe M6)	61
Annexe 2 - Moyenne quotidienne de publicité par heure d'antenne pour chaque mois de l'année 2020	62
Annexe 3 - Représentation de la diversité de la société française	67

Groupe M6 (TV gratuites, TV payantes, SMAD) en 2020

Créé en 1987 autour de la chaîne M6, le groupe M6 est un groupe diversifié qui intervient dans l'édition de services de télévision sur la TNT ainsi que sur les autres réseaux de communications électroniques, la production cinématographique et audiovisuelle, la production de spectacles et de produits dérivés, les activités de régie publicitaire et le commerce en ligne. Depuis la reprise en 2017 des activités radio de RTL Group en France, la dimension plurimédia du groupe M6 a été renforcée. En 2019, le groupe M6 a acquis la société Jeunesse TV, editrice de la chaîne de la TNT Gulli, et la société Lagardère Thématiques, editrice des services de télévision conventionnés Canal J, Tiji, La Chaîne du Père Noël, MCM, MCM Top et RFM TV. En 2020, le groupe a cédé ses activités de téléachat et arrêté l'édition des services M6 boutique & Co et Best of Shopping.

Le rapport porte uniquement sur les services de télévision du groupe M6, autorisés ou conventionnés en France, dont les obligations de diffusion et de production sont examinées par le Conseil au titre de l'année 2020. Pour les services de médias à la demande qui leur sont associés, le rapport porte sur les obligations applicables en 2019.

- **L'offre de télévision gratuite**

- **M6**

Autorisée en 1987 et diffusée en haute définition à partir de 2008, la chaîne M6 propose une programmation généraliste destinée à l'ensemble du public. Les obligations particulières du service portent notamment sur le caractère fédérateur des fictions et des magazines qu'il propose, ainsi que sur l'offre de programmes musicaux.

Depuis le 1^{er} janvier 2018, la convention du service a été notamment renforcée sur un certain nombre de stipulations relatives à l'honnêteté et l'indépendance de l'information et des programmes, en application de la loi du 14 novembre 2016, à la représentation des femmes, à la dignité des personnes et à la lutte contre les stéréotypes, aux programmes en faveur d'une alimentation et d'une activité favorables à la santé et à la représentation de la diversité de la société française.

- **W9**

Lancée en 2005 et diffusée en haute définition à partir de 2016, W9 propose une programmation musicale destinée au grand public et plus particulièrement aux jeunes adultes. Elle doit notamment proposer une programmation ouverte aux différents genres musicaux ainsi que des émissions musicales diversifiées sur son antenne.

A l'issue d'une procédure de reconduction hors appel aux candidatures, une nouvelle convention a été conclue avec le Conseil le 29 mai 2019. Elle reprend les nouvelles obligations musicales du service introduites en mai 2018. La musique est dorénavant définie dans la convention comme étant le « genre premier » de la programmation, avec un volume minimal annuel de 3 300 heures. En contrepartie, l'éditeur s'est engagé à un effort d'exposition des programmes musicaux en première partie de soirée sur l'antenne de W9, par la diffusion d'au moins douze émissions musicales supplémentaires d'une durée de 90 minutes, dont quatre inédites, et qui ne relèvent pas des genres suivants : documentaire musical, fiction audiovisuelle non européenne, émission de concours de talents musicaux. La convention a également renforcé un certain nombre de stipulations relatives à la représentation des femmes, à la dignité des personnes et à la lutte contre les stéréotypes, aux programmes en

faveur d'une alimentation et d'une activité favorables à la santé, à l'accessibilité des programmes.

- **6ter**

Lancée en 2012 en haute définition, 6ter doit favoriser le lien entre les générations et proposer une programmation tenant compte du rythme de la vie familiale. Au sein d'une offre diversifiée comportant du cinéma et des divertissements, les fictions audiovisuelles, magazines et documentaires doivent représenter au moins 60 % du temps total de diffusion. 6ter propose en outre des programmes consacrés à la découverte et d'autres abordant les thèmes de la santé, de l'alimentation et de l'éducation.

- **Gulli**

Lancée en 2005 et diffusée en haute définition à partir de 2016, Gulli s'adresse aux enfants de 4 à 14 ans et à leurs parents et vise à favoriser le lien entre les générations. A l'issue d'une procédure de reconduction hors appel aux candidatures, une nouvelle convention a été conclue avec le Conseil le 4 juillet 2019. Cette nouvelle convention maintient les engagements souscrits dans la précédente, notamment ceux destinés à proposer des programmes diversifiés de divertissement et d'éveil, dans le respect de la sensibilité des enfants et tenant compte de leur rythme scolaire. Le service est en particulier soumis à des obligations de bonne exposition des œuvres d'animation d'expression originale française (EOF) et des programmes de découverte.

- **L'offre de télévision payante**

- **Sur la TNT**

- **Paris Première**

Créée en 1986 à l'origine sur le câble, la chaîne a été lancée en 2005 dans l'offre de télévision payante de la TNT. Paris Première doit proposer une offre de programmes consacrée notamment aux spectacles, à la vie culturelle ou encore aux événements parisiens.

A l'issue d'une procédure de reconduction hors appel aux candidatures, la convention du service a été renouvelée le 29 mai 2019. Elle a notamment renforcé un certain nombre de stipulations relatives à la représentation des femmes, à la dignité des personnes et à la lutte contre les stéréotypes, aux programmes en faveur d'une alimentation et d'une activité favorables à la santé, à l'accessibilité des programmes. A la demande de l'éditeur, le Conseil a accepté de fixer à six le nombre maximum d'œuvres cinématographiques interdites en salles aux mineurs de 12 ans qui ne peuvent être diffusées en clair, au sein des seize programmes de catégorie III pouvant être diffusés entre 20h30 et 22 heures, tolérés auparavant « à titre exceptionnel », dans le respect de la recommandation concernant la signalétique jeunesse et la classification des programmes.

- **Sur les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil**

- **Téva**

Lancée en 1996, la chaîne Téva propose une programmation destinée à un public majoritairement féminin. Sa programmation est constituée majoritairement de fictions télévisuelles complétées notamment par des magazines et des divertissements.

- **Série Club**

Série Club est consacrée à la fiction et plus particulièrement aux séries dans les genres suivants : policier, judiciaire, comédie dramatique, fantastique et science-fiction. Série Club est co-éditée avec le groupe TFI depuis 1993.

- **Trois chaînes destinées au jeune public et à la famille**

Canal J, créée en décembre 1985 et acquise par le groupe M6 en 2019, elle est destinée aux enfants de 4 à 14 ans. La chaîne propose des programmes diversifiés de divertissement : animation, séries, films, émissions interactives, jeux et magazines.

Tiji, créée en décembre 2000 et acquise par le groupe M6 en 2019, elle est destinée aux enfants de 3 à 6 ans. La chaîne est consacrée à la diffusion de programmes de divertissement et d'éveil reposant sur les genres suivants : animation, fiction, émissions de plateau, magazines, documentaires et occasionnellement des films.

La Chaîne du Père Noël (LCPN), service temporaire diffusé chaque année autour des fêtes de Noël, également acquise par le groupe M6 en 2019, il est consacré au divertissement et à l'éveil du jeune public en rapport avec le personnage du Père Noël et les fêtes de fin d'année. La diffusion du service est encadrée par une convention pluriannuelle signée avec le Conseil.

- **Quatre chaînes musicales ou de divertissement**

M6 Music, lancée en 2005, offre une programmation intégralement musicale et propose aux téléspectateurs l'actualité des vidéos et titres musicaux, ainsi que des émissions spéciales autour d'artistes majeurs.

MCM, créée en janvier 1989 et acquise par le groupe M6 en 2019, a vu son format évoluer en 2014, passant d'une chaîne musicale à une chaîne de divertissement destinée aux 15-35 ans. Elle propose notamment des séries, des magazines et des vidéomusiques.

MCM TOP, créée en novembre 2003 et acquise par le groupe M6 en 2019, propose une programmation musicale destinée au grand public. Elle est en particulier ancrée dans l'actualité discographique et accorde une large place aux dernières sorties et aux meilleures ventes.

RFM TV, créée en octobre 2014 et acquise par le groupe M6 en 2019, est un service à dominante musicale destiné au grand public. Sa programmation est en particulier axée sur les vidéomusiques des années 80 et 90.

- **Les services de médias à la demande**

En 2020, le groupe M6 éditait les services de médias audiovisuels (SMAD) à la demande suivants :

- quatre services de télévision de rattrapage (TVR) des chaînes gratuites M6, W9, 6ter et Gulli, disponibles dans l'offre de la plupart des distributeurs et sur le portail 6play ;
- six services de TVR des chaînes payantes Paris Première, Téva, Série Club, Canal J, Tiji et MCM. Ces services sont disponibles dans les offres de certains distributeurs et, pour les deux premiers, sur le portail 6play ;

- une offre de vidéo à la demande (VàD) gratuite disponible dans les offres de certains distributeurs et sur le portail 6play ;
- trois services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA), Golden Stories, inclus dans le bouquet Pickle TV commercialisé par Orange, le Pass Gullissime et Gulli Max. Golden et Pass Gullissime ont cessé en 2020.

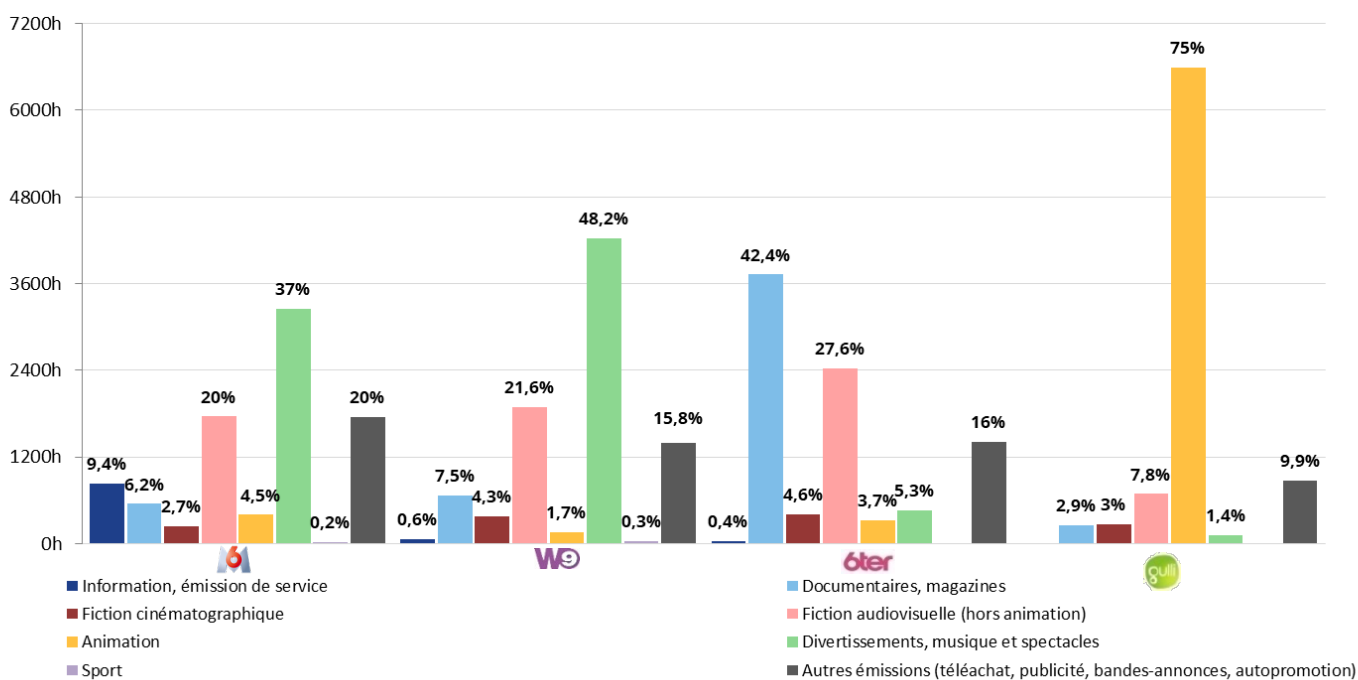
Créé fin 2013 dans l'optique de rassembler les SMAD du groupe sous une même marque, le portail 6play accueille également le flux linéaire des chaînes M6, W9, 6ter, Gulli (accessible gratuitement sous réserve d'une inscription préalable) et celui de Paris Première et Téva (sur abonnement, qui peut se faire directement via l'application 6play sur tablette ou mobile). Sont également accessibles sur ce portail les flux linéaires et les programmes des émissions, filmés et à la demande, des stations de radio Fun Radio et RTL2.

La programmation et le respect des obligations spécifiques des chaînes éditées par le groupe M6

La programmation des chaînes gratuites éditées par le groupe M6 et le respect de leurs engagements spécifiques

L'offre de programmes de M6, W9, 6ter et Gulli

Structure des programmes sur l'ensemble de la programmation (0-24h) en 2020



Source : Arcom

L'année 2020 a été marquée par la crise sanitaire et les mesures de restrictions sanitaires, qui ont eu un impact sur la programmation des services de télévision. Ainsi, l'information a progressé sur M6 et W9, l'animation sur Gulli et 6ter ainsi que les documentaires-magazines sur cette dernière antenne.

Le cinéma a suivi une évolution particulière avec la publication du décret n°2020-984 du 5 août 2020, qui a relevé les plafonds du nombre annuel de diffusions d'œuvres cinématographiques que les chaînes sont autorisées à programmer et supprimé les « jours interdits », à l'exception de l'encadrement du samedi soir. Ces nouvelles dispositions ont permis une hausse du nombre de films de long métrage, que ce soit en diffusions ou en titres, programmés sur M6, 6ter, W9 et Gulli et la mise en place de nouvelles cases de programmation consacrées au cinéma.

Pour les quatre chaînes gratuites du groupe M6, une baisse du volume horaire des écrans publicitaires a été constatée notamment au cours du confinement du printemps 2020 en raison de l'annulation de certaines campagnes publicitaires. L'arrêt des tournages, des compétitions sportives, des enregistrements en public et la chute des revenus publicitaires les a conduits à revoir leur grille, notamment pour en réduire le coût².

Si la fiction audiovisuelle a diminué sur M6, 6ter et Gulli sur l'ensemble du temps de diffusion, elle a en revanche progressé en première partie de soirée, les émissions de divertissements ayant reculé en parallèle en raison de la crise sanitaire et des difficultés de tournage.

- **Sur M6, progression des divertissements, de l'information et du cinéma, baisse de la fiction audiovisuelle (hors animation), des documentaires et magazines et de la publicité**

La catégorie des divertissements, musique et spectacles a progressé de 4 points par rapport à 2019 (soit 360 heures supplémentaires) avec la croissance horaire des jeux (+162 heures) et des autres divertissements (+195 heures). Les vidéomusiques ont représenté 49 % de cette catégorie, en baisse de 7 points, à volume horaire constant.

L'information proposée par M6 a également augmenté de 1,4 point (soit 79 heures de plus) par le biais d'une offre renforcée des sessions de journaux et des magazines d'information. Le magazine hebdomadaire *66 minutes le samedi*, lancé en cours d'année 2019, a ainsi été présent dans la grille de la chaîne tout au long de l'année 2020.

L'offre de cinéma a progressé de 0,9 point, 48 diffusions cinématographiques supplémentaires ayant été programmées sur l'antenne de M6 en 2020, pour atteindre 148 diffusions annuelles. Cette augmentation se constate surtout au cours du deuxième semestre 2020, où 37 diffusions cinématographiques supplémentaires ont été effectuées par le service par rapport à l'année 2019, la chaîne ayant notamment diffusé des films de long métrage les jours désormais ouverts à la programmation cinématographique, les samedis et mercredis soirs.

¹ Le décret n° 2020-984 du 5 août 2020 est venu modifier le régime de diffusion des œuvres cinématographiques sur les services de télévision autres que de cinéma et de paiement à la séance tel que prévu par le décret n°90-66 du 17 janvier 1990. Les quantums annuels de diffusion de films de long métrage ont été augmentés, que ce soit sur l'ensemble du temps de diffusion ou aux heures de grande écoute. Les services de télévision autres que de cinéma ou de paiement à la séance peuvent ainsi proposer jusqu'à 244 diffusions et rediffusions d'œuvres cinématographiques chaque année sur l'ensemble de leur temps de diffusion (au lieu de 192 précédemment) et 196 aux heures de grande écoute (au lieu de 144). En outre, la grille horaire qui imposait des jours interdits pour la programmation de films a été supprimée. Une restriction a cependant été conservée le samedi soir : seuls des films préfinancés par la chaîne qui les diffuse ou des films d'art et d'essai peuvent être programmés. Lors de sa séance plénière du 30 septembre 2020, le Conseil a décidé que la modification opérée par ce décret serait d'application immédiate, de sorte que les nouveaux quantums annuels se sont appliqués à l'ensemble de l'exercice en cours. Dans ces conditions, en 2020, les services de télévision autre que de cinéma ou de paiement à la séance ont pu proposer jusqu'à 244 diffusions et rediffusions d'œuvres cinématographiques sur l'ensemble de leur temps de diffusion et 196 aux heures de grande écoute. Cette information a été communiquée au groupe M6 le 4 novembre 2020.

² Cf. communiqué de presse du groupe M6 du 16 février 2021 relatif aux résultats consolidés du groupe au 31 décembre 2020.

La fiction audiovisuelle (hors animation) a, quant à elle, diminué de 3,5 points (soit -302 heures), du fait d'une moindre diffusion des fictions provenant des Etats-Unis tandis que le volume horaire des fictions d'expression originale française s'est maintenu.

Les offres de documentaires et de magazines ainsi que de sport ont également légèrement décliné par rapport à l'année précédente (baisses respectives de 0,9 point et 0,1 point, soit -70 et -13 heures), la chaîne ayant dû s'adapter à la crise sanitaire qui a eu pour conséquence de rendre difficile le tournage de nouveaux documentaires, notamment à l'étranger, et de suspendre les compétitions sportives.

Représentant 398 heures, l'offre d'animation s'est maintenue à hauteur de 4,5 % de l'offre globale de programmes (+6 heures).

Enfin, la catégorie des autres programmes (constituée des écrans publicitaires, de l'habillage d'antenne, de l'autopromotion et du téléachat) a diminué de 1,3 point (soit -116 heures) en 2020. Les écrans publicitaires ont ainsi décliné de 162 heures, leur volume horaire ayant été divisé par plus de deux pendant la période du premier confinement avec l'annulation des campagnes publicitaires de certains annonceurs. Le téléachat a occupé 4,9 % de la programmation totale de la chaîne (soit 434 heures).

- **Sur W9, hausse de la fiction audiovisuelle (hors animation) et cinématographique ainsi que de l'information dans le cadre d'une programmation toujours dominée par la catégorie des divertissements, musique et spectacles**

En 2020, la programmation de W9 a évolué sans pour autant remettre en cause la domination de la catégorie des divertissements, musique et spectacles qui a représenté 48,2 % de l'offre globale de programmes, en légère diminution de 0,5 point (soit -35 heures). L'écart avec le deuxième genre de programmes s'est réduit (26,6 points de différence contre 29,9 points en 2019) en raison de la progression de la fiction audiovisuelle (hors animation) de 2,8 points (soit 245 heures).

La fiction cinématographique a également progressé (+0,6 point, soit 30 diffusions supplémentaires). Avec l'augmentation des quantums annuels de diffusion consécutive à la modification de la réglementation relative à la diffusion de films de long métrage à la télévision au cours de l'année 2020, W9 a proposé 222 diffusions et rediffusions d'œuvres cinématographiques.

L'information a, quant à elle, légèrement progressé en 2020 (+0,1 point, soit 8 heures) avec la programmation d'un nouveau magazine d'information *Complots, vérités et mensonges* traitant des fausses informations.

En parallèle, les autres catégories de programmes ont diminué : documentaires et magazines (-1 point, soit -79 heures), sport (-0,2 point, soit -16 heures).

Concernant les divertissements, musique et spectacles, les jeux (-167 heures), les spectacles (-20 heures) et les vidéomusiques (-70 heures) ont décliné tandis que les autres divertissements ont progressé (+174 heures). En effet, deux nouveaux divertissements ont été diffusés en synergie avec les antennes de radio du groupe M6 : la matinale de Fun radio *Bruno dans la radio* au cours du confinement du printemps 2020 et, à partir de septembre 2020, *Le double expresso de RTL2*, ces derniers représentant ensemble 26,6 % des autres divertissements proposés par W9 au cours de l'année.

La catégorie des autres programmes (constituée des écrans publicitaires, de l'habillage d'antenne, de l'autopromotion et du téléachat) a également décliné de 1,8 point (soit 154 heures de moins), principalement en raison de la diminution du volume horaire représenté par les messages publicitaires (-165 heures), conséquence de la crise sanitaire sur les campagnes publicitaires. Le téléachat a occupé 1 % de la grille de programmes de W9, soit 84 heures en 2020.

