

FÉVRIER 2017

GROUPE M6 : PLUS FORTE PROGRESSION EN UN AN AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DU PUBLIC PARMI LES GROUPES AUDIOVISUELS HISTORIQUES

Au mois de février 2017, le Groupe M6, fort du succès de ses 3 chaînes gratuites, réalise la plus forte progression d'audience des groupes audiovisuels historiques en un an auprès de l'ensemble du public : +0.4 point de part d'audience



LE SUCCÈS DES PROGRAMMES D'AVANT-SOIRÉE ET DE PRIME-TIME SE POURSUIT

19%

des FRDA-50

ont en moyenne suivi l'enchaînement *LES REINES DU SHOPPING* et *CHASSEURS D'APPART'*
M6 assoit son leadership en avant-soirée

4.8M°

de téléspectateurs

ont fait leurs adieux à DiNozzo dans *NCIS*
Record auprès de l'ensemble du public depuis deux ans pour la série

4.3M°

de téléspectateurs

sont retournés 'A L'ETAT SAUVAGE - Dans les pas de Mike Horn' avec M. Pokora.

3.6M°

de téléspectateurs

ont joué les aventuriers devant les deux premiers opus de la saga *INDIANA JONES*
M6 1^{ère} chaîne nationale

2.8M°

de téléspectateurs

ont en moyenne succombé à la déclinaison *CHASSEURS D'APPART' LE CHOC DES CHAMPIONS*
en prime-time



CONTINUONS DE GRANDIR ENSEMBLE



NETTE PROGRESSION EN UN AN POUR W9

2.6%

auprès de l'ensemble du public

en février 2017, soit une nette hausse de **+0.2 point** en 1 an

2.2M°

de téléspectateurs

ont vibré devant le 1/16^{ème} de finale aller de l'EUROPA LEAGUE / MANCHESTER UNITED - SAINT-ETIENNE

Meilleure audience pour la compétition **depuis 2014**

W9 **2^{ème} chaîne nationale** auprès de l'ensemble du public

28%

des hommes de moins de 50 ans

se sont rassemblés devant **LE SUPER BOWL 51**

Meilleur niveau historique pour la compétition sur la chaîne

W9 **1^{ère} chaîne nationale** sur les hommes de moins de 50 ans

5.0%

des FRDA-50

se sont régalez devant **UN DÎNER PRESQUE PARFAIT**

Belle progression de +1.3 point en un an

12%

des téléspectateurs de moins de 25 ans

ont suivi cette saison des **PRINCES DE L'AMOUR 4**

W9 **leader TNT et 3^{ème} chaîne nationale** auprès de ce public



6TER CONFIRME SON LARGE LEADERSHIP NET LEADER DES NOUVELLES CHAÎNES TNT AUPRES DE LA CIBLE COMMERCIALE

2.6%

auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans

6ter **net leader des nouvelles chaînes TNT** auprès de ce public en février 2017

819 000

téléspectateurs

ont vibré devant le téléfilm **UNE FEMME PIEGEE** avec **Marion Cotillard**

Meilleure audience historique pour un téléfilm sur la chaîne

Jusqu'à 714 000

télespectateurs

ont suivi la saison 5 inédite de **ONCE UPON A TIME** le mardi en prime
6ter **3^{ème} chaîne nationale et leader TNT auprès des FRDA-50** le 31 janvier avec **6.2%** de part
d'audience

Jusqu'à 5.8%

des téléspectateurs de moins de 50 ans

se sont passionnés le dimanche pour **RENOVATION IMPOSSIBLE**, le nouveau programme phare
de 6ter
6ter **4^{ème} chaîne nationale** auprès **du public de moins de 50 ans** en moyenne le dimanche

394 000

télespectateurs

ont voyagé avec **POCAHONTAS 2**
6ter **leader des nouvelles chaînes TNT** auprès de l'ensemble du public et des FRDA-50



PUISSANCE TNT L'OFFRE PUBLICITAIRE DE RÉFÉRENCE AUPRÈS DES MOINS DE 50 ANS

LES ÉCRANS PUBLICITAIRES LES PLUS PUISSANTS

auprès des moins de 50 ans et des femmes responsables des achats de moins de 50 ans (GRP moyens en ensemble journée)

L'OFFRE COUPLÉE* LA PLUS AFFINITAIRE AVEC LES MOINS DE 50 ANS

qui représentent 55% de son audience

*Puissance TNT - la seule offre publicitaire à proposer des écrans synchronisés en TV
offres couplées de la TNT : TNT1 (TMC + NT1 + HD1+Numéro 23) et C8star (C8 + Cstar)

Source : Popcorn du 01/02/2017 au 26/02/2017. GRP moyens Ensemble 15-49 ans et FRDA 15-49 ans calculés sur l'ensemble journée.

Source Médiamétrie-Médiamat - Février 2017

Neuilly-sur-Seine, le 27 février 2017

Relations presse - Adelaïde Stella - 01 41 92 61 36 / adelaide.stella@m6.fr

*Source : Médiamétrie – Médiamat, audiences globales
(pour les programmes, audiences consolidées du lundi 30 janvier au dimanche 19 février et audiences veille du lundi 20 au dimanche 26 février)*