



AUDIENCES 2025 ANNÉE RECORD

En 2025, le Groupe M6 signe sa meilleure performance depuis 3 ans auprès de l'ensemble du public et depuis 4 ans sur les cibles commerciales.

Il s'impose comme le groupe en plus forte progression sur ces deux cibles en un an. Une dynamique portée par la force de ses divertissements, de ses magazines d'information et par les excellents résultats de M6+.

Le Groupe confirme aussi son positionnement unique : il reste le groupe TV le plus jeune du marché, avec une audience en moyenne 9 ans plus jeune que celle de ses principaux concurrents*. M6+ s'impose, de son côté, comme la plateforme de streaming française la plus jeune.

13,3%
4+

21,0%
25-49

22,6%
FRDA-50



Année historique en streaming
pour le Groupe M6, en très forte progression



Chaîne qui progresse le plus
auprès des FRDA-50 en un an
Chaîne en progression sur les trois cibles
(FRDA-50, 4+, 25-49)



Meilleure année historique
auprès des FRDA-50



Meilleure année
auprès des enfants depuis 6 ans



Meilleure année historique auprès de
l'ensemble du public et des cibles commerciales



Meilleure année historique
auprès de l'ensemble du public

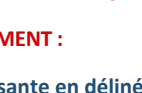


Année record
auprès de l'ensemble du public



Plus haut niveau historique égalé

* Ensemble des chaînes de la TNT gratuite



7,9% 4+ / 12,4% 25-49 / 13,4% FRDA-50

M6, LA CHAÎNE REINE DU DIVERTISSEMENT :

L'offre de flux récurrents la plus puissante en délinéaire* :

L'Amour est dans le pré : 20^e saison anniversaire de l'émission la plus regardée de la TV** : 28% 25-49 / 4,1M de téléspectateurs

Les marques phares enregistrent des records historiques en délinéaire, qui les portent à d'excellents niveaux :

La France a un Incroyable Talent : 27% 25-49 / 3,5M de téléspectateurs dont 1,1M en non-linéaire

Les Traîtres : 29% 25-49 / 2,2M de téléspectateurs dont 1,1M en non-linéaire

Mariés au Premier Regard : 26% 25-49 / 2,6M de téléspectateurs dont 0,8M en non-linéaire

Très bons scores sur les cibles commerciales et jeunes pour :

Top Chef : 25% 25-49

Le Meilleur Pâtissier : 25% 15-34

Qui veut être mon Associé : 26% 25-34

Pékin Express : 23% 25-49

La chaîne qui innove le plus et avec succès*** :

Pandore : 20% 25-49

99 à Battre : 23% 25-49

Ma Rénovation est la Plus Belle de France : jusqu'à 28% 25-49 / 1,9M de téléspectateurs

J'en Connais un Rayon / Murder Party

Carton pour le retour de jeux cultes en access :

La Roue de la Fortune : en semaine, l'émission permet d'afficher des niveaux records depuis 8 ans en 4+ / -50 : 10% 4+ / 13% 25-49****

Le Maillon Faible : le samedi, le jeu enregistre un excellent lancement, portant la case à son meilleur niveau depuis 4 ans (*hors sport*) : 13% 4+ / 19% 25-49 / 1,7M

L'OFFRE DE MAGAZINES D'INFORMATION LA PLUS PUISSANTE EN SOIRÉE EST SUR M6 :

Capital : toujours au cœur des sujets qui préoccupent les Français : jusqu'à 2,7M de téléspectateurs / 23% 25-49 pour "Intermarché et Marie Blachère : leurs secrets pour gagner la guerre des prix !"

Zone Interdite : des enquêtes fortes et inédites sur les thèmes de société qui font l'actualité : 19% 25-49 / 1,8M de téléspectateurs pour "Au cœur des nouvelles prisons de haute-sécurité"

Enquête Exclusive : magazine de référence sur l'international : 1,1M de téléspectateurs / 24% 25-49 pour "France-Chine : la guerre secrète"

EN JOURNÉE, LES RENDEZ-VOUS INFO/MAGAZINES SONT PLÉBISCITÉS :

Ça peut vous arriver : meilleure année historique : 7% 4+ / 10% 25-49

Le 12.45 / Le 19.45 : JT's regardés par plus de 15M de Français chaque semaine***** et toujours les JT's les plus jeunes de la TV

Le 20 10 : bons niveaux pour le nouveau rendez-vous avec Anne-Sophie Lapix : 2,1M de téléspectateurs / 17% 25-49 pour le numéro avec Hugo Travers et 2,0M de téléspectateurs / 18% 25-49 pour l'ITW de Joseph Fert