- **Sur 6ter, forte progression des documentaires et magazines, hausse plus modérée du cinéma et de l'animation, décroissance de la fiction audiovisuelle (hors animation) et des divertissements**

Les documentaires et magazines ont progressé de 7,2 points en 2020 (soit 640 heures supplémentaires). Outre les titres récurrents de magazines consacrés à la famille de la chaîne (*Familles extraordinaires*, *Le Noël extraordinaires des Français*, *Les vacances préférées des Français* ou *Vive le camping*), cette progression s'explique par l'importante hausse du volume horaire de diffusion des *Mamans*, ce titre ayant représenté 34,8 % de l'offre de magazines de 6ter en 2020 (contre 12,5 % en 2019).

L'offre cinématographique de 6ter a, elle aussi, augmenté avec la modification de la réglementation concernant la diffusion de cinéma à la télévision (+1,1 point). Avec 240 diffusions, 6ter est la chaîne nationale gratuite qui a diffusé le plus de cinéma en 2020. Proposant 59 diffusions supplémentaires de films de long métrage par rapport à 2019, la chaîne a utilisé la nouvelle grille horaire de diffusion pour mettre en place une case régulière consacrée au septième art le mercredi soir à partir du mois de septembre 2020.

Enfin, l'animation a également crû de 1,1 point (soit 93 heures) avec 311 épisodes supplémentaires des *Simpson* diffusés, ce titre représentant ainsi 75,3 % de l'offre totale d'animation de la chaîne en 2020.

Les autres catégories de programmes ont en revanche diminué dont la fiction audiovisuelle (hors animation), en recul de 5,7 points (soit -489 heures). La part représentée par la fiction extra-européenne, déjà majoritaire en 2019, a crû de 12,9 points en 2020 (+ 28 heures), alors que l'offre de fiction d'expression originale française a été divisée par deux en raison de l'arrêt de la diffusion des fictions du réel *Face au doute*, *Si près de chez vous* et *Dernier recours* diffusées en matinée les années précédentes.

Au sein de la catégorie des divertissements, musique et spectacles, globalement en recul en raison de la diminution des autres divertissements (-130 heures, soit -1,5 point), l'offre de jeux a progressé de 35 heures avec la programmation de l'émission consacrée aux enchères *Storage wars France*, tout en ne représentant que 0,5 % du temps total de diffusion. Le programme court *Plus vite que la musique*, proposé habituellement sur M6 et W9, a également été diffusé sur l'antenne de 6ter en 2020, offrant ainsi une plus large exposition télévisuelle à ce programme court consacré aux nouveaux talents de la chanson française.

Les autres programmes comprenant notamment la publicité, l'habillage d'antenne, l'autopromotion et le téléachat ont fortement diminué en 2020 (-2,2 points soit -182 heures), en raison de la réduction du volume horaire de 191 heures des messages publicitaires par rapport à l'année 2019. Stable, le téléachat a représenté 2,4 % du temps total de diffusion (soit 209 heures).

- **Sur Gulli, prédominance accrue de l'animation, qui représente 75 % du temps total de diffusion**

En hausse de 1,5 point (soit 152 heures en plus), l'animation a dominé cette année encore la programmation de l'offre de la chaîne jeunesse Gulli, représentant ainsi en 2020 les trois quarts de son temps total de diffusion. Il s'agit de la part la plus importante consacrée à l'animation depuis la création de la chaîne en 2005, dans le cadre d'une croissance continue depuis 2012 (à l'exception de l'année 2016).

En parallèle, la fiction audiovisuelle (hors animation) a diminué sur la même période (2012-2020³) et a perdu 1,6 point (soit -133 heures) par rapport à l'année 2019. Le volume horaire de la fiction audiovisuelle extra-européenne a baissé de façon moins importante que celui des fictions d'origine européenne et d'expression originale française, permettant ainsi à la première de faire progresser son poids dans l'offre globale de fiction (+5,2 points, soit 67,3 % de l'offre globale). Le titre *En famille*, proposé en première diffusion sur M6, a représenté 71 % de l'offre de fiction audiovisuelle hexagonale en 2020 et 17 % de l'offre totale de fiction, avec une programmation chaque mercredi soir tout au long de l'année.

La part représentée par le cinéma en 2020 est restée stable par rapport à l'année précédente, 5 diffusions supplémentaires ont tout de même été réalisées (pour un total de 195 diffusions). Par ailleurs, Gulli a utilisé la case du samedi soir pour proposer à plusieurs reprises des œuvres cinématographiques d'art et d'essai au cours du second semestre.

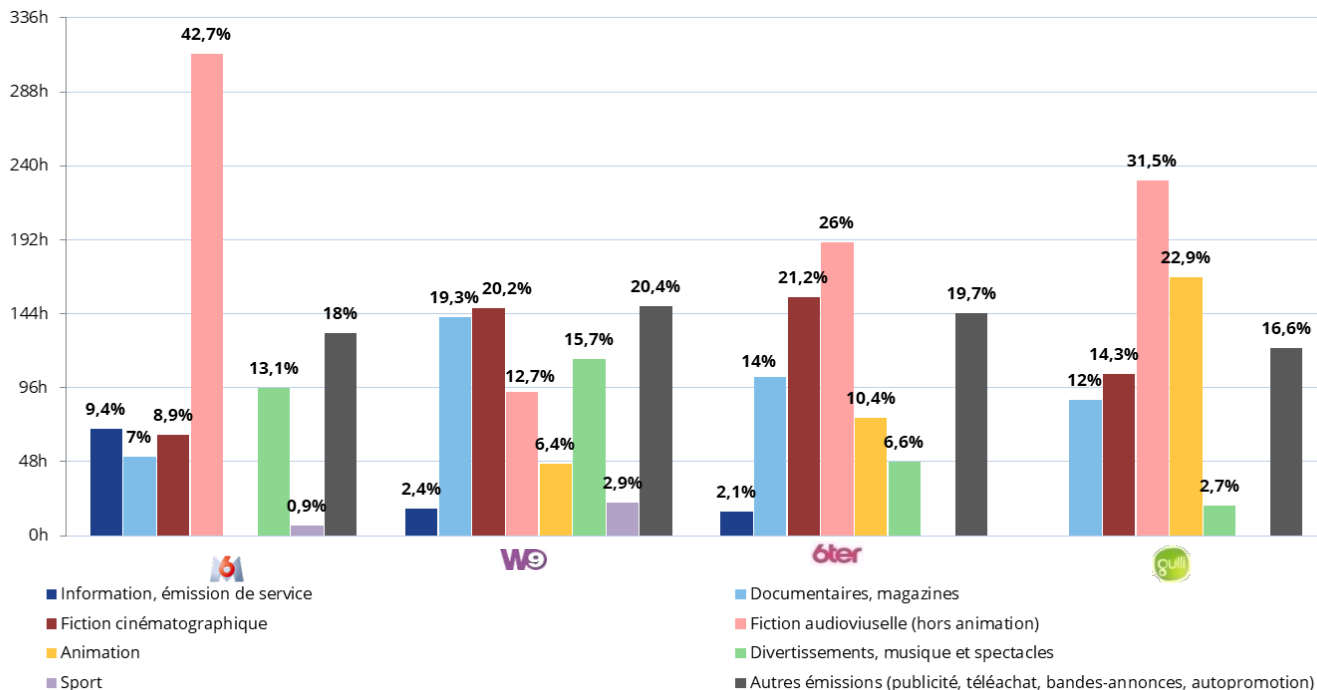
L'offre de documentaires et de magazines a progressé de 0,7 point (soit 59 heures) avec la diffusion de la série animalière *Too cute, trop mignon* proposée également par 6ter et d'*A l'état sauvage*, auparavant diffusé sur M6.

Par ailleurs, la catégorie des divertissements, musique et spectacles a légèrement décliné (-0,1 point, soit -11 heures), pour la quatrième année consécutive, sa part représentant 1,4 % du temps total de diffusion. Ainsi, le volume horaire des jeux et des autres divertissements a diminué (un moins grand nombre d'émissions du jeu *Tahiti Quest* et du divertissement *Fun zone* ont notamment été proposés en 2020).

Les autres programmes (regroupant les écrans publicitaires, l'habillage d'antenne, l'autopromotion ou encore les messages d'intérêt général) ont décliné de 0,5 point (soit -41 heures). Le volume horaire des écrans publicitaires a diminué de 52 heures.

³ A l'exception également de l'année 2016.

Structure des programmes en première partie de soirée en 2020 (20h30-22h30)



Source : Arcom

- **Sur M6, hausse des offres de fiction et d'information, recul des autres genres**

Les offres de fiction ont progressé entre 20h30 et 22h30 sur l'antenne de M6 en 2020. La fiction audiovisuelle (hors animation) a augmenté de 2,6 points (soit 19 heures) avec une part en hausse des fictions extra-européennes (+4,6 points). Le cinéma proposé entre 20h30 et 22h30 a augmenté (+3,5 points, soit 20 diffusions supplémentaires), avec l'utilisation ponctuelle des jours anciennement interdits de cinéma au cours du second semestre (samedi et mercredi soir).

L'information a également profité d'une année riche en actualité pour progresser de 0,5 point (soit 4 heures), la durée du *19 45* ayant été à plusieurs reprises rallongée au mois de mars, avril et octobre 2020. Cette catégorie de programmes a également bénéficié de la diffusion des magazines d'information récurrents de première partie de soirée de M6, *Zone interdite* et *Capital*.

Toutes les autres catégories de programmes ont décliné : l'offre de documentaires-magazines a ainsi diminué (-3,8 points, soit -27 heures) principalement en raison de la réduction du volume horaire des émissions consacrées à l'immobilier diffusées : *Maison à vendre* et *Recherche appartement ou maison*.

L'offre de divertissements, musique et spectacles s'est également réduite (-1,7 point, soit -12 heures). Les marques de la chaîne en première partie de soirée ont été maintenues malgré les difficultés de tournage et de post-production : *Pékin express*, *Top chef*, *Le meilleur*

pâtissier ou encore *La France a un incroyable talent*, et un nouveau divertissement *Qui veut être mon associé* a été lancé au début de l'année 2020.

Malgré la baisse du volume horaire des messages publicitaires (-10 heures), la réduction de la catégorie des autres programmes a été limitée par l'augmentation du volume horaire représenté par les bandes-annonces et l'autopromotion (+6 heures).

- **Sur W9, progression de la fiction audiovisuelle et de l'information, diminution des autres catégories de programmes**

Contrairement à l'ensemble du temps de diffusion, la programmation sur la tranche horaire 20h30-22h30 a présenté cette année encore une répartition relativement équilibrée entre les genres de programmes, le cinéma et les documentaires-magazines représentant ensemble presque 40 % de la programmation.

Seules les offres de fiction audiovisuelle et, dans une bien moindre mesure, d'information ont progressé entre 2019 et 2020, respectivement de 4,5 points et 0,5 point (soit 34 et 3 heures en plus).

Toutes les autres catégories de programmes ont décliné par rapport à l'année précédente, la diminution la plus importante concernant la deuxième catégorie de programmes la plus diffusée sur cette tranche horaire, les documentaires-magazines (-1,7 point, soit 11 heures en moins). L'offre de magazines a ainsi été réduite avec la diminution des numéros diffusés d'*Etat de choc*, *En quête d'action* ou encore *Enquêtes criminelles*.

Les divertissements, musique et spectacles ont aussi décliné (-0,7 point, soit 5 heures) avec le recul des jeux proposés sur W9.

La catégorie des autres programmes a diminué de 0,8 point (soit 6 heures) par rapport à 2020 avec la réduction du volume des écrans publicitaires diffusés.

- **Sur 6ter, renforcement des offres de fiction audiovisuelle (animation comprise) et cinématographique, baisse des documentaires et magazines ainsi que des divertissements, musique et spectacles**

Entre 20h30 et 22h30, les offres de fiction audiovisuelle et cinématographique ont progressé par rapport à 2019 (respectivement +2,9 points soit 22 heures et +2,8 points soit 21 heures ou 8 diffusions supplémentaires) et ont représenté ensemble 47,2 % de l'offre en soirée en 2020.

L'animation a également augmenté par rapport à l'année précédente de 3,5 points (soit 26 heures supplémentaires), le titre *Les Simpson* diffusé le vendredi soir tout au long de l'année représentant 85,3 % de cette offre.

Parmi les catégories de programmes ayant décliné entre 2019 et 2020, les documentaires et magazines ont diminué de 4,2 points (soit 30 heures). 88,6 % des magazines diffusés entre 20h30 et 22h30 étaient d'expression originale française, notamment avec les titres suivants : *Familles extraordinaires*, *Les vacances préférées des Français*, *Norbert commis d'office* ou encore les nouveaux titres *SOS animaux* et *La grande vadrouille de Norbert*.

En baisse par rapport à 2019 (-3,6 points, soit 26 heures), la catégorie des divertissements, musique et spectacles a connu une légère diversification des genres proposés avec la diffusion du jeu *Storage wars France* et de la pièce de théâtre *Le prénom*, en plus des autres divertissements proposés également en 2019. Les deux titres *Aquamen, les as des aquariums* et *Rénovation impossible* ont représenté ensemble 92,9 % des divertissements diffusés en 2020 entre 20h30 et 22h30.

Comme sur l'ensemble du temps de diffusion, la catégorie des autres programmes a également diminué en soirée : -1,5 point (soit 11 heures), principalement en raison de la baisse de 15 heures du volume des écrans publicitaires.

- **Sur Gulli, progression de l'offre d'animation, recul de la fiction audiovisuelle (hors animation) et stabilité des divertissements, musique et spectacles**

Contrairement à la structure des programmes sur l'ensemble du temps de diffusion, la fiction audiovisuelle (hors animation) a été le genre de programmes le plus diffusé sur cette tranche horaire, malgré sa diminution de 8,1 points (soit -60 heures) par rapport à l'année 2019. A noter, la fiction audiovisuelle d'expression originale française *En famille* a représenté 86 % de la fiction audiovisuelle d'expression originale française et 26 % de l'offre totale de fiction audiovisuelle en soirée.

L'animation n'est arrivée qu'en deuxième place, tout en progressant de 4,5 points (soit 34 heures). Cette hausse a profité aux œuvres d'expression originale française (+22 heures, soit 7,7 points), les trois titres les plus diffusés *Les aventures de Tintin*, *Moka* et *Oggy et les cafards* ont représenté 68 % de l'animation d'expression originale française (ou 24 % de l'offre totale d'animation sur cette tranche horaire).

L'offre de cinéma, qui avait fortement augmenté entre 2018 et 2019, a très légèrement décliné en volume horaire en 2020 (0,5 point, soit -3 heures)⁴. Les documentaires-magazines ont, quant à eux, progressé de 2,7 points (soit 20 heures), principalement en raison de la croissance de l'offre documentaire extra-européenne avec le documentaire animalier *Too cute, trop mignon* (79 % de l'offre).

Dominée par les jeux à hauteur de 70 %, la catégorie des divertissements, musique et spectacles est demeurée stable à 2,7 % du temps total de diffusion de cette tranche horaire. Enfin, contrairement à l'ensemble du temps de diffusion, la catégorie des autres programmes a légèrement augmenté de 1,4 point (soit 10 heures), malgré la baisse de 6 heures des écrans publicitaires.

⁴ Cette décroissance en volume horaire des œuvres cinématographiques ne reflète pas l'augmentation des diffusions constatée aux heures de grande écoute cinématographique en 2020 dans le cadre du calcul des quotas de diffusion des œuvres cinématographiques. En effet, le nombre de diffusions de films de long métrage débutant entre 22 heures et 22h30 et comptabilisées comme un titre pour le calcul des quotas de diffusion d'œuvres cinématographiques a triplé entre 2019 et 2020. En revanche, seul le volume horaire compris dans cette tranche horaire est pris en compte dans l'étude de la structure de Gulli et non la durée totale du film, ce qui limite ainsi le volume horaire total de films diffusés entre 20h30 et 22h30.

Analyse du format de M6, W9, 6ter et Gulli dans le cadre du respect de leurs engagements spécifiques



Article 3-1-1 de la convention de M6 :

« I- L'éditeur propose une programmation généraliste à destination de l'ensemble du public. Il offre des magazines et des fictions qui fédèrent parents et enfants. Il diversifie son offre de programmes aux heures de forte audience ».

Il développe une politique de programmation de magazines et de documentaires favorisant la compréhension du monde contemporain, en abordant des domaines diversifiés tels que par exemple, l'emploi, l'intégration, l'économie, la science, l'écologie, la consommation ».

Il développe sa collaboration avec les jeunes talents de la création audiovisuelle.

II- L'éditeur consacre au moins 20 % de sa programmation annuelle à des émissions musicales. Une part majoritaire de la musique diffusée au cours de ces émissions est d'expression française.

Il s'engage à conduire une politique favorable à la diversité des producteurs musicaux. Il développe la présence d'émissions musicales et d'émissions de divertissement à composante musicale aux heures de forte audience. Il propose une programmation ouverte aux différents genres musicaux. Il promeut les nouveaux talents de la chanson française ».

III- L'éditeur préachète et diffuse annuellement au moins 100 vidéomusiques consacrées à des artistes francophones.

Sous réserve que la production nationale le permette, la société s'engage à ce que, au sein du volume total annuel de vidéomusiques d'artistes francophones qu'elle a préachetées et diffusées, 70 vidéomusiques soient consacrées à des nouveaux talents.

IV- Chaque année, au moins douze premières parties de soirée sont réservées, sur M6 ou W9, à des émissions musicales d'une durée minimale de 90 minutes et dont la diffusion débute entre 20h30 et 21h30.

Sur ces douze premières parties de soirée, quatre au moins sont diffusées sur M6. Toutefois, elles ne relèvent pas alors des genres suivants :

- Documentaire musical ;*
- Fiction audiovisuelle musicale non européenne ;*
- Concours de talents musicaux.*

V- L'éditeur offre des émissions destinées aux enfants aux jours et heures où ce public est disponible.

Ces programmes favorisent l'épanouissement physique, mental et moral des enfants et leur apportent des références utiles dans la construction de leur approche du monde.

Les animateurs de ces programmes respectent le jeune public et n'exploitent pas son inexpérience et sa crédulité.

VI- L'éditeur réserve dans la diffusion des œuvres d'animation destinées aux enfants une part majoritaire aux œuvres européennes ou d'expression originale française. »

Article 3-2-1:

« Conformément à l'article 13 du décret n°2010-747 du 2 juillet 2010 modifié relatif à la contribution à la production des œuvres cinématographiques et audiovisuelles des services de télévision par voie hertzienne terrestre, l'éditeur diffuse annuellement au minimum 120 heures d'œuvres audiovisuelles européennes ou d'expression originale française qu'il n'a pas précédemment diffusées et dont la diffusion commence entre 20 heures et 21 heures 30. A ce titre, la durée cumulée des œuvres diffusées successivement est prise en compte pour une durée maximale de 180 minutes par soirée lorsque la diffusion de la première œuvre commence entre 20h00 et 21h30. Ce volume annuel de diffusion peut comporter jusqu'à 25 % d'œuvres en rediffusion. »

- **Obligation relative à la programmation généraliste de la chaîne**

Conformément à son obligation conventionnelle, M6 a proposé une programmation généraliste en 2020. Deux catégories de programmes ont dominé la programmation, les divertissements, musique et spectacles et la fiction audiovisuelle (hors animation), représentant ensemble 57 % du temps total de diffusion.

Au sein de la première catégorie, les vidéomusiques ont constitué le genre principal de programmes proposés, représentant ainsi 18 % de l'offre globale. En hausse, l'offre de jeux a été constituée à hauteur de 43 % par *Les reines du shopping* et à hauteur de 30 % par les jeux ayant pour thématique l'immobilier - *Chasseurs d'appart* et *Chasseurs d'appart, qui peut battre Stéphane Plaza* ? ces titres étant principalement proposés en avant-soirée du lundi au vendredi.

Outre les divertissements les plus diffusés en 2020 (*Incroyables transformations, aucun look ne leur résiste; Absolument stars* et *La robe de ma vie*), la catégorie des autres divertissements s'est étoffée par la mise à l'antenne de nouveaux titres au cours de l'année, tels que *Le morning night* ou *Lego master* diffusés en première partie de soirée mais également l'émission *Tous en cuisine avec Cyril Lignac* proposée en direct du lundi au vendredi en avant-soirée et lancée pendant le confinement du mois de mars 2020.

Sur l'ensemble du temps de diffusion, dans un contexte de baisse globale de l'offre de fiction audiovisuelle -hors animation (-302 heures) toutes origines confondues⁵, les parts représentées par la fiction audiovisuelle d'origine européenne et d'expression originale française progressent (soit respectivement + 2,3 points et +3 points).

Les fictions non européennes ont conservé leur place prépondérante au sein de l'offre globale de fiction audiovisuelle (à hauteur de 74,4 %, soit une diminution de 2,3 points pour un volume total de diffusion de 1 309 heures,) avec des titres récurrents tels que *Desperate housewives, Bull, Hawaï 5-0* ou *NCIS Enquêtes spéciales*. Des séries inédites provenant des Etats-Unis ont également été diffusées en 2020, à l'instar de *Why women kill*⁶, *This is us* (saison 4) ou encore *Reef break*.

⁵ Soit -271 heures pour la fiction extra-européenne, -31 heures pour la fiction d'origine européenne et -4 heures pour la fiction d'expression originale française.

