

I'm not a bot



Audience domino challenge

For the first time ever, we're taking something that everyone loves, and supersizing them into this all-new sports-inspired competition that takes the art of domino building to a whole new level. The stakes are higher than ever before as unlike any other competition show - just one tiny, little move is literally the difference between winning it all or a giant epic disastrous fail. Domino Challenge sees the best domino duos in the country go head to head in our Domino Dome to build some of the most amazing creations ever seen on TV - each episode they'll face a new build theme with epic twists along the way. At the end of each episode the creations will topple one by one and our judges will score them out of 10 with the lowest scoring duo eliminated. In the grand finale, the final three teams go head to head in THE "super bowl for dominoes" to create two monumental builds to try to win it all and be crowned the ultimate Domino Challenge champion.
Jeudi 15 juillet 2021 - France 2 audience " Le Tour de France" (Mourenx -Libourne) / "Surprise Surprise"(Laury Thilleman) /" Domino Challenge"(M6) + TF1 "Harry Potter" LE MEDIASCOPE [LOGO © www.lemediascope.fr 16.7.2021• Par journaliste. Article mis à jour le 16.7.2021• /article publié édité et mis en une par la rédaction. MEDIASCOPE. En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez nos CGU et l'utilisation de cookies afin de réaliser des statistiques d'audiences et vous proposer une navigation optimisée, des services et offres adaptés à vos centres d'intérêts ainsi que la possibilité de partager des contenus sur des réseaux sociaux. MEDIASCOPE France 2 audience " Le Tour de France" (Mourenx -Libourne) / "Surprise Surprise"(Laury Thilleman) / " Domino Challenge"(M6) + TF1 "Harry Potter" Jeudi 15 juillet 2021 France 3 en tête des audiences de la soirée avec le téléfilm « Cassandre » suivi par 4 millions de téléspectateurs soit 20.4 % de part de marché selon Médiamétrie. MEDIASCOPE. Sur TF1 le film « Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban » (J.K. Rowling) a été suivi par 5.9 millions de téléspectateurs soit 29.7 % de part de marché selon Médiamétrie. MEDIASCOPE. Sur TF1 le Journal de 20h a été suivi par 5.9 millions de téléspectateurs selon Médiamétrie, MEDIASCOPE soit 29.7% de part d'audience, MEDIASCOPE. Sur France 2 le divertissement « Surprise sur prise » (Laury Thilleman, Donel Jack'sman, Tom Villa) a été suivi par 1.8 million de téléspectateurs soit 9.1% de part de marché selon Médiamétrie. MEDIASCOPE. Sur France 2 Le Journal de 20h a été suivi par 4.9 millions de téléspectateurs selon Médiamétrie, MEDIASCOPE soit 25.1 % de part d'audience, MEDIASCOPE. Voir aussi : Cnews audience" Face à L'info" / BFM Story (BFMTV) / " 24h Pujadas" (LCI) + " Le 20h Darius Rochebin"(LCI) + France Info Sur France 2 " Le Tour de France"(Mourenx -Libourne) (à partir de 15h) a été suivi par 4.2 millions de téléspectateurs soit 47.5% de part d'audience selon Médiamétrie, MEDIASCOPE (contre 5.9 millions de téléspectateurs la veille - Col du Portet. MEDIASCOPE Sur France 5 « Des trains pas comme les autres » a été suivi par 1.5 million de téléspectateurs soit 7.3 % de part de marché selon Médiamétrie. MEDIASCOPE. Voir aussi : Covid- 19 : Merkel refuse la vaccination obligatoire, y compris pour les soignants "Nous n'avons pas l'intention de suivre la voie que la France " propose Sur M6 la finale de « Domino Challenge » a été suivi par 1.4 million de téléspectateurs soit 8.1 % de part de marché selon Médiamétrie. MEDIASCOPE. Voir aussi : Cnews audience" Face à L'info" / BFM Story (BFMTV) / " 24h Pujadas" (LCI) + " Le 20h Darius Rochebin"(LCI) + France Info Sur TMC le film « Inspecteur la Bavure » avec Coluche Coluche, Gérard Depardieu, Dominique Lavanant, Julien Guimara ,a été suivi par 927 000 téléspectateurs soit 5 % de part de marché selon Médiamétrie. MEDIASCOPE. Sur W9 le film « FBI » a été suivi par 652 000 téléspectateurs soit 3.2% de part de marché selon Médiamétrie. MEDIASCOPE. Voir aussi : Covid- 19 : Merkel refuse la vaccination obligatoire, y compris pour les soignants "Nous n'avons pas l'intention de suivre la voie que la France " propose Sur Arte « Jeux d'influence » a été suivi par 604 000 téléspectateurs soit 3% de part de marché selon Médiamétrie. MEDIASCOPE. Voir aussi : Audiences Radios : France Inter en baisse reste N°1 / RTL, RMC, Europe 1, France Info en baisse : quelles radios progressent ? (avril- juin 2021) Sur TF1 le Journal de 13h a été suivi par par 4.8 millions de téléspectateurs selon Médiamétrie, MEDIASCOPE soit 40.3% de part d'audience, MEDIASCOPE. Sur France 2 Le Journal de 13h a été suivi par par 2.5 millions de téléspectateurs selon Médiamétrie, MEDIASCOPE soit 21% de part d'audience. MEDIASCOPE. Sur France 2 Le Journal de 13h a été suivi par par 3.1 millions de téléspectateurs selon Médiamétrie. MEDIASCOPE soit 20.4 % de part d'audience, MEDIASCOPE. Sur Chérie 25 « Les yeux jaunes des crocodiles » a