

GROUPE M6

BILAN DU RESPECT DES OBLIGATIONS

Exercice 2022

SOMMAIRE

- /01 PANORAMA GLOBAL DU GROUPE**
- /02 OBLIGATIONS DE DIFFUSION**
- /03 OBLIGATIONS DE PRODUCTION**
- /04 PLURALISME POLITIQUE**
- /05 DROITS ET LIBERTÉS**
- /06 PROTECTION DU JEUNE PUBLIC**
- /07 COMMUNICATIONS
COMMERCIALES ET PROTECTION
DES CONSOMMATEURS**
- /08 ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX**
- /09 ANNEXES**

01

PANORAMA GLOBAL DU GROUPE

Services de télévision et services de médias audiovisuels à la demande

Présentation du groupe M6 – offre hertzienne gratuite



	1987	2005	2012	2005
Date de création	Diffusée en haute définition à partir de 2008	Diffusée en haute définition à partir de 2016	Diffusée en haute définition dès sa création	Diffusée en haute définition à partir de 2016
Format (Extrait des conventions signées avec l'Autorité)	Programmation généraliste destinée à l'ensemble du public. Caractère fédérateur des fictions et des magazines proposés, ainsi qu'au sein de l'offre de programmes musicaux .	Programmation musicale destinée au grand public et plus particulièrement aux jeunes adultes, ouverte aux différents genres musicaux et diffusion d'émissions musicales diversifiées sur son antenne. Diffusion d'au moins 3 300 heures annuelles de musique, constituant « le genre premier » de programmes. Effort d'exposition des programmes musicaux en première partie de soirée.	Programmation tenant compte du rythme de la vie familiale et favorisant le lien entre les générations. Offre diversifiée comportant du cinéma et des divertissements. Au moins 60 % du temps total de diffusion consacré aux fictions audiovisuelles, magazines et documentaires . Diffusion de programmes consacrés à la découverte et de programmes abordant les thèmes de la santé, de l'alimentation et de l'éducation.	Service destiné aux enfants de 4 à 14 ans et à leurs parents favorisant le lien entre les générations. Diffusion de programmes diversifiés de divertissement et d'éveil, dans le respect de la sensibilité des enfants et tenant compte de leur rythme scolaire. Obligations de bonne exposition des œuvres d'animation d'expression originale française et diffusion de programmes de découverte.

Actualité du Groupe M6

22 mars 2022	Signature d'un accord entre le groupe M6 et les organisations professionnelles du cinéma relatif à l'aménagement des obligations d'investissement dans la production cinématographique du groupe M6.
7 décembre 2022	<p>L'Arcom lance un appel aux candidatures pour attribuer la ressource rendue disponible à l'échéance, le 5 mai 2023, des autorisations TNT accordées aux chaînes TF1 et M6. Dans le cadre de cette procédure, le groupe M6 dépose une candidature pour la poursuite de la diffusion de la chaîne M6.</p> <p>Le 22 février 2023, l'Autorité décide, après l'audition publique des trois candidats déclarés recevables, de retenir notamment la candidature de M6. À la suite de la signature d'une nouvelle convention, la chaîne M6 se voit attribuer, le 27 avril 2023, une nouvelle autorisation pour dix ans.</p>
20 et 26 janvier 2023 (modifiés par avenant le 3 février 2023)	Signature d'un accord entre le groupe M6 et les organisations professionnelles de l'industrie audiovisuelle.

/ Présentation du groupe M6 – offre hertzienne et non-hertzienne payante



<p>Date de création</p>	<p>Créée en 1986 pour une diffusion sur le câble Lancement en 2005 dans l'offre de télévision payante de la TNT</p>	<p>1996</p>	<p>1993</p>	<p>1985</p>
<p>Format (Extrait des conventions signées avec l'Autorité)</p>	<p>Offre de programmes consacrée notamment aux spectacles, à la vie culturelle ou encore aux événements parisiens.</p>	<p>Programmation destinée à un public majoritairement féminin, constituée majoritairement de fictions télévisuelles complétées notamment par des magazines et des divertissements.</p>	<p>Service consacré à la fiction et plus particulièrement aux séries dans les genres suivants : policier, judiciaire, comédie dramatique, fantastique et science-fiction. Service co-édité avec le groupe TF1.</p>	<p>Service destiné aux enfants de 4 à 14 ans. Programmes diversifiés de divertissement : animation, séries, films, émissions interactives, jeux et magazines.</p>

/ Présentation du groupe M6 – offre non-hertzienne payante



<p>Date de création</p>	<p>2000</p>	<p>Service temporaire diffusé chaque année autour des fêtes de Noël depuis 2011</p>	<p>2005</p>	<p>1989</p>
<p>Format (Extrait des conventions signées avec l'Autorité)</p>	<p>Service destiné aux enfants de 3 à 6 ans. Diffusion de programmes de divertissement et d'éveil (animation, fiction, émissions de plateau, magazines, documentaires et occasionnellement des films).</p>	<p>Service 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.</p>	<p>Programmation musicale essentiellement composée de vidéomusiques.</p>	<p>Chaîne de divertissement destinée aux 15 -35 ans en 2014. Diffusion notamment de séries, de magazines et de vidéomusiques.</p>

/ Présentation du groupe M6 – offre non-hertzienne payante



Date de création	2003	2014
Format (Extrait des conventions signées avec l'Autorité)	Programmation musicale destinée au grand public , ancrée en particulier dans l'actualité discographique et accordant une large place aux dernières sorties et aux meilleures ventes.	Service à dominante musicale destiné au grand public. Programmation axée en particulier sur les vidéomusiques des années 80 et 90.

Présentation du groupe M6 – les SMAD*

	Télévision de rattrapage des chaînes gratuites	Télévision de rattrapage des chaînes payantes	Offre de vidéo à la demande gratuite	Service de vidéo à la demande par abonnement
Services	M6, W9, 6ter, et Gulli	Paris Première, Téva, Série Club, Canal J à la demande, Tiji à la demande et MCM à la demande**	6play	GulliMax 6playMax

Créé fin 2013, 6play rassemble les SMAD du groupe sous une même marque. 6play propose un vaste catalogue de programmes issus des chaînes M6, W9, 6ter, Gulli, Paris Première et Téva. 6play accueille également les flux linéaires des chaînes M6, W9, 6ter, Gulli (accessibles gratuitement sous réserve d'une inscription préalable) et ceux de Paris Première et Téva (sur abonnement, qui peut se faire directement dans l'application 6play sur tablette ou mobile).

L'offre 6play propose également un service de vidéo à la demande gratuite et une offre de flux linéaires accessible directement sur l'onglet « chaînes » de 6play (Zone Interdite 24/24, Téléfims 24/24, notamment).

L'offre 6playMax, lancée en octobre 2022, est une déclinaison par abonnement payant du portail 6play, proposant aux utilisateurs 6play d'accéder à des programmes sans publicité, en avant-première et plus longtemps, hors connexion avec l'option téléchargement.

*SMAD : service de médias audiovisuels à la demande.

**Les services de TVR payantes MCM, Canal J, Tiji et Série Club ne sont pas accessibles via 6play, mais présents au sein de myCANAL et/ou Molotov.

02

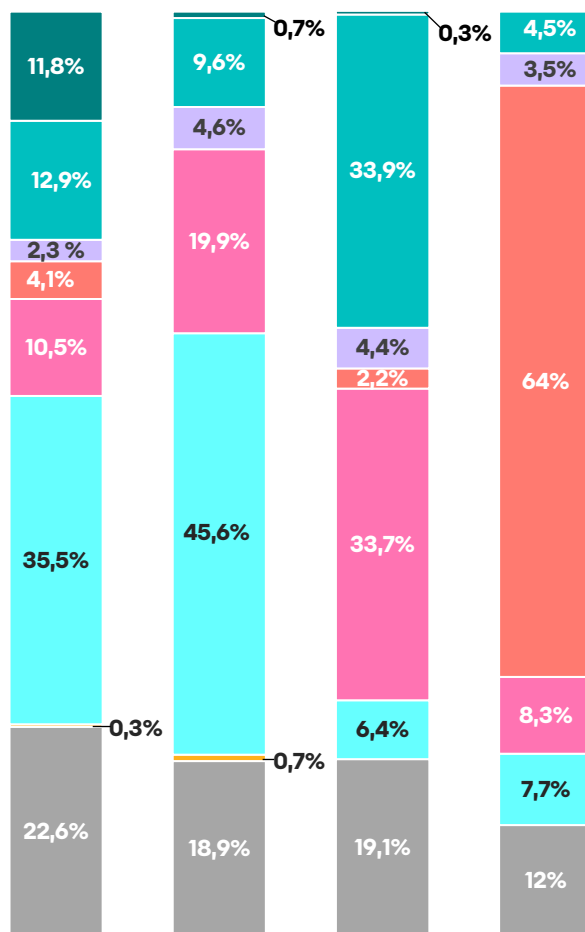
OBLIGATIONS DE DIFFUSION

Structure des programmes

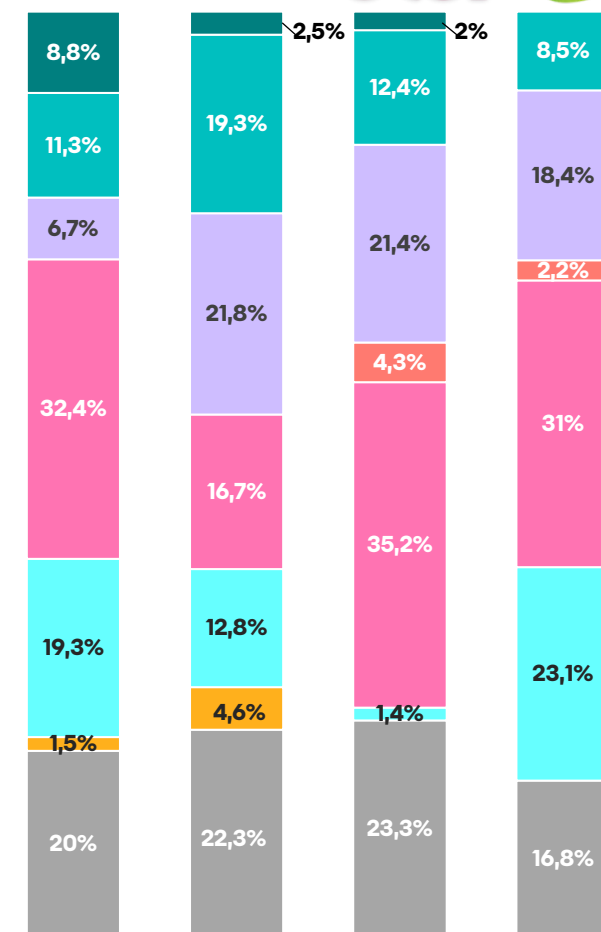
Quotas de diffusion

Obligations liées au format des services nationaux de télévision

L'ensemble de la diffusion



La première partie de soirée 20h30-22h30



- Autres programmes (publicité, téléachat, bandes annonces, autopromotion, etc.)
- Divertissements, musique et spectacles
- Animation
- Documentaire et magazine
- Sport
- Fiction audiovisuelle
- Fiction cinématographique
- Information, émissions de service

Source : Arcom

- **Sur l'ensemble du temps de diffusion, les singularités des lignes éditoriales des chaînes sont prégnantes** : M6 et W9 privilégient la catégorie divertissements, musique et spectacles. 6ter propose une programmation majoritairement consacrée aux documentaires, magazines et fictions audiovisuelles. En sa qualité de chaîne jeunesse, Gulli favorise l'animation.
- **L'animation baisse fortement sur Gulli entre 2021 et 2022** (-7,6 points), notamment au profit de la catégorie des divertissements, musique et spectacles qui augmente sur cette même chaîne (+4,7 points). **Sur W9, au contraire, cette dernière catégorie diminue** par rapport à 2021 (-2,2 points).
- En première partie de soirée, **la fiction audiovisuelle est en hausse sur 6ter** (+7,9 points) **et Gulli** (+3,2 points), le cinéma étant le genre le plus diffusé sur W9. Par ailleurs, **les documentaires et magazines progressent sur M6** (+1,3 point) **et W9** (+1,1 point) par rapport à 2021.

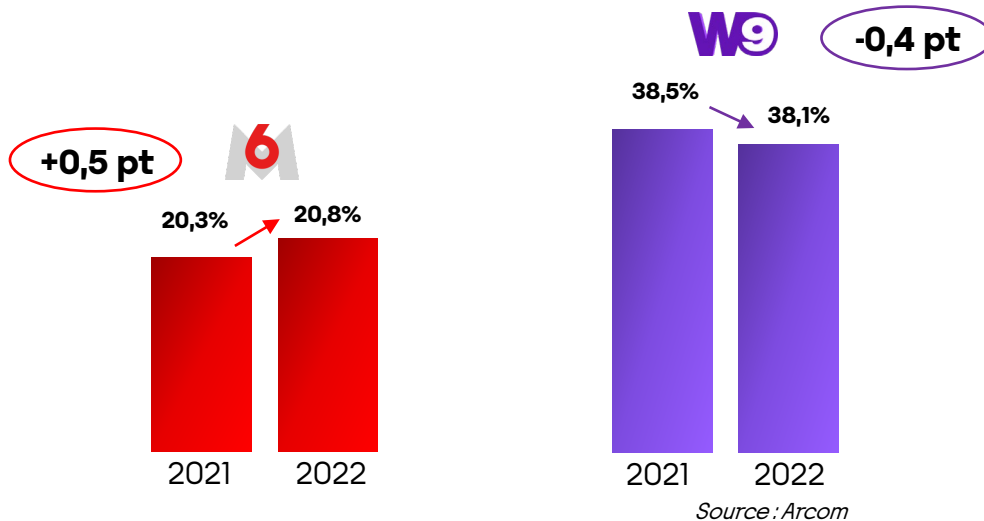
/ La musique reste au cœur de la programmation de M6 et W9 en 2022

6
+42 heures
entre 2021 et
2022

LA MUSIQUE LÉGÈREMENT EN HAUSSE SUR M6

Sur M6, la musique représente 1 827 heures en 2022, soit 20,8 % du temps total de diffusion de la chaîne, contre 1 785 heures (20,3 %) en 2021. L'offre de **programmes musicaux a donc progressé de 42 heures** entre 2021 et 2022, soit +0,5 point.

Évolution de la part de la musique dans la programmation des chaînes hertziennes (en %)



UNE LÉGÈRE BAISSSE SUR W9

En 2022, la musique occupe 3 341 heures sur W9, soit 38,1 % de son temps total de diffusion.

Malgré une diminution de l'offre de musique par rapport à 2021 (-35 heures, soit -0,4 point), **la musique reste le genre premier diffusé sur la chaîne en 2022.**

W9
3 341 heures
de programmes
musicaux en
2022

Plus largement, l'offre globale de musique (vidéomusiques et variétés) est proposée à 46 % par le groupe M6 en 2022, dont **18 % par la chaîne M6, et 27 % par W9.**

/ L'animation en baisse sur Gulli occupe toujours une place prépondérante en 2022

UNE BAISSSE DE L'ANIMATION SUR L'ENSEMBLE DE LA DIFFUSION...

Entre **20h30 et minuit**, cette baisse est significative puisqu'elle représente **-183 heures** entre 2021 et 2022, soit -14,6 points.

Depuis le lancement de « GulliPrime » en janvier 2022, l'offre est élargie à l'écoute conjointe et aux adultes en soirée, l'animation est donc limitée aux soirées où les enfants sont disponibles, ce qui renforce l'offre de divertissements.

...QUI CONTINUE TOUTEFOIS D'OCCUPER UNE PLACE CENTRALE

Malgré cette baisse, **l'animation continue d'occuper une place prépondérante** sur l'ensemble du temps total de diffusion de la chaîne (64 %).

Le volume d'œuvres d'animation audiovisuelles ou cinématographiques d'expression originale française diffusé entre 6 heures et minuit en 2022 est de 2 524 heures, **ce qui permet à la chaîne de dépasser son obligation conventionnelle** de plus de 500 heures (cf supra page 61).



Sur 6ter, une programmation dominée par la fiction audiovisuelle, les magazines et les documentaires

UNE HAUSSE DE LA FICTION AUDIOVISUELLE

Sur 6ter, la baisse de la part des divertissements, musique et spectacles diffusés entre 2021 et 2022 (-3,6 points) est compensée par une **augmentation de la fiction audiovisuelle (+3,8 points)** sur l'ensemble du temps de diffusion, mais aussi en première partie de soirée.

6ter
+332 heures de fiction audiovisuelle entre 2021 et 2022

6ter
2 964 heures de documentaires et magazines en 2022

UNE PLACE IMPORTANTE ACCORDÉE AUX MAGAZINES ET AUX DOCUMENTAIRES

Par ailleurs, la catégorie des **documentaires et magazines constitue toujours une part importante de la programmation de 6ter** dans son ensemble (33,8 %), malgré une légère baisse entre 2021 et 2022 (-0,2 point).

Des obligations respectées

Les chaînes gratuites et payantes du groupe M6 ont respecté l'ensemble de leurs obligations légales et conventionnelles de diffusion au cours de l'année 2022.

/ Les quotas de diffusion d'œuvres sont respectés

Created by Marco Gallesini
from the Moon Project**Œuvres audiovisuelles**

Ensemble de la diffusion (volume horaire)	4 407 h 16	5 432 h 20	6 576 h 39	7 070 h 20
EUR (60 %)	3 632 h 35 82,4 %	4 012 h 23 73,9 %	3 996 h 12 60,8 %	4 506 h 05 63,7 %
EOF (40 %)	3 362 h 35 76,3 %	3 560 h 37 65,5 %	3 302 h 35 50,2 %	4 213 h 24 59,6 %
Heures de grande écoute (volume horaire)	713 h 59	1 449 h 14	1 928 h 54	1 654 h 17
EUR (60 %)	571 h 01 80 %	1 248 h 43 86,2 %	1 166 h 45 60,5 %	1 033 h 46 62,5 %
EOF (40 %)	562 h 19 78,8 %	1 160 h 37 80,1 %	1 040 h 22 53,9 %	993 h 54 60,1 %

Created by Marco Gallesini
from the Moon Project**Œuvres cinématographiques**

Ensemble de la diffusion (nombre de titres/nombre de diffusions et rediffusions maximum : 244)	97 / 124	127 / 243	126 / 236	109 / 223
EUR (60 %)	79 63,7 %	146 60,1 %	142 60,2 %	142 63,7 %
EOF(40 %)	51 41,1 %	104 42,8 %	101 42,8 %	91 40,8 %
Heures de grande écoute (nb de titres/nb de diffusions et rediffusions : maximum : 196)	42 / 42	120 / 143	119 / 142	104 / 109
EUR (60 %)	26 61,9 %	86 60,1 %	86 60,6 %	69 63,3 %
EOF (40 %)	17 40,5 %	60 42 %	62 43,6 %	48 44,1 %

Les quotas de diffusion d'œuvres sont respectés

PARIS
PREMIERE

Music

* téva

RFM
TV

serieclub

Created by Open Group
from the Open Project

Œuvres audiovisuelles

Ensemble de la diffusion (volume horaire)	5 991 h	8 267 h	6 539 h	8 279 h	7 857 h
EUR (60 %)	3 747 h 63 %	5 566 h 67 %	3 470 h 53,1 %	6 007 h 73 %	5 936 h 69 %
EOF (40 %)	2 853 h 48 %	4 251 h 51 %	2 885 h 44,1 %	3 427 h 41 %	5 106 h 65 %
Heures de grande écoute (volume horaire)	849 h	-	-	-	-
EUR (60 %)	535 h 63 %	-	-	-	-
EOF (40 %)	387 h 46 %	-	-	-	-

Created by Micro Galleries
from the Open Project

Œuvres cinématographiques

Ensemble de la diffusion (nombre de titres/nombre de diffusions et rediffusions : maximum : 244)	161 / 287	-	52 / 99	-	-
EUR (60 %)	175 61 %	-	60 61 %	-	-
EOF (40 %)	137 48 %	-	43 43 %	-	-
Heures de grande écoute (nombre de titres/nombre de diffusions et rediffusions : maximum : 196)	139 / 168	-	39 / 55	-	-
EUR (60 %)	104 62 %	-	34 62 %	-	-
EOF (40 %)	81 48 %	-	26 47 %	-	-

Paris Première a diffusé en outre 27 films art et essai (43 diffusions, dont 61 % sont d'origine européenne et 44 % sont EOF.

Source : déclarations des chaînes

*L'éditeur réserve, dans le total du temps annuellement consacré à la diffusion d'œuvres audiovisuelles, au moins 50 % à la diffusion d'œuvres européennes et au moins 35 % à la diffusion d'œuvres d'expression originale française.

/ Les quotas de diffusion d'œuvres sont respectés



Created by Orange Creative
From the Moon Project



* MCM





Œuvres audiovisuelles						
Ensemble de la diffusion (volume horaire)	8 219 h	8 290 h	622 h	7 364 h	8 529 h	
EUR (60 %)	5 039 h 61 %	5 608 h 68 %	440 h 71 %	4 151 h 56 %	5 132 h 60 %	
EOF (40 %)	5 039 h 61 %	5 471 h 66 %	430 h 69 %	3 580 h 49 %	3 473 h 41 %	
Œuvres cinématographiques						
Ensemble de la diffusion (nombre de titres/nombre de diffusions et rediffusions : maximum : 244)	3 / 3	-	17 / 48	-	-	
EUR (60 %)	3 100 %	-	48 100 %	-	-	
EOF (40 %)	2 67 %	-	22 46 %	-	-	
Heures de grande écoute (nombre de titres/nombre de diffusions et rediffusions : maximum : 196)	1 / 1	-	-	-	-	
EUR (60 %)	1 100 %	-	-	-	-	
EOF (40 %)	1 100 %	-	-	-	-	






Source : déclarations des chaînes

*L'éditeur réserve, dans le total du temps annuellement consacré à la diffusion d'œuvres audiovisuelles, au moins 50% à la diffusion d'œuvres européennes et au moins 35% à la diffusion d'œuvres d'expression originale française.

Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations quantifiées

Musique		
	20 % minimum du temps total de diffusion	20,9 %
	50 % des émissions musicales consacrées à la musique EOF	74,7 % des vidéomusiques diffusées (qui représentent 85,8 % de la musique programmée sur M6)
	Préachat et diffusion de 100 vidéomusiques d'artistes francophones, dont 70 consacrés à des nouveaux talents	100 vidéos préachetées dont 71 concernent des nouveaux talents
	Émissions musicales en 1 ^{ère} partie de soirée d'une durée minimale de 90 minutes : au moins 12, mutualisées avec W9 dont 4 ne relevant pas des genres exclus (documentaire musical, fiction audiovisuelle musicale non européenne, concours de talents musicaux)	12 (M6+W9) 9 sur M6 (1 film, 2 variétés, 2 jeux, 2 divertissements -autres, 1 documentaire, 1 spectacle-concert)
	3 300 h de programmes musicaux, la musique étant le genre premier	3 340 h 53
	Émissions musicales en 1 ^{ère} partie de soirée d'une durée minimale de 90 minutes : au moins 12, mutualisées avec M6	12 (M6+W9) 3 sur W9 (1 magazine, 1 divertissement, 1 concert)
	Émissions musicales supplémentaires en 1 ^{ère} partie de soirée : au moins 12, dont 4 inédites ne relevant pas des genres exclus (documentaire musical, fiction audiovisuelle musicale non européenne, concours de talents musicaux)	41 (5 documentaires, 17 magazines, 10 films musicaux, 6 divertissements, 3 concerts) dont 14 inédites et ne relevant pas des genres exclus (9 magazines, 3 divertissements, 2 spectacles-concerts)
	Une émission régulière consacrée aux nouveaux talents	<i>Plus vite que la musique</i> et <i>Talent tout neuf</i>
20 % au moins des vidéomusiques consacrées à de nouveaux talents de la chanson d'expression française	29 %	

Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations quantifiées





Jeunesse		
	50 % des œuvres d'animation diffusées sont européennes ou EOF	96,4 % (342 h 55)
	Emissions destinées aux enfants aux jours et heures où ce public est disponible	M6 Kid (diffusée du lundi au vendredi de 7h à 8h45, hors vacances scolaires)
	Emissions destinées aux enfants et aux adolescents à des horaires adaptés	Diffusion de films d'animation (<i>Tintin et le lac aux requins, Tad et le secret du roi Midas...</i>) et de films pour les adolescents (<i>Tamara, Iron man...</i>)
	1 930 heures d'œuvres d'animation, audiovisuelles ou cinématographiques, d'expression originale française entre 6 heures et minuit	2 524 h 35
	Dont 1 520 heures entre 6 heures et 19 heures	2 382 h 42
Découverte		
	Au moins 100 heures diffusées entre 6h30 et 22 heures (genres autorisés : magazines, jeux, documentaires, fictions, animation et programmes courts)	862 h 23
	Premières parties de soirées consacrées à la découverte	16
	300 heures de programme de découverte entre 6h30 et 23 heures (genres autorisés : magazines, jeux, documentaires, programmes courts et dessins animés)	313 h 51
	Dont un volume consacré aux dessins animés qui ne peut dépasser 100 heures	100 h

Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations quantifiées

Programmes inédits		
	120 heures d'œuvres audiovisuelles européennes ou EOF inédites commençant entre 20 h et 21 h 30	386 h 40
	400 heures minimum de programmes inédits en TNT	674 h 51
Programmation		
	60 % au minimum de magazines, documentaires et de fictions audiovisuelles	67,6 %
	100 programmes à destination des parents	145
	52 spectacles vivants au minimum	98 spectacles vivants différents (92 concerts, 6 humour) pour un total de 110 diffusions

Source : Arcom

/ Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations quantifiées

Programmes en haute définition		
	100 % de programmes en HD	100 %
	100 % de programmes entre 16 heures et minuit	100 %
	Au moins 90 heures en moyenne hebdomadaire entre minuit et 16 heures	108 h 18
	Au moins 45 heures en moyenne hebdomadaire entre 16 heures et minuit	56 h 02
	Au moins 60 heures en moyenne hebdomadaire entre minuit et 16 heures	106 h 52
	100 % des programmes entre 16 heures et minuit	100 %
	Au moins 90 heures en moyenne hebdomadaire entre minuit et 16 heures	100 h

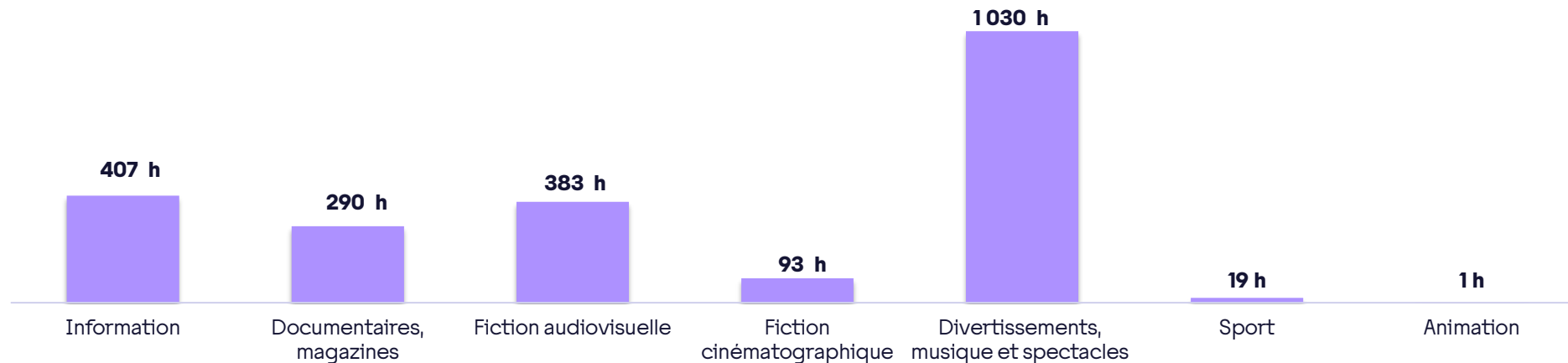
Source : Arcom

Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations non quantifiées



- **Offre diversifiée aux heures de forte audience** (16 heures-minuit)

Volume horaire des programmes diffusés aux heures de forte audience en 2022 (hors publicité et habillage)



Source : Arcom

- **Offre musicale aux heures de forte audience** (16 heures-minuit)

Des émissions musicales et des divertissements à composante musicale ont été diffusés au sein de cette tranche horaire, notamment le documentaire *Johnny par Laetitia*, le film musical *Rocketman*, des divertissements tels que *Les 500 chansons préférées des Français de 1980 à 2022* et *M6 sur son 31, que la fête commence !*, ou encore un spectacle (*Le bal des Bodin's*).

/ Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations non quantifiées



- **Diffusion de magazines et documentaires favorisant la compréhension du monde contemporain**

En 2022, cette programmation a été assurée par la diffusion des magazines récurrents de la chaîne (*Capital, Zone interdite, 66 minutes...*) ainsi que par la diffusion de documentaires unitaires notamment autour des enjeux écologiques (*Rewild la nature reprend ses droits, Dans les yeux de Thomas Pesquet, Legacy...*).

- **Promotion des nouveaux talents de la chanson française, diversité des producteurs musicaux et programmation ouverte aux différents genres musicaux**

Le programme court, multidiffusé, *Plus vite que la musique*, a permis de mettre en valeur les nouveaux talents de la chanson française, issus pour partie de labels indépendants variés.

Concernant la diversité des producteurs musicaux, M6 déclare avoir diffusé des vidéomusiques produites par des labels variés : indépendants (Pineale, Because Music, Wagram, Iconoclast, W Lab...) ou majors (Universal Music, Warner Music, Sony France).

La diversité des genres musicaux a également été assurée : pop-rock (Hoshi, Benjamin Biolay, Marie Flore), musique urbaine (Lomepal, Tayc, 47 ter, Ronisia...) et variété en langue française (Angèle, Amir, Suzane...).

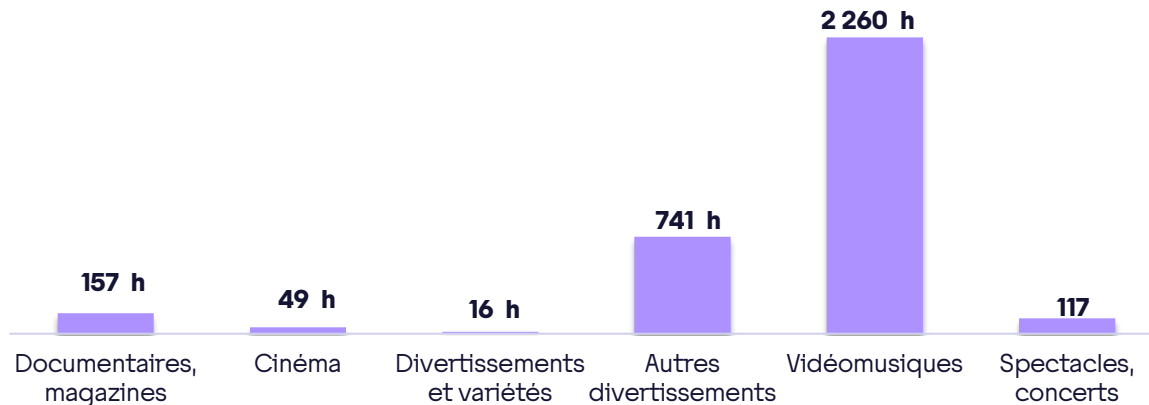
/ Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations non quantifiées



- **Programmation musicale diversifiée sur l'ensemble du temps de diffusion et développement de la musique aux heures de forte audience**

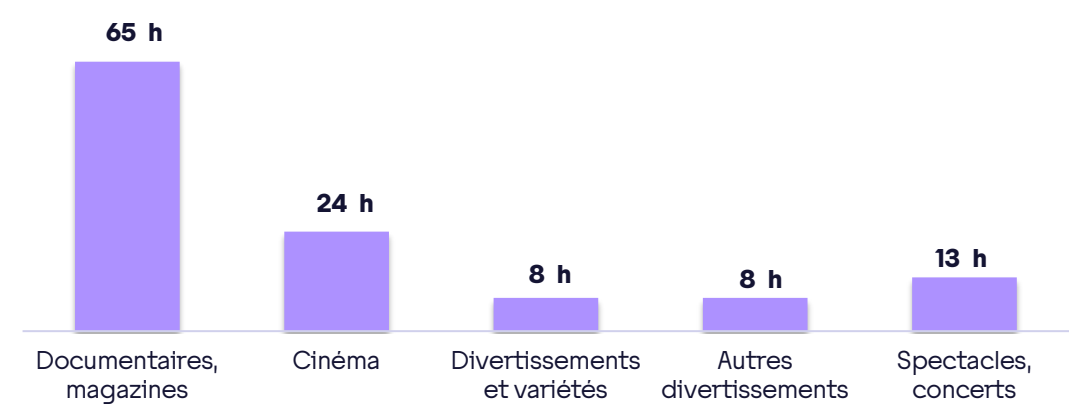
Volume horaire par genre des programmes musicaux diffusés en 2022

Sur l'ensemble du temps de diffusion



Source : Arcom

Aux heures de forte audience (16 heures-minuit)



Source : Arcom

Aux heures de forte audience, 118 heures de programmes musicaux ont été diffusées, soit 4 % du temps total de diffusion de la tranche horaire. Ce volume est en augmentation de 18 heures par rapport à l'année 2021 (+0,6 point).

W9 a diffusé au total 46 émissions musicales en première partie de soirée débutant entre 20h30 et 21h30 (dont 44 d'une durée minimale de 90 minutes), chiffre en augmentation de 8 soirées par rapport à 2021.

/ Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations non quantifiées



- **Diversité des genres musicaux et promotion des nouvelles scènes musicales**

Des vidéomusiques de jeunes artistes de la scène musicale hexagonale ont été programmées sur W9 en 2022, parmi lesquels : Ronisia, Ade, Marie Flore, Julien Granel...

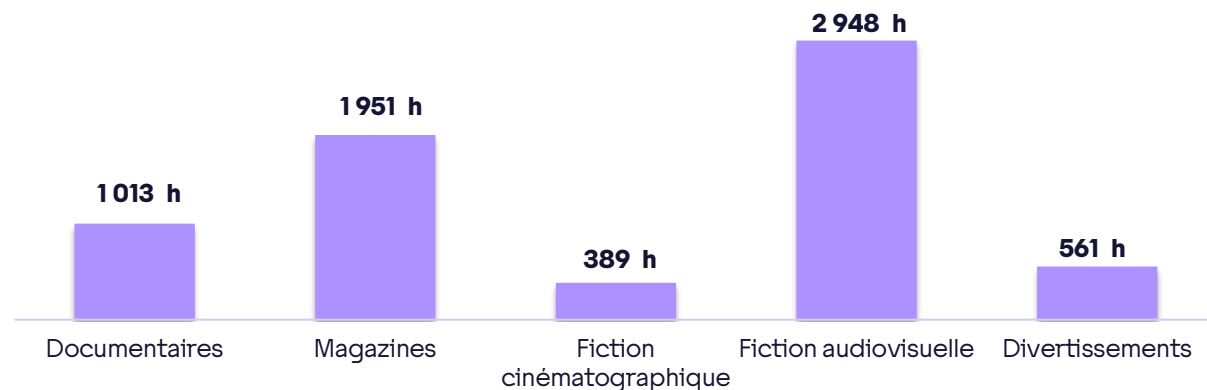
La promotion des nouveaux talents de la chanson française et des nouvelles scènes musicales françaises est assurée notamment au sein des émissions *Plus vite que la musique* et *Talent tout neuf*, et plus globalement au sein des émissions *L'Hebdo de la musique* et *Hit W9*, ou parmi les divertissements *Les W9 d'or* ou *Ce soir on chante pour l'Unicef*.

/ Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations non quantifiées



- **Programmation diversifiée comprenant documentaires, magazines, fiction audiovisuelle, cinéma et divertissements**

Volume horaire des genres de programmes cités par l'obligation en 2022 (sur un total de 8 760 h)



Source : Arcom

6ter propose une programmation diversifiée en 2022, avec 2 964 heures consacrées aux documentaires et magazines (soit 33,8 % de son temps total de diffusion), 2 948 heures consacrées à la fiction audiovisuelle (33,6%), mais aussi 389 heures de fiction cinématographique (4,4 %), et 561 heures de divertissements (6,4 %). La répartition entre l'offre de documentaires et magazines et l'offre de fiction audiovisuelle est donc équilibrée pour l'exercice 2022.

/ Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations non quantifiées



- **Diffusion d'émissions traitant de la santé, de l'alimentation et de l'éducation**

Cette obligation a été respectée avec la programmation du magazine *Norbert commis d'office*, certains numéros de *Familles extraordinaires* (*L'incroyable rentrée des familles hyper nombreuses*, *Maxi familles, mini budget : comment font-elles ?*), ou encore, la série-documentaire *Véto & Co*.

- **Emissions destinées aux enfants et aux adolescents à des heures adaptées à ce public**

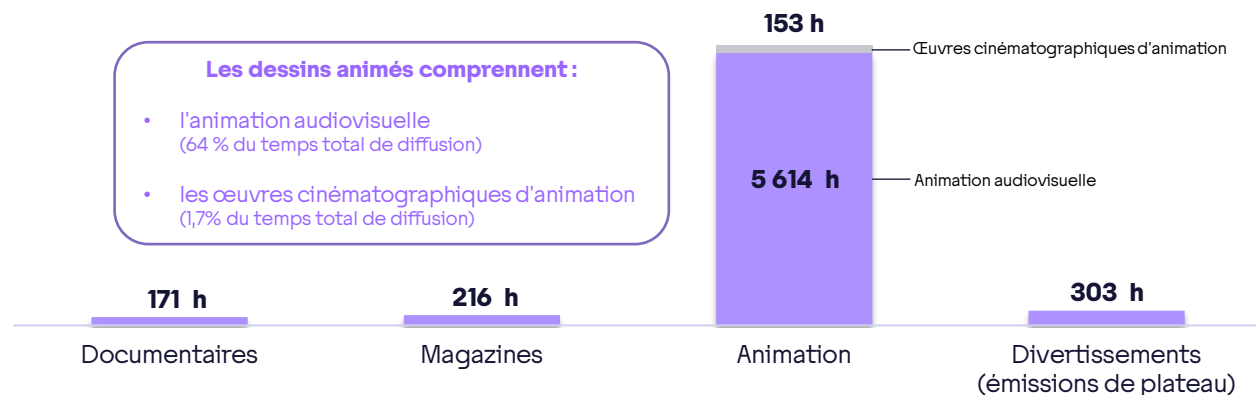
En 2022, 6ter a diffusé 190 heures d'animation dont 73 heures entre 6 heures et 22 heures.

Des fictions audiovisuelles à destination du jeune public ont été diffusées en avant-soirée (*Paddington*, *Matilda*, *Le Retour de Mary Poppins...*) ainsi que des films destinés aux adolescents en première partie de soirée (*Tamara*, *Iron man...*) et des films d'animation à l'occasion de soirées spéciales (*Tintin et le lac aux requins*, *Tad et le secret du roi Midas*, *Minuscules : la vallée des fourmis perdues...*).

Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations non quantifiées

- Programmation diversifiée comprenant dessins animés, documentaires, magazines, émissions de plateau

Volume horaire en 2022 des programmes cités par l'obligation ci-dessus (sur un total de 8 760 h)



Source : Arcom

- Programmation adaptée au public de la chaîne, selon les jours et les tranches horaires

Répartition de la programmation par genres en 2022 selon différentes tranches horaires

	6h-18h	18h-20h30	20h30-minuit	Soirées du mardi, vendredi et samedi
Animation	80,1 %	51,3 %	2,9 %	6,5 %
Documentaires, magazines	4,4 %	1,6 %	9,6 %	3,5 %
Fiction audiovisuelle	1,5 %	23,7 %	25,3 %	16,2 %
Fiction cinématographique	0,9 %	5,5 %	15,9 %	30,5 %
Divertissements	0,3 %	1,8 %	28,9 %	26,3 %

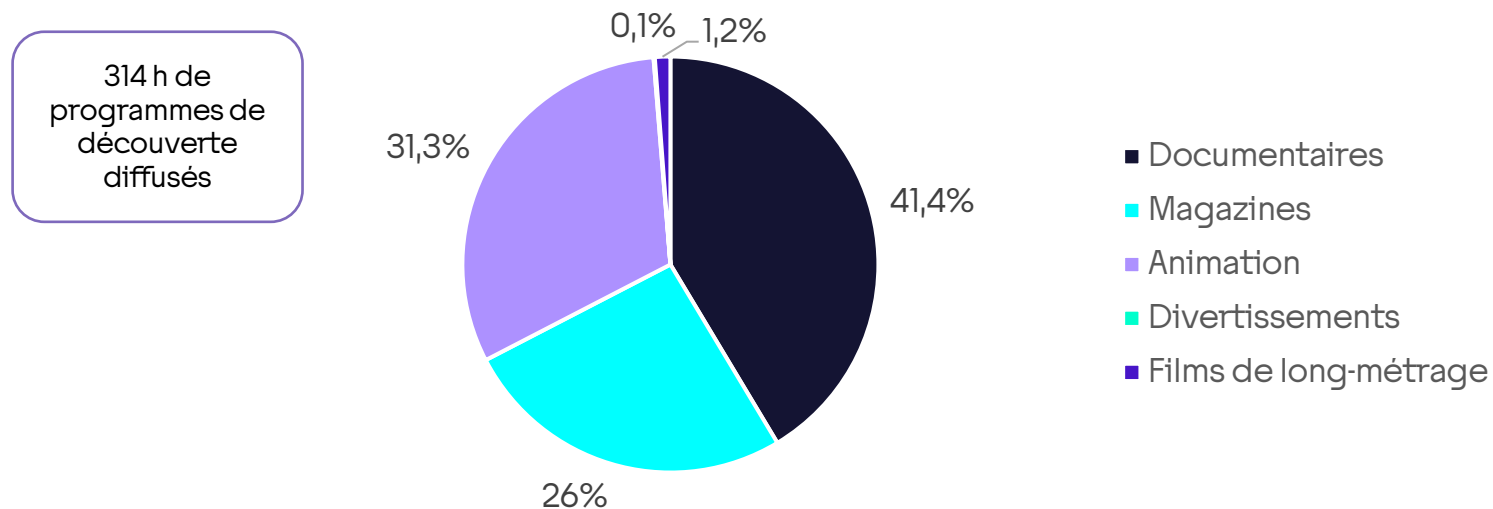
Source : Arcom

Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations non quantifiées



Les programmes de découverte

Répartition par genre des programmes de découverte diffusés en 2022








Source: Arcom

Diffusion d'émissions de sensibilisation à l'environnement au sein des programmes de découverte

En 2022, Gulli a proposé des programmes de sensibilisation à l'environnement parmi ces programmes de découverte avec des numéros du magazine *Wazup*, et des sujets tels que *Une planète en rénovation à Madrid* ou encore *10 idées reçues sur le climat* dans le cadre de la semaine *green* du 5 au 13 février 2022.

Les obligations spécifiques liées aux formats des chaînes : obligations quantifiées

Plages en clair		
	Au maximum trois heures par jour entre 17h30 et 21 heures	1 095 h Soit 3 h/jour
	Au maximum trois heures par jour le samedi et le dimanche entre 9h30 et 13h30	258 h 39 Soit 2 h 28/jour
	Au moins 50 % de programmes européens ou EOF dans les plages en clair le samedi et dimanche	99,5 % Soit 257 h 18
Spectacles vivants et vidéomusiques		
	Au minimum 150 heures de captation ou récréation de spectacles vivants aux heures de grande écoute	190 h 05
	Diffusion d'au moins 50 % de vidéomusiques, captations et récréations de spectacles vivants dont au moins 40 % de vidéomusiques	94 % de vidéomusiques
	Diffusion d'au moins 50 % de vidéomusiques, captations et récréations de spectacles vivants dont au moins 40 % de vidéomusiques	97 % de vidéomusiques
	Diffusion d'au moins 50 % de vidéomusiques, captations et récréations de spectacles vivants dont au moins 40 % de vidéomusiques	95 % de vidéomusiques

Source : déclarations des chaînes

03

OBLIGATIONS DE PRODUCTION

Obligations réglementaires et engagements spécifiques

Services linéaires & non linéaires

/ Production audiovisuelle

Les services assujettis à ces obligations sont :

- ceux qui consacrent plus de 20 % de leur temps de diffusion à des œuvres audiovisuelles et
- ceux dont le chiffre d'affaires annuel net est supérieur à 350 millions d'euros

/ Production cinématographique

Les services assujettis à ces obligations sont :

- ceux qui diffusent annuellement plus de 52 œuvres cinématographiques de long métrage et/ou plus de 104 diffusions d'œuvres cinématographiques de long métrage

Les décrets n° 2021-1926 et n° 2021-1924 du 30 décembre 2021 sont entrés en vigueur le 1^{er} janvier 2022.

Régime particulier du groupe

- En application de ses accords interprofessionnels en vigueur en 2022, le groupe M6 a mis en commun les contributions de ses services assujettis aux obligations de production audiovisuelle compris dans l'accord « M6 » d'une part (M6, W9, 6ter, M6 Music, Paris Première, Téva, 6play), et « Lagardère » d'autre part (Gulli, Canal J, MCM, MCM Top, TIJI, RFM TV, La chaîne du Père Noël). Les accords antérieurs à la modification du cadre réglementaire ont donc continué à s'appliquer en 2022.
- Le groupe devait également respecter certaines obligations spécifiques (notamment de production inédite et d'animation).
- Le groupe a conclu les 20 et 26 janvier 2023 des accords avec la filière audiovisuelle modifiés par avenant du 3 février 2023, applicables à partir de 2023.
- Concernant ses obligations de production cinématographique, en application de son accord interprofessionnel conclu le 22 mars 2022 avec la filière cinéma, le groupe M6 a mis en commun les contributions de certains de ses services (M6, W9, 6ter).

<i>M6 - W9 - 6ter - Paris Première - Téva M6 Music - 6play</i>		Obligation théorique	Obligation réelle*	Réalisation
Œuvres audiovisuelles européennes ou EOF				
Ensemble des œuvres audiovisuelles		128,931 M€	128,705 M€	130,125 M€
dont œuvres patrimoniales		88,172 M€	86,409 M€	88,156 M€
Œuvres audiovisuelles EOF				
Ensemble des œuvres audiovisuelles		29,997 M€	27,419 M€	124,488 M€
dont œuvres patrimoniales		78,440 M€	76,677 M€	84,377 M€
Dépenses prises en compte au titre de la production indépendante				
Ensemble des œuvres audiovisuelles		86,655 M€	86,268 M€	87,626 M€
dont œuvres patrimoniales		66,011 M€	65,143 M€	66,003 M€
Engagements spécifiques				
HD	M6, W9, 6ter : 100% des dépenses en inédit	111,219 M€		111,219 M€
Inédit	Groupe M6 (75% obligation globale)	96,698 M€	94,120 M€	112,442 M€
	Groupe M6 (70% obligation patrimoniale)	61,720 M€	59,957 M€	72,531 M€
	Téva (15% obligation globale en production inédite avec des producteurs indépendants)	0,406 M€	0,392 M€	0,563 M€
Animation	M6 et 6ter (1% CA)	6,789 M€	6,711 M€	6,739 M€
	M6 (1% CA en œuvres inédites)	6,240 M€	6,204 M€	6,242 M€
	M6 (0,67% CA dans des œuvres inédites en production indépendante)	4,181 M€	2,379 M€	6,242 M€
Musique	W9 (5 % du CA dans des œuvres musicales européennes ou EOF)	6,225 M€	6,115 M€	6,488 M€
	Émissions musicales et de divertissement à composante musicale	19 M€		19,2 M€

Les services du groupe M6 rassemblés au sein du périmètre « M6 » ont respecté leurs obligations de production audiovisuelle au titre de l'exercice 2022.

*Montants après reports éventuels d'excédent ou de déficit de l'année précédente

<i>Gulli - Canal J - MCM - MCM TOP - RFM TV - TIJI - LCPN</i>	Obligation théorique	Obligation réelle*	Réalisation
Œuvres audiovisuelles européennes ou EOF			
Ensemble des œuvres audiovisuelles	7,512 M€	7,350M€	8,118 M€
dont œuvres patrimoniales	5,557 M€	5,258 M€	6,155 M€
Œuvres audiovisuelles EOF			
Ensemble des œuvres audiovisuelles	6,074 M€	5,258 M€	7,966 M€
dont œuvres patrimoniales	4,516 M€	3,890 M€	6,003 M€
Dépenses prises en compte au titre de la production indépendante			
Ensemble des œuvres audiovisuelles	5,323 M€	4,507 M€	7,566 M€
dont œuvres patrimoniales	4,168 M€	3,542 M€	6,147 M€
Engagements spécifiques			
Production d'œuvres audiovisuelles en HD (100% des dépenses inédites de Gulli)	3,939 M€		3,939 M€
Œuvres audiovisuelles d'animation indépendantes (1% chiffre d'affaires du groupe)	0,576 M€	0 M€	5,279 M€
Œuvres audiovisuelles d'animation EOF indépendantes M6 (10% des CA de Gulli, Canal J, Tiji et LCPN)	5,225 M€	5,204 M€	5,279 M€
MCM : 10% de son obligation globale dans des documentaires, des spectacles vivants et des magazines EOF inédits produits par des entreprises indépendantes	0,025 M€	0,025 M€	0,05 M€

Les services du groupe M6 rassemblés au sein du périmètre « Lagardère » ont respecté leurs obligations de production audiovisuelle au titre de l'exercice 2022.



Created by Marco Colonna
from the Sun Project

M6/W9/6ter	Obligation théorique	Obligation réelle*	Réalisation
Œuvres européennes dont EOF			
Obligation globale : 3,5 % des CA nets cumulés de l'exercice précédent	26,988 M€	26,988 M€	27,055 M€
Obligation EOF : 2,73 % des CA nets cumulés de l'exercice précédent	21,051 M€	21,051 M€	23,320 M€
Obligation de préfinancement dont de production indépendante			
Obligation de préfinancement : 80 % de l'obligation globale	21,591 M€	21,591 M€	23,600 M€
Obligation de production indépendante : 75 % de l'obligation de préfinancement	16,193 M€	16,193 M€	17,700 M€
Obligation de diversité			
Obligation de diversité	11 ou 12 films par an (obligation totale de 35 films, dont le critère sera apprécié par l'Arcom sur 3 ans)		11

Les services M6, W9, et 6ter, dont la contribution a été mutualisée, ont respecté leurs obligations de production cinématographique au titre de l'exercice 2022.

*Montants après reports éventuels d'excédent ou de déficit de l'année précédente



Gulli	Obligation théorique	Obligation réelle*	Réalisation
Œuvres européennes dont EOF			
Obligation globale : 3,2 % des CA nets cumulés de l'exercice précédent	1,268 M€	1,268 M€	1,393 M€
Obligation EOF : 2,5 % des CA nets cumulés de l'exercice précédent	0,991 M€	0,991 M€	1,023 M€

Le service Gulli a respecté ses obligations de production cinématographique au titre de l'exercice 2022.

*Montants après reports éventuels d'excédent ou de déficit de l'année précédente



Created by Marco Colonna
from the Sun Project

Paris Première	Obligation théorique	Obligation réelle*	Réalisation
Œuvres européennes dont EOF			
Obligation globale : 3,2 % des CA nets cumulés de l'exercice précédent	0,941 M€	0,941 M€	0,961 M€
Obligation EOF : 2,5 % des CA nets cumulés de l'exercice précédent	0,735 M€	0,735 M€	0,857 M€

Le service Paris Première a respecté ses obligations de production cinématographique au titre de l'exercice 2022.

*Montants après reports éventuels d'excédent ou de déficit de l'année précédente

04

PLURALISME POLITIQUE

Obligations relatives au pluralisme et aux campagnes électorales

/I- Appréciation du pluralisme en dehors des périodes électorales



/Premier et deuxième trimestre : Au regard du volume horaire significatif des temps de parole consacrés à l'élection du Président de la République pour le premier trimestre et aux élections présidentielle et législatives pour le deuxième trimestre, l'Arcom a décidé de ne pas formuler d'observation auprès de M6 sur les équilibres des temps de parole en dehors des périodes électorales.

/Troisième trimestre : Au cours de sa séance du 30 novembre 2022, l'Autorité a relevé dans la part réservée aux formations politiques la sous-représentation du Rassemblement national, de Renaissance et de la France insoumise ainsi que l'absence d'exposition de Debout la France. L'Autorité a demandé aux représentants de la chaîne de veiller, à l'avenir, à une meilleure application du principe de pluralisme.

/Quatrième trimestre : Au cours de sa séance du 22 février 2023, l'Autorité a observé la sous-représentation de Renaissance, de la France insoumise et du Rassemblement national. Cette situation se traduisait par une surexposition du bloc de l'exécutif, ce qui est n'était pas conforme aux dispositions de la délibération précitée. L'Autorité a demandé fermement aux représentants de la chaîne de veiller, à l'avenir, à une meilleure application du principe de pluralisme.

II- Appréciation du pluralisme en périodes électorales



1- Election du Président de la République des 10 et 24 avril 2022 (Recommandation n° 2021-03 du 6 octobre 2021 du Conseil supérieur de l'audiovisuel aux services de communication audiovisuelle en vue de l'élection du Président de la République)

Premier tour de l'élection présidentielle

Première période du 1^{er} janvier au 7 mars 2022 application du principe d'équité des temps de parole et des temps d'antenne :

L'Arcom a observé la sous-représentation en temps de parole et d'antenne de Valérie Pécresse, ainsi qu'en temps d'antenne d'Anne Hidalgo. Elle a invité la chaîne à poursuivre ses efforts dans l'application des règles en vigueur en vue de la seconde période.

Deuxième période du 8 au 27 mars 2022 application du principe d'équité des temps de parole et des temps d'antenne dans des conditions de programmation comparables :

L'Arcom a noté dans la tranche 9h-18h la sous-représentation en temps de parole et d'antenne de Valérie Pécresse et en temps de parole d'Emmanuel Macron. Dans la tranche 18h-24h, elle a constaté la surexposition en temps de parole et d'antenne de Yannick Jadot et Jean-Luc Mélenchon et en temps de parole d'Eric Zemmour, ainsi que la sous-représentation en temps de parole et d'antenne d'Emmanuel Macron. L'Arcom a considéré que M6 avait globalement respecté le principe d'équité sur la période, en dépit de ces constats.

Troisième période du 28 mars au 8 avril application du principe d'égalité des temps de parole et des temps d'antenne dans des conditions de programmation comparables:

L'Arcom a observé que la chaîne avait respecté le principe d'égalité en temps de parole et d'antenne dans les différentes tranches horaires.

Second tour de l'élection présidentielle

Période du 11 au 22 avril 2022 application du principe d'égalité dans des conditions de programmation comparables :

L'Arcom a relevé avec satisfaction les efforts de la chaîne pour assurer le respect du principe d'égalité en temps de parole et d'antenne dans les différentes tranches horaires.

Elections législatives des 12 et 19 juin 2022 (Recommandation n° 2022-05 du 30 mars 2022 de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique aux services de radio et de télévision relative aux élections législatives des 12 et 19 juin 2022)



/ Premier tour des élections législatives (période du 2 mai au 10 juin 2022) :

- /** S'agissant de l'actualité électorale au-delà d'une circonscription, l'Autorité a constaté, malgré un faible volume, la surexposition du Parti socialiste. S'agissant des circonscriptions, elle a relevé que le principe d'équité avait été globalement respecté.

/ Second tour des élections (période du 13 au 17 juin 2022) :

- /** En dépit de l'absence d'exposition de certaines formations politiques, l'Arcom a observé que la chaîne avait globalement respecté le principe d'équité au niveau du traitement de l'actualité nationale. Au niveau des circonscriptions, elle a constaté que l'équité avait été également respectée. A l'issue de la campagne, l'Arcom a relevé les efforts déployés par les responsables de l'antenne pour assurer une couverture équitable du scrutin tout au long de la période d'application des textes.

05

DÉONTOLOGIE, DROITS ET LIBERTÉ

/ Honnêteté de l'information



Article 1^{er} de la délibération n° 2018-11 du 18 avril 2018 relative à l'honnêteté et à l'indépendance de l'information et des programmes qui y concourent : « *L'éditeur d'un service de communication audiovisuelle doit assurer l'honnêteté de l'information et des programmes qui y concourent. [...] L'éditeur garantit le bien-fondé et les sources de chaque information. Dans la mesure du possible, l'origine de celle-ci doit être indiquée. L'information incertaine est présentée au conditionnel. Il fait preuve de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information. [...] Il veille au respect d'une présentation honnête des questions prêtant à controverse, en particulier en assurant l'expression des différents points de vue par les journalistes, présentateurs, animateurs ou collaborateurs d'antenne* ».

Article 2-3-8 de la convention du service M6 relatif à l'honnêteté de l'information et des programmes : « *L'exigence d'honnêteté s'applique à l'ensemble des programmes. L'éditeur respecte la délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel relative à l'honnêteté et à l'indépendance de l'information et des programmes qui y concourent [...]* ».

Au cours de l'année 2022, l'Autorité n'est pas intervenue s'agissant des dossiers relatifs à l'honnêteté de l'information.

Droits de la personne



Article 2-3-5 de la convention de M6 : « *Dans ses émissions, notamment les jeux et les divertissements, l'éditeur [...] évite la mise en situation dégradante et humiliante des participants, notamment dans les relations hommes – femmes* »

Mise en garde en date du 21 février 2023 à la suite de la diffusion d'une séquence de l'émission « *La France a un Incroyable talent* » le 18 octobre 2022 sur M6

L'attention de l'Arcom a été appelée à de très nombreuses reprises sur une séquence de l'émission « *La France a un incroyable talent* » diffusée le 18 octobre 2022 sur M6, et au cours de laquelle les membres du jury ont commenté la prestation d'une candidate. Considérant que la séquence en cause, diffusée dans le cadre d'une émission ayant fait l'objet d'un montage, a notamment donné lieu à une hypersexualisation, à une humiliation de la candidate, ainsi qu'à une présentation dégradante de l'image des femmes, en méconnaissance des obligations prévues à l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986 et aux articles 2-2-1 et 2-3-5 de la convention de M6, l'Autorité a mis l'éditeur de ce service en garde contre le renouvellement de tels manquements.

COMITÉ RELATIF À L'HONNÉTÉTÉ, À L'INDÉPENDANCE ET AU PLURALISME DE L'INFORMATION ET DES PROGRAMMES

- En 2022, le comité s'est réuni à trois reprises dans les locaux du groupe M6, les 2 février, 5 juillet et 13 décembre 2022. Le 2 février, il a notamment rencontré le comité d'éthique et de déontologie de l'information du groupe TF1, afin d'échanger sur leurs modes de fonctionnement respectifs et les enjeux de l'indépendance de l'information.
- Le 5 juillet, le comité a rencontré, à sa demande, les directions de l'information de RTL et de M6, afin d'évoquer les questions d'éthique liées au traitement de la guerre en Ukraine et souligner la difficulté, pour les journalistes, de recueillir et vérifier l'information en zone de conflit majeur. Lors de cette réunion, le comité a également pris acte des activités et saisines du « comité de déontologie journalistique et de médiation », notamment celles relatives aux antennes du groupe M6 et des services audiovisuels des autres.
- Le 13 décembre, le comité a échangé, à sa demande, avec la directrice juridique adjointe du groupe M6 en charge du contentieux et du précontentieux afin que lui soient présentés les dossiers en cours, relatifs au respect du droit de la presse.
- Le comité n'a fait l'objet d'aucune saisine en 2022. Par ailleurs, les membres du comité ont pu bénéficier de défraiements afin qu'ils puissent participer ou se rendre aux réunions organisées au sein du groupe ou dans les locaux de l'Arcom.

06

PROTECTION DU JEUNE PUBLIC

L'Autorité est intervenue à une reprise au titre de l'année 2022 auprès des services du groupe M6 en matière de protection des mineurs après avoir constaté un manquement aux modalités de présentation des mentions de signalétique prévues par l'article 4 de la recommandation du 7 juin 2005 au cours d'une émission de *La France a un incroyable talent*.

07

COMMUNICATIONS COMMERCIALES/ PROTECTION DES CONSOMMATEURS

Publicité, parrainage, téléachat et placement de produit

/ Temps publicitaire pour une heure donnée (12 minutes maximum)

L'Autorité n'est pas intervenue auprès de l'éditeur, au titre de l'année 2022, quant au respect du volume publicitaire.

/ Moyenne horaire quotidienne (9 minutes maximum)

Les chaînes M6, W9, 6Ter et Gulli déclarent avoir respecté la limite du temps de publicité autorisé par heure d'antenne en moyenne quotidienne, pour l'année 2022.

/ Interventions de l'Autorité

L'Autorité est intervenue à trois reprises, au titre de l'année 2022, auprès du groupe M6 en matière de publicité.

Après avoir constaté la diffusion de la deuxième saison de l'émission Lego Masters sur M6, consacrée à la construction de créations en pièces de la marque LEGO, l'Autorité a demandé à l'éditeur d'ajuster de manière plus importante son format afin d'assurer le respect de la réglementation publicitaire et d'envisager un changement de titre.

Par ailleurs, l'Autorité est intervenue pour constater l'absence de la mention pub dans le jingle publicitaire de Gulli rendant les messages publicitaires non aisément identifiables et séparés du reste du programme par des écrans reconnaissables, contrevenant ainsi à l'article 14 du décret du 27 mars 1992

Enfin, après avoir constaté la diffusion partielle des mentions exigées lors du recours à des services surtaxés sur M6, l'Autorité a demandé à l'éditeur de veiller au respect de la délibération du 4 décembre 2007 relative aux incitations à utiliser des services SMS ou téléphoniques surtaxés.

L'Autorité n'est pas intervenue au titre de l'année 2022 auprès des chaînes du Groupe M6 en matière de parrainage de ses programmes, de téléachat ou de placement de produit.

08

ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX

Représentation de la diversité de la société française

Représentation des femmes

Accessibilité des programmes

Santé

Représentation de la diversité de la société française

Article 2-3-3 : Représentation de la société française

« L'éditeur respecte la délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel tendant à favoriser la représentation de la diversité de la société française dans les programmes des chaînes nationales hertziennes gratuites et de Canal+ [...]. L'éditeur s'engage à représenter la diversité de la société française dans ses programmes. Cette représentation est notamment évaluée annuellement au regard du Baromètre de la diversité. Enfin, il s'engage à promouvoir la diversité de la société française et la cohésion sociale, notamment à l'occasion de la fête nationale du 14 juillet, par la diffusion de messages spécifiques ».

Les chaînes du groupe M6 se sont conformées à l'ensemble des engagements déclarés à l'Arcom en matière de juste représentation de la société française.

S'agissant de la programmation, un spot, « *Nous sommes la France* », célébrant la diversité de la société française a été très largement diffusé sur l'ensemble des chaînes du groupe le 14 juillet 2022 avec 72 diffusions en télévision (M6, W9, 6ter, Paris Première, Téva, MCM, MCM Top, RFM TV, Gulli, Tiji et Canal J l'ont diffusé 5 fois chacune) ainsi qu'en radio (5 sur Fun Radio et à 6 reprises sur RTL et RTL2) et sur les SMAD. Les chaînes jeunesse ont également mis en place une journée thématisée avec un clip spécial.

De surcroît, les déclarations exhaustives du groupe M6 permettent de constater les nombreuses initiatives prises en terme de programmation pour représenter les différentes composantes de la société française. Ainsi, par exemple, 45 heures de fictions audiovisuelles commandées en 2022 contenaient au moins un rôle tenu par une personne perçue comme non-blanche, 100% des fictions de première partie de soirée comprennent des rôles tenus par des personnes issues de la diversité, etc. Des initiatives peuvent être particulièrement saluées comme la mise à disposition sur Gulli d'une offre de séries d'animation de plus de 100 heures, traduites en ukrainien, afin d'offrir gratuitement aux enfants accueillis sur notre territoire quelques moments de divertissement.

S'agissant des engagements déclarés en termes de ressources humaines, il apparaît également que le groupe a poursuivi ses nombreuses actions : il a organisé des opérations multiples et des formations pour sensibiliser en interne aux enjeux du handicap tout en favorisant l'insertion professionnelle de personnes en situation de handicap (29 personnes ont été recrutées au sein du groupe dont 7 en CDI), une opération de mentorat féminin a également été mis en place, l'entreprise a par ailleurs accompagné 20 associations dans leur projet en faveur de la réinsertion socio-professionnelle des personnes placées sous-main de justice en 2022.

L'ensemble des engagements du groupe M6 sont à retrouver en annexe [du rapport de l'Arcom sur la représentation de la société française à la télévision \(exercice 2022\)](#).

Droits des femmes











En vertu de l'article 2-3-12 de leurs conventions, les chaînes du groupe M6 respectent la délibération de l'Arcom relative au respect des droits des femmes et M6 s'engage à ce que la part des femmes expertes en plateau tende progressivement vers la parité. Dans le cadre de cette délibération, le groupe M6 a remis à l'Arcom les indicateurs quantitatifs et qualitatifs sur la représentation des femmes et des hommes dans ses programmes.

S'agissant des indicateurs quantitatifs, l'Arcom relève avec satisfaction que l'ensemble des chaînes de télévision du groupe a maintenu une représentation paritaire, voire une présence élevée de femmes (Gulli 50%, Paris Première 56%, M6 et W9 62%, 6ter 78%). Les présentatrices sont majoritaires sur toutes les chaînes, sauf 6ter (38%). En revanche, la part des femmes parmi les journalistes a diminué sur 6ter (41%) et Paris Première (46%).








S'agissant des indicateurs qualitatifs, la majorité des chaînes du groupe M6 ont déclaré avoir diffusé un volume horaire de programmes luttant contre les préjugés sexistes plus important qu'en 2021. En revanche, elles ont déclaré avoir proposé moins de programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé. L'Arcom relève tout de même avec satisfaction que, selon les déclarations de la chaîne, 62% des fictions diffusées sur W9 en 2022 pouvaient se prévaloir d'un caractère non stéréotypé.

Des informations supplémentaires sont disponibles dans le [rapport](#) de l'Arcom sur la représentation des femmes à la télévision et à la radio pour l'exercice 2022.

Accessibilité

Accessibilité (sous-titrage, LSF et audiodescription)		
	Sous-titrage : 100% de programmes sous-titrés	6 782 heures soit 100%
	Sous-titrage : 100% de programmes sous-titrés	7 084 heures soit 100%
	Sous-titrage : 60% de programmes sous-titrés	4 878 heures soit 69%
	Sous-titrage : 30% de programmes sous-titrés	4 130 heures soit 54%
	Sous-titrage : 45% de programmes sous-titrés	3 727 heures soit 54%
	Audiodescription : 100 programmes audiodécrits dont au moins 55 inédits	241 programmes dont 163 inédits
	Audiodescription : 25 programmes inédits en audiodescription	30 programmes inédits
	Audiodescription : 12 programmes inédits en audiodescription	27 programmes inédits
	Audiodescription : 7 programmes inédits en audiodescription	14 programmes inédits
	Audiodescription : 2 programmes inédits en audiodescription	33 programmes inédits

Accessibilité

Accessibilité (sous-titrage, LSF et audiodescription)		
	Sous-titrage : 20% de programmes sous-titrés	3 696 heures soit 45%
	Sous-titrage : 20% de programmes sous-titrés	5 686 heures soit 73%
	Sous-titrage : 20% de programmes sous-titrés	3 861 heures soit 57%
	Sous-titrage : 10% de programmes sous-titrés	1 750 heures soit 22%
	Sous-titrage : 10% de programmes sous-titrés	6 924 heures soit 84%
	Sous-titrage : 10% de programmes sous-titrés	1 315 heures soit 16%
	LSF : chaque semaine, une émission d'apprentissage de la langue des signes et une émission de la grille traduite en langue des signes	Respecté (785 diffusions de programmes en LSF en 2022)

/ Santé

Article 3-1-10 : promotion d'une alimentation et de comportements favorables à la santé

« Sous réserve d'éventuelles modifications législatives et réglementaires relatives à la publicité alimentaire dans les programmes jeunesse, l'éditeur s'engage à respecter les termes de la charte visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorables à la santé dans les programmes et les publicités diffusés à la télévision. »

Charte visant à promouvoir une alimentation et des comportements favorables à la santé dans les programmes audiovisuels et les publicités (2020- 2024)

« Chaque chaîne de télévision « jeunesse » s'engage à diffuser un volume horaire annuel minimum de 40 heures de programmes en lien avec une bonne hygiène de vie, avec une possibilité de mutualisation entre les chaînes d'un même groupe »

Le groupe M6 a respecté ses engagements relatifs à la diffusion d'un volume minimal de programmes faisant la promotion d'une bonne hygiène de vie, respectant ainsi la charte alimentaire.

	Engagement minimal de 15 heures	74 heures de programmes		Engagement minimal de 40 heures*	305 heures de programmes
		12 heures de programmes		Engagement minimal de 40 heures*	191 heures de programmes
	Engagement minimal de 15 heures	43 heures de programmes			4 heures de programmes
	Engagement minimal de 40 heures	318 heures de programmes			2 heures de programmes

* Engagement au titre de la charte et ne faisant pas l'objet de stipulations dans la convention du service.

09

ANNEXES

/ Les conventions des services de télévision et des services de médias audiovisuels à la demande sont consultables sur le site internet de l'Arcom

- Pour les chaînes gratuites : <https://www.csa.fr/Reguler/Espace-juridique/Les-relations-de-l-Arcom-avec-les-editeurs/Convention-des-editeurs/Les-chaines-de-television-privées-hertziennes>
- Pour les chaînes disponibles par abonnement : <https://www.csa.fr/Reguler/Espace-juridique/Les-relations-de-l-Arcom-avec-les-editeurs/Convention-des-editeurs/Les-chaines-de-television-privées-diffusées-par-d'autres-reseaux>

/ Les annexes mentionnées dans le corps de ce document sont consultables en cliquant aux liens ci-dessous :

LISTE DES FILMS PRÉACHETÉS DÉCLARÉS, PAR ÉDITEUR, EN EXCEL

LISTE DES ŒUVRES AUDIOVISUELLES DÉCLARÉES, PAR ÉDITEUR, EN EXCEL



Article 3-1-1

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.



Article 3-1-1

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.

Article 3-1-2

[Entre 16 heures et minuit :] L'intégralité du temps de diffusion est consacré à des programmes en haute définition réelle [...].

[Entre minuit et 16 heures :] L'éditeur diffuse, en moyenne hebdomadaire, au moins 90 heures de programmes de haute définition réelle [...].



Article 3-1-1

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.

Article 3-1-2

[Entre 16 heures et minuit :] L'intégralité du temps de diffusion est consacré à des programmes en haute définition réelle [...].

[Entre minuit et 16 heures :] L'éditeur diffuse, en moyenne hebdomadaire, au moins 60 heures de programmes de haute définition réelle [...].



Article 3-1-1

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.

Article 3-1-2

- [Entre 16 heures et minuit :] L'intégralité du temps de diffusion est consacré à des programmes en haute définition réelle [...].
- [Entre minuit et 16 heures :] L'éditeur diffuse, en moyenne hebdomadaire, au moins 90 heures de programmes de haute définition réelle [...].

Moynne quotidienne de publicité par heure d'antenne la plus basse et la plus haute pour chaque mois de l'année 2022

		Date	Durée moyenne par heure (MM:SS)
Janvier	Minimum	01/01/22	04:48
	Maximum	22/01/22	08:49
Février	Minimum	02/02/22	07:05
	Maximum	13/02/22	08:53
Mars	Minimum	02/03/22	08:11
	Maximum	06/03/22	08:56
Avril	Minimum	24/04/22	08:25
	Maximum	05/04/22	08:56
Mai	Minimum	12/05/22	08:07
	Maximum	29/05/22	08:52
Juin	Minimum	04/06/22	08:13
	Maximum	22/06/22	08:58
Juillet	Minimum	03/07/22	08:10
	Maximum	18/07/22	08:58
Août	Minimum	21/08/22	07:20
	Maximum	31/08/22	08:47
Septembre	Minimum	03/09/22	07:17
	Maximum	13/09/22	08:54
Octobre	Minimum	01/10/22	08:19
	Maximum	14/10/22	08:59
Novembre	Minimum	25/11/22	08:05
	Maximum	18/11/22	08:57
Décembre	Minimum	31/12/22	06:07
	Maximum	25/12/22	08:53

Source : déclaration de la chaîne

Moynne quotidiennne de publicité par heure d'antenne la plus basse et la plus haute pour chaque mois de l'année 2022

		Date	Durée moyennne par heure (MM:SS)
Janvier	Minimum	01/01/22	05:29
	Maximum	09/01/22	08:55
Février	Minimum	22/02/22	08:31
	Maximum	18/02/22	08:56
Mars	Minimum	02/03/22	07:32
	Maximum	07/03/22	08:57
Avril	Minimum	30/04/22	08:32
	Maximum	07/04/22	08:57
Mai	Minimum	28/05/22	08:02
	Maximum	31/05/22	08:54
Juin	Minimum	29/06/22	08:19
	Maximum	25/06/22	08:57
Juillet	Minimum	06/07/22	05:54
	Maximum	28/07/22	08:49
Août	Minimum	12/08/22	05:47
	Maximum	31/08/22	08:46
Septembre	Minimum	03/09/22	07:56
	Maximum	23/09/22	08:57
Octobre	Minimum	26/10/22	08:52
	Maximum	20/10/22	08:59
Novembre	Minimum	04/11/22	07:20
	Maximum	07/11/22	08:57
Décembre	Minimum	30/12/22	07:38
	Maximum	16/12/22	08:58

Source : déclaration de la chaîne

/ Moyenne quotidienne de publicité par heure d'antenne la plus basse et la plus haute pour chaque mois de l'année 2022

		Date	Durée moyenne par heure (MM:SS)
Janvier	Minimum	01/01/2022	01:53
	Maximum	23/01/2022	04:39
Février	Minimum	01/02/2022	03:06
	Maximum	20/02/2022	06:22
Mars	Minimum	22/03/2022	03:53
	Maximum	09/03/2022	06:14
Avril	Minimum	01/04/2022	05:26
	Maximum	06/04/2022	08:26
Mai	Minimum	24/05/2022	02:33
	Maximum	01/05/2022	06:45
Juin	Minimum	03/06/2022	03:30
	Maximum	22/06/2022	06:10
Juillet	Minimum	20/07/2022	01:55
	Maximum	02/07/2022	03:58
Août	Minimum	10/08/2022	01:18
	Maximum	29/08/2022	05:54
Septembre	Minimum	03/09/2022	05:30
	Maximum	12/09/2022	08:04
Octobre	Minimum	09/10/2022	07:51
	Maximum	22/10/2022	08:57
Novembre	Minimum	23/11/2022	04:57
	Maximum	01/11/2022	08:55
Décembre	Minimum	31/12/2022	01:52
	Maximum	03/12/2022	06:10

Source : déclaration de la chaîne

/ Moyenne quotidienne de publicité par heure d'antenne la plus basse et la plus haute pour chaque mois de l'année 2022

		Date	Durée moyenne par heure (MM:SS)
Janvier	Minimum	01/01/22	05:08
	Maximum	22/01/22	08:51
Février	Minimum	21/02/22	08:03
	Maximum	03/02/22	08:49
Mars	Minimum	02/03/22	08:09
	Maximum	08/03/22	08:57
Avril	Minimum	17/04/22	08:32
	Maximum	18/04/22	08:56
Mai	Minimum	28/05/22	08:13
	Maximum	11/05/22	08:54
Juin	Minimum	27/06/22	08:07
	Maximum	21/06/22	08:57
Juillet	Minimum	06/07/22	05:23
	Maximum	15/07/22	08:39
Août	Minimum	10/08/22	05:14
	Maximum	31/08/22	08:45
Septembre	Minimum	26/09/22	07:54
	Maximum	22/09/22	08:56
Octobre	Minimum	27/10/22	08:33
	Maximum	13/10/22	08:59
Novembre	Minimum	14/11/22	06:32
	Maximum	01/11/22	08:56
Décembre	Minimum	26/12/22	07:40
	Maximum	09/12/22	08:56

Source : déclaration de la chaîne

GROUPE M6

BILAN DU RESPECT DES OBLIGATIONS

Exercice 2022