⁶ Cette série a représenté la deuxième meilleure audience de la chaîne pour l'année 2020.

Avec 314 heures de diffusion, la fiction courte humoristique *Scènes de ménage*, diffusée quotidiennement le midi et en début de soirée, a représenté 82 % de l'offre de fiction audiovisuelle d'expression originale française et 17,9 % de l'offre totale de fiction audiovisuelle.

Des fictions audiovisuelles d'expression originale française inédites et événementielles ont également été proposées en première partie de soirée (pour un volume de diffusion de 13 heures), telles que *Un homme ordinaire* (librement inspirée de l'affaire Xavier Dupont de Ligonès), *Les copains d'abord* (série de six épisodes relatant les aventures de plusieurs familles) ou encore le téléfilm *Apprendre à t'aimer* programmé dans le cadre d'une soirée consacrée à l'autisme et à la trisomie et suivi par un débat en plateau ainsi que la diffusion de deux documentaires sur cette même thématique.

Dans le contexte d'une actualité marquée par la crise sanitaire, l'information a accru sa place dans la grille de la chaîne en 2020, la durée moyenne des sessions d'information *12 45* et *19 45* a ainsi progressé de presque trois minutes (pour atteindre plus de 27 minutes pour certaines éditions).

Ça peut vous arriver, émission programmée sur RTL depuis 21 ans, a été proposée partiellement en simultané sur l'antenne de M6 à partir du mois de novembre 2020 au cours de la matinée. Présenté par Julien Courbet, ce magazine a été adapté pour une diffusion télévisée et, dans sa deuxième partie, a été exclusivement proposée sur l'antenne de M6.

Avec l'assouplissement de la grille horaire de diffusion de cinéma sur les services de télévision au début du second semestre 2020, M6 a proposé des soirées cinéma le samedi soir (11 premières parties de soirée diffusées de films préfinancés par la chaîne) et le mercredi soir.

Dans le contexte sanitaire spécifique ayant imposé l'arrêt des compétitions sportives une partie de l'année, la chaîne a tout de même diffusé plusieurs rencontres de football, des matchs de La ligue des nations et a retransmis des courses hippiques renommées.

En 2020, les 5 meilleures audiences de la chaîne ont été réalisées avec des programmes variés : du sport, des fictions audiovisuelles et cinématographiques ainsi que des magazines.

La programmation de M6 a également été diversifiée aux heures de fortes audiences, tous les genres de programmes y étant représentés.

- ***Obligation relative à l'offre de documentaires et de magazines favorisant la compréhension du monde contemporain***

En 2020, la programmation de documentaires et de magazines favorisant la compréhension du monde contemporain a été assurée par la diffusion des magazines emblématiques et récurrents de la chaîne : *Capital*, *Zone interdite*, *66 minutes*, *Enquête exclusive*, *E=M6*...

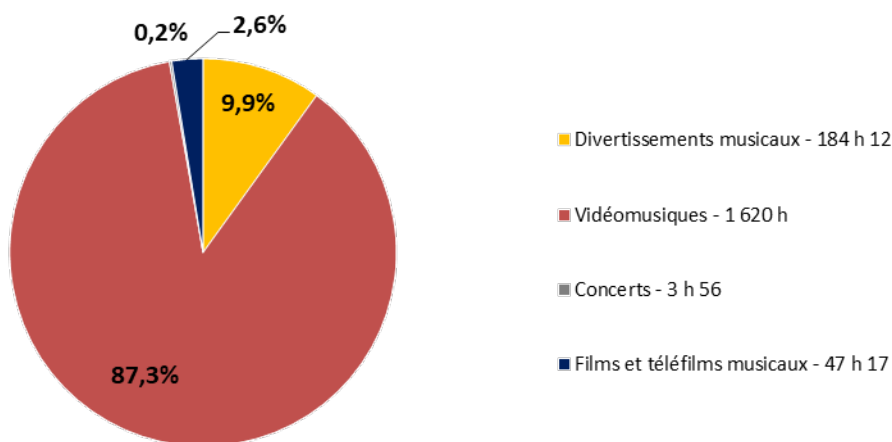
Des documentaires unitaires ont complété cette offre, tels que *Dossier tabou -Violences contre les représentants de l'Etat aux racines de la haine*; *De l'autre côté du périph*, *Saint-Denis la ville aux deux visages*; *Trisomiques et alors*; *Légion étrangère, un mois au cœur de l'enfer vert*; *Les Français au lit*...

- **Obligation relative à la programmation d'émissions musicales**

En 2020, M6 a proposé 1855 heures⁷ d'émissions musicales et de divertissements à composante musicale, soit 21,1 % de son temps total de diffusion, respectant ainsi son obligation conventionnelle fixée à 20 %.

La part de la musique française a représenté, au sein des vidéomusiques, 75,5 % de ces programmes, conformément à l'obligation de la chaîne de consacrer une part majoritaire des émissions musicales à l'expression française.

Répartition par genres des émissions musicales en 2020



Source : Arcom

Les vidéomusiques

Genre dominant de la programmation musicale de M6 avec plus de 1 620 heures diffusées, la part des vidéomusiques est en léger retrait de 1,3 point en 2020 par rapport à l'année précédente (volume horaire identique).

Selon les déclarations de la chaîne, M6 a diffusé 29 527 vidéomusiques, issues de 984 artistes différents. La diversité musicale s'est ainsi accrue concernant le nombre d'artistes différents exposés par rapport à l'année précédente (310 artistes différents supplémentaires). 1 937 titres différents ont été diffusés.

Parmi les 20 vidéomusiques les plus diffusées sur M6 en 2020, 17 d'entre elles étaient francophones (soit un taux de 85 %) et notamment interprétées par des artistes féminines, Clara Luciani, Camélia Jordana et Angèle se classant aux cinq premiers rangs du top 20 de la chaîne⁸.

Par ailleurs, M6 déclare avoir préacheté 100 vidéomusiques d'artistes francophones, dont 75 concernent des nouveaux talents, conformément à son obligation conventionnelle. Parmi les nouveaux talents mis en avant par la chaîne, peuvent être cités Zoufris Maracas, Mister Mat, Julia, Blankass, Clarika, Lestin, Pomme ou encore Bonnie banane...

⁷ Soit 14 heures supplémentaires par rapport à 2019.

⁸ Classement issu du top 20 des vidéomusiques les plus diffusées par chaîne, donnée extraite du rapport de l'Observatoire de l'économie de la musique intitulé « Indicateurs de la diversité musicale dans le paysage audiovisuel » pour l'année 2020.

Concernant la diversité des producteurs musicaux, M6 déclare avoir diffusé des vidéomusiques produites par des labels variés : indépendants (Believe/All points, W Lab, Because, Pias, Panenka, Jo and Co...) ou majors (Universal Music, Warner Music et Sony).

77,9 % des vidéomusiques ont été diffusés entre minuit et 6 heures, les 22,1 % restants étant proposés entre 6 heures et 10h30.

Les divertissements musicaux

Représentant 184 heures (en légère diminution de 5 heures, soit -0,3 point), les divertissements musicaux ont été principalement composés par le divertissement à composante musicale *Absolument stars*, diffusé tous les samedis de 7 heures à 10 heures proposant des informations musicales, des reportages sur les artistes du moment et des vidéomusiques (soit 72 % des divertissements musicaux diffusés).

M6 a proposé en 2020 un nouveau divertissement *Les incroyables talents de la musique* composé d'extraits de prestations musicales effectuées au sein de l'émission *La France a un incroyable talent* et a également diffusé tout au long de l'année le programme court récurrent *Plus vite que la musique* consacré aux nouveaux talents de la scène française.

Aucune émission de variétés n'a été programmée en 2020 sur l'antenne de M6 en raison du contexte sanitaire restreignant les conditions de tournage.

La fiction musicale

Sept films musicaux différents ont été proposés dont deux films inédits en télévision gratuite *Le retour de Mary Poppins* et *Coco*. Cette offre a été complétée par la série musicale *Totally Franck*.

Les spectacles vivants musicaux

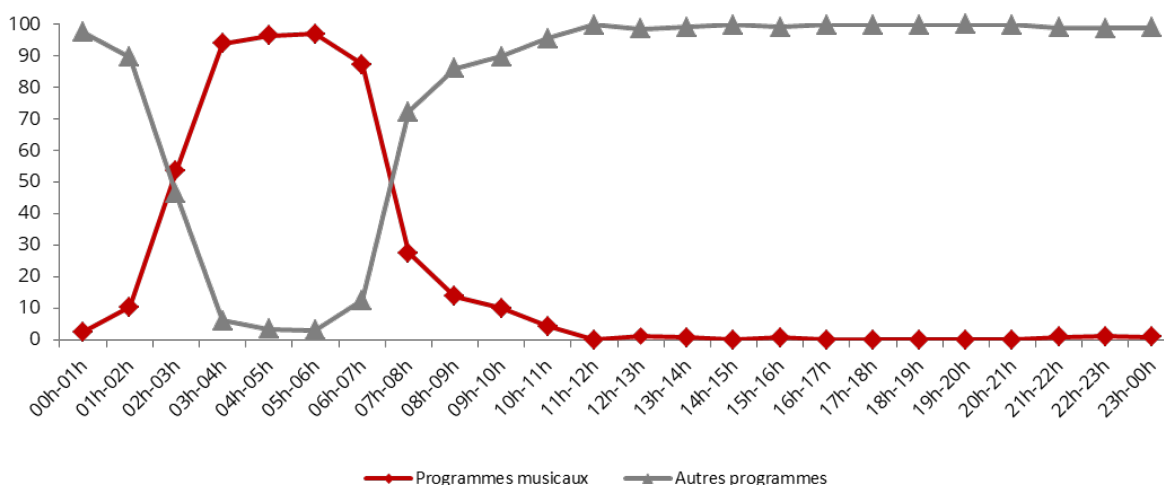
La crise sanitaire ayant interrompu l'activité de spectacles vivants, deux concerts enregistrés précédemment ont été diffusés en 2020, dont le concert de Mylène Farmer capté au Stade de France en 2019 et le concert pour la tolérance également capté en 2019.

En complément de cette offre de programmes musicaux comptabilisés dans l'obligation conventionnelle de la chaîne, M6 a également mis en valeur la musique au sein de ses sessions d'information diffusées aux heures de forte audience en lui consacrant 372 sujets dans les journaux d'information ainsi que deux reportages dans le magazine *66 minutes* (portraits d'artistes, *interviews*, sujets sur les mouvements musicaux...).

- ***Obligation relative à la présence d'émissions musicales aux heures de forte audience***

L'article 3-1-1 de la convention de M6 précise que l'éditeur développe la présence d'émissions musicales aux heures de forte audience.

Part des émissions musicales par tranche horaire sur M6 en 2020



Source : Arcom

L'offre musicale de M6 est diffusée essentiellement entre 2 heures et 7 heures du matin avec des tranches de vidéomusiques, ainsi qu'au cours de la matinée le samedi avec la programmation d'*Absolument stars* et le programme court *Plus vite que la musique* lié à l'actualité musicale et diffusé quotidiennement en journée. A partir de 11 heures et tout au long de la journée, les programmes musicaux ont représenté moins de 1,5 % du temps total de diffusion en 2020.

Évolution de la part des émissions musicales par tranche horaire (2015-2020)

	2015	2016	2017	2018	2019	2019	2020
24h/24	21,5 %	21,8 %	21,1 %	20,7 %	20,9 %	20,9 %	21 %
16h/24h	0,6 %	0,8 %	1,3 %	1,1 %	0,6 %	0,6 %	0,4 %
20h30/22h30	0,5 %	0,7 %	2,1 %	1,7 %	0,9 %	0,9 %	0,8 %
Heures de grande écoute (18h/23h - 14h/23h le mercredi)	0,5 %	0,7 %	1,1 %	0,9 %	0,5 %	0,5 %	0,4 %

Source : Arcom

En 2020, la part des émissions musicales sur M6 a légèrement progressé sur l'ensemble du temps de diffusion et a légèrement décliné sur les autres tranches horaires étudiées par rapport à l'année 2019.

Concernant la tranche horaire 20h30-22h30, l'offre de musique a augmenté de 0,3 point par rapport à l'année 2015 (soit 2 heures supplémentaires).

- ***Obligation relative à la diffusion d'émissions musicales en première partie de soirée***

Le groupe M6 doit proposer, sur M6 ou sur W9, au moins douze premières parties de soirées musicales chaque année. En 2020, sur M6, cinq premières parties de soirée ont été consacrées à la musique - quatre films et un concert - conformément à son obligation conventionnelle de proposer au moins quatre premières parties de soirée musicales sur son antenne ne relevant pas d'un genre exclu conventionnellement (documentaire musical, fiction audiovisuelle non européenne et concours de talents musicaux). Les sept autres premières parties de soirée consacrées à la musique ont été diffusées sur W9.

- ***Obligation relative à la promotion des nouveaux talents et la diversité des genres musicaux***

La promotion des nouveaux talents a été réalisée par le biais du programme court multidiffusé *Plus vite que la musique*, diffusé quotidiennement à des horaires variés afin de mettre en valeur les nouveaux talents de la chanson française, issus pour partie de labels indépendants. En 2020, les artistes suivants ont notamment été exposés au sein de cette émission : Billie Eilish, Thérapie taxi, Eva Queen ou encore Pomme.

La diversité des genres musicaux y a également été représentée : pop-rock (Angèle, Thérapie Taxi), musique urbaine (Lomepal, Roméo Hatik), chanson française (Les frangines, Trois cafés gourmands, Vidéo club), soul (47 ter, Eva Queen) ou encore musique électronique (Major Lazor).

- ***Obligation relative aux émissions destinées aux enfants***

En 2020, M6 a programmé 398 heures d'animation entre 6 heures et 22 heures, dont 373 heures d'œuvres d'animation d'origine européenne ou d'expression originale française, soit 93,7 % de l'offre. La chaîne a ainsi largement respecté son obligation conventionnelle d'y consacrer une part majoritaire.

La case *M6 kid*, programmée du lundi au vendredi de 7 heures à 8 heures 45 environ, hors vacances scolaires estivales, a notamment été constituée de séries d'animation telles que *Martine*, *Les sisters*, ou encore *Alvinn et les chipmunks* (ces trois titres représentant ensemble 67 % de l'offre d'animation de M6).

La chaîne a également poursuivi la programmation d'une offre variée de programmes à destination du jeune public, constituée du magazine *Kid et toi* et de fictions cinématographiques : *Le petit Nicolas*, *Cars 3*, *Astérix le domaine des dieux*, *Belle et Sébastien...*

- ***Obligation relative à la diffusion de 120 heures d'œuvres audiovisuelles inédites européennes ou d'expression originale française***

En 2020, M6 a diffusé 283 heures 49 minutes d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française qui n'ont pas été précédemment diffusées et dont la diffusion a commencé entre 20 heures et 21 heures 30. La chaîne a ainsi largement respecté son obligation fixée à 120 heures minimum.

Le respect de cette obligation a été assuré par la programmation de 65,5 % de documentaires et de magazines, 21,5 % de fictions audiovisuelles, 11,7 % de divertissements et 1,3 % de spectacles vivants.

Article 3-1-1 de la convention de W9 :

« L'éditeur propose une programmation musicale destinée au grand public et plus particulièrement aux jeunes adultes.

La musique constitue le genre premier de la programmation ; elle représente un volume minimal annuel de 3 300 heures.

L'éditeur propose une programmation ouverte aux différents genres musicaux et assure la diffusion d'un minimum de 52 programmes de spectacles vivants par an.

Il développe la présence d'émissions musicales diversifiées sur son antenne. Il développe la présence de la musique aux heures de forte audience en veillant notamment à programmer une émission musicale régulière consacrée aux nouveaux talents.

Il promeut la chanson d'expression française et ses nouveaux talents. Il consacre au moins 20 % de sa programmation de vidéomusiques à de nouveaux talents de la chanson d'expression française selon la définition figurant à l'annexe 2 de la présente convention.

Chaque année, au moins douze premières parties de soirée sont réservées, sur M6 ou sur W9, à des émissions musicales d'une durée minimale de 90 minutes dont la diffusion débute entre 20h30 et 21h30.

En sus de l'engagement figurant à l'alinéa précédent, l'éditeur propose chaque année sur W9 au moins douze émissions musicales supplémentaires d'une durée minimale de 90 minutes et dont la diffusion débute entre 20h30 et 21h30. Au sein de ces douze émissions, quatre au moins sont inédites sur les services de télévision autorisés ou conventionnés par le Conseil et portent une attention particulière aux nouvelles scènes musicales. Ces quatre émissions ne relèvent pas en outre des genres suivants :

- Documentaire musical ;
- Fiction audiovisuelle musicale non européenne ;
- Concours de talents musicaux. »

Extrait de l'article 3-1-2 :

« (...) II - Programmes diffusés entre 16 heures et minuit

L'intégralité du temps de diffusion, entre 16 heures et minuit, est consacrée à des programmes en haute définition réelle. Toutefois, l'éditeur peut, dans la limite de six heures en moyenne hebdomadaire, diffuser des programmes en diffusion standard dès lors qu'il s'agit d'œuvres de patrimoine [...], de rediffusions [...], d'archives [...].

III - Programmes diffusés entre minuit et 16 heures

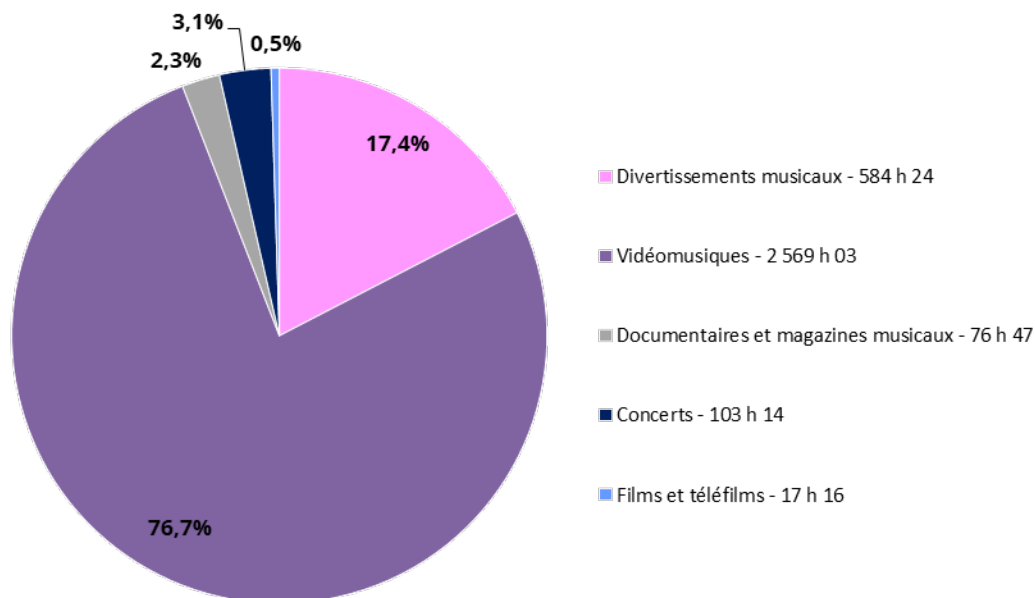
L'éditeur diffuse, en moyenne hebdomadaire, au moins 90 heures de programmes en haute définition réelle (...). »

• **Obligation relative à la programmation musicale**

En 2020, W9 a proposé 3 350 heures 44 minutes de programmes musicaux, respectant ainsi son obligation conventionnelle fixée à 3 300 heures, malgré la crise sanitaire et l'interruption des activités de spectacles vivants à partir du mois de mars 2020.

Conformément à son engagement conventionnel, la musique constitue le genre premier de la programmation de W9 en 2020.

Répartition par genres des émissions musicales en 2020



Source : Arcom

Les vidéomusiques

Les vidéomusiques ont représenté 76,7 % des programmes musicaux diffusés par W9 en 2020, en diminution de 2,1 points (soit -70 heures) par rapport à 2019. Ces programmes ont été presque intégralement diffusés entre minuit et 13 heures (à hauteur de 99,6 %).

Parmi les 20 vidéomusiques les plus diffusées sur W9 en 2020, toutes étaient francophones et notamment interprétées par des artistes féminines, Clara Luciani, Camélia Jordana et Angèle se classant aux trois premiers rangs du Top 20 de la chaîne⁹.

Les divertissements musicaux

Représentant 17,4 % des programmes musicaux en 2020 (soit 584 heures), les divertissements ont progressé de 1,6 point par rapport à l'année 2019 (soit 52 heures). L'offre a été partiellement renouvelée. Ainsi, pendant le confinement du printemps 2020, W9 a diffusé en simultané du lundi au vendredi la matinale de Fun radio intitulée *Bruno dans la radio*, émission considérée comme musicale par le Conseil pour un tiers de son volume horaire.

Depuis le 28 septembre 2020, W9 diffuse l'émission matinale *Le double expresso RTL2-W9*, de 7 heures à 9 heures du lundi au vendredi, qui est composée de vidéomusiques, de chroniques et de courts flashes d'information.

⁹ Classement issu du top 20 des vidéomusiques les plus diffusées par chaîne, donnée extraite du rapport de l'Observatoire de l'économie de la musique intitulé « Indicateurs de la diversité musicale dans le paysage audiovisuel » pour l'année 2020.

