

M6 se lance tête baissée dans le Web 2.0

Après TF1, M6 a dévoilé sa stratégie 'Web communautaire' à la sauce 2.0. Comme son concurrent, la 'petite chaîne qui monte' n'entend pas louper le virage de cette tendance de fonds qui en plus correspond exactement à sa cible.

Les objectifs sont ambitieux. Aujourd'hui, l'ensemble des sites de la chaîne attire quasiment 4 millions d'internautes par mois. L'objectif est d'atteindre 10 millions de visiteurs uniques d'ici trois ans.

Pour y parvenir, le groupe va développer une série de sites communautaires ainsi que des services de vidéos à la demande.

Au programme de ces sites Web 2.0, Wideo, YooTribe et Skaaz. Wideo.fr est une plate-forme de partage vidéo comme YouTube. Lancé à la rentrée, le site revendique 8 millions de vidéos par mois et 40.000 visites par jour.

YooTribe est un service de groupes de discussion permettant à des tribus de communiquer. Skaaz est un concept pour l'instant assez peu détaillé qui permet de créer un avatar qui sera au centre d'outils de communication évolués.

Dans le même temps, M6 va renforcer son offre en ligne classique avec M6video.fr qui s'est taillé un joli succès en proposant au téléchargement les épisodes de la série 'Prison Break'. Le groupe va également retenter l'expérience de la musique en ligne (après l'échec relatif de Music.fr) avec le lancement de M6Musicbrigade.

Tous ces services seront autofinancés par M6 Web qui regroupe tous les services interactifs ainsi que M6 Mobile by Orange. Cette filiale devrait générer cette année 59 millions d'euros de chiffre d'affaires pour 18 millions de résultat brut d'exploitation.