

## JANVIER 2017

### LE GROUPE M6 CONTINUE DE PROGRESSER EN UN AN

Au mois de **janvier 2017**, le Groupe M6, fort du succès de ses 3 chaînes gratuites, réalise une progression en un an de **+0.4** point auprès de l'ensemble du public.



### **M6 DÉMARRE L'ANNÉE DU BON PIED, AFFICHANT LA MEILLEURE RÉSISTANCE AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DU PUBLIC EN UN AN PARMI LES GRANDES CHAÎNES HISTORIQUES**

#### **NOUVEAUTÉS À L'ANTENNE : L'HUMOUR ET LA FICTION RÉCOMPENSÉS**

**LE SATURDAY NIGHT LIVE DE GAD ELMALEH** : large succès pour l'adaptation de l'émission mythique américaine. **3.3 millions** de téléspectateurs. M6 1<sup>ère</sup> chaîne auprès du public de moins de 50 ans (avec **25%** de part d'audience).

**GLACÉ** : meilleur lancement pour une nouvelle marque de fiction française sur M6 depuis 2010. M6 1<sup>ère</sup> chaîne auprès de l'ensemble du public / **5.7 millions** de téléspectateurs pour le premier épisode.

**LIMITLESS** : très bon lancement pour la série événement. M6 1<sup>ère</sup> chaîne auprès du public de moins de 50 ans / **4.1 millions** de téléspectateurs pour le premier épisode.

#### **MAGAZINES DE LA VIE : LES RECORDS HISTORIQUES SE MULTIPLIENT**

**CAUCHEMAR EN CUISINE** : record historique auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans (avec **26.3%** de part d'audience) (*audiences veille*)

**MAISON A VENDRE** : record historique auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans (avec **27.4%** de part d'audience) (*audiences veille*)

**RECHERCHE APPARTEMENT OU MAISON** : record auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans depuis plus de 10 ans (avec **27.2%** de part d'audience).

#### **TRÈS HAUTS NIVEAUX POUR SCÈNES DE MÉNAGES / 'ENFIN A LA MONTAGNE' EN PRIME TIME**

**4.9 millions** de téléspectateurs. 2<sup>ème</sup> meilleure performance historique auprès de l'ensemble du public pour un prime de SCENES DE MENAGES (**19%** de part d'audience). M6 1<sup>ère</sup> chaîne.

#### **M6 LEADER AUPRES DE LA CIBLE COMMERCIALE EN ACCESS AVEC L'ENCHAÎNEMENT LES REINES DU SHOPPING ET CHASSEURS D'APPART'**

Avec **18%** de part d'audience auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans

#### **L'INFORMATION TOUJOURS PLÉBISCITÉE : RECORD HISTORIQUE POUR LE 12 45**

Meilleure audience historique pour une édition de semaine le 2 janvier (**1.9 million** de téléspectateurs)



## BEAU DÉBUT D'ANNÉE 2017 POUR W9

### ENQUÊTES CRIMINELLES ET ENQUÊTE D'ACTION SONT LES 2 MAGAZINES LES PLUS PUISSANTS DE LA TNT

- **ENQUETES CRIMINELLES** enregistre **sa meilleure performance mensuelle** depuis mai 2013 auprès de l'ensemble du public, avec une part d'audience de **3.5%**, et **sa meilleure performance mensuelle** depuis mars 2014 auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans avec une part d'audience de **3.9%**.

- **ENQUETE D'ACTION** enregistre également de très bonnes performances, réunissant en moyenne **900 000 téléspectateurs**, et jusqu'à **1.2 million**, soit **sa meilleure audience depuis 3 ans** le 27 janvier.

### OFNI DÉMARRE 2017 EN FORTE HAUSSE, ÉTABLISSANT SA MEILLEURE AUDIENCE ET SA MEILLEURE PERFORMANCE AUPRÈS DE LA CIBLE COMMERCIALE

La nouvelle émission événement de Bertrand Chameroy a rassemblé en 2<sup>ème</sup> partie de soirée **425 000 téléspectateurs** en moyenne et jusqu'à **500 000 téléspectateurs**, soit **sa meilleure audience**, le 17 janvier.

L'émission a par ailleurs enregistré **sa meilleure performance auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans** (**4.5%** de part d'audience) le 24 janvier.

### W9 DÉTIENT L'OFFRE CINÉMA LA PLUS PUISSANTE DE LA TNT

**1.0 million de téléspectateurs** en moyenne en janvier, avec notamment le film inédit **IRON MAN (1.6 million)**, qui a permis à W9 d'enregistrer la **meilleure audience des chaînes TNT pour un film en prime-time ce mois-ci** ou encore **PRETTY WOMAN (1.4 million)**, **PIEGE DE CRISTAL (1.3 million)** et **58 MINUTES POUR SURVIVRE (1.3 million)**.

### UN DÎNER PRESQUE PARFAIT PROGRESSE FORTEMENT EN UN AN

L'émission enregistre une très bonne performance auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans avec une part d'audience de **5.8%**, soit une **progression de +1.7 point en un an**, permettant à W9 de se classer **3<sup>ème</sup> chaîne nationale auprès de ce public**.