Dans la nuit du 19 au 20 avril 2020, W9 a retransmis en direct le programme *One world together at home* organisé à l'initiative de l'artiste américaine Lady Gaga et diffusé au niveau mondial en soutien avec l'OMS dans le cadre de la lutte contre la pandémie¹⁰.

Les spectacles vivants musicaux

En 2020, W9 a proposé 96 diffusions de spectacles vivants, dont 62 spectacles différents : 54 musicaux, 5 humoristiques, 2 pièces de théâtre, 1 défilé de mode, respectant ainsi son obligation conventionnelle fixée à 52 spectacles vivants différents par an. 70 % des spectacles ont été diffusés entre minuit et 6 heures du matin, les 30 % restants ayant été programmés en première et deuxième parties de soirée.

Douze spectacles ont été programmés en première partie de soirée, dont sept spectacles musicaux à l'instar du concert *Mylène Farmer 2019* qui a réalisé un bon score d'audience lors de sa diffusion.

Les documentaires et magazines musicaux

En très légère augmentation de 0,1 point (soit 1 heure 27 minutes) par rapport à l'année précédente, cette catégorie a représenté 2,3 % des programmes musicaux de W9 en 2020. 11,6 % de l'offre de documentaires et magazines de la chaîne ont été consacrés à la thématique musicale (en progression de 2,1 points par rapport à 2019).

La fiction musicale

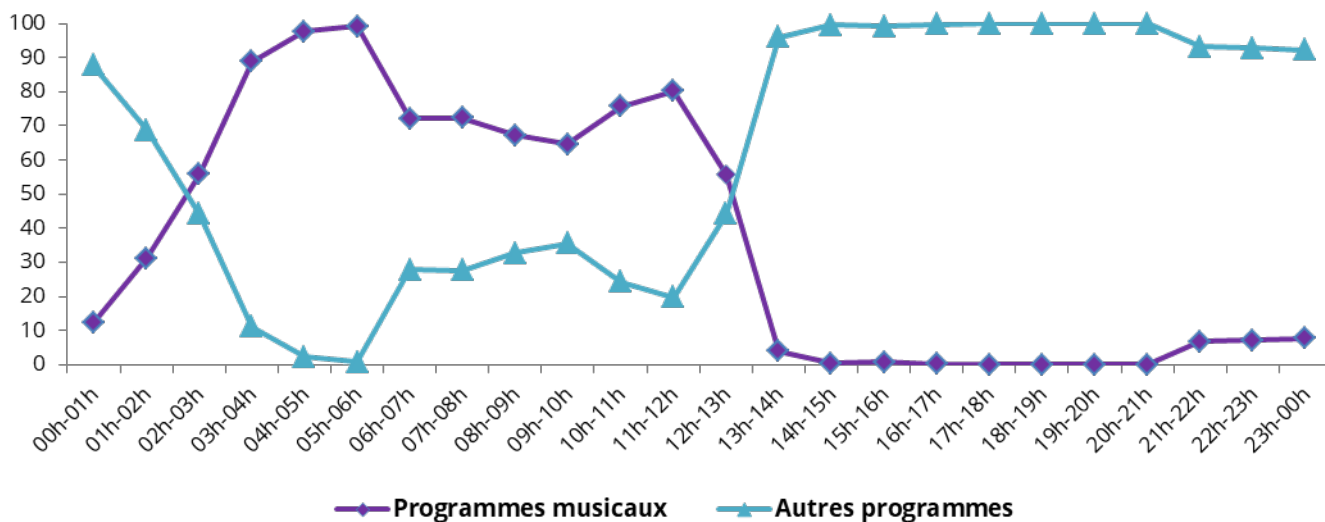
En baisse de 0,2 point (soit -4 heures), cinq films musicaux différents ont été proposés en 2020, dont deux en première partie de soirée.

- ***Obligation relative à la présence de la musique aux heures de forte audience***

L'article 3-1-1 de la convention de W9 précise que l'éditeur développe la musique aux heures de forte audience.

¹⁰ Cette émission a également été diffusée au même moment sur France 2 et Cstar.

Part des émissions musicales par tranche horaire sur W9 en 2020



Source : Arcom

La répartition de la musique en 2020 est globalement similaire à celle des années précédentes. Une légère diminution est tout de même notable entre 6 et 10 heures, en raison de la diffusion au cours du printemps 2020 de l'émission *Bruno dans la radio*, considérée comme étant partiellement musicale, en lieu et place des traditionnelles plages de vidéomusiques matinales.

Tandis que l'offre de musique était majoritaire par rapport aux autres catégories de programmes entre 2 heures et 13 heures, celle-ci a représenté moins de 1 % du temps total de diffusion de la chaîne entre 14 et 21 heures.

Évolution du volume des émissions musicales par tranche horaire (de 2015 à 2020)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
16h/24h	126 h	95 h	99 h	81 h	80 h	80 h
20h30/22h30	33 h	45 h	44 h	36 h	38 h	39 h
Heures de grande écoute (10h/12h30 - 17h/23h)	764 h	745 h	748 h	722 h	729 h	755 h

Source : Arcom

Entre 2019 et 2020, l'offre musicale a été stable aux heures de forte audience ainsi qu'entre 20h30 et 22h30. Aux heures de grande écoute, la musique a représenté 755 heures, en augmentation pour la troisième année consécutive (+ 33 heures par rapport à 2018).

- **Obligation relative à la diffusion d'émissions musicales en première partie de soirée**

Outre l'obligation de proposer douze émissions musicales en première partie de soirée en partie mutualisée avec M6, douze premières parties supplémentaires doivent être proposées exclusivement sur W9.

En 2020, 31 émissions musicales ont été proposées en première partie de soirée sur W9, dont 30 répondaient aux conditions définies conventionnellement¹¹, permettant ainsi à la chaîne de respecter largement cette obligation :

- quinze magazines et documentaires ;
- deux films de long métrage ;
- six émissions de variétés ;
- un divertissement ;
- sept spectacles musicaux.

5 d'entre elles étaient inédites (*Tout le monde chante, les stars relèvent le défi*; les concerts *Mylène Farmer 2019* et *My way tour de M Pokora*; *Les stars chantent pour la planète*; *Les 20 albums de diamant préférés des Français*).

Les jeunes artistes de la nouvelle scène musicale française ont été également représentés au sein de ces émissions.

Nombre de premières parties de soirée musicales diffusées sur W9 (de 2015 à 2020)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nombre de soirées musicales (diffusion débutant entre 20h30 et 21h30)	23	32	33	28	30	31
Nombre de soirées musicales répondant à l'obligation conventionnelle (diffusion débutant entre 20h30 et 21h30)	Sans objet	Sans objet	33	27	28	30

Source : Arcom

Le nombre de premières parties de soirée musicales retenu au titre du contrôle du respect de l'obligation conventionnelle de W9 est en hausse entre 2019 et 2020 (2 programmes supplémentaires). 45 % de ces émissions ont été diffusés en juillet et en août 2020, soit 14 d'entre elles.

¹¹ D'une durée minimale de 90 minutes, ces émissions doivent débuter entre 20h30 et 21h30, quatre d'entre elles devant être inédites, ne pas relever d'un genre interdit par la convention (documentaire musical, concours de talent musical, fiction extra-européenne musicale) et porter une attention particulière à la nouvelle scène musicale.

- ***Obligation relative à la promotion des nouveaux talents***

Conformément à sa convention, les vidéomusiques diffusées en 2020 par W9 ont été consacrées à hauteur de 33,2 % à de nouveaux talents de la chanson française (soit 755 heures), pour une obligation conventionnelle fixée à 20 % minimum.

Les vidéomusiques des jeunes artistes de la scène musicale hexagonale suivants ont notamment été programmées sur W9 en 2020 : Aloïse sauvage, Clara Luciani, Hoshi, Lomपाल, Roméo Elvis, Video club.

Les émissions récurrentes de W9 *Hit W9*, *Génération Top 50* et le programme court *Talent tout neuf* ont permis cette année encore d'assurer la promotion des nouveaux talents de la scène française, tout comme *L'hebdo de la musique* qui traite notamment des jeunes talents de la nouvelle scène musicale française.

Article 3-1-1 de la convention de 6ter :

« L'éditeur propose un service à destination de toutes les familles. Il favorise le lien entre les générations en proposant une programmation qui tient compte du rythme de la vie familiale. Cette offre de programmes comporte des émissions pouvant être partagées par les enfants, les parents et les grands-parents.

L'offre de programmes est diversifiée. Les magazines et les documentaires d'une part, la fiction audiovisuelle, d'autre part, représentent ensemble au moins 60 % du temps total de diffusion. Les parts respectives de ces deux genres de programmes sont équilibrées. La programmation comprend également du cinéma et des divertissements.

L'éditeur propose des émissions destinées aux enfants et aux adolescents à des heures adaptées à ce public.

Au sein de cette offre de programmes, il propose notamment des émissions traitant de la santé, de l'alimentation et de l'éducation. De nombreuses soirées sont consacrées à la découverte et à la compréhension du monde.

L'éditeur s'engage à diffuser annuellement, entre 6h30 et 22h00, au moins 100 heures de programmes consacrés à la découverte, ces derniers étant constitués de magazines, de jeux, de documentaires, de fictions, d'animation et de programmes courts. Certains de ces programmes sont proposés en première partie de soirée.

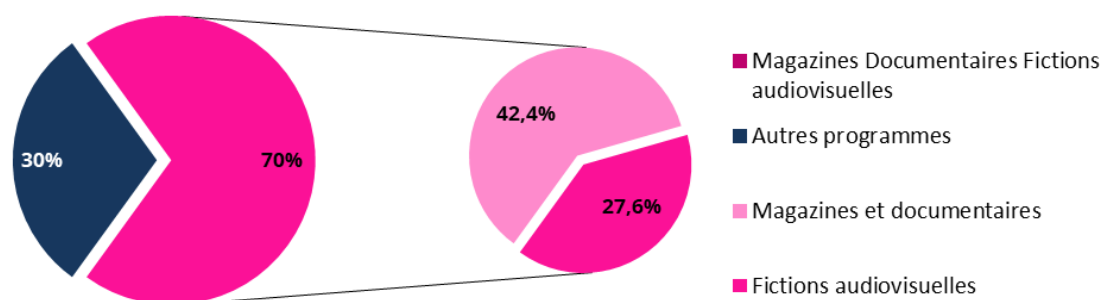
Chaque année, à partir de 2016, le service propose un volume minimal de 400 heures de programmes en première diffusion sur les chaînes gratuites de la télévision hertzienne terrestre. Cette obligation comprend la durée des rediffusions éventuelles de ces programmes, dans un délai de trente jours. Elle ne comprend pas les émissions de téléachat.»

- **Obligation relative à la diffusion de fiction audiovisuelle et de documentaires-magazines**

En consacrant 70 % de son temps total de diffusion en 2020 aux magazines-documentaires et à la fiction audiovisuelle (soit 6 151 heures), 6ter a largement respecté son obligation conventionnelle de proposer au moins 60 % de ce temps de diffusion à ces deux catégories de programmes.

Par ailleurs, l'article 3-1-1 de sa convention prévoit également une répartition équilibrée entre les deux catégories. En 2020, la chaîne a privilégié l'offre de documentaires-magazines qui a représenté 14,8 points de plus que la fiction audiovisuelle.

Répartition de la programmation des documentaires et magazines diffusés par 6ter en 2020

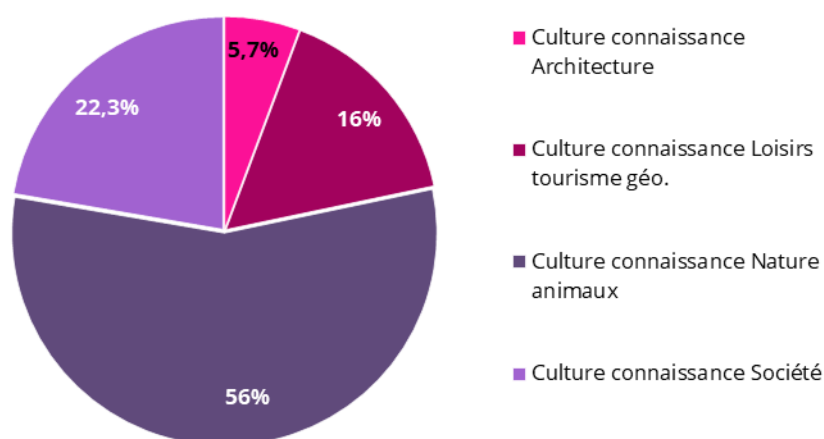


Source : Arcom

L'offre de magazines et de documentaires a progressé de 7,2 points (soit 640 heures supplémentaires) en raison de la forte augmentation du volume horaire représenté par les premiers (99 % de la hausse constatée).

Les magazines d'expression originale française ont dominé cette année encore l'offre globale de magazines (à hauteur de 80,3 %), principalement grâce à la diffusion des *Mamans* (1 079 heures diffusées en 2020) ainsi que des magazines culinaires de la chaîne (*Norbert et Jean le défi*, *Norbert commis d'office* et *La grande vadrouille de Norbert*) qui ont représenté ensemble 56,8 % des magazines diffusés. Les magazines familiaux ont complété cette offre (*Les vacances préférées des Français*, *Familles extraordinaires*, *Vive le camping* ou encore *Un trésor dans votre maison*).

Thèmes abordés dans les documentaires diffusés sur 6ter en 2020



Source : Arcom

Les documentaires, en très légère croissance, ont été principalement consacrés aux thématiques animalières (à hauteur de 56 %), suivi par les thématiques sociétales (22,3 %), géographiques (16 %) et enfin architecturales (5,7 %).

La programmation de 6ter en 2020 a également compris du cinéma et des divertissements.

- ***Obligation relative à l'offre d'émissions destinées aux enfants et aux adolescents***

L'article 3-1-1 de la convention de 6ter prévoit que la chaîne propose des émissions destinées aux enfants et aux adolescents à des heures adaptées à ce public, sans aucune quantification de celles-ci.

En 2020, 6ter a diffusé 80 heures d'animation audiovisuelle à destination des enfants et des adolescents, en diminution de 12 heures par rapport à 2019. Le titre *Les aventures de Tintin* a représenté 98 % de cette offre, complétée par *L'affaire Tournesol*.

6ter a également programmé des films d'animation à destination des plus jeunes (tels que *Rox et Rouky*, *Raiponce*, *Tintin et le lac aux requins*), des séries et des films destinés aux adolescents (*Charmed*, *Buffy contre les vampires*, *Le monde de Narnia*, *Pirates des caraïbes*, *Transformers...*).

- ***Obligation relative à la diffusion d'émissions traitant de la santé, de l'alimentation et de l'éducation***

Pour répondre à cette obligation conventionnelle, 6ter a diffusé en 2020 les magazines *Norbert commis d'office*, *La grande vadrouille de Norbert* mais également certains numéros de *C'est ma vie* (une rentrée pas comme les autres, élever un enfant différent, la meilleure école pour réussir) et de *Familles extraordinaires* (« ces mamans prêtes à tout pour le bonheur de leurs enfants », « mères courage, elles surmontent leur handicap pour le bonheur de leur famille »).

- ***Obligation relative aux programmes consacrés à la découverte***

La chaîne s'est très largement conformée à son obligation conventionnelle en consacrant 1564 heures 15 minutes à la diffusion de programmes consacrés à la découverte¹² sur son antenne entre 6h30 et 22 heures, pour une obligation conventionnelle fixée à 100 heures annuelles.

En forte augmentation de 552 heures par rapport à l'année 2019, cette offre a été principalement constituée de magazines (85 %) et de documentaires (14,8 %).

Certains de ces programmes ont été diffusés en première partie de soirée, comme le prévoit la convention de 6ter, à l'instar des documentaires animaliers *Véto and co* ou *Dr Cath*, des magazines culinaires *La grande vadrouille de Norbert* et de certains numéros de *Familles extraordinaires*.

- ***Obligation relative aux programmes inédits***

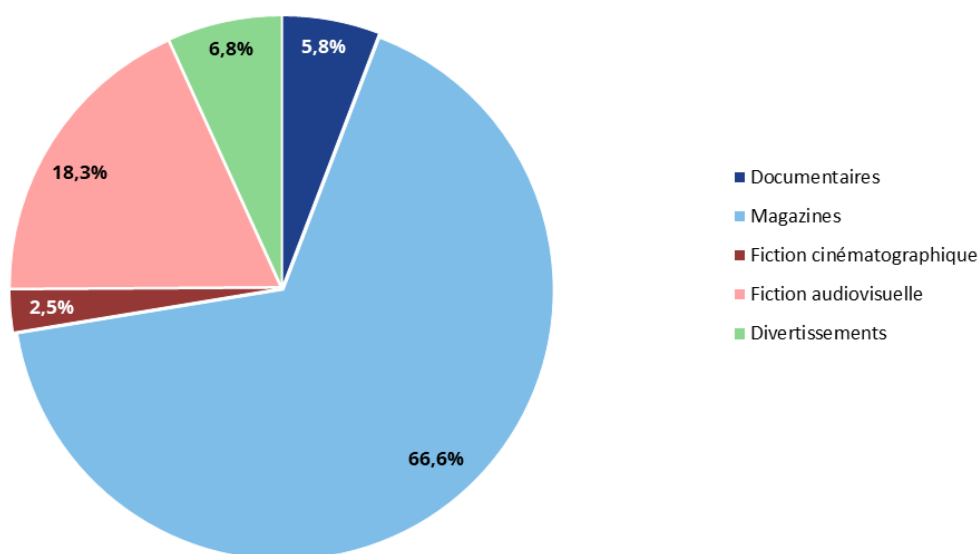
6ter a diffusé 679 heures de programmes inédits en 2020, respectant ainsi largement son obligation conventionnelle fixée à 400 heures annuelles. Les magazines inédits en ont

¹² L'article 3-1-1 de la convention de 6ter prévoit la liste des genres de programmes pouvant être considérés comme des programmes consacrés à la découverte : magazines, jeux, documentaires, fictions, animation et programmes courts.

représenté les deux tiers, avec des épisodes inédits des *Mamans*, *Familles extraordinaires* ou encore *Les vacances préférées des Français*. Deux nouveaux titres de magazines proposés en première partie de soirée ont également été lancés en 2020 : *SOS animaux* et *La grande vadrouille de Norbert*.

L'offre inédite de fiction audiovisuelle (hors animation) a représenté 18,3 % des programmes n'ayant jamais été diffusés sur les chaînes gratuites de la télévision hertzienne sur 6ter en 2020 et 82 % de cette offre est d'origine européenne (la série espagnole *Pour l'amour de Louisa* et la fiction d'expression originale française *Vie de mère*).

Répartition par genres des programmes inédits proposés par 6ter en 2020



Source : Déclaration de la chaîne



Article 3-1-1 de la convention de **Gulli** :

« La programmation est destinée aux enfants de 4 à 14 ans. Elle s'adresse également aux parents et aux éducateurs. Elle vise à favoriser le lien entre les générations.

L'éditeur propose des programmes diversifiés de divertissement et d'éveil, dans le respect de la sensibilité des enfants et tenant compte de leur rythme scolaire.

Compte-tenu du public auquel s'adresse le service, l'éditeur veille tout particulièrement dans ses programmes à diffuser les soirées du mardi, vendredi et samedi des programmes pouvant être partagés entre les parents et les enfants.

Au sein de cette programmation, des tranches horaires peuvent être consacrées aux très jeunes enfants (de 4 à 6 ans). Dans ce cas, l'éditeur veille à respecter le rythme et le développement des jeunes enfants ainsi que leur capacité de compréhension. En particulier, il ne les soumet pas à des sollicitations simultanées.

L'offre de programme est diversifiée en termes de contenu et de genres (dessins animés, documentaires, magazines, émissions de plateau).

En outre, l'éditeur s'engage :

- à programmer entre 6 heures et minuit un volume annuel d'au moins 1 930 heures d'œuvres d'animation, audiovisuelles ou cinématographiques, d'expression originale française, dont au moins 1 520 heures entre 6 heures et 19 heures.

- à réserver annuellement au moins 300 heures du temps d'antenne entre 6h30 et 23 heures aux programmes de découverte. Ces derniers sont constitués de magazines, de jeux, de documentaires, de programmes courts ou de dessins animés. Au sein de cette obligation, le volume des dessins animés ne peut dépasser 100 heures. Au titre des programmes de découverte, l'éditeur s'engage à diffuser des émissions de sensibilisation à l'environnement.

- à diffuser annuellement au moins 100 programmes destinés aux parents.

Extrait de l'article 3-1-2 :

II. Programmes diffusés entre 16 heures et minuit :

[...] L'intégralité du temps de diffusion, entre 16 heures et minuit, est consacrée à des programmes en haute définition réelle. Toutefois, l'éditeur peut, dans la limite de six heures en moyenne hebdomadaire, diffuser des programmes en diffusion standard dès lors qu'il s'agit d'œuvres de patrimoine [...], de rediffusions [...], d'archives [...].

