

## MARS 2017

### **GROUPE M6 : PROGRESSION EN UN AN AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DU PUBLIC ET DE LA CIBLE COMMERCIALE**

Au mois de **mars 2017**, le Groupe M6, fort du succès de ses 3 chaînes gratuites, affiche une **progression d'audience en un an** à la fois auprès de **l'ensemble du public (+0.5 point de part d'audience)** et des femmes responsables des achats de moins de 50 ans (**+0.3 point**).



### **SUCCÈS DES PROGRAMMES D'AVANT-SOIRÉE ET DE PRIME-TIME**

**3.8M°**

**de téléspectateurs**

ont fêté les 30 ans de M6 lors de **L'ANNIVERSAIRE SURPRISE**

**3.6M°**

**de téléspectateurs**

ont joué les aventuriers devant les opus de la saga **INDIANA JONES** ce mois-ci  
M6 **1<sup>ère</sup> chaîne** auprès du public de moins de 50 ans

**3.2M°**

**de téléspectateurs**

ont renoué avec les aventures de **SCORPION** lors du lancement de la saison 3  
M6 **1<sup>ère</sup> chaîne** auprès du public de moins de 50 ans

**3.2M°**

**de téléspectateurs**

ont découvert le visage d'un nouveau patron lors du retour de **PATRON INCOGNITO**

**20%**

**des FRDA-50**

ont admiré les styles des **REINES DU SHOPPING**  
M6 **assoit son leadership** en avant-soirée





## MEILLEURE PERFORMANCE MENSUELLE EN SAISON DEPUIS 4 ANS AUPRES DES FEMMES RESPONSABLES DES ACHATS DE MOINS DE 50 ANS

### TRES BELLE PROGRESSION EN UN MOIS ET EN UN AN

**4.1%**

**auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans**

en mars 2017, soit la meilleure performance de la chaîne hors été depuis février 2013, ce qui représente une nette hausse de **+0.6 point** en 1 an et **+0.3 point** en 1 mois

**7.2%**

**auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans**

le 27 mars, ce qui permet à la chaîne d'enregistrer sa **2<sup>ème</sup> meilleure journée historique**

**2.0M°**

**de téléspectateurs**

**ont vibré devant le 1/8<sup>ème</sup> de finale retour de l'EUROPA LEAGUE / AS ROMA - LYON**  
W9 **1<sup>ème</sup> chaîne nationale** auprès des hommes de moins de 50 ans

**1.6M°**

**de téléspectateurs**

se sont rassemblés devant le film **DIVERGENTE** inédit en TNT

W9 **3<sup>ème</sup> chaîne nationale** auprès de l'ensemble du public

**Meilleure performance historique auprès des FRDA-50 pour un film sur W9 : 13.2%**

**1.2M°**

**de téléspectateurs**

ont suivi les aventures palpitantes des **MARSEILLAIS SOUTH AMERICA** le 24 mars dernier

**Meilleure audience historique** pour l'émission **LES MARSEILLAIS**

W9 **1<sup>ère</sup> chaîne nationale** auprès des moins de 25 ans

**0.9M°**

**de téléspectateurs**

ont souhaité la bienvenue au **MESSAGE DE MADENIAN ET VDB** sur W9 le lundi 27 mars

**5.6%**

**des FRDA-50**

se sont régallés devant **UN DÎNER PRESQUE PARFAIT** en mars

**Excellente progression de +2 points** en un an



## TOUJOURS LEADER DES NOUVELLES CHÂÎNES TNT AUPRES DE LA CIBLE COMMERCIALE

**2.3%**

**auprès des femmes responsables des achats de moins de 50 ans**

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

**658 000**

**télespectateurs**

ont suivi le dernier épisode de la saison 5 inédite de **ONCE UPON A TIME**

**447 000**

**télespectateurs**

se sont divertis devant **NORBERT COMMIS D'OFFICE**, le record d'audience du magazine en prime  
6ter **leader des nouvelles chaînes TNT**

**627 000**

**télespectateurs**

ont vibré devant **SPEED**

**Jusqu'à 7.0%**

**des femmes responsables des achats de moins de 50 ans**

ont apprécié les rebondissements de **RENOVATION IMPOSSIBLE**

6ter **5<sup>ème</sup> chaîne nationale** auprès du public de moins de 50 ans en moyenne le dimanche

**8.9%**

**des enfants**

ont voyagé avec **ALADDIN ET LE ROI DES VOLEURS**

414 000 téléspectateurs, 6ter **3<sup>ème</sup> chaîne nationale** auprès des enfants



## L'OFFRE PUBLICITAIRE LA PLUS PERFORMANTE 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 COUPLEE\* LA PLUS AFFINITAIRE AVEC LES MOINS DE 50 ANS

Qui représentent **56% de son audience** en mars 2017

*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 01/03/2017 au 30/03/2017. GRP moyens Ensemble 15-49 ans et FRDA 15-49 ans calculés sur l'ensemble journée.*

*Source Médiamétrie-Médiamat - Mars 2017*

Neuilly-sur-Seine, le 3 avril 2017  
Relations presse - Adelaïde Stella - 01 41 92 61 36 / [adelaide.stella@m6.fr](mailto:adelaide.stella@m6.fr)

*Source : Médiamétrie – Médiamat, audiences globales  
(pour les programmes, audiences consolidées du lundi 27 février au dimanche 26 mars et audiences veille du lundi 27 mars au dimanche 2 avril)*