M6, LA CHAÎNE DE L'ÉVÈNEMENT FOOTBALL DE 2025... ET DE LA COUPE DU MONDE 2026 :

Ligue des champions / PSG - Inter Milan : la finale est le programme le plus regardé de la TV par les 25-49 ans cette année : 40% 4+ / 55% 25-49 / 8,7M* de téléspectateurs

Source : Médiamétrie / Médiamat – audience à date

Pour les axes programmes - audiences consolidées à J+28

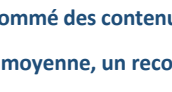
* moyenne des programmes de flux en prime en audience non-linéaire

** émission de divertissement récurrente avec plusieurs occurrences au cours de la même année / en audience 4+

*** nombre de nouveaux programmes de flux lancés dans l'année

**** audience veille

***** couverture (seuil : 10 secondes consécutives)



En 2025 55,6M de Français ont consommé des contenus streaming du Groupe M6

Chaque mois 29M de personnes en moyenne, un record absolu
+40% en un an

Des performances quotidiennes sans précédent
+50% en un an

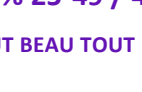
Record historique le 11/11/2025 avec jusqu'à 5,1M de Français

La consommation des contenus streaming continue d'afficher une croissance marquée
+15% en un an*

Plateforme française de streaming la plus jeune du marché
8 ans plus jeune que la moyenne de ses concurrentes

Sources : Médiamétrie / Médiamat (calendaire) – (M6 à la demande/W9 à la demande/6ter à la demande/Gulli à la demande) – Couverture mensuelle / Couverture quotidienne

* Données internes



2,5% 4+ / 4,2% 25-49 / 4,4% FRDA-50

EXCELLENT DÉMARRAGE POUR TOUT BEAU TOUT N9UF, LE TALK LE PLUS REGARDÉ DE FRANCE :

- Le talk porte l'accès de W9 à ses plus hauts niveaux historiques en 4+ / 25-49
- W9 multiplie par 4 son audience dans la case vs la saison dernière
- Jusqu'à 2,0M de téléspectateurs sur la dernière partie qui affiche en moyenne : 9% 4+ / 12% 25-49 depuis la rentrée

1^{re} CHAÎNE TNT EN STREAMING, PORTÉE PAR LES PROGRAMMES DE DATING ET LES JEUX :

L'Île de la tentation : bilan record pour le programme qui atteint ses meilleurs niveaux historiques sur la TNT : 12% 25-49 / 15% 15-34 / 0,9M de téléspectateurs

Les Cinquante : succès pour la 4^e saison via de très bons niveaux en délinéaire (55% de la consommation) : 10% 25-49

DES PRIMES PUISSANTS DANS TOUS LES GENRES :

Une quinzaine de primes avec 1,0M de téléspectateurs ou plus :

Ligue des Nations féminine "France - Allemagne" : la demie-finale a rassemblé 1,3M de téléspectateurs

La Grosse Rigolade : 1,1M de téléspectateurs

Mon Garçon, Le Roi Lion, Seul sur Mars, Pirates des Caraïbes 5...

Y'a Que La Vérité qui compte : très bons niveaux avec 0,7M de téléspectateurs en moyenne

Les magazines rassemblent chaque semaine :

Minute par Minute : records historiques en -50 pour le numéro "13 novembre : le jour où Paris a été attaquée" : 8% 25-49 / 0,8M

Enquêtes Criminelles : records annuels en 4+ / 25-49 depuis 7 ans : jusqu'à 0,9M de téléspectateurs

Enquête d'Action : record -50 depuis 4 ans : jusqu'à 0,7M de téléspectateurs

Source : Médiamétrie / Médiamat – audience à date

Pour les axes programmes - audiences consolidées à J+28 (*hors TBT9 et MINUTE PAR MINUTE : audience veille*)

* moyenne des salves des séries-réalités sur la TNT



1,8% 4+ / 2,6% 25-49 / 2,8% FRDA-50

DES PROGRAMMES VARIÉS QUI RASSEMBLENT LES FRANÇAIS AVEC :

Une large proposition de productions originales :

Les Reines de la route : 2e série-documentaire la plus regardée sur la TNT : 4,5% 25-49 / 0,7M de téléspectateurs

Succès pour les productions ancrées dans le quotidien des Français :

La Vie secrète des autoroutes : jusqu'à 0,5M de téléspectateurs

Objectif Maison : chantier en famille : jusqu'à 0,4M de téléspectateurs

La Vie secrète des supermarchés : jusqu'à 0,3M de téléspectateurs

Génération 90, Les secrets des séries cultes : belle performance pour le documentaire : 0,4M de téléspectateurs / 4% 25-49