III. Programmes diffusés entre minuit et 16 heures :

L'éditeur diffuse, en moyenne hebdomadaire, au moins 90 heures de programmes en haute définition réelle, tels qu'ils sont définis au I. »

- **Obligation relative à l'adéquation de la programmation avec le public de la chaîne**

Afin de répondre à son obligation conventionnelle prévoyant que sa programmation est destinée aux enfants de 4 à 14 ans, Gulli a consacré 75 % de son temps total de diffusion à l'animation à destination des enfants. Ainsi, en journée entre 6 et 18 heures, l'animation a représenté 83,4 % du temps de diffusion de la chaîne. Les cases de programmation permettant de cibler les enfants par tranche d'âge ont été maintenues : *Gullidoo* pour les plus petits le matin et en début d'après-midi, *Gulli good* en sortie d'école ou encore *Gulli toon* le weekend en fin de journée.

En avant-soirée et en soirée, la grille de programmes a été plus familiale : divertissements (*Tahiti Quest*, *La France a un incroyable talent la bataille du jury*, *In ze boîte*), fictions audiovisuelles et films de long métrage (*Sabrina l'apprentie sorcière*, *Les Croods*, *Le fils du mask*, *Mon père ce héros*, *La légende de Zorro*), documentaires (*A l'état sauvage*, *Nés en Chine*, *Grizzly*).

La chaîne a également adapté sa programmation pendant les vacances scolaires ainsi que pendant la période du confinement du printemps 2020.

- **Obligation relative à la diffusion de programmes destinés aux parents**

En 2020, Gulli a consacré 103 programmes destinés aux parents, respectant ainsi son obligation conventionnelle fixée à 100. A ce titre, le magazine éducatif *Parents un jeu d'enfant* a été diffusé, abordant des thèmes relatifs à l'éducation des enfants âgés de 6 à 12 ans. La chaîne a par ailleurs déclaré des programmes culturels ou divertissants pour les parents.

- **Obligation relative à la diversité de la programmation**

Conformément à sa convention, Gulli a proposé en 2020 des programmes diversifiés sur son antenne : fiction audiovisuelle et cinématographique, documentaires et magazines, divertissements, largement dominés par l'animation, notamment en journée.

- **Obligation relative à la diffusion d'œuvres d'animation d'expression originale française**

L'obligation de Gulli de diffuser des œuvres d'animation d'expression originale française, entendues comme les œuvres audiovisuelles et cinématographiques, a été largement respectée en 2020 sur les deux tranches horaires déterminées conventionnellement.

Sur la tranche horaire 6 heures-minuit

La chaîne a proposé 2 345 heures 37 minutes d'œuvres d'animation d'expression originale française pour une obligation fixée conventionnellement à 1 930 heures, soit 415 heures supplémentaires.

Les deux titres *Alvinn et les Chipmunks* et *Jamie a des tentacules* ont représenté ensemble plus de 40 % de cette offre d'animation d'expression originale française en 2020. 27 titres différents de dessins animés d'expression originale française ont ainsi été diffusés au sein de cette tranche horaire.

Sur la tranche horaire 6 heures-19 heures

1938 heures 20 minutes d'œuvres d'animation d'expression originale française ont été proposés sur cette seconde tranche horaire, pour une obligation conventionnelle fixée à 1529 heures, soit 409 heures supplémentaires. 23 titres différents de dessins animés d'expression originale française ont ainsi été diffusés en 2020 au sein de cette tranche horaire.

Par ailleurs, comme les années précédentes, Gulli, Canal J et Tiji, en partenariat avec AnimFrance, le CNC, la SACD et des écoles d'animation française, ont renouvelé l'opération *Les espoirs de l'animation*. Sur le thème *Et si j'avais un super pouvoir*, les élèves de quatre écoles d'animation ont réalisé des courts métrages d'une durée d'une minute adaptés à la ligne éditoriale de la chaîne choisie, dont les lauréats ont été diffusés sur les antennes des chaînes jeunesse du groupe M6.

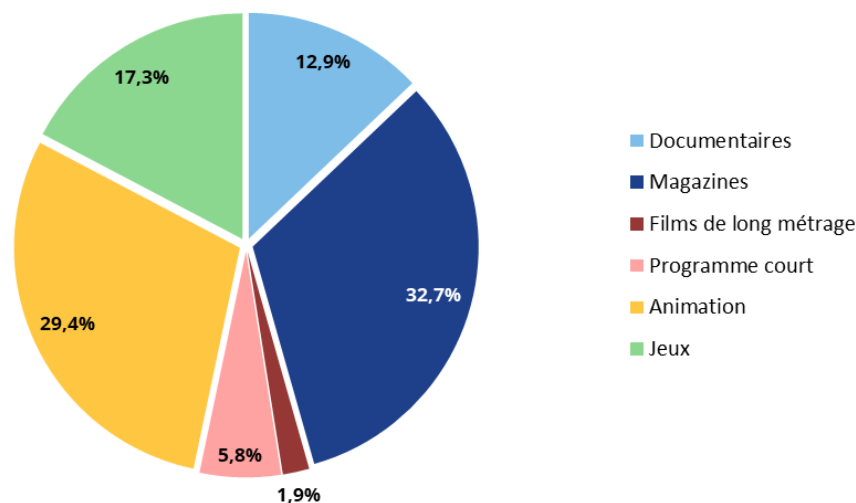
- **Obligation relative aux programmes de découverte**

En 2020, la diffusion de programmes de découverte, définis en genres dans la convention¹³, a représenté 341 heures 37 minutes entre 6h30 et 23 heures. La chaîne a ainsi largement respecté son obligation conventionnelle fixée à 300 heures annuelles.

De genres diversifiés, ces programmes ont été composés principalement de magazines (32,7 %), d'animation (29,4 %), de jeux (17,3 %) et de documentaires (12,9 %).

¹³ Les programmes de découverte proposés par Gulli peuvent relever des genres suivants : magazines, jeux documentaires, programmes courts et dessins animés (article 3-1-1 de la convention).

Répartition par genres des programmes de découverte diffusés sur Gulli en 2020



Source : Arcom

L'année 2020 confirme le développement de synergies au sein du groupe M6, notamment parmi les programmes déclarés au titre de cette obligation par Gulli depuis son intégration au sein de ce dernier. Ainsi, les programmes comme *La plus belle ville du monde*, *Le premier homme* (documentaires déjà programmés par Gulli en 2019), *A l'état sauvage* ont été précédemment diffusés sur l'antenne de M6 ainsi que la série documentaire *Too cute, trop mignon* proposée également sur l'antenne de 6ter. En outre, le magazine *E=M6 family*, dérivé de l'émission *E=M6* à destination des familles, est diffusé sur Gulli depuis le mois de novembre 2019 le dimanche soir.





















La convention précisant que l'animation ne peut dépasser 100 heures au sein des programmes de découverte, Gulli a déclaré en avoir diffusé 99 heures 59 minutes en 2020. Les dessins animés de la collection *Il était une fois...*¹⁴ ont représenté 72 % de l'animation dite de découverte.

Gulli a également proposé des programmes de sensibilisation à l'environnement parmi ces programmes tels que les films documentaires *Grizzly* et *Nés en Chine* ainsi que des numéros du magazine *Wazup* (semaine spéciale consacrée à l'écologie proposée en janvier et reportage sur l'exposition *Océan en voie d'illumination*).

¹⁴ *Il était une fois l'homme, Il était une fois les découvreurs, Il était une fois notre terre.*

Récapitulatif des engagements spécifiques et quantifiés des chaînes gratuites éditées par le groupe M6





OBLIGATIONS SPÉCIFIQUES					
Musique					
	20 % au minimum du temps de diffusion	21,1 %			
	50 % des émissions musicales consacrées à la musique EOF	75,5 % des vidéomusiques			
	Emissions musicales diffusées en première partie de soirée : au moins 12 mutualisées avec W9, dont 4 sur M6 ne relevant pas des genres exclus par la convention	12 dont 7 sur W9			
	Préachat de 100 vidéomusiques d'artistes francophones, dont 75 consacrées à des nouveaux talents	100 dont 75			
	3 300 heures de programmes musicaux		3 350 h 44		
	20 % au moins des vidéomusiques de nouveaux talents de la chanson française		33,2 %		
	Emission régulière consacrée aux nouveaux talents		Oui		
	Emissions musicales diffusées en première partie de soirée : au moins 12 mutualisées avec M6		12 dont 5 sur M6		
	Emissions musicales diffusées en première partie de soirée : au moins 12, dont 4 inédites ne relevant pas des genres exclus par la convention		23 dont 5 inédites		
Jeunesse					
 	50 % d'œuvres d'animation européennes ou EOF	93,7 %			
	Emissions destinées aux enfants et aux adolescents à des horaires adaptés			Oui	
	Diffusion de 1 930 heures d'œuvres d'animation d'expression originale française entre 6 heures et minuit				2 345 h 37
	Diffusion de 1 520 heures d'œuvres d'animation d'expression originale française entre 6 heures et 19 heures				1 938 h 20
Programmes consacrés à la découverte					
	Au moins 100 heures diffusées entre 6h30 et 22h			1 564 h 15	
	Premières parties de soirées consacrées à la découverte			17	
	Diffusion de 300 heures de programmes de découverte entre 6h30 et 23 heures				341 h 37
	dont un volume consacré aux dessins animés inférieur à 100 heures				99 h 59
Programmation					
	60 % au minimum de magazines, documentaires et fiction audiovisuelle			70 %	
	Diffusion de 100 programmes à destination des parents				103
Spectacles vivants					
	52 spectacles vivants différents au minimum		62 (54 musicaux, 5 humoristiques, 2 pièces de théâtre, 1 défilé de mode)		
Haute définition					
	100 % de programmes en HD	100 %			

	100 % des programmes entre 16 heures et minuit		100 %		
	90 heures /semaine entre minuit et 16 heures		111 h		
	45 heures/semaine entre 16 heures et minuit			54 h 02	
	60 heures/semaine entre minuit et 16 heures			105 h 23	
	100 % des programmes entre 16 heures et minuit				100 %
	90 heures en moyenne hebdomadaire entre minuit et 16 heures				110 h 20
Programmes inédits					
	Programmation d'œuvres EOF/européennes inédites débutant entre 20h et 21h : minimum de 120 heures	283 h 49			
	400 heures			679 heures	
Accessibilité (sous-titrage et audiodescription)					
	Sous-titrage : 100 % des programmes sous titrés	6 600 heures soit 100 %			
	Sous-titrage : 100 % des programmes sous titrés		7 030 heures soit 10 0%		
	Sous-titrage : 60 % des programmes sous titrés			5 661 heures soit 75 %	
	Sous-titrage : rendre accessibles aux personnes sourdes ou malentendantes, en particulier aux heures de grandes écoute, 20% de ses programmes				4 433 heures soit 56 %
	Audiodescription : 100 programmes audiodécrits dont 55 inédits au moins	262 programmes dont 73 inédits			
	Audiodescription : 25 programmes audiodécrits inédits		92 programmes dont 28 inédits		
	Audiodescription : 12 programmes audiodécrits inédits			113 programmes dont 20 inédits	
	Audiodescription : 3 programmes audiodécrits inédits				20 programmes dont 15 inédits
Promotion d'une alimentation et d'une activité physique favorables à la santé					
	Entre 12 et 17 heures de programmes	106 heures 09 minutes			
	15 heures de programmes			81 heures 15 minutes	
	Entre 30 et 40 heures de programmes				306 heures 30 minutes
Respect des obligations relatives à la diffusion de messages publicitaires					
	12 minutes maximum pour une heure donnée	Oui			
					
	9 minutes maximum en moyenne horaire quotidienne	Oui			
					

Sources : M6-W9-6ter-Gulli-Arcom

Les services de télévision payants édités par le groupe M6

Récapitulatif des engagements spécifiques et quantifiés des chaînes payantes éditées par le groupe M6





Obligations spécifiques				
Plages en clair				
Volume de programmes en clair diffusé tous les jours <i>(au maximum trois heures par jour entre 17h30 et 21 heures)</i>	912 heures / an Soit 2 h 29 / jour			
Volume de programmes en clair diffusés le samedi et le dimanche <i>(au maximum trois heures par jour entre 9h30 et 13h30)</i>	271 heures / an Soit 2 h 36 / jour			
Proportion de programmes européens ou d'expression originale française au sein des plages en clair du samedi et dimanche <i>(au moins 50%)</i>	Programmes européens ou EOF : 98,9 %, soit 268 heures			
Plages en clair				
Volume horaire consacré à la diffusion de captation ou de récréation de spectacles vivants aux heures de grande écoute <i>(au moins 150 heures annuelles)</i>	217 heures			
Volume horaire consacré à la diffusion de vidéomusiques, de captations et de récréations de spectacles vivants <i>(au moins 50 % du temps total de diffusion)</i>		8 491 heures (96,7 %)	8 301 heures (94,5 %)	8 504 heures (96,8 %)
Volume horaire consacré à la diffusion de vidéomusiques <i>(au moins 40 % du temps total de diffusion)</i>		8 484 heures (96,6 %)	8 301 heures (94,5 %)	8 504 heures (96,8 %)

Sources : Déclarations des chaînes

Le respect des quotas de diffusion d'œuvres pour l'ensemble des chaînes du groupe

Quotas de diffusion d'œuvres des chaînes gratuites

Les quotas de diffusion d'œuvres des chaînes gratuites du groupe M61 -






DIFFUSION				
Œuvres audiovisuelles				
Ensemble de la diffusion	4 932 h 01	5 936 h 02	6 866 h 42	7 534 h 34
Europe (60 %)	3 400 h 07 68,9 %	4 038 h 47 68 %	4 229 h 17 61,6 %	5 092 h 01 67,6 %
EOF (40 %)	3 097 h 33 62,8 %	3 510 h 24 59,1 %	3 696 h 30 53,8 %	4 536 h 45 60,2 %
Heures de grande écoute*	740 h 21	1 603 h 11	2 026 h 38	1 731 h 25
Europe (60 %)	492 h 53 66,6 %	1 197 h 34 74,7 %	1 333 h 03 65,8 %	1 158 h 46 66,9 %
EOF (40 %)	459 h 08 62 %	1 122 h 25 70 %	1 246 h 30 61,5 %	936 h 41 54,1 %
Œuvres cinématographiques				
Ensemble de la diffusion Nombre de titres/Nombre de diffusions et rediffusions (Quantum maximal : 244)	107/148	131/222	129/240	84/195
Europe (60 %)	91 61,5 %	135 60,8 %	145 60,4 %	118 60,5 %
EOF (40 %)	68 45,9 %	93 41,9 %	98 40,8 %	88 45,1 %
Heures de grande écoute Nombre de diffusions et rediffusions (Quantum maximal : 196)	55/55	118/134	122/139	80/102
Europe (60 %)	34 61,8 %	81 60,4 %	84 60,4 %	62 60,7 %
EOF (40 %)	32 58,2 %	62 46,3 %	57 41 %	44 43,1 %

Source : Arcom

*Heures de grande écoute pour les quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles (HGE) :
M6 : tous les jours entre 18 heures et 23 heures et le mercredi entre 14 heures et 23 heures
W9 : tous les jours entre 10 heures et 12h30 et entre 17 heures et 23 heures
6ter : tous les jours entre 6h30 et 9 heures et entre 18 heures et 23 heures
Gulli : tous les jours entre 6h30 et 9 heures et entre 17 heures et 20 heures

Quotas de diffusion d'œuvres des chaînes payantes

Les quotas de diffusion d'œuvres des chaînes payantes éditées par le groupe M6






DIFFUSION					
Œuvres audiovisuelles					
Ensemble de la diffusion	6 314 h 28	8 491 h 43	6 922 h 57	8 504 h 06	8 028 h 44
Europe (60 %)**	4166 h 56 65,9 %	6 117 h 32 72 %	3 508 h 07 50,7 %	5 948 h 33 69,9 %	4 975 h 25 62 %
EOF (40 %)**	3 087 h 31 48,9 %	4 681 h 53 55,1 %	2 519 h 42 36,4 %	3 461 h 32 40,7 %	4 436 h 35 55,3 %
Heures de grande écoute*	950 h 29	-	-	-	-
Europe (60 %)	573 h 47 60,4 %	-	-	-	-
EOF (40 %)	398 h 44 42 %	-	-	-	-
Œuvres cinématographiques					
Ensemble de la diffusion Nombre de titres/Nombre de diffusions et rediffusions (Quantum maximal : 244)	136/244	-	46/90	-	-
Europe (60 %)	147 60,2 %	-	54 60 %	-	-
EOF (40 %)	117 48 %	-	37 41,1 %	-	-
Heures de grande écoute Nombre de diffusions et rediffusions (Quantum maximal : 196)	122/149	-	43/63	-	-
Europe (60 %)	90 60,4 %	-	41 65,1 %	-	-
EOF (40 %)	75 50,3 %	-	31 49,2 %	-	-
Art et essai Nombre de diffusions et rediffusions (Quantum maximal : 52***)	10/15	-	-	-	-
Europe (60 %)	9 60 %	-	-	-	-
EOF (40 %)	8 53,3 %	-	-	-	-

Sources : Déclarations des chaînes

* Heures de grande écoute de Paris Première : tous les jours de 20 heures à 24 heures et le samedi et dimanche de 13h30 à 15h30.

** Les quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles prévus à l'article 3-2-1 de la convention de Téva sont : 50 % d'œuvres européennes et 35 % d'œuvres EOF en échange d'investissements dans la production indépendante.

*** Quantum annuel au-delà du quantum des 244 diffusions/rediffusions : 52 diffusions/rediffusions.

DIFFUSION					
Œuvres audiovisuelles					
Ensemble de la diffusion	7 879 h 06	8 246 h 41	646 h 10	8 086 h	8 300 h 51
Europe (60 %)*	5 289 h 02 67,1 %	5 494 h 07 66,6 %	390 h 57 60,5 %	4 073 h 59 50,4 %	5 539 h 01 66,7 %
EOF (40 %)*	4 893 h 33 62,1 %	5 261 h 01 63,8 %	355 h 51 55,1 %	3 440 h 31 42,5 %	3 608 h 39 43,5 %
Œuvres cinématographiques					
Ensemble de la diffusion Nombre de titres/ nombre de diffusions et rediffusions (Quantum maximal : 52/104)	28/86	1	18/30	3/9	-
Europe (60 %) ¹⁶	53 61,6 %	1 100 %	24 80 %	9 100 %	-
EOF (40 %)	39 45,4 %	1 100 %	17 57 %	9 100 %	-
Heures de grande écoute Nombre de diffusions et rediffusions (Quantum maximal : 104)	7/40	-	5	-	-
Europe (60 %)	37 92,5 %	-	5 100 %	-	-
EOF (40 %)	37 92,5 %	-	5 100 %	-	-

Sources : Déclarations des chaînes

* Les quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles pour la chaîne MCM sont de 50 % d'œuvres européennes et de 35 % d'œuvres d'expression originale française en échange d'investissements dans la production indépendante.

¹⁵ La chaîne a émis du 21 novembre 2020 au 3 janvier 2021, ce qui explique le faible volume d'œuvres audiovisuelles déclaré. Il convient de rappeler que, conformément à l'alinéa 2 de l'article 3-2-1 de la convention de la chaîne, le respect des quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles est apprécié « sur l'ensemble d'une même période de diffusion du service ».

¹⁶ Les quotas de diffusion d'œuvres cinématographiques sont calculés sur le nombre total de diffusions et rediffusions pour l'ensemble de ces services.

Le respect des obligations générales des chaînes éditées par le groupe M6

Obligations relatives à la protection du jeune public

Composition des commissions de visionnage des chaînes du groupe M6

L'article 2 de la recommandation du 7 juin 2005 aux éditeurs de services de télévision concernant la signalétique jeunesse et la classification des programmes prévoit que « *l'éditeur a recours à une commission de visionnage qui lui recommande une classification des programmes. La composition de cette commission est portée à la connaissance du CSA* ».

Les membres de la commission de visionnage de la chaîne M6, pour l'année 2020, sont les suivants :

- le directeur général des programmes de M6 ;
- la directrice de la programmation de M6 ;
- le directeur des magazines et documentaires ;
- la responsable de la conformité des programmes ;
- la responsable pour M6 du comité de visionnage et protection de l'enfance.

Pour la chaîne 6ter, les membres de la commission de visionnage sont les suivants :

- la directrice générale ;
- la directrice de la programmation ;
- le responsable de la programmation ;
- la responsable pour 6ter du comité de visionnage et protection de l'enfance ;
- la responsable de la conformité des programmes – Groupe M6.