été suivi par 522 000 téléspectateurs soit 2.8% de part de marché selon Médiamétrie. MEDIASCOPE. Sur CStar « Les Inconnus : la totale ! » a été suivi par 392 000 téléspectateurs soit 2 % de part de marché selon Médiamétrie. MEDIASCOPE. Voir aussi : Cnews audience" Face à L'info" / BFM Story (BFMTV) / " 24h Pujadas" (LCI) + " Le 20h Darius Rochebin"(LCI) + France Info Sur C8 « Jeudi reportage » a été suivi par 376 000 téléspectateurs soit 1.9 % de part de marché selon Médiamétrie. MEDIASCOPE. Sur RMC Découverte « Top Gear France » a été suivi par 297 000 téléspectateurs soit 1.5 % de part de marché selon Médiamétrie. MEDIASCOPE. Voir aussi : Covid- 19 : Merkel refuse la vaccination obligatoire, y compris pour les soignants "Nous n'avons pas l'intention de suivre la voie que la France " propose + Audiences Radios : France Inter en baisse reste N°1 / RTL, RMC, Europe 1, France Info en baisse : quelles radios progressent ? (avril- juin 2021) + Métaux lourds : tous les Français sont contaminés y compris les enfants selon une étude (Vidéo) Après son vol dans l'espace "Une expérience unique dans une vie" (le milliardaire Richard Branson) " deux vendeurs poignardés par un client (Claye-Souilly centre commercial - Seine-et-Marne) (Vidéo) Covid-19 : "une 3ème dose sera nécessaire"(Castex) + Métaux lourds : tous les Français sont contaminés y compris les enfants selon une étude (Vidéo) + Médias : Manuel Valls rejoindra BFMTV et RMC dès la rentrée prochaine Médias infos : assurance vie, Société, domiciliations Paris, Économie, femme avocat, ABC, Monde, clinique, maquillage, NKM, Médias, Argent, assurance 3, clinique, Sciences, consommation, Débats, Culture, Formalités Paris, Droit Internet,patients, CNRS,programmes TV, stars 2, euro,France, justice 3, Droit Internet 2, Blog EL, patients, justice 2, avocats accidents, avocats accident 2, pub 3, CEDH, domiciliation Paris, legal dom, meilleurs propriété intellectuelle Comment choisir avocat propriété intellectuelle ? avocat accident 1, resp civ avocat, avocats accidents de la route,référencement, marques, comment choisir avocat accident de la route, blog avocats, accidents avocat,Référencement sur Internet : comment choisir son agence web ? SAOS, Formalites Leadership, you tube leadership, entreprises Paris, Diffamation Internet , Référencement naturel : Comment apparaître en 1ère page sur Google ? justice, blog, Justice, avocat propriété intellectuelle, recrutement distribution, recrutement media, recrutement, emploi-commerce, recrutement distribution 1,Médias20ans, Médias référencement, Tube référencement, affaire suivante, MediascopeFacebook, MediascopeConso, MediascopeWiktionnaire, MediascopeEtablissements MEDIASCOPE Societe 97, TwitterMEDIASCOPE, FBMedIASCOPE, ArgMEDIASCOPE Vidnikol, Paridom , Parisdom, DomParismoinscher, Parisdomn°1 , Domentreprisparis, B, Andre , Portallier Bn, Bn oc, BnTube, Filiat , domiciliation paris , Maudt, DDJ,BB new, Rakin , Meillvocapp , recrutement distribution 1, Fraudes pic, Alexis, Meilleure indemnisation, meilleur référencement,Justice, Paris, Paris, meilleur référencement, Colin, motos, ROUX , Avocat permis de conduire, Nice référencement n°1, expertis, Colin vidéo,Rémy , Mediascope, avocat permis de conduire , pics , meilleurs avocat permis de conduire ? Mediascope 2 , auteurs, cardio, corporel, you tube avocat accident,stars , EML, Rénovation 2, gifi,Penal Paris, , Pénal Paris Pics, Comment Choisir avocat penal, Choisir avocat penal, avocat comparution immédiate, Av pen Paris, femme penaliste Paris, Tube LB, penal evry, choisir a.p , meilleur penal evry, DéceptSMP, SMPOrigin, MauberPo, SaraMauPO, Mauberpro2 Droit des affaires Paris, meiaavocat penalFmedias, resp civ avocat, avpenParMedias, avpenParMedi, JYLBTube, Harcèlement moral salarie meilleur penal paris ,meilleur penal , Lyme , Lyme groupe, esthetique2, femme avocat, Tribunal, Medias20ans, Legal 3,avocats, clinique euro, EL20ans Scope-Orig ELMEDIAS,EL orig, EL Legal 1, EL legal 2 EL legal 3 ,ELCOPE, EL MEDIAS, EL 51 , ELO, ELaegt , EL, EL1, EL 2,EL ,EL2, EL3, EL4, EL5, EL 6, EL 7 EL Medias, Légal Dernières Actualités,justice, Interventions, Web, Rhinoplastie, Top meilleurs,faude you tube, Rhinoplastie 2, Justice 2, clinique, Santé 1, beauté, refus 2, Droit Internet 2, justice , Santé ,meilleurs, meilleurs, meilloureurance, topmeilleur, consommation, meilleur , meilleurs 3,Droit Internet, meilleurs 3, santé 5, Avis,Formalité d'entreprise Paris, Cabinet formalité Paris, Cabinet formalité Paris, TUP (Transmission Universelle Patrimoine), Fusion Transfrontalière , Santé 7, TUP, Tup société, Santé 7, Recrutement distribution , annonces légales, formalités d'entreprises, l'agence web de référencement, Assurance, Transfert siège social , légal vidéo, avocat propriété intellectuelle, recrutement distribution, recrutement media, recrutement, emploi-commerce, transformation logistique, recrutement distribution 1, Médias référencement, Tube référencement Programme TV Actu télé COPYRIGHT ©2006-2019 © www.lemediascope.fr Tous droits réservés Service Client Mentions légales Conditions générales d'utilisation Charte des commentaires Vie privée, données perso. modération, Contacts Archives sujets en régions Boutique Régie Publicitaire La fréquentation du MEDIASCOPE © www.lemediascope.fr est certifiée. Abonnez vous à partir de 1 € Réagir Ajouter Archives Suivez-nous Google+ Instagram Facebook Twitter Mobile RSS Téléchargez l'application MEDIASCOPE / © www.lemediascope.fr Suivez notre page Facebook Partager sur les Réseaux Sociaux Twitter Partager sur Instagram © Copyright MEDIASCOPE OK j'ai compris Mentions légales Mentions légales - Boutique Régie Publicitaire. Protection des données personnelles. Tags: acteurs, acteurs France, actu et médias, animateurs, animateurs TV, audience Arte, Audience Quotidien, Audience RMC Découverte, audience TF1 20h, audience TMC, audience Top Gear, audience Top gear France, Audience TPMP, audience tv, Audiences 20 h France 2, audiences acteurs, audiences documentaires, audiences films, Audiences France 2, audiences France 3, audiences humoristes, Audiences M6, audiences séries, Audiences TF1, audiences TV, Femme humoriste en France, France 2 audience 20h, France 2 Audience Surprise surprise, humoristes, humoristes en France, Médias, Meilleures séries TV, Programme Télé, Programme TV, Quotidien, series, séries TV, Télé Programmes, TF1 20h Les audiences du jeudi 1er juillet 2021 pour les programmes diffusés en première partie de soirée. Passer la publicité Semaine difficile pour M6: après le flop de son divertissement «La soirée extraordinaire» mercredi soir, c'est au tour de «Domino Challenge» de décevoir avec 1.368.000 téléspectateurs en moyenne seulement (6,9% de PDA) devant le deuxième épisode selon Médiamétrie. Le concours de dominos est en baisse par rapport à la semaine dernière. A lire aussi: O.P.J sur France 3 l'exotisme ne suffit pas France 3 arrive en tête des audiences de la soirée avec le feuilleton O.P.J suivi par près de 4,2 millions de téléspectateurs en moyenne (20,7% de PDA). TF1 et France 2, au coude à coude avec Harry Potter à l'école des sorciers et «Les comiques préférés des Français: 50 ans d'humour», sont largement devancés. Sur la TNT, c'est NRJ12 qui a devancé ses concurrents directs avec la rediffusion du film The November man , avec Pierce Brosnan et Olga Kurylenko, qui a rassemblé 915.000 téléspectateurs en moyenne (4,5% de PDA). Audiences de 1ère partie de soirée du jeudi 1 juillet 1 La grande histoire de l'évolution animale 868.000.000 téléspectateurs 4,2 % 2 O.P.J (1/2) 4.291.000 téléspectateurs 20,4 % 3 Harry Potter à l'école des sorciers 3.038.000 téléspectateurs 17 % 4 Les comiques préférés des Français : 50 ans d'humour 2.916.000 téléspectateurs 15 % 5 Domino Challenge 1.368.000 téléspectateurs 6,9 % 6 The November Man 915.000 téléspectateurs 4,5 % 7 La meute 578.000 téléspectateurs 2,8 % 8 Jeudi reportage 520.000 téléspectateurs 2,5 % 9 Paris à tout prix 499.000 téléspectateurs 2,4 % 10 Aquamen : les des aquariums 463.000 téléspectateurs 2,3 % 11 Hip Hop Live : l'anthologie 449.000 téléspectateurs 2,2 % 12 Top Gear France : les incontournables 400.000 téléspectateurs 2 % 13 Hollywoo 370.000 téléspectateurs 1,7 % 14 Vive le camping 360.000 téléspectateurs 1,7 % 15 Fast and Furious 348.000 téléspectateurs 1,8 % 16 Non élucidé - L'enquête continue 254.000 téléspectateurs 1,2 % 17 Tattoo Cover : sauveurs de tatouages 215.000 téléspectateurs 1 % 18 Dialogue avec mon jardinier 109.000 téléspectateurs 0,5 % Passer la publicité Passer la publicité Passer la publicité Lilo & Stitch Chief of War Lilo & Stitch The Buccaneers From the World of John Wick: Ballerina The Better Sister Words of War Spitsville Sirens The Buccaneers Thunderbolts* The Roses Lilo & Stitch Spitsville The Friend Spitsville Un bilan pas très convaincant. Hier soir, M6 a diffusé la finale de son divertissement, "Domino Challenge", produit par Endemol et présenté par Stéphane Rotenberg et Issa Dombia. Pour cet ultime épisode, trois équipes se sont affrontées - Martin et Mickaël (équipe orange), Léo et Mathieu (équipe violette) et Johakim et Sébastien (équipe rose). Ils ont dû se départager lors d'une dernière épreuve dont le thème était les plus beaux monuments du monde. C'est le binôme de Bretons, Johakim et Sébastien, qui a séduit le jury de "Domino Challenge" et qui a donc remporté la somme de 20.000 euros.Du côté des audiences, "Domino Challenge" est moins à la fête. Lors de son lancement le 24 juin dernier, le divertissement a déçu en n'attirant que 1,60 million de curieux en moyenne, soit 8,5% des individus de quatre ans et plus et 11,1% des Femmes responsables des achats âgées de moins de 50 ans (FRDA-50), selon Médiamétrie. Les audiences se sont ensuite légèrement érodées semaine après semaine. Pour la finale, ils étaient 1,49 million de joueurs à suivre la victoire de l'équipe rose, soit 8,1% du public et 10,9% sur les FRDA-50.A LIRE : Billes, Lego, dominos, pâte à modeler : Pourquoi le divertissement