Une offre de cinéma puissante et des séries inédites :

Près de 40 films > 0,5M de téléspectateurs, dont :

Top Gun : **Maverick** : 1,1M de téléspectateurs

Mission Impossible III : 0,9M de téléspectateurs

Mission Impossible : 0,8M de téléspectateurs

Une Affaire privée : belles performances pour la série inédite avec Jean Reno : 0,4M de téléspectateurs / 4% 25-49 pour le lancement

L'arrivée du sport sur la chaîne :

0,5M de téléspectateurs pour le match de poule "Islande - France" en Ligue des Nations féminine

Source : Médiamétrie / Médiamat – audience à date

Axes programmes : audience consolidée à J+28



1,1% 4+ / 1,8% 25-49 / 2,0% FRDA-50 / 13,9% 4-10 ans

GULLI LEADER NATIONAL :

Auprès des enfants le matin avant l'école :

Au plus haut niveau historique, 25% 4-10 en lundi-vendredi sur la tranche 6h-8h30, soit +4pts en un an, et 4pts devant sa 1^{re} concurrente

Auprès des enfants en sortie d'école :

Son meilleur niveau depuis 3 ans, 18% 4-10 sur la tranche 16h30-18h en lundi-vendredi, soit +3pts en un an

UNE OFFRE DIVERSIFIÉE :

Le meilleur de l'animation :

Baby Boss : les affaires reprennent : jusqu'à 0,4M de téléspectateurs

Bienvenue chez les Loud, Bienvenue chez les Casagrandes, Les Sisters, Zig et Sharko, Totally Spies, Taffy : jusqu'à 0,3M de téléspectateurs

ANNÉE HISTORIQUE POUR GULLI PRIME AUPRÈS DES CIBLES COMMERCIALES :

Des divertissements inédits :

Les 100 Vidéos qui ont fait rire le monde entier : jusqu'à 0,6M de téléspectateurs

Battlebots, Le Choc des robots : jusqu'à 0,4M de téléspectateurs

Le Grand bêtisier des animaux : jusqu'à 0,3M de téléspectateurs

Les films à de très bons niveaux :

15 films avec plus de 0,5M de téléspectateurs

Le Grinch, La Cité de la peur, Dr Dolittle, la saga Transformers, Dragons 3, Rio : 0,6M de téléspectateurs

Source : Médiamétrie / Médiamat – audience à date

Axes programmes : audience consolidée à J+28



MEILLEURE ANNÉE HISTORIQUE AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DU PUBLIC DEPUIS SA CRÉATION

2^{ème} meilleure année auprès des 25-49 ans

Chaîne payante la plus regardée*

14,6M de téléspectateurs en moyenne par mois

Portées par les très beaux succès des productions phares de la chaîne :

Jusqu'à 0,3M de téléspectateurs pour **La Revue de presse** (20/10/25)

Jusqu'à 0,2M de téléspectateurs pour **Très Très Bon** (02/11/25)

Source : Médiamétrie / Médiamat mensuel / audience à date – période janvier-novembre 2025

* Hors CANAL+, couverture 4 semaines



ANNÉE RECORD AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DU PUBLIC*

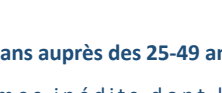
+30% en un an

Meilleure performance depuis 8 ans auprès des 25-49 ans

Portées par les programmes inédits dont l'émission **Piquantes**, **Les documentaires** (**Affaire Pelicot** : les femmes de Mazan, **Soumission chimique** : un fleau silencieux, **Toutes tatouées ! ...**), et les séries (**Hacks**, **Murder in the small town**, **SUPERmad...**).

Source : Médiamétrie / Médiamat Thématik (*univers de concurrence étendue*) – période janvier-novembre

* depuis le début de la mesure Médiamat mensuel



PLUS HAUT NIVEAU HISTORIQUE ÉGALÉ (0.4%)

Succès pour les séries en 1^{ère} diffusion France :

La Brea (saison 3), **Matlock** (saison 1), **The Rookie** (saison 7), **Most Wanted Criminals** (saison 5), **Blue Bloods** (saison 14), **FBI** (saison 6),

Dramaworld (intégrale), **Poker Face** (saison 2) et **Hunting Party** (saison 1), **Accused** (saison 1 & 2), **The Rookie** : **FBI** (saison 1)

Source : Médiamétrie / Médiamat mensuel / audience à date / *univers de concurrence étendue* – période janvier-novembre 2025