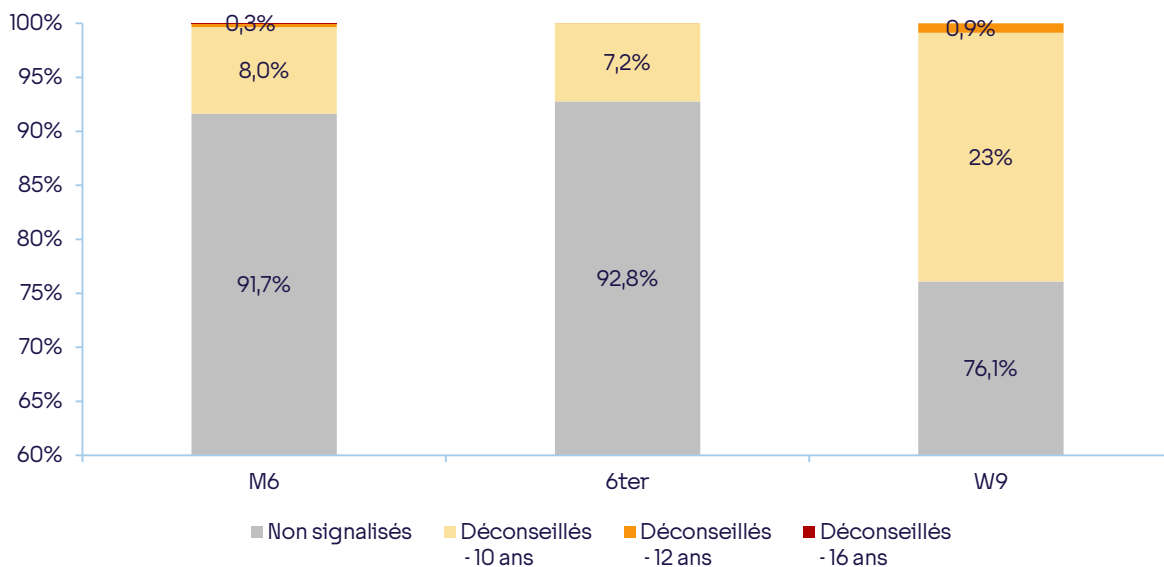
Les membres de la commission de visionnage de la chaîne W9 sont les suivants :

- le directeur général de W9 ;
- la directrice de la programmation et de l'antenne ;
- le directeur des programmes de flux ;
- le directeur général adjoint des programmes en charge des magazines et documentaires ;
- la responsable pour W9 du comité de visionnage et protection de l'enfance ;
- la responsable de la conformité des programmes ;
- la coordinatrice des programmes de W9.

La chaîne Gulli quant à elle déclare que son comité éditorial remplit également le rôle de commission de visionnage dont les membres sont les suivants :

- le directeur délégué adjoint des chaînes jeunesse et jeunes adultes du groupe M6 ;
- la directrice des programmes jeunesse France du groupe M6 ;
- la responsable de la programmation ;
- la directrice des coproductions d'animation du groupe M6 ;
- des conseillers aux programmes ;
- éventuellement, la directrice des achats et des représentants de la Direction réglementaire et institutionnelle.

Répartition des programmes par catégories sur les chaînes du groupe



Source : Arcom¹⁷

Avec 23,9% de sa programmation, W9 est la chaîne du groupe qui diffuse le plus de programmes signalisés. La part de ces derniers est en baisse par rapport à 2019 (-1,2 point, soit 102 heures), ce qui s'explique en grande partie par la baisse des programmes déconseillés aux moins de 10 ans.

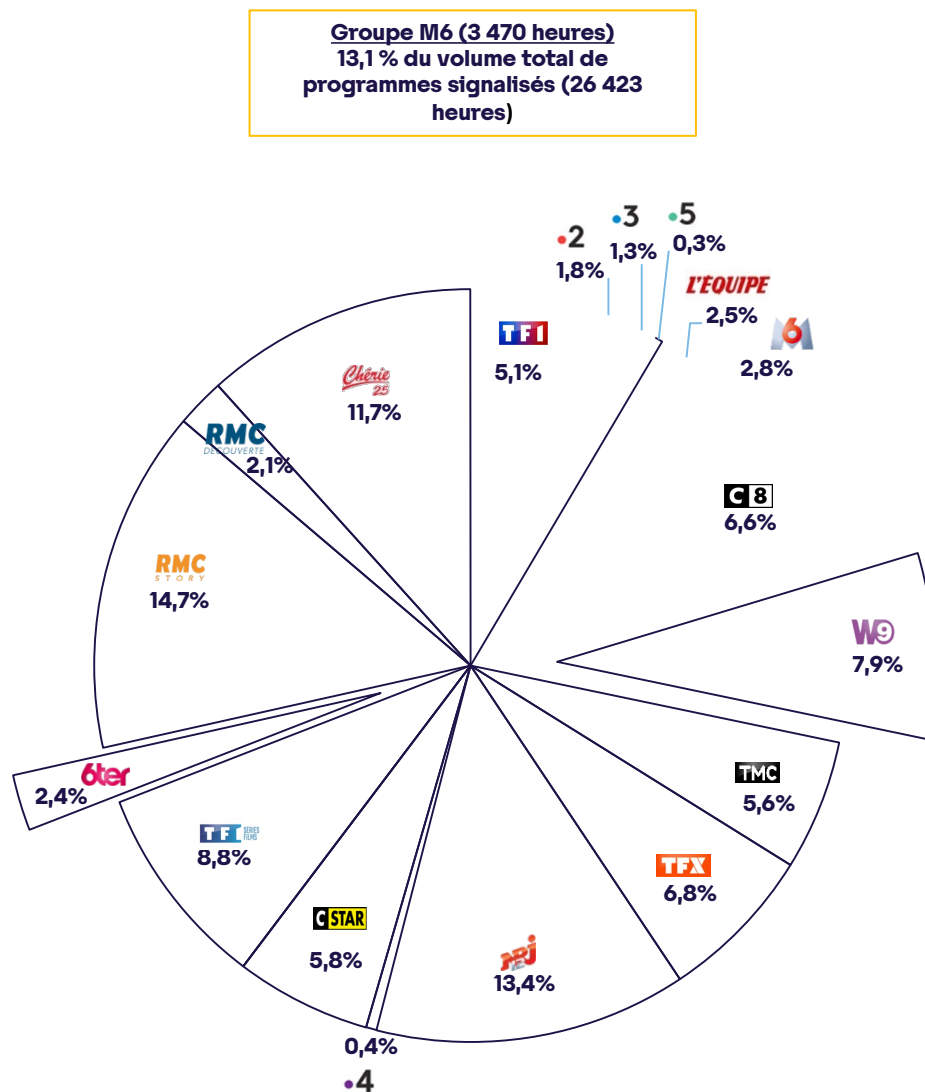
Les programmes signalisés représentent 8,3 % de la programmation de M6. La part de ces derniers est en très légère baisse par rapport à 2019 (-0,3 point, soit 15 heures).

Sur 6ter, les programmes signalisés représentent 7,2 % de la programmation de la chaîne. Leur part a légèrement baissé par rapport à 2019 (-1 point, soit 84 heures).

S'agissant de Gulli, la chaîne déclare n'avoir diffusé en 2020 que des programmes relevant de la catégorie « *tous publics* ».

¹⁷ Données extraites de la base de suivi des diffusions du Conseil. Calcul effectué sur l'ensemble de la programmation annuelle de chaque chaîne, incluant les bandes-annonces de programmes.

Part des chaînes du groupe dans l'ensemble des programmes signalisés diffusés sur les chaînes de télévision gratuites¹⁸



Source : Arcom




Le groupe M6 a diffusé 13,1 % du volume total des programmes signalisés diffusés sur l'ensemble des chaînes de télévision gratuites en 2020. Cette part a diminué de 0,6 point par rapport à 2019.

¹⁸ Périmètre de l'étude : TF1, France 2, France 3, France 5, M6, C8, W9, TMC, TFX, NRJ 12, France 4, CStar, Gulli, L'Equipe, TFI Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25 (la chaîne France Ô ayant cessé d'être diffusée en cours d'année, la chaîne L'Equipe s'y est substituée dans ce graphique).

Nombre de programmes de catégorie III diffusés avant 22 heures

L'article 3 de la recommandation du 7 juin 2005 tel que modifié par la délibération du 5 mars 2014 prévoit que les programmes de catégorie III diffusés sur les services de télévision autres que cinéma ne doivent pas être diffusés avant 22 heures. À titre exceptionnel, il peut être admis une diffusion après 20h30 de programmes de cette catégorie (sauf les mardis, vendredis, samedis, veilles de jours fériés et pendant les périodes de vacances scolaires). Ces diffusions exceptionnelles ne peuvent excéder 16 soirées par an, dont au maximum quatre œuvres cinématographiques interdites en salles aux mineurs de 12 ans.

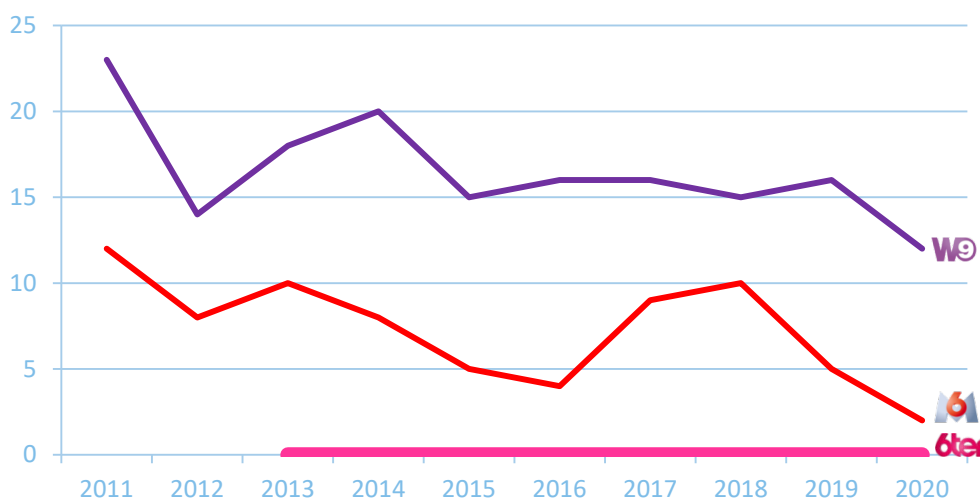
Dans l'article 2-4 de sa convention, 6ter a pris un engagement spécifique supplémentaire de ne pas diffuser de programmes de catégorie III, ni de bandes-annonces relevant de cette catégorie avant 22 heures.

	Nombre de soirées comportant des programmes déconseillés aux -12 ans	Nombre de programmes ¹⁹ déconseillés aux -12 ans	Dont :		
			Films interdits en salles aux -12 ans	Films déconseillés aux -12 ans	Autres programmes (ex: séries, téléfilms, magazines)
	2	2	0	1	1
	0	0	0	0	0
	12	12	4	8	0

Source : Arcom

Les chaînes du groupe M6 ont respecté les obligations prévues par l'article 3 de la recommandation du 7 juin 2005.

Évolution du nombre de programmes déconseillés aux moins de 12 ans en première partie de soirée depuis 2011 sur les chaînes du groupe



Source : Arcom

¹⁹ Il s'agit du nombre de diffusions d'un programme.

Diffusion des campagnes sur la protection des mineurs

- ***La campagne « Enfants et écrans »***

Cette campagne est prévue par la délibération du 22 juillet 2008 visant à protéger les enfants de moins de trois ans des effets de la télévision, en particulier des services présentés comme spécifiquement conçus pour eux. Le Conseil a souhaité également qu'elle porte sur la protection des enfants de plus de 3 ans, dans un souci de prodiguer au public des conseils d'usage des écrans par les enfants plus âgés.





Les éditeurs sont tenus de diffuser, sous la forme de leur choix (messages, reportages, sujets dans les journaux télévisés, émissions, etc.), les informations mises à leur disposition par le Conseil, notamment sur son site internet, et visant à sensibiliser le public aux risques liés à l'exposition des jeunes enfants aux écrans.

En 2019, afin d'accroître la visibilité de la campagne, le Conseil a décidé d'en porter la durée, jusqu'alors de trois jours consécutifs, à quatre jours consécutifs. A cette même fin, il a également ouvert aux éditeurs la possibilité d'une rediffusion ponctuelle de la campagne à d'autres périodes de l'année que celle fixée pour sa diffusion obligatoire.

Cette campagne devait être diffusée du vendredi 3 juillet au lundi 6 juillet 2020, pendant les heures de grande écoute.

Les chaînes M6, 6ter et W9 ont programmé un film de 30 secondes à destination des parents, rappelant que les enfants de moins de trois ans ne doivent pas être exposés à la télévision, et mettant en scène des conseils quant à l'utilisation de la télévision chez les plus grands enfants.

La chaîne Gulli a programmé un film de 23 secondes à destination des enfants ayant les mêmes objectifs.

Chaîne	Nombre de diffusions
	8
	8
	8
	12

Données déclarées par les chaînes du Groupe M6

Le nombre et les horaires de diffusion du message constituent une exposition satisfaisante de la campagne.





- ***La campagne de sensibilisation à la protection du jeune public***

Cette campagne est prévue par l'article 6 de la recommandation du 7 juin 2005 aux éditeurs de services de télévision concernant la signalétique jeunesse et la classification des programmes.

Depuis 2011, le Conseil a décidé d'y associer la campagne sur le dispositif de protection de l'enfance et de l'adolescence prévue au E du II de la délibération du 20 décembre 2011 relative à la protection du jeune public, à la déontologie et à l'accessibilité des programmes sur les services de médias audiovisuels à la demande.

Cette campagne s'articule autour de deux films, deux spots radio ainsi que des tutoriels vidéo mis en ligne sur le site du Conseil.

Les deux films devaient être diffusés par toutes les chaînes de télévision, en dehors des écrans publicitaires, pendant une période de trois semaines, du 20 novembre au 10 décembre 2020 inclus. S'ils le souhaitaient, les éditeurs pouvaient prolonger cette diffusion jusqu'au 31 décembre 2020. Le Conseil invitait les chaînes à privilégier des horaires assurant une exposition maximale et un visionnage conjoint par les parents et les enfants, c'est-à-dire entre 19 heures et 23 heures.

	Film « En famille »		Film « Entre amis »		Nombre total de diffusions
	Nombre de diffusions	Dont nombre de diffusions 19h-23h	Nombre de diffusions	Dont nombre de diffusions 19h-23h	
	21	11	21	10	42
	35	14	7	7	42
	28	11	14	10	42
	42	40	0 ²⁰	0	42

Données déclarées par les chaînes du groupe M6

Les chaînes du groupe M6 ont assuré une exposition correcte de la campagne au regard du nombre de diffusions. Le Conseil avait demandé aux chaînes de privilégier la diffusion des films entre 19 heures et 23 heures, demande qui a été globalement satisfaite.

Le Conseil a également demandé aux groupes audiovisuels d'organiser la mise à disposition de cette campagne, à la même période, sur tous leurs services de télévision de rattrapage et de vidéos à la demande. Les deux films devaient être proposés sur chaque service, en veillant à assurer une visibilité importante auprès du public et en privilégiant une insertion en début des flux vidéo (en pré-roll). Lorsque le service ne permettait pas cette insertion sur le plan technique, il était demandé aux groupes audiovisuels de favoriser une exposition de la campagne sur leur page d'accueil. En outre, il leur était demandé d'insérer, à la fin des films mis à disposition sur internet, un lien actif renvoyant directement sur le site du CSA « www.csa.fr ».

En mettant à disposition les films « En famille » et « Entre amis » sur le service 6Play et le film « En famille » sur le service Gulli Replay, le groupe M6 a permis une bonne exposition de la campagne. La mise en œuvre de la campagne sur les SMAD du groupe est détaillée en annexe 1 (données déclarées par l'éditeur).

²⁰ Le film « Entre amis » n'a pas fait l'objet d'une diffusion sur Gulli, la chaîne estimant la teneur du spot en inadéquation avec son public, notamment eu égard à la présence du terme « viol ».

Interventions du Conseil sur les chaînes du groupe M6

A la suite de nombreuses plaintes de téléspectateurs concernant des propos tenus dans la série *Scènes de ménage* diffusée sur M6, le Conseil a relevé des propos vulgaires récurrents dans plusieurs épisodes de la série diffusés en 2020. Considérant néanmoins que l'atmosphère des séquences en question n'était pas violente et qu'aucune image ou scène n'étaient susceptibles, par ailleurs, de heurter les mineurs de dix ans, le Conseil a estimé que ces épisodes restaient dans les limites de la définition des programmes de catégorie I (« *Tous publics* ») tels que définis dans la recommandation du 7 juin 2005. Pour autant, il a adressé un courrier à la chaîne afin d'appeler son attention sur les plaintes concernant le langage employé dans ce programme.

Obligations relatives aux communications commerciales

La publicité

- *Temps publicitaire pour une heure donnée (12 minutes maximum)*

Le groupe M6 déclare avoir respecté le seuil de douze minutes de publicité pour une heure d'horloge donnée sur les chaînes M6, W9, Gulli et 6ter, pour l'année 2020.

- *Moyenne horaire quotidienne (9 minutes maximum)*

Le groupe M6 déclare avoir respecté la durée moyenne horaire quotidienne de publicité de neuf minutes sur les chaînes M6, W9, Gulli et 6ter pour l'année 2020.

- *Interventions du Conseil*

En 2020, le Conseil n'est pas intervenu auprès du groupe M6 en matière de publicité.

Le parrainage, le téléachat, le placement de produit

En 2020, le Conseil n'est pas intervenu auprès du groupe M6 en matière de parrainage de ses programmes, de téléachat ou de placement de produit.

Obligations relatives au pluralisme politique et aux campagnes électorales

Les temps de parole non liés aux élections

Dans son appréciation du respect des règles de pluralisme politique, le Conseil a tenu compte du contexte particulier des premier et deuxième trimestres, marqués par les élections municipales et le traitement de la crise sanitaire relative à l'épidémie de Covid-19, qui a pu rendre l'application des règles en matière de pluralisme politique difficile à mettre en œuvre pour les éditeurs.

Concernant le 1^{er} trimestre 2020, le CSA a relevé la sous-représentation marquée du Rassemblement national et de la France insoumise. Il a également constaté que l'exposition du MoDem et de Debout la France pouvait être améliorée. Le CSA a appelé les représentants de la chaîne à poursuivre ses efforts dans l'application des règles en vigueur en matière de pluralisme politique.

S'agissant du 2^{ème} trimestre, le CSA a relevé la surexposition persistante du bloc de l'exécutif, ce qui est non conforme aux dispositions de sa délibération. Dans la part réservée aux formations politiques, il a observé la sous-représentation marquée et persistante du Rassemblement national et de la France insoumise, ainsi que le faible accès à l'antenne de La République en marche, du MoDem, du Parti Communiste français et de Debout la France. Bien qu'ayant pris en compte les circonstances particulières de ce deuxième trimestre, le CSA a attiré fermement l'attention des responsables de la chaîne sur la nécessité de veiller à l'avenir avec la plus grande rigueur aux équilibres des temps de parole en application des règles posées par la délibération n°2017-62 du 22 novembre 2017.

En ce qui concerne le 3^{ème} trimestre, le Conseil a constaté une surexposition persistante du bloc de l'exécutif, non conforme aux dispositions de la délibération précitée, tout en relevant dans la part réservée aux formations politiques l'amélioration de l'exposition du Parti communiste français, de Debout la France et du Rassemblement national, malgré une sous-représentation persistante pour cette dernière formation, ainsi que la sous-représentation persistante de La République en marche, du MoDem et de La France insoumise. Le Conseil a attiré l'attention des responsables de la chaîne sur la nécessité de veiller à l'avenir avec la plus grande rigueur aux équilibres des temps de parole en application des règles posées par la délibération n°2017-62 du 22 novembre 2017.

Enfin, pour ce qui est du 4^{ème} trimestre, Le Conseil a relevé que l'exposition du bloc de l'exécutif était désormais conforme aux dispositions de la délibération précitée. Dans la part réservée aux formations politiques, il a observé l'amélioration de l'exposition de La France insoumise, du Parti Communiste français, de Debout la France, de La République en marche et du Rassemblement national, malgré des sous-représentations persistantes pour ces deux dernières formations. Considérant les améliorations constatées et malgré les sous-représentations observées, le Conseil a considéré que la chaîne avait globalement respecté le principe de pluralisme politique lors de ce trimestre.

Les temps de parole liés aux élections

Temps de parole liés à la campagne pour les élections municipales de 2020

S'agissant de la période du 3 février au 13 mars 2020, le CSA a relevé que la chaîne avait globalement respecté les dispositions relatives au principe d'équité dans les circonscriptions qu'elle a traitées, sauf dans la circonscription de Paris où ont été observées la surexposition de la liste d'Agnès Buzyn (que la prise en compte des circonstances exceptionnelles ne pouvait complètement expliquer) ainsi que la sous-représentation des listes d'Anne Hidalgo, de Rachida Dati et de David Belliard.

Pour ce qui est de la période du 8 au 26 juin 2020, le CSA a noté que le principe d'équité a été globalement respecté dans l'ensemble des circonscriptions traitées.

Obligations relatives aux droits et aux libertés

Le CSA n'est pas intervenu auprès de l'éditeur en 2020.

Actions en faveur de la représentation de la diversité de la société française

Conformément à la délibération du Conseil du 10 novembre 2009 intégrée par avenant à la convention, le groupe M6 a pris des engagements en matière de diversité pour l'année 2020 et a fourni un bilan de ses initiatives s'agissant de la représentation à l'antenne de la diversité de la société française (un tableau détaillant le respect de ces engagements se trouve en annexe 3).

Le rapport au Parlement relatif à la représentation de la diversité de la société française à la télévision et à la radio rédigé par le Conseil expose, tous les ans, les actions des chaînes en la matière.