télé devient si régressif ?Ainsi, en moyenne et en audience veille, "Domino Challenge" a finalement été regardé par 1,5 million de téléspectateurs, soit une part de marché s'élevant à 7,8% des individus de quatre ans et plus. Du côté de la cible commerciale, l'émission a enregistré un bilan légèrement meilleur, mais loin des scores des grands divertissements de la chaîne, avec en moyenne 11,5% de part de marché sur les Femmes responsables des achats âgées de moins de 50 ans. Un bilan qui n'aidera pas à convaincre M6 de reconduire le format pour une deuxième saison. Publié le 25/06/2021 à 09:16 Mis à jour le 25/06/2021 à 09:19 Entre une nouvelle compétition de dominos et un prime événement consacré à Friends, les Français avaient l'embaras du choix pour les amateurs de programme frais. Ce jeudi 24 juin 2021, TF1 a fait la différence. Plus de 20 ans après avoir lancé la mode Domino Day en France, M6 s'est rappelée au bon vieux souvenir des petites plaques en dégainant la première de Domino Challenge ce jeudi 24 juin 2021, mobilisant 1.66 millions de téléspectateurs, avec une part de marché à hauteur de 8,5%. Ce vendredi, TF1 lancera sa course de billes, Marble Mania, tandis qu'elle s'est imposée avec Friends : les retrouvailles, pour une soirée mêlant rire et émotion, appréciée par 3.81 millions d'irréductibles (19.3%). France 3 talonne Friends La rediffusion de la fiction Meurtres à Orléans a contenté 3.84 millions d'amateurs du genre, soit 18.4% du public âgé de 4 ans et plus, contre 2.35 millions et 11.8% pour le magazine Envoyé spécial, classé troisième sur France 2. Sur Arte, les deux premiers épisodes de la série La Meute, déroulée au Chili, ont captivé 894 000 puis 755 000 Français, avec 4.1 et 3.8% des téléspectateurs. Les Visiteurs en Amérique Domino Challenge est moins à la fête. Lors de son lancement le 24 juin dernier, le divertissement a déçu en n'attirant que 1,60 million de curieux en moyenne, soit 8,5% des individus de quatre ans et plus et 11,1% des Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans (FRDA-50), selon Médiamétrie. Les audiences se sont ensuite légèrement érodées semaine après semaine. Pour la finale, ils étaient 1,49 million de joueurs à suivre la victoire de l'équipe rose, soit 8,1% du public et 10,9% sur les FRDA-50.A LIRE : Billes, Lego, dominos, pâte à modeler : Pourquoi le divertissement télé devient si régressif ?Ainsi, en moyenne et en audience veille, "Domino Challenge" a finalement été regardé par 1,5 million de téléspectateurs, soit une part de marché s'élevant à 7,8% des individus de quatre ans et plus. Du côté de la cible commerciale, l'émission a enregistré un bilan légèrement meilleur, mais loin des scores des grands divertissements de la chaîne, avec en moyenne 11,5% de part de marché sur les Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans. Un bilan qui n'aidera pas à convaincre M6 de reconduire le format pour une deuxième saison. Publié le 25/06/2021 à 09:16 Mis à jour le 25/06/2021 à 09:19 Entre une nouvelle compétition de dominos et un prime événement consacré à Friends, les Français avaient l'embaras du choix pour les amateurs de programme frais. Ce jeudi 24 juin 2021, TF1 a fait la différence. Plus de 20 ans après avoir lancé la mode Domino Day en France, M6 s'est rappelée au bon vieux souvenir des petites plaques en dégainant la première de Domino Challenge ce jeudi 24 juin 2021, mobilisant 1.66 millions de téléspectateurs, avec une part de marché à hauteur de 8,5%. Ce vendredi, TF1 lancera sa course de billes, Marble Mania, tandis qu'elle s'est imposée avec Friends : les retrouvailles, pour une soirée mêlant rire et émotion, appréciée par 3.81 millions d'irréductibles (19.3%). France 3 talonne Friends La rediffusion de la fiction Meurtres à Orléans a contenté 3.84 millions d'amateurs du genre, soit 18.4% du public âgé de 4 ans et plus, contre 2.35 millions et 11.8% pour le magazine Envoyé spécial, classé troisième sur France 2. Sur Arte, les deux premiers épisodes de la série La Meute, déroulée au Chili, ont captivé 894 000 puis 755 000 Français, avec 4.1 et 3.8% des téléspectateurs. Les Visiteurs en Amérique Domino Challenge est moins à la fête. Lors de son lancement le 24 juin dernier, le divertissement a déçu en n'attirant que 1,60 million de curieux en moyenne, soit 8,5% des individus de quatre ans et plus et 11,1% des Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans (FRDA-50), selon Médiamétrie. Les audiences se sont ensuite légèrement érodées semaine après semaine. Pour la finale, ils étaient 1,49 million de joueurs à suivre la victoire de l'équipe rose, soit 8,1% du public et 10,9% sur les FRDA-50.A LIRE : Billes, Lego, dominos, pâte à modeler : Pourquoi le divertissement télé devient si régressif ?Ainsi, en moyenne et en audience veille, "Domino Challenge" a finalement été regardé par 1,5 million de téléspectateurs, soit une part de marché s'élevant à 7,8% des individus de quatre ans et plus. Du côté de la cible commerciale, l'émission a enregistré