



# HMI HOUSE

THAILAND


25 JANVIER AU 25 FÉVRIER 2025



# LE RETOUR

## LE RETOUR DE L'ÉMISSION LA PLUS SUIVI DE SNAPCHAT

OFFRIR UNE SÉRIE ENCORE PLUS IMPRESSIONNANTE, AVEC UNE AUDIENCE RECORD ET DES PERFORMANCES INÉGALÉES.



La HMI House revient pour une troisième saison, et cette fois-ci, direction la **Thaïlande** ! Un événement spectaculaire qui réunit les plus **grands influenceurs** pour une aventure unique, mêlant épreuves palpitantes, quêtes mystérieuses, voyages extraordinaires, combats stratégiques et énigmes captivantes.

15

PARTICIPANTS





FARES 🌀 2,6M



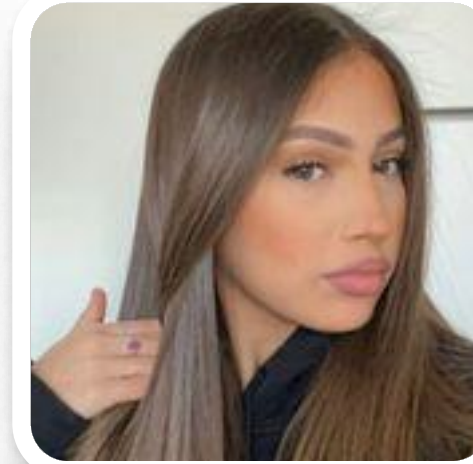
OISEAU TYSON 🌀 1,4M



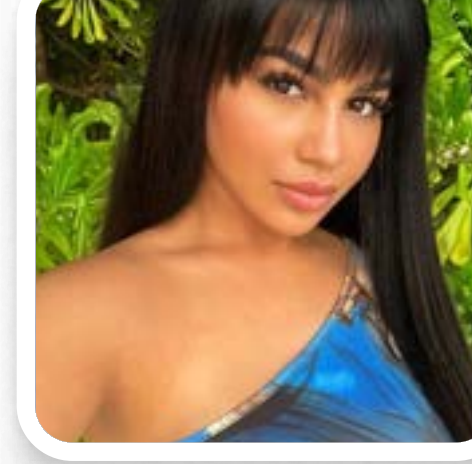
OVSIE 🌀 860K



FREEBALA 🌀 400K



JANNAT 🌀 1,5M



FELICCIA 🌀 2,2M



HATICE 🌀 780K



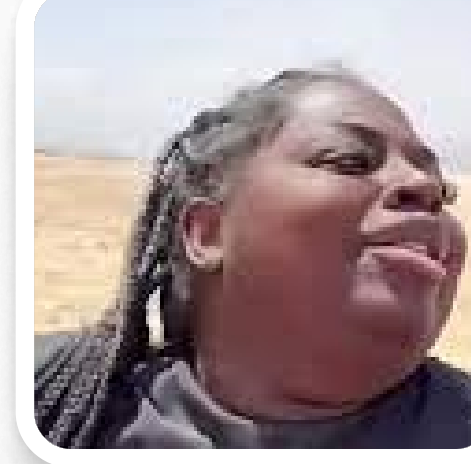
BOUCIF 🌀 1,5M



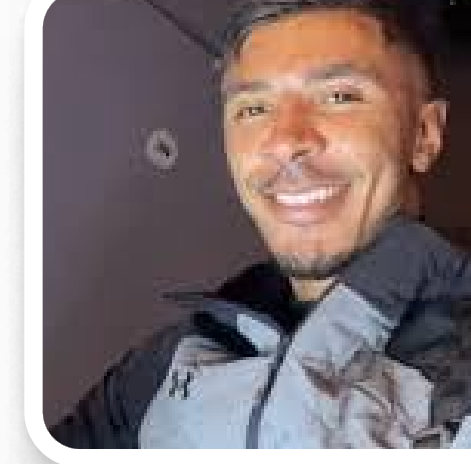
ZIZOU 🌀 500K



DJIBRIL94 🌀 690K



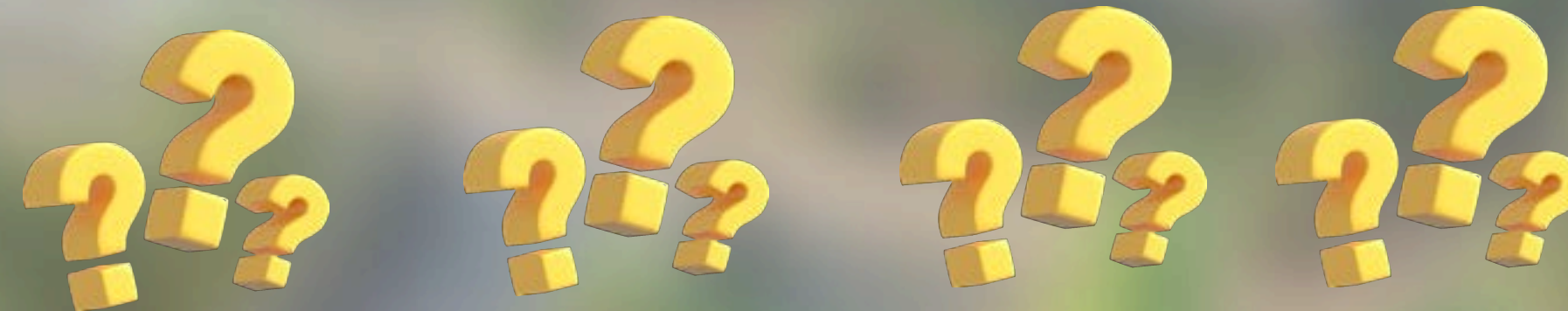
ANAÏS 🌀 390K



BAOSS 🌀 1,2M



YOUSRA LKH 🌀 1,6M



4 CRÉATEURS DE CONTENUS MYSTÈRES  
PLUS DE 8 MILLIONS D'ABONNÉS



NASSUF SIAKA 🌀 1,