Obligations relatives aux droits des femmes

Dans le cadre de la délibération du Conseil relative au respect des droits des femmes et pour la sixième année consécutive, le groupe M6 a remis au Conseil les indicateurs quantitatifs et qualitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans ses programmes.

S'agissant des indicateurs quantitatifs, le Conseil relève que sur les cinq chaînes du groupe, trois ont déclaré une présence de femmes en baisse par rapport à l'exercice précédent : Gulli (53 %, soit -2 points), W9 (53 %, soit -2 points) et M6 (43 %, soit -6 points). Le net recul de cette dernière est le résultat de taux de journalistes (37 %), d'expertes (30 %) et d'autres intervenantes (41 %) en forte baisse (respectivement de -16, -9 et -20 points). L'attention du Conseil a également été appelée sur les baisses enregistrées par Paris Première s'agissant des expertes (17 % contre 39 % en 2019) et des invitées politiques (6 % contre 67 % en 2019). Ces mauvais résultats traduisent les difficultés rencontrées par M6 et PP pour répondre aux dispositions de l'article 2-3-12 de leur convention au cours d'une année marquée par la crise sanitaire (cf. l'ensemble des données quantitatives communiquées par le groupe qui figurent en annexe 4).

S'agissant des indicateurs qualitatifs, le Conseil relève que 6ter (91 heures), W9 (52 heures) et M6 (21 heures) ont consacré un volume horaire plus important par rapport à l'exercice précédent aux programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes (respectivement, +70, +23 et +1 heures). Si Gulli et Paris Première présentent des volumes horaires en baisse, le Conseil salue l'engagement du groupe qui a soutenu, gracieusement, plusieurs campagnes (ex : « Care », « Tous concernés ! », « Prévenir et protéger »). Si l'on s'intéresse aux programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé, le Conseil relève que seules M6 (575 heures) et 6ter (1184 heures) présentent des volumes en hausse (respectivement, +238 et +183 heures).

Au regard de ces résultats quantitatifs et qualitatifs, le Conseil appelle l'attention des chaînes du groupe sur le respect des dispositions des articles 2-3-4 et 2-3-12 de leurs conventions.

Le financement de la création


La production audiovisuelle

Pour l'exercice 2020, comme l'exercice précédent, le Conseil a procédé à l'examen de deux déclarations distinctes de contribution au développement de la production audiovisuelle, portant respectivement sur les chaînes du groupe M6 et celle des chaînes dites ex-Lagardère.

Le régime applicable met en commun, pour chaque groupe, les obligations des chaînes soumises aux dispositions des décrets n° 2010-747 du 2 juillet 2010 et n° 2010-416 du 27 avril 2010. Les montants des obligations de chaque groupe sont calculés en faisant la somme des montants des obligations des différents services.

Dans le contexte de crise sanitaire, le Conseil a noué dès le premier trimestre 2020 d'étroites relations avec les éditeurs afin de prendre la mesure des difficultés qu'ils ont pu rencontrer, notamment en matière de soutien au financement de la création. Pendant une grande partie de l'année, le groupe M6 a témoigné d'incertitudes sur sa capacité à respecter ses obligations de contribution à la production audiovisuelle. Ce n'est qu'à la fin de l'année que son retard a été rattrapé : entre les 21 et 30 décembre, le groupe a ainsi effectué 25 % des dépenses totales qu'il a déclarées au Conseil au titre de l'année 2020.

Contribution au développement de la production audiovisuelle en 2020

	Obligation	Réalisation
Œuvres audiovisuelles européennes ou EOF		
Ensemble des œuvres audiovisuelles	122,995 M€	123,237 M€
Dont œuvres audiovisuelles patrimoniales	82,436 M€	84,441 M€
Œuvres audiovisuelles EOF		
Ensemble des œuvres ²¹	26,263 M€	120,252 M€
Œuvres audiovisuelles patrimoniales	73,310 M€	81,456 M€
Dépenses prises en compte au titre du soutien à la « production indépendante »		
Ensemble des œuvres	82,765 M€	83,966 M€
Dont œuvres audiovisuelles patrimoniales	63,738 M€	63,751 M€

²¹ Le II de l'article 3-2-2 de la convention de la chaîne M6 prévoit que « Les œuvres patrimoniales d'expression originale française représentent au moins 90 % de la contribution à des œuvres patrimoniales ». L'obligation de contribution à la production d'œuvres EOF de la chaîne M6 porte uniquement sur les œuvres patrimoniales. Les montants des obligations du groupe étant calculés en faisant la somme des montants des obligations des différents services, cela explique que l'obligation du groupe portant sur l'ensemble des œuvres audiovisuelles EOF est inférieure à celle portant sur les œuvres patrimoniales EOF. Cela n'empêche pas la chaîne M6 d'investir dans les œuvres audiovisuelles non patrimoniales EOF et de valoriser certaines de ses dépenses.

Engagements spécifiques		
Production d'œuvres audiovisuelles inédites du groupe M6		
- Ensemble des œuvres	75 % de l'obligation globale 92,247 M€	108,464 M€
- Dont œuvres patrimoniales	70 % de l'obligation patrimoniale 57,705 M€	69,767 M€
Œuvres d'animation (œuvres audiovisuelles et cinématographiques)	1 % du CA de M6 et 6ter 6,649 M€	6,759 M€
Œuvres d'animation inédites	1 % du CA de M6 6,141 M€	6,144 M€
Dont œuvres indépendantes	0,67 % du CA net de l'exercice précédent 4,114 M€	4,594 M€
Production d'œuvres en HD	100 % des dépenses en production inédite de M6, 6ter, W9 105,770 M€	105,770 M€
Téva : production d'œuvres inédites avec des producteurs indépendants ²²	15 % de son obligation globale 0,557 M€	1,506 M€
Production d'émissions musicales et d'émissions de divertissement à composante musicale	19 M€	15,328 M€
Œuvres musicales européennes EOF	5 % du CA de W9 5,275 M€	5,280 M€

Source : Arcom.

Au regard des éléments déclarés, le groupe M6 a respecté ses obligations et engagements relatifs au soutien au développement de la production audiovisuelle en 2020, à l'exception de l'engagement d'investissement de 19 millions d'euros dans la production d'émissions musicales et d'émissions de divertissement à composante musicale (15,3 millions d'euros déclarés).

La crise sanitaire a conduit à des annulations et d'importantes restrictions en matière de spectacle vivant et d'émissions musicales de divertissement et de variété, pour lesquels les investissements du groupe ont fortement diminué par rapport à 2019. A contrario, les dépenses du groupe dans les fictions audiovisuelles et cinématographiques musicales ont augmenté en 2020, sans toutefois parvenir à compenser l'attribution des dépenses sur les autres genres composant cet engagement.

²² Conformément à l'article 3-2-1 de la convention de Téva, la diffusion par Téva en 2019 des œuvres audiovisuelles d'origine européenne étant au moins égale à 50 % et celle des œuvres d'expression originale française à 35 %, l'engagement concernant la production d'œuvres inédites avec des producteurs indépendants est applicable.

Contribution au développement de la production audiovisuelle en 2020

GULLI- CANAL J - TiJi- MCM - MCM TOP - RFM TV	Obligation	Réalisation
Œuvres audiovisuelles européennes ou EOF		
Ensemble des œuvres audiovisuelles	8,579 M€ (cumul des % spécifiques des chaînes)	8,599 M€
dont œuvres patrimoniales	6,085 M€ (cumul des % spécifiques des chaînes)	7,339 M€
Œuvres audiovisuelles EOF		
Ensemble des œuvres audiovisuelles	6,989 M€ (cumul des % spécifiques des chaînes)	7,897 M€
dont œuvres patrimoniales	4,970 M€ (cumul des % spécifiques des chaînes)	6,637 M€
Œuvres audiovisuelles indépendantes		
Ensemble des œuvres	6,131 M€ (cumul des % spécifiques des chaînes : Gulli 70 % de son obligation globale, les autres éditeurs 75 % de leur obligation globale)	8,393 M€
Dont œuvres patrimoniales	4,564 M€ (cumul des % spécifiques des chaînes : toutes les chaînes sont à 75%)	7,329 M€
Engagements spécifiques		
Œuvres audiovisuelles d'animation indépendantes	0,622 M€ minimum (1 % des ressources cumulées de Gulli, Canal J, TiJi, La chaîne du Père Noël)	5,798 M€
Œuvres audiovisuelles d'animation EOF indépendantes	5,496 M€ minimum (10 % des ressources et CA cumulés des chaînes jeunesse)	5,498 M€
MCM : production de documentaires, spectacles vivants et magazines EOF inédits produits par des entreprises indépendantes	0,057 M€ (10 % minimum de son obligation globale)	0,060 M€

Source : Arcom

Au regard des éléments déclarés, les chaînes du groupe M6 appartenant auparavant au groupe Lagardère ont respecté leurs obligations et engagements relatifs au soutien au développement de la production audiovisuelle en 2020.

La production cinématographique

Contribution au développement de la production cinématographique

	Obligation	Réalisation
		
Œuvres européennes	3,2 % du CA net de l'exercice précédent en préfinancements 18,25 M€	18,68 M€
Œuvres d'expression originale française	2,5 % du CA net de l'exercice précédent en préfinancements 14,26 M€	15,58 M€
Production indépendante	75 % des préfinancements 14,01 M€	14,08 M€
		
Œuvres européennes	3,2 % du CA net de l'exercice précédent 2,96 M€	3,04 M€
Œuvres d'expression originale française	2,5 % du CA net de l'exercice précédent 2,32 M€	2,41 M€
Dépenses autres qu'achats de droits – œuvres européennes (préfinancements)	30 % de l'obligation 0,89 M€	0,95 M€
Production indépendante	75 % des préfinancements 0,71 M€	0,75 M€
		
Œuvres européennes	3,2 % du CA net de l'exercice précédent 1,49 M€	1,50 M€
Œuvres d'expression originale française	2,5 % du CA net de l'exercice précédent 1,16 M€	1,19 M€
		
Œuvres européennes	3,2 % du CA net de l'exercice précédent 0,88 M€	0,89 M€
Œuvres d'expression originale française	2,5 % du CA net de l'exercice précédent 0,69 M€	0,75 M€
		
Œuvres européennes	3,2 % du CA net de l'exercice précédent 1,311 M€	1,434 M€
Œuvres d'expression originale française	2,5 % du CA net de l'exercice précédent 1,024 M€	1,040 M€

Source : Arcom.

Au regard des éléments déclarés, le groupe M6 a respecté ses obligations relatives au soutien au développement de la production cinématographique en 2020.

Le respect du décret SMAD par les services de médias audiovisuels à la demande (SMAD) du groupe sur l'exercice 2020²³

1. Contribution au développement de la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques au titre du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux SMAD (chapitre I)

Les dispositions du chapitre I ne sont pas applicables aux services de télévision de rattrapage (TVR) dont les recettes sont incluses dans les ressources du service de télévision dont ils sont issus, ce qui était le cas des services de TVR du groupe M6.

Concernant les autres SMAD, les dispositions de ce chapitre s'appliquent aux seuls services dont le chiffre d'affaires net de l'année précédant l'année d'exercice est supérieur à 10 millions d'euros. L'offre de V&D n'y était pas soumise pour l'année 2019.

2. Application des obligations d'exposition des œuvres d'expression originale française (EOF) et européennes au titre du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux SMAD (chapitre II)

Les services assujettis à ces obligations sont ceux dont l'offre comporte au moins 20 œuvres cinématographiques de longue durée ou 20 œuvres audiovisuelles.

▪ Obligations relatives à l'exposition d'œuvres en catalogue²⁴

Aux dates contrôlées par le Conseil, l'obligation relative aux taux de présence d'œuvres en catalogue a été respectée sur tous les SMAD du groupe à l'exception des services de TVR de M6, Téva, Canal J et MCM qui présentaient un taux d'œuvres européennes inférieur à 60 % à l'une des deux dates contrôlées.

Concernant l'offre de V&D de 6play, le Conseil n'a pas été en mesure de vérifier le respect des obligations de l'article 12 sur l'ensemble de ses supports.

▪ Obligation relative à l'exposition d'œuvres en page d'accueil²⁵

La déclaration transmise par le groupe M6 a permis d'attester du respect, aux dates contrôlées, de l'obligation de mise en avant d'œuvres européennes et EOF sur la page d'accueil des services Golden Stories, W9 Replay, Gulli Replay, Pass GulliMax, Canal J à la demande et Tiji à la demande.

Des manquements à l'article 13 du décret ont été relevés au deux dates contrôlées sur le service Série Club Replay et Téva Replay ainsi qu'à l'une des deux dates contrôlées sur M6 Replay, 6ter Replay, Paris Première Replay et MCM à la demande.

²³ Le décret SMAD impose aux éditeurs une déclaration des données au plus tard au 30 juin de chaque année suivant l'année d'exercice, et font l'objet d'un traitement au second semestre, ce qui explique le décalage d'exercice pour une publication des bilans.

²⁴ L'article 12 du décret impose des taux de présence d'œuvres EOF et européennes dans les catalogues des SMAD assujettis aux obligations du chapitre II du décret, en ces termes : « à tout moment, les éditeurs de services réservent respectivement dans le nombre total d'œuvres cinématographiques de longue durée et audiovisuelles, mises à disposition du public une part au moins égale à :

1° 60 % pour les œuvres européennes ;

2° 40 % pour les œuvres d'expression originale française. »

Il prévoit une montée en charge sur les trois premières années : « toutefois, ces proportions sont, pendant une durée de trois ans à compter de leur première application aux services atteignant l'un des deux seuils mentionnés à l'article 11, fixées respectivement à 50 % et 35 %. ».

²⁵ L'article 13 du décret prévoit que « sur leur page d'accueil, les éditeurs réservent également une part substantielle des œuvres, dont l'exposition est assurée autrement que par la seule mention du titre, à des œuvres européennes ou d'expression originale française, notamment par l'exposition de visuels et la mise à disposition de bandes annonces ».

▪ **Synthèse du respect des obligations relatives à l'exposition d'œuvres d'expression originale française (EOF) et européennes**

	Exposition d'œuvres européennes/EOF en catalogue : taux de l'obligation (%)	Obligation d'exposition d'œuvres européennes en catalogue : respect attesté (O/N)	Obligation d'exposition d'œuvres EOF en catalogue : respect attesté (O/N)	Obligation d'exposition d'œuvres européennes ou EOF en page d'accueil : respect attesté (O/N)
Golden Stories	50/35	O	O	O
M6 Replay	60/40	N	O	N
W9 Replay	60/40	O	O	O
6ter Replay	60/40	O	O	N
Paris Première Replay	60/40	O	O	N
Téva Replay	60/40	N	O	N
Série Club Replay	60/40	O	O	N
6play VàD (site internet, Bouygues Telecom, Canalsat, Free, Orange, SFR, Numericable)	60/40	N	N	na
Gulli Replay (TVR)	60/40	N	O	O
Canal J à la demande (TVR)	60/40	N	O	O
Canal J à la demande sur My J (TVR)	60/40	O	O	O
Tiji à la demande (TVR)	60/40	O	O	O
Tiji à la demande sur My J (TVR)	60/40	O	O	O
MCM à la demande (TVR)	60/40	N	O	N
Pass GulliMax	50/35	O	O	O

Source : déclaration du groupe M6.

Annexe 1 - Diffusion de la campagne de sensibilisation à la protection du jeune public sur le(s) service(s) de médias audiovisuels à la demande du groupe en 2020 (données déclarées par le groupe M6)

Nom du service	Gulli Replay
Nature du service (télévision de rattrapage, service de vidéos à la demande, etc.)	Télévision de rattrapage
Date de début de la mise à disposition	20/11/2020
Date de fin de la mise à disposition	31/12/2020
Mode(s) de mise à disposition choisi(s) : en pré-roll, comme demandé, et/ou autre (à préciser).	En tant que contenu (comme un programme de replay)
Inclusion d'un lien cliquable vers le site du CSA (oui/non)	URL présente mais non cliquable
Emplacement dans le catalogue (Ex : page d'accueil, rubrique(s) particulière(s), etc.)	Rubrique Emissions
Nombre total de vues des films ²⁶	En novembre : 4260
Nombre de vues du film « En famille »	4260
Nombre de vues du film « Entre amis »	Non programmé
Remarques	

Source : Déclaration du groupe M6.

Nom du service	6play
Nature du service (télévision de rattrapage, service de vidéos à la demande, etc.)	SMAD
Date de début de la mise à disposition	20/11/2020
Date de fin de la mise à disposition	10/12/2020
Mode(s) de mise à disposition choisi(s) : en pré-roll, comme demandé, et/ou autre (à préciser).	pré-roll
Inclusion d'un lien cliquable vers le site du CSA (oui/non)	non
Emplacement dans le catalogue (Ex : page d'accueil, rubrique(s) particulière(s), etc.)	
Nombre total de vues des films ²⁷	510 461
Nombre de vues du film « En famille »	255 521
Nombre de vues du film « Entre amis »	254 940
Remarques	

Source : Déclaration du groupe M6.

²⁶ Il s'agit du nombre de visionnages effectifs des films, dans la mesure où ce chiffre peut être connu par l'éditeur.

²⁷ Il s'agit du nombre de visionnages effectifs des films, dans la mesure où ce chiffre peut être connu par l'éditeur.

Annexe 2 – Moyenne quotidienne de publicité par heure d'antenne pour chaque mois de l'année 2020



Janvier	Durée moyenne minimum	01/01/2020	03:08
	Durée moyenne maximum	25/01/2020	08:56
Février	Durée moyenne minimum	19/02/2020	07:45
	Durée moyenne maximum	13/02/2020	08:56
Mars	Durée moyenne minimum	28/03/2020	03:06
	Durée moyenne maximum	13/03/2020	08:33
Avril	Durée moyenne minimum	19/04/2020	02:32
	Durée moyenne maximum	25/04/2020	03:39
Mai	Durée moyenne minimum	04/05/2020	02:46
	Durée moyenne maximum	30/05/2020	05:14
Juin	Durée moyenne minimum	02/06/2020	04:45
	Durée moyenne maximum	26/06/2020	08:41
Juillet	Durée moyenne minimum	13/07/2020	07:13
	Durée moyenne maximum	02/07/2020	08:37
Août	Durée moyenne minimum	22/08/2020	05:33
	Durée moyenne maximum	31/08/2020	08:19
Septembre	Durée moyenne minimum	16/09/2020	07:42
	Durée moyenne maximum	12/09/2020	08:56
Octobre	Durée moyenne minimum	01/10/2020	06:10
	Durée moyenne maximum	23/10/2020	08:39
Novembre	Durée moyenne minimum	01/11/2020	06:33
	Durée moyenne maximum	26/11/2020	08:34
Décembre	Durée moyenne minimum	31/12/2020	04:39
	Durée moyenne maximum	20/12/2020	08:31

Source : Déclaration de la chaîne.



Janvier	Durée moyenne minimum	02/01/2020	04:16
	Durée moyenne maximum	30/01/2020	08:57
Février	Durée moyenne minimum	04/02/2020	07:39
	Durée moyenne maximum	01/02/2020	08:56
Mars	Durée moyenne minimum	26/03/2020	02:32
	Durée moyenne maximum	01/03/2020	08:54
Avril	Durée moyenne minimum	08/04/2020	02:03
	Durée moyenne maximum	25/04/2020	04:36
Mai	Durée moyenne minimum	05/05/2020	01:52
	Durée moyenne maximum	31/05/2020	05:35
Juin	Durée moyenne minimum	03/06/2020	04:11
	Durée moyenne maximum	28/06/2020	08:00
Juillet	Durée moyenne minimum	08/07/2020	05:48
	Durée moyenne maximum	21/07/2020	07:33
Août	Durée moyenne minimum	17/08/2020	05:26
	Durée moyenne maximum	31/08/2020	08:01
Septembre	Durée moyenne minimum	04/09/2020	07:21
	Durée moyenne maximum	26/09/2020	08:56
Octobre	Durée moyenne minimum	04/10/2020	07:41
	Durée moyenne maximum	27/10/2020	08:50
Novembre	Durée moyenne minimum	01/11/2020	07:46
	Durée moyenne maximum	18/11/2020	08:52
Décembre	Durée moyenne minimum	30/12/2020	05:51
	Durée moyenne maximum	18/12/2020	08:54

Source : Déclaration de la chaîne.



Janvier	Durée moyenne minimum	02/01/2020	01:10
	Durée moyenne maximum	19/01/2020	03:23
Février	Durée moyenne minimum	03/02/2020	02:48
	Durée moyenne maximum	23/02/2020	06:06
Mars	Durée moyenne minimum	24/03/2020	01:29
	Durée moyenne maximum	01/03/2020	05:06
Avril	Durée moyenne minimum	28/04/2020	01:17
	Durée moyenne maximum	05/04/2020	02:27
Mai	Durée moyenne minimum	13/05/2020	00:58
	Durée moyenne maximum	26/05/2020	01:57
Juin	Durée moyenne minimum	01/06/2020	01:18
	Durée moyenne maximum	17/06/2020	03:40
Juillet	Durée moyenne minimum	30/07/2020	02:25
	Durée moyenne maximum	05/07/2020	03:47
Août	Durée moyenne minimum	20/08/2020	01:54
	Durée moyenne maximum	30/08/2020	05:15
Septembre	Durée moyenne minimum	28/09/2020	04:13
	Durée moyenne maximum	20/09/2020	06:40
Octobre	Durée moyenne minimum	03/10/2020	04:00
	Durée moyenne maximum	22/10/2020	08:58
Novembre	Durée moyenne minimum	22/11/2020	05:05
	Durée moyenne maximum	02/11/2020	08:59
Décembre	Durée moyenne minimum	28/12/2020	02:30
	Durée moyenne maximum	02/12/2020	06:16


Source : Déclaration de la chaîne.



Janvier	Durée moyenne minimum	02/01/2020	04:12
	Durée moyenne maximum	27/01/2020	08:55
Février	Durée moyenne minimum	23/02/2020	07:55
	Durée moyenne maximum	04/02/2020	08:56
Mars	Durée moyenne minimum	27/03/2020	03:19
	Durée moyenne maximum	11/03/2020	08:42
Avril	Durée moyenne minimum	08/04/2020	02:12
	Durée moyenne maximum	25/04/2020	04:03
Mai	Durée moyenne minimum	05/05/2020	02:00
	Durée moyenne maximum	31/05/2020	05:24
Juin	Durée moyenne minimum	01/06/2020	04:12
	Durée moyenne maximum	26/06/2020	07:54
Juillet	Durée moyenne minimum	26/07/2020	05:26
	Durée moyenne maximum	01/07/2020	07:32
Août	Durée moyenne minimum	05/08/2020	05:08
	Durée moyenne maximum	31/08/2020	08:17
Septembre	Durée moyenne minimum	06/09/2020	06:46
	Durée moyenne maximum	25/09/2020	08:55
Octobre	Durée moyenne minimum	11/10/2020	07:19
	Durée moyenne maximum	23/10/2020	08:48
Novembre	Durée moyenne minimum	10/11/2020	07:15
	Durée moyenne maximum	02/11/2020	08:34
Décembre	Durée moyenne minimum	30/12/2020	05:06
	Durée moyenne maximum	07/12/2020	08:37

Source : Déclaration de la chaîne.

Annexe 3 – Représentation de la diversité de la société française

BILAN DES ACTIONS EN MATIERE DE REPRESENTATION DE LA DIVERSITE POUR L'ANNE 2020 (conformément à la délibération du CSA du 10 novembre 2009)		
	ENGAGEMENTS PRIS POUR 2020	REALISATIONS 2020
	<p>S'agissant de la programmation :</p> <p>S'engage à maintenir sur les antennes et la plateforme 6Play l'exposition d'un clip dédié le 14 juillet sur la diversité et la cohésion sociale.</p> <p>S'engage à veiller à une juste représentation de la diversité des origines, selon les thématiques de ses chaînes, au sein des émissions ponctuelles ou régulières, dans les castings des participants ou présentateurs et célébrités pour les émissions de divertissements.</p>	<p>S'agissant de la programmation :</p> <p>Réalisé. Le groupe M6 indique que le clip « Nous sommes la France » a été diffusé 48 fois au total : M6, W9, 6ter, Paris Première, Téva, MCM, MCM Top, RFM TV l'on diffusé 5 fois chacune, Gulli l'a diffusé 6 fois, Tiji et Canal J l'ont diffusé une fois chacune. RTL a diffusé 6 fois ses 3 spots dédiés avec des extraits musicaux d'artistes français tout au long de la journée. Fun Radio et RTL2 ont diffusé chacune à trois reprises un spot de sensibilisation auxquels s'étaient associés des animateurs, des employés et des auditeurs. Le 14 juillet 2020, les chaînes jeunesse ont mis en place une journée thématisée avec un clip en plus de celui du groupe M6.</p>

Réalisé.

Le groupe précise que les animateurs des chaînes ont participé à la réalisation de cet engagement : Karine Lemarchand avec *L'Amour est dans le Pré*, *La France a un incroyable Talent*, *Ambition Intime* sur M6, *On ne répond plus de rien* sur Paris Première ; Christina Cordula dans les programmes *Nouveau Look pour une Nouvelle Vie*, *Les Reines du Shopping*, *La Robe de ma Vie* sur M6 ; Kareen Guiock quotidiennement en semaine sur le 12.45 ; Sugar Sammy et Donel Jack'sman dans *La France a un Incroyable Talent* ou Issa Doumbia avec *Les 100 vidéos qui ont fait rire le monde entier*.

Le groupe indique également avoir programmé des magazines d'information (*Zone Interdite*, *66 Minutes*) mettant en avant les personnes issues de toutes les diversités comme par exemple le reportage *Louiz : Transgenre, belle et fière* diffusé le 15 mars 2020 ou *Les maires de France* le 02 février sur M6. Les magazines, les divertissements, les spectacles diffusés ou la musique proposée sont également des genres de programmes qui répondent à cet engagement : peuvent être cités les programmes emblématiques *L'amour est dans le pré* (M6), *On ne répond plus de rien* (Paris Première), *Familles Extraordinaires* (6ter), *Norbert Commis d'Office* (6ter), *Qui veut être mon associé* (M6), *Patron Incognito* (M6), *Top Chef* (M6), *Le Meilleur Pâtissier* (M6), *La France a un incroyable talent* (M6), *Le Marrakech du Rire 2016* (M6), *ComediaHa ! Fest* (W9), *Hip Hop Symphonique* (W9).

Les fictions mises à l'antenne sont également représentatives de la diversité des origines notamment les fictions françaises : *Epouse moi mon pote* (M6, W9), *Amour sur place ou à emporter* (6ter, W9), *De l'autre côté du périph* (M6, W9), *Kirikou et la sorcière* (Gulli), *A bras ouverts* (M6), *Chocolat* (M6), *Rien n'est pardonné* (Paris Première), *Tout ce qui brille* (M6), *Babysitting 2* (W9), *La vérité si je mens* (W9), *Demi sœurs* (W9). Peuvent également être mentionnées les séries : *Scènes de ménage* (M6), *En famille* (M6) ; *La petite histoire de France* (6ter) ou *Why Women Kill* (M6). Le groupe indique également avoir produit des films participant à la représentation des origines : *Envole-moi*, *Les Bodin's au pays du sourire*, *Attention au départ*.

Selon les résultats de la vague 2020 du Baromètre de la diversité du CSA, les personnes sont perçues comme « non-blanches » à hauteur de 16,5% sur M6, de 10,8 % sur Gulli et de 9,2 % sur W9 (la moyenne toutes chaînes

S'engage à proposer au moins 1 reportage d'information luttant spécifiquement contre les discriminations

confondues étant à 16 %).

Le groupe M6 précise avoir assuré une représentation de tous les âges dans les programmes de ses antennes notamment des enfants dans les programmes suivants : *Seuls, Marie Marmaille*, *Malcolm* sur 6ter, *Nanny McPhee* (W9), *Very bad Dads 2*, *Les Mamans*, *Les enfants de Timplebach*, *Scout toujours*, *Belle et Sébastien* sur 6ter, *Coco*, *C'est quoi cette famille?!* sur M6, *Ballerina* (M6, 6ter), *Kirikou* (Gulli), *Les Croods* (Gulli, Canal J), *Trop bien chez toi* ou *Gu'Live* sur Gulli ainsi que des numéros de *Zone Interdite* ou *Enquête Exclusive*.

De la même manière, une attention particulière a été portée aux personnes plus âgées comme dans les programmes suivants: Pierre Dhostel anime *M6 Boutique* chaque matin (M6 du lundi au samedi matin), *Les Reines du Shopping* du 11 novembre 2020 sur M6 a proposé des binômes grand-mère et petite-fille, *Le Meilleur Pâtissier* sur M6 est présenté par Mercotte, cheffe cuisinier expérimentée.

Réalisé.

Le groupe indique avoir diffusé les reportages suivants :

- dans le *19.45* de M6 du 27 juin 2020 un sujet sur le mouvement Black Lives Matter ;
- Dans le *66 minutes* du 16 février 2020 sur M6 un sujet sur *Le virus du racisme anti-asiatique* ;
- Dans le *66 minutes* du 15 mars 2020 sur M6 un sujet intitulé *Louiz : transgenre, belle et fière*.

Le groupe précise avoir mis à l'antenne le film *Marie Marmaille* (trois diffusions le 24 mars, 23 septembre et 8 octobre 2020 sur 6ter) sur la seconde guerre mondiale et l'occupation allemande.

S'engage à maintenir au minimum un rôle tenu par une personne perçue comme « non-blanche » dans au moins 60% des fictions produites.

S'engage à poursuivre les efforts de perception des personnes perçues comme « non-blanches » dans les programmes visant le jeune public, notamment les séries d'animations.

Réalisé.

Le groupe précise avoir diffusé 92 heures de fictions audiovisuelles commandées contenant au moins un rôle tenu par une personne perçue comme « non-blanche », ce qui représente 84 % des commandes passées durant l'année. La chaîne précise également que du fait de la diffusion des fictions courtes à 13h20 et en début de soirée à 20h20, les comédiens issus de la diversité sont présents sur M6 tous les midis en semaine et tous les soirs du lundi au samedi.

Réalisé.

Le groupe indique avoir porté une attention particulière à ce que des personnes perçues comme « non-blanches » soient visibles dans les programmes visant le jeune public, notamment les séries d'animations. Peuvent être mentionnés à titre d'exemples les programmes suivants : *Martine et Le Monde de Kev*, *Roi Julian ! L'élú des lémurs* diffusés régulièrement sur M6 , *Dragon*, *La famille Chat*, *Power Rangers Beast Morphers*, *Bienvenue chez les Loud*, *Les aventures de Paddington*, *Tintin et le lac aux requins* et autres programmes diffusés régulièrement sur Gulli ou encore *Pokemon : les voyages* faisant intervenir le personnage

S'engage à veiller à une meilleure représentation à l'antenne des personnes issues de milieux plus modestes, de catégories socio-professionnelles inférieures notamment dans les reportages d'information.

S'agissant plus particulièrement de la représentation du handicap :

S'engage à mettre en œuvre Charte relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels.

S'engage à relayer des initiatives et des contenus autour de la semaine du handicap.

de Goh, *Chasseurs de trolls*, *Jamie a des tentacules*, *Oscar et Malika*, diffusés sur Canal J.

Réalisé.

Le groupe M6 indique avoir proposé tout au long de l'année, plusieurs programmes permettant de représenter les personnes issues de milieux plus modestes : *Familles extraordinaires*, *Zone Interdite (Les mineurs en danger : enquête sur les scandaleuses défaillances de l'aide sociale à l'enfance, Trop riches pour être aidées, trop pauvres pour s'en sortir : les classes moyennes à bout de souffle)*, *Enquête Exclusive (M6) (USA : être pauvre dans le pays le plus riche du monde, L'Amérique au bord de la dépression)*, *66 minutes (Un été en cité, Logements étudiants : la galère)*, *Qui veut être mon associé ? (M6)*, le spectacle *Les Bodin's grandeur nature (M6)* ainsi que des fictions telles que *Germinal*.

S'agissant plus particulièrement de la représentation du handicap

Réalisé.

Le groupe a signé la charte le 3 décembre 2019 et a réalisé le premier bilan de son application (éléments disponibles dans l'étude relative à la représentation du handicap à l'antenne et l'accessibilité des programmes de télévision aux personnes en situation de handicap année 2020 publié par le CSA.

Réalisé.

Le groupe explique avoir diffusé sur M6, W9, 6ter, Gulli et MCM pendant toute la semaine les quatre programmes courts de la collection *Différents et alors ?* réalisés par Jaris TV spécifiquement pour le groupe. Ces clips ont aussi été relayés sur 6play.

La chaîne Gulli a également diffusé un épisode de *Bande de Sportifs* dédié au handicap, *Handitennis* ainsi que les épisodes de *C'est bon signe* (diffusés tous les jours à 6h15) et *Oswaldo*.

La chaîne Canal J a diffusé un film des espoirs de l'animation 2018 par jour durant toute la semaine, à savoir : *Duel dégueu*, *Dragon d'élite*, *Vrai pirate*, *Cavalier d'acier*, *Dans l'ombre*, *Extrem Motor*, *Vers le sud*. Le thème choisi cette année était : « *Il y a 1000 raisons d'aimer ou de respecter les handicapés, mais sûrement pas juste parce qu'ils le sont* ». Dans la série

S'engage à diffuser des contenus comportant une approche du handicap qualitative et inclusive, participant ainsi à changer le regard de la société sur le handicap dans des genres de programmes variés.

d'animation *Denis et Scratch*, le personnage de Rubi est en fauteuil roulant. La chaîne Tiji a aussi rediffusé le clip « *Aime la famille* ». Dans le programme *Mes tubes en signe*, un film des espoirs de l'animation 2018 a été proposé tous les jours.

Réalisé.

Le groupe déclare avoir mis à l'antenne des programmes ayant une approche du handicap qualitative et inclusive, dans des genres de programmes variés. Ainsi, ont été mis à l'antenne les programmes suivants :

- dans le programme destiné aux plus jeunes, *Kid et Toi* (M6 et 6ter), un reportage traduit en langue des signes est proposé chaque semaine; sur Gulli les émissions *Mes tubes en signe*, *C'est bon signe* ont été diffusés,
- des numéros de magazines ont également été proposés: *Recherche appartement ou Maison* (21 juillet 2020 sur M6) pour une personne porteuse du syndrome d'Asperger, *Les Mamans* (diffusé quotidiennement sur 6ter), *L'Amour est dans le pré* (16 soirées sur M6) avec plusieurs candidats durant la saison 2020 atteints de handicap ;
- des spectacles dont *Le Marrakech du rire*,
- des émissions telles que *Qui veut être mon associé ?* (en soirée sur M6) mettant l'accent sur une entreprise confectionnant des vêtements unisexes pour personnes atteintes de handicap et à mobilité réduite ;
- des jeux : *Top Chef* (17 soirées sur M6) avec un candidat qui a perdu l'usage de son œil lors d'un accident, *Lego Master* (sur M6) avec un des candidats, né sans avant-bras droit et porteur d'une prothèse ;
- des divertissements : *Tous en cuisine* sur M6 avec une candidate malentendante qui a cuisiné avec Cyril Lignac, *La France a un incroyable Talent* (M6) dont plusieurs candidats étaient handicapés ;
- le sport : diffusion d'un reportage de championnat handisport *Les combattantes de l'impossible* sur Téva ;
- des documentaires : *Autistes ou trisomiques : différents et heureux* suivi de *Trisomiques... et alors ?* sur M6, *Perfect Life* sur Téva ;
- des journaux d'informations : *12.45* (huit sujets), *19.45* (13 sujets) ;

S'engage à proposer des programmes sensibilisant le jeune public au handicap, par exemple avec une nouvelle saison de *Mes tubes en signe* présenté par Luca Gelberg ou encore *Kid & Toi* traduits en langue des signes.

S'engage à diffuser de plusieurs épisodes de séries d'animation intégrant la thématique du handicap

S'agissant des ressources humaines:

S'engage à communiquer et sensibiliser régulièrement les salariés du groupe pour lutter contre les idées reçues.

S'engage à recruter 10 personnes en situation de handicap sur 3 ans, dont 2 en contrat à durée indéterminée

S'engage à prévoir, pour les salariés en situation de handicap, des

le 10 Minutes, journal entièrement diffusé en langue des signes (6Play)

- des magazines d'information : *Enquête Exclusive*, *66 Minutes* sur M6 ;
- des fictions : *Perfect life*, *Apprendre à t'aimer*, *Un homme à la hauteur*

Réalisé.

Le groupe précise que Gulli a diffusé des numéros de *Wazup*, *Mes tubes en signes* et *C'est bon signe* sur le handicap pour un total plus de 23 heures de diffusion. Ces deux derniers programmes ont été rendus disponibles sur Gulli replay et Canal J replay.

Sur Canal J, la diffusion de *Mes tubes en signes*, *C'est bon signe* et *Aime ta famille* a représenté plus de 8 heures de diffusion au total.

Sur Tiji, les programmes *Mes tubes en signes*, *T'Choupi et ses amis* et *Aime ta famille* ont représenté plus de 105 heures de diffusion au total.

Sur La Chaîne du Père Noël, ont été diffusés : *Signe avec Rémi* et *T'Choupi et ses amis* pour plus de 5 heures de diffusion.

Réalisé.

Le groupe déclare que la chaîne Gulli a proposé les animations *Dragons :: retrouvailles*, *Polly Pocket* (saison 2) ainsi que les programmes *Wazup* et *Gu'Live*.

S'agissant des ressources humaines :

Réalisé.

Le groupe indique avoir réalisé du 7 au 11 octobre 2020, un concours culinaire Handicook. Du lundi au jeudi des brigades, composées de 4 à 6 collaborateurs, entourés d'un chef en situation de handicap, ont cuisiné pendant plus d'une heure pour décrocher leur place pour la finale sur le plateau de *Top Chef*.

Réalisé.

Le groupe indique avoir recruté 5 personnes en situation de handicap en 2020, dont 2 CDI, 1 contrat de grille, 1 stage de 6 mois et 1 alternant.

Réalisé.

Le groupe précise que tous les aménagements de postes nécessaires

avantages adaptés à leurs besoins.

S'engage à développer le recours au secteur protégé.

S'engage à organiser au sein du groupe des actions de sensibilisation aux enjeux du handicap, auprès des managers et des salariés, dans le cadre de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées et des actions ponctuelles à d'autres moments de l'année.

S'engage à mettre en œuvre et actualiser les actions autour de la charte en faveur de la formation et l'insertion professionnelle des étudiants handicapés dans le secteur de l'audiovisuel, notamment par un plan d'action initié dès janvier 2020 pour la période 2020-2021-2022 par le groupe et visant à recruter au moins 20 personnes en situation

ont été réalisés afin de permettre aux stagiaires et aux employés de réaliser leurs expériences dans de bonnes conditions. Les collaborateurs en situation de handicap bénéficient de certaines compensations : financement complémentaire d'appareillages, permanence handicap une fois par mois effectuée par une consultante experte sur la question du handicap, des aides en termes d'organisation. Les stagiaires et les alternants bénéficient d'un suivi avant, pendant et après leur expérience professionnelle.

Réalisé.

Le groupe explique avoir collaboré avec les ESAT et EA, établissements du secteur protégé et adapté qui emploient plus de 80 de personnes en situation de handicap dans leurs effectifs. Cette collaboration avec ces prestataires permet ainsi d'agir indirectement pour l'emploi des personnes en situation de handicap. Il s'agit d'un des engagements prioritaires défini dans le second accord du groupe M6. En 2020, le groupe a ainsi commandé pour 140.000€ aux sociétés du secteur protégé, pour des prestations très variés comme l'impression, la restauration, du service ressources humaines, de la numérisation.

Réalisé.

Le groupe indique que la mission inclusive dans le Studio de RTL a mis en place un jeu avec Ophélie Meunier pour tenter de résoudre une enquête digitale. Ce jeu a été proposé dans le cadre de la Mission Handicap et s'est déroulé du 17 au 23 novembre 2020. Par ailleurs, le groupe a participé au Duo Day 2020 le jeudi 19 novembre 2020 : cette journée a permis à 12 personnes en situation de handicap de découvrir un métier, d'amorcer un parcours professionnel ou de créer un contact direct avec un employeur.

Réalisé.

Le groupe a signé un nouvel accord handicap en mars 2020. Par ailleurs, le groupe M6 a recruté 5 personnes en situation de handicap, dont 2 CDI, 1 contrat de grille, 1 stage de 6 mois et 1 alternant. Il est à noter que « permanence handicap » a été maintenue tous les 3ème jeudi du mois

Réalisé.






Le groupe a accueilli en octobre 2020 dans ses locaux la promotion 2020

de handicap, dont au moins 2 en CDI.

Poursuivre les partenariats avec les cabinets de recrutement spécialisés, les écoles engagées et les associations, comme actuellement Jaris, ainsi que les rencontres de « job-dating » et l'accueil des étudiants pour leur présenter les métiers audiovisuels du groupe.

de Jaris. Toutes les offres d'emploi sur le site internet sont affichées comme étant handi-accueillantes.

Annexe 4 – Tableau présentant la part des femmes et des hommes, selon leurs rôles, sur les chaînes du groupe M6

Editeurs	Présentateur/ animateur		Journaliste/ chroniqueur		Expert		Invité politique		Autre intervenant		Répartition au global	
	Part des femmes (%)	Part des hommes (%)	Part des femmes (%)	Part des hommes (%)	Part des femmes (%)	Part des hommes (%)	Part des femmes (%)	Part des hommes (%)	Part des femmes (%)	Part des hommes (%)	Part des femmes (%)	Part des hommes (%)
	13	87	56	44	NR	NR	NR	NR	100	0	60	40
	69	31	56	44	NR	NR	NR	NR	45	55	53	47
	56	44	37	63	30	70	67	33	41	59	43	57
	69	31	58	42	17	83	6	94	33	67	60	40
	79	21	32	68	100	0	NR	NR	51	49	53	47

Source : déclaration du groupe.