un bilan légèrement meilleur, mais loin des scores des grands divertissements de la chaîne, avec en moyenne 11,5% de part de marché sur les Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans. Un bilan qui n'aidera pas à convaincre M6 de reconduire le format pour une deuxième saison. Publié le 25/06/2021 à 09:16 Mis à jour le 25/06/2021 à 09:19 Entre une nouvelle compétition de dominos et un prime événement consacré à Friends, les Français avaient l'embaras du choix pour les amateurs de programme frais. Ce jeudi 24 juin 2021, TF1 a fait la différence. Plus de 20 ans après avoir lancé la mode Domino Day en France, M6 s'est rappelée au bon vieux souvenir des petites plaques en dégainant la première de Domino Challenge ce jeudi 24 juin 2021, mobilisant 1.66 millions de téléspectateurs, avec une part de marché à hauteur de 8,5%. Ce vendredi, TF1 lancera sa course de billes, Marble Mania, tandis qu'elle s'est imposée avec Friends : les retrouvailles, pour une soirée mêlant rire et émotion, appréciée par 3.81 millions d'irréductibles (19.3%). France 3 talonne Friends La rediffusion de la fiction Meurtres à Orléans a contenté 3.84 millions d'amateurs du genre, soit 18.4% du public âgé de 4 ans et plus, contre 2.35 millions et 11.8% pour le magazine Envoyé spécial, classé troisième sur France 2. Sur Arte, les deux premiers épisodes de la série La Meute, déroulée au Chili, ont captivé 894 000 puis 755 000 Français, avec 4.1 et 3.8% des téléspectateurs. Les Visiteurs en Amérique Domino Challenge est moins à la fête. Lors de son lancement le 24 juin dernier, le divertissement a déçu en n'attirant que 1,60 million de curieux en moyenne, soit 8,5% des individus de quatre ans et plus et 11,1% des Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans (FRDA-50), selon Médiamétrie. Les audiences se sont ensuite légèrement érodées semaine après semaine. Pour la finale, ils étaient 1,49 million de joueurs à suivre la victoire de l'équipe rose, soit 8,1% du public et 10,9% sur les FRDA-50.A LIRE : Billes, Lego, dominos, pâte à modeler : Pourquoi le divertissement télé devient si régressif ?Ainsi, en moyenne et en audience veille, "Domino Challenge" a finalement été regardé par 1,5 million de téléspectateurs, soit une part de marché s'élevant à 7,8% des individus de quatre ans et plus. Du côté de la cible commerciale, l'émission a enregistré un bilan légèrement meilleur, mais loin des scores des grands divertissements de la chaîne, avec en moyenne 11,5% de part de marché sur les Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans. Un bilan qui n'aidera pas à convaincre M6 de reconduire le format pour une deuxième saison. Publié le 25/06/2021 à 09:16 Mis à jour le 25/06/2021 à 09:19 Entre une nouvelle compétition de dominos et un prime événement consacré à Friends, les Français avaient l'embaras du choix pour les amateurs de programme frais. Ce jeudi 24 juin 2021, TF1 a fait la différence. Plus de 20 ans après avoir lancé la mode Domino Day en France, M6 s'est rappelée au bon vieux souvenir des petites plaques en dégainant la première de Domino Challenge ce jeudi 24 juin 2021, mobilisant 1.66 millions de téléspectateurs, avec une part de marché à hauteur de 8,5%. Ce vendredi, TF1 lancera sa course de billes, Marble Mania, tandis qu'elle s'est imposée avec Friends : les retrouvailles, pour une soirée mêlant rire et émotion, appréciée par 3.81 millions d'irréductibles (19.3%). France 3 talonne Friends La rediffusion de la fiction Meurtres à Orléans a contenté 3.84 millions d'amateurs du genre, soit 18.4% du public âgé de 4 ans et plus, contre 2.35 millions et 11.8% pour le magazine Envoyé spécial, classé troisième sur France 2. Sur Arte, les deux premiers épisodes de la série La Meute, déroulée au Chili, ont captivé 894 000 puis 755 000 Français, avec 4.1 et 3.8% des téléspectateurs. Les Visiteurs en Amérique Domino Challenge est moins à la fête. Lors de son lancement le 24 juin dernier, le divertissement a déçu en n'attirant que 1,60 million de curieux en moyenne, soit 8,5% des individus de quatre ans et plus et 11,1% des Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans (FRDA-50), selon Médiamétrie. Les audiences se sont ensuite légèrement érodées semaine après semaine. Pour la finale, ils étaient 1,49 million de joueurs à suivre la victoire de l'équipe rose, soit 8,1% du public et 10,9% sur les FRDA-50.A LIRE : Billes, Lego, dominos, pâte à modeler : Pourquoi le divertissement télé devient si régressif ?Ainsi, en moyenne et en audience veille, "Domino Challenge" a finalement été regardé par 1,5 million de téléspectateurs, soit une part de marché s'élevant à 7,8% des individus de quatre ans et plus. Du côté de la cible commerciale, l'émission a enregistré un bilan légèrement meilleur, mais loin des scores des grands divertissements de la chaîne, avec en moyenne 11,5% de part de marché sur les Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans. Un bilan qui n'aidera pas à convaincre M6 de reconduire le format pour une deuxième saison. Publié le 25/06/2021 à 09:16 Mis à jour le 25/06/2021 à 09:19 Entre une nouvelle compétition de dominos et un prime événement consacré à Friends, les Français avaient l'embaras du choix pour les amateurs de programme frais. Ce jeudi 24 juin 2021, TF1 a fait la différence. Plus de 20 ans après avoir lancé la mode Domino Day en France, M6 s'est rappelée au bon vieux souvenir des petites plaques en dégainant la première de Domino Challenge ce jeudi 24 juin 2021, mobilisant 1.66 millions de téléspectateurs, avec une part de marché à hauteur de 8,5%. Ce vendredi, TF1 lancera sa course de billes, Marble Mania, tandis qu'elle s'est imposée avec Friends : les retrouvailles, pour une soirée mêlant rire et émotion, appréciée par 3.81 millions d'irréductibles (19.3%). France 3 talonne Friends La rediffusion de la fiction Meurtres à Orléans a contenté 3.84 millions d'amateurs du genre, soit 18.4% du public âgé de 4 ans et plus, contre 2.35 millions et 11.8% pour le magazine Envoyé spécial, classé troisième sur France 2. Sur Arte, les deux premiers épisodes de la série La Meute, déroulée au Chili, ont captivé 894 000 puis 755 000 Français, avec 4.1 et 3.8% des téléspectateurs. Les Visiteurs en Amérique Domino Challenge est moins à la fête. Lors de son lancement le 24 juin dernier, le divertissement a déçu en n'attirant que 1,60 million de curieux en moyenne, soit 8,5% des individus de quatre ans et plus et 11,1% des Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans (FRDA-50), selon Médiamétrie. Les audiences se sont ensuite légèrement érodées semaine après semaine. Pour la finale, ils étaient 1,49 million de joueurs à suivre la victoire de l'équipe rose, soit 8,1% du public et 10,9% sur les FRDA-50.A LIRE : Billes, Lego, dominos, pâte à modeler : Pourquoi le divertissement télé devient si régressif ?Ainsi, en moyenne et en audience veille, "Domino Challenge" a finalement été regardé par 1,5 million de téléspectateurs, soit une part de marché s'élevant à 7,8% des individus de quatre ans et plus. Du côté de la cible commerciale, l'émission a enregistré un bilan légèrement meilleur, mais loin des scores des grands divertissements de la chaîne, avec en moyenne 11,5% de part de marché sur les Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans. Un bilan qui n'aidera pas à convaincre M6 de reconduire le format pour une deuxième saison. Publié le 25/06/2021 à 09:16 Mis à jour le 25/06/2021 à 09:19 Entre une nouvelle compétition de dominos et un prime événement consacré à Friends, les Français avaient l'embaras du choix pour les amateurs de programme frais. Ce jeudi 24 juin 2021, TF1 a fait la différence. Plus de 20 ans après avoir lancé la mode Domino Day en France, M6 s'est rappelée au bon vieux souvenir des petites plaques en dégainant la première de Domino Challenge ce jeudi 24 juin 2021, mobilisant 1.66 millions de téléspectateurs, avec une part de marché à hauteur de 8,5%. Ce vendredi, TF1 lancera sa course de billes, Marble Mania, tandis qu'elle s'est imposée avec Friends : les retrouvailles, pour une soirée mêlant rire et émotion, appréciée par 3.81 millions d'irréductibles (19.3%). France 3 talonne Friends La rediffusion de la fiction Meurtres à Orléans a contenté 3.84 millions d'amateurs du genre, soit 18.4% du public âgé de 4 ans et plus, contre 2.35 millions et 11.8% pour le magazine Envoyé spécial, classé troisième sur France 2. Sur Arte, les deux premiers épisodes de la série La Meute, déroulée au Chili, ont captivé 894 000 puis 755 000 Français, avec 4.1 et 3.8% des téléspectateurs. Les Visiteurs en Amérique Domino Challenge est moins à la fête. Lors de son lancement le 24 juin dernier, le divertissement a déçu en n'attirant que 1,60 million de curieux en moyenne, soit 8,5% des individus de quatre ans et plus et 11,1% des Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans (FRDA-50), selon Médiamétrie. Les audiences se sont ensuite légèrement érodées semaine après semaine. Pour la finale, ils étaient 1,49 million de joueurs à suivre la victoire de l'équipe rose, soit 8,1% du public et 10,9% sur les FRDA-50.A LIRE : Billes, Lego, dominos, pâte à modeler : Pourquoi le divertissement télé devient si régressif ?Ainsi, en moyenne et en audience veille, "Domino Challenge" a finalement été regardé par 1,5 million de téléspectateurs, soit une part de marché s'élevant à 7,8% des individus de quatre ans et plus. Du côté de la cible commerciale, l'émission a enregistré un bilan légèrement meilleur, mais loin des scores des grands divertissements de la chaîne, avec en moyenne 11,5% de part de marché sur les Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans. Un bilan qui n'aidera pas à convaincre M6 de reconduire le format pour une deuxième saison. Publié le 25/06/2021 à 09:16 Mis à jour le 25/06/2021 à 09:19 Entre une nouvelle compétition de dominos et un prime événement consacré à Friends, les Français avaient l'embaras du choix pour les amateurs de programme frais. Ce jeudi 24 juin 2021, TF1 a fait la différence. Plus de 20 ans après avoir lancé la mode Domino Day en France, M6 s'est rappelée au bon vieux souvenir des petites plaques en dégainant la première de Domino Challenge ce jeudi 24 juin 2021, mobilisant 1.66 millions de téléspectateurs, avec une part de marché à hauteur de 8,5%. Ce vendredi, TF1 lancera sa course de billes, Marble Mania, tandis qu'elle s'est imposée avec Friends : les retrouvailles, pour une soirée mêlant rire et émotion, appréciée par 3.81 millions d'irréductibles (19.3%). France 3 talonne Friends La rediffusion de la fiction Meurtres à Orléans a contenté 3.84 millions d'amateurs du genre, soit 18.4% du public âgé de 4 ans et plus, contre 2.35 millions et 11.8% pour le magazine Envoyé spécial, classé troisième sur France 2. Sur Arte, les deux premiers épisodes de la série La Meute, déroulée au Chili, ont captivé 894 000 puis 755 000 Français, avec 4.1 et 3.8% des téléspectateurs. Les Visiteurs en Amérique Domino Challenge est moins à la fête. Lors de son lancement le 24 juin dernier, le divertissement a déçu en n'attirant que 1,60 million de curieux en moyenne, soit 8,5% des individus de quatre ans et plus et 11,1% des Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans (FRDA-50), selon Médiamétrie. Les audiences se sont ensuite légèrement érodées semaine après semaine. Pour la finale, ils étaient 1,49 million de joueurs à suivre la victoire de l'équipe rose, soit 8,1% du public et 10,9% sur les FRDA-50.A LIRE : Billes, Lego, dominos, pâte à modeler : Pourquoi le divertissement télé devient si régressif ?Ainsi, en moyenne et en audience veille, "Domino Challenge" a finalement été regardé par 1,5 million de téléspectateurs, soit une part de marché s'élevant à 7,8% des individus de quatre ans et plus. Du côté de la cible commerciale, l'émission a enregistré un bilan légèrement meilleur, mais loin des scores des grands divertissements de la chaîne, avec en moyenne 11,5% de part de marché sur les Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans. Un bilan qui n'aidera pas à convaincre M6 de reconduire le format pour une deuxième saison. Publié le 25/06/2021 à 09:16 Mis à jour le 25/06/2021 à 09:19 Entre une nouvelle compétition de dominos et un prime événement consacré à Friends, les Français avaient l'embaras du choix pour les amateurs de programme frais. Ce jeudi 24 juin 2021, TF1 a fait la différence. Plus de 20 ans après avoir lancé la mode Domino Day en France, M6 s'est rappelée au bon vieux souvenir des petites plaques en dégainant la première de Domino Challenge ce jeudi 24 juin 2021, mobilisant 1.66 millions de téléspectateurs, avec une part de marché à hauteur de 8,5%. Ce vendredi, TF1 lancera sa course de billes, Marble Mania, tandis qu'elle s'est imposée avec Friends : les retrouvailles, pour une soirée mêlant rire et émotion, appréciée par 3.81 millions d'irréductibles (19.3%). France 3 talonne Friends La rediffusion de la fiction Meurtres à Orléans a contenté 3.84 millions d'amateurs du genre, soit 18.4% du public âgé de 4 ans et plus, contre 2.35 millions et 11.8% pour le magazine Envoyé spécial, classé troisième sur France 2. Sur Arte, les deux premiers épisodes de la série La Meute, déroulée au Chili, ont captivé 894 000 puis 755 000 Français, avec 4.1 et 3.8% des téléspectateurs. Les Visiteurs en Amérique Domino Challenge est moins à la fête. Lors de son lancement le 24 juin dernier, le divertissement a déçu en n'attirant que 1,60 million de curieux en moyenne, soit 8,5% des individus de quatre ans et plus et 11,1% des Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans (FRDA-50), selon Médiamétrie. Les audiences se sont ensuite légèrement érodées semaine après semaine. Pour la finale, ils étaient 1,49 million de joueurs à suivre la victoire de l'équipe rose, soit 8,1% du public et 10,9% sur les FRDA-50.A LIRE : Billes, Lego, dominos, pâte à modeler : Pourquoi le divertissement télé devient si régressif ?Ainsi, en moyenne et en audience veille, "Domino Challenge" a finalement été regardé par 1,5 million de téléspectateurs, soit une part de marché s'élevant à 7,8% des individus de quatre ans et plus. Du côté de la cible commerciale, l'émission a enregistré un bilan légèrement meilleur, mais loin des scores des grands divertissements de la chaîne, avec en moyenne 11,5% de part de marché sur les Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans. Un bilan qui n'aidera pas à convaincre M6 de reconduire le format pour une deuxième saison. Publié le 25/06/2021 à 09:16 Mis à jour le 25/06/2021 à 09:19 Entre une nouvelle compétition de dominos et un prime événement consacré à Friends, les Français avaient l'embaras du choix pour les amateurs de programme frais. Ce jeudi 24 juin 2021, TF1 a fait la différence. Plus de 20 ans après avoir lancé la mode Domino Day en France, M6 s'est rappelée au bon vieux souvenir des petites plaques en dégainant la première de Domino Challenge ce jeudi 24 juin 2021, mobilisant 1.66 millions de téléspectateurs, avec une part de marché à hauteur de 8,5%. Ce vendredi, TF1 lancera sa course de billes, Marble Mania, tandis qu'elle s'est imposée avec Friends : les retrouvailles, pour une soirée mêlant rire et émotion, appréciée par 3.81 millions d'irréductibles (19.3%). France 3 talonne Friends La rediffusion de la fiction Meurtres à Orléans a contenté 3.84 millions d'amateurs du genre, soit 18.4% du public âgé de 4 ans et plus, contre 2.35 millions et 11.8% pour le magazine Envoyé spécial, classé troisième sur France 2. Sur Arte, les deux premiers épisodes de la série La Meute, déroulée au Chili, ont captivé 894 000 puis 755 000 Français, avec 4.1 et 3.8% des téléspectateurs. Les Visiteurs en Amérique Domino Challenge est moins à la fête. Lors de son lancement le 24 juin dernier, le divertissement a déçu en n'attirant que 1,60 million de curieux en moyenne, soit 8,5% des individus de quatre ans et plus et 11,1% des Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans (FRDA-50), selon Médiamétrie. Les audiences se sont ensuite légèrement érodées semaine après semaine. Pour la finale, ils étaient 1,49 million de joueurs à suivre la victoire de l'équipe rose, soit 8,1% du public et 10,9% sur les FRDA-50.A LIRE : Billes, Lego, dominos, pâte à modeler : Pourquoi le divertissement télé devient si régressif ?Ainsi, en moyenne et en audience veille, "Domino Challenge" a finalement été regardé par 1,5 million de téléspectateurs, soit une part de marché s'élevant à 7,8% des individus de quatre ans et plus. Du côté de la cible commerciale, l'émission a enregistré un bilan légèrement meilleur, mais loin des scores des grands divertissements de la chaîne, avec en moyenne 11,5% de part de marché sur les Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans. Un bilan qui n'aidera pas à convaincre M6 de reconduire le format pour une deuxième saison. Publié le 25/06/2021 à 09:16 Mis à jour le 25/06/2021 à 09:19 Entre une nouvelle compétition de dominos et un prime événement consacré à Friends, les Français avaient l'embaras du choix pour les amateurs de programme frais. Ce jeudi 24 juin 2021, TF1 a fait la différence. Plus de 20 ans après avoir lancé la mode Domino Day en France, M6 s'est rappelée au bon vieux souvenir des petites plaques en dégainant la première de Domino Challenge ce jeudi 24 juin 2021, mobilisant 1.66 millions de téléspectateurs, avec une part de marché à hauteur de 8,5%. Ce vendredi, TF1 lancera sa course de billes, Marble Mania, tandis qu'elle s'est imposée avec Friends : les retrouvailles, pour une soirée mêlant rire et émotion, appréciée par 3.81 millions d'irréductibles (19.3%). France 3 talonne Friends La rediffusion de la fiction Meurtres à Orléans a contenté 3.84 millions d'amateurs du genre, soit 18.4% du public âgé de 4 ans et plus, contre 2.35 millions et 11.8% pour le magazine Envoyé spécial, classé troisième sur France 2. Sur Arte, les deux premiers épisodes de la série La Meute, déroulée au Chili, ont captivé 894 000 puis 755 000 Français, avec 4.1 et 3.8% des téléspectateurs. Les Visiteurs en Amérique Domino Challenge est moins à la fête. Lors de son lancement le 24 juin dernier, le divertissement a déçu en n'attirant que 1,60 million de curieux en moyenne, soit 8,5% des individus de quatre ans et plus et 11,1% des Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans (FRDA-50), selon Médiamétrie. Les audiences se sont ensuite légèrement érodées semaine après semaine. Pour la finale, ils étaient 1,49 million de joueurs à suivre la victoire de l'équipe rose, soit 8,1% du public et 10,9% sur les FRDA-50.A LIRE : Billes, Lego, dominos, pâte à modeler : Pourquoi le divertissement télé devient si régressif ?Ainsi, en moyenne et en audience veille, "Domino Challenge" a finalement été regardé par 1,5 million de téléspectateurs, soit une part de marché s'élevant à 7,8% des individus de quatre ans et plus. Du côté de la cible commerciale, l'émission a enregistré un bilan légèrement meilleur, mais loin des scores des grands divertissements de la chaîne, avec en moyenne 11,5% de part de marché sur les Femmes responsables des achats âgés de moins de 50 ans. Un bilan qui n'aidera pas à convaincre M6 de reconduire le format pour une deuxième saison. Publié le 25/06/2021 à 09:16 Mis à jour le 25/06/2021 à 09:19 Entre une nouvelle compétition de dominos et un prime événement consacré à Friends, les Français avaient l'embaras du choix pour les amateurs de programme frais. Ce jeudi 24 juin 2021, TF1 a fait la différence. Plus de 20 ans après avoir lancé la mode Domino Day en France, M6 s'est rappelée au bon vieux souvenir des petites plaques en dégainant la première de Domino Challenge ce jeudi 24 juin 2021, mobilisant 1.66 millions de téléspectateurs, avec une part de marché à hauteur de 8,5%. Ce vendredi, TF1 lancera sa course de billes, Marble Mania, tandis qu'elle s'est imposée avec Friends : les retrouvailles, pour une soirée mêlant rire et émotion, appréciée par 3.81 millions d'irréductibles (19.3%). France 3 talonne Friends La rediffusion de la fiction Meurtres à Orlé