### LARGE SUCCÈS POUR LES PRINCES DE L'AMOUR 4

Succès pour la 4<sup>ème</sup> saison de la série-réalité qui a rassemblé **725 000 téléspectateurs** en moyenne, avec une **part d'audience moyenne de 5.7%** auprès des **femmes responsables des achats de moins de 50 ans**.

### W9 ENREGISTRE UN NOUVEAU SUCCÈS DANS LA MUSIQUE AVEC LA SOIRÉE SPÉCIALE STROMAE

**STROMAE, L'HOMME AUX DEUX VISAGES** a rencontré un large succès, réunissant en moyenne **1.1 million de téléspectateurs**, pour une part d'audience de **4.1% auprès de l'ensemble du public**, permettant à **W9 de se classer leader TNT**. W9 s'est également classée **3<sup>ème</sup> chaîne nationale auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans**, avec une très bonne part d'audience de **5.0%**.



# 6TER DÉMARRE L'ANNÉE EN TROMBE

## RECORDS HISTORIQUES AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DU PUBLIC ET DE LA CIBLE COMMERCIALE

## TRÈS LARGE LEADER DES NOUVELLES CHÂÎNES TNT AUPRÈS DE LA CIBLE COMMERCIALE

Au mois de janvier 2017, **6ter se classe très large leader des nouvelles chaînes TNT auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans et creuse l'écart avec ses concurrents, avec 2.8% de part d'audience.**

6ter réalise sa **meilleure performance historique auprès de l'ensemble du public, avec 1.7% de part d'audience, et auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans.**

### SUCCÈS DU CINÉMA DANS TOUS LES GENRES

**VOLCANO : 851 000 téléspectateurs** (2<sup>ème</sup> meilleure audience historique de la chaîne)

**LE JOUR OU LA TERRE S'ARRETA : 730 000 téléspectateurs** (6ter leader TNT, toutes générations confondues, auprès de l'ensemble du public et 4<sup>ème</sup> chaîne nationale auprès des FRDA de moins de 50 ans)

**LE GRAND CHEMIN : 629 000 téléspectateurs** (6ter 1<sup>ère</sup> chaîne TNT HD)

### LES SÉRIES CONTINUENT À SÉDUIRE UN TRÈS LARGE PUBLIC

La saison 5 inédite de **ONCE UPON A TIME** continue de réaliser d'excellentes performances, réunissant jusqu'à **750 000 téléspectateurs** le mardi en prime time (6ter 3<sup>ème</sup> chaîne nationale et leader TNT auprès des FRDA de moins de 50 ans le 17 janvier)

**LA PETITE MAISON DANS LA PRAIRIE** permet à 6ter de se classer **leader TNT, toutes générations confondues**, et 4<sup>ème</sup> chaîne nationale chaque jour à l'heure du déjeuner auprès des FRDA de moins de 50 ans, avec 4.9% de part d'audience

### UNE OFFRE MAGAZINE DE PLUS EN PLUS RÉFÉRENCÉE

Record d'audience pour le magazine familial **DEPART IMMEDIAT**, réunissant jusqu'à **388 000 téléspectateurs** le jeudi en prime time

Succès pour **RENOVATION IMPOSSIBLE** le dimanche, qui permet à 6ter de se **classer 4<sup>ème</sup> chaîne nationale** auprès du public de moins de 50 ans le 22 janvier



## DÉBUT D'ANNÉE RÉUSSI POUR PUISSANCE TNT, L'OFFRE PUBLICITAIRE DE RÉFÉRENCE AUPRÈS DES MOINS DE 50 ANS

**LES ÉCRANS PUBLICITAIRES LES PLUS PUISSANTS** : En janvier 2017, **Puissance TNT** - la seule **offre publicitaire** à proposer des écrans synchronisés en TV - **génère les écrans les plus puissants de la TNT** auprès des moins de 50 ans et des femmes responsables des achats de moins de 50 ans (GRP moyens en ensemble journée).

**L'OFFRE LA PLUS AFFINITAIRE AVEC LES MOINS DE 50 ANS** : En janvier 2017, **Puissance TNT** conserve son statut **d'offre couplée\*** de la TNT **la plus affinitaire** avec les moins de 50 ans, qui représentent 55% de son audience.

*\* offres couplées de la TNT : TNT1 (TMC + NT1 + HD1+Numéro 23) et C8star (C8 + Cstar)*

*Source : Popcorn du 01/01/2017 au 29/01/2017. GRP moyens Ensemble 15-49 ans et FRDA 15-49 ans calculés sur l'ensemble journée.*

*Source : Médiamétrie-Médiamat - Janvier 2016*

**Neuilly-sur-Seine, le 30 janvier 2017**

**Relations presse** – Anne-Sophie Aubrée - 01 41 92 66 22 / [asaubree@m6.fr](mailto:asaubree@m6.fr)

*Source : Médiamétrie – Médiamat, audiences globales  
(pour les programmes, audiences consolidées du lundi 2 au dimanche 22 janvier et audiences veille du lundi 23 au dimanche 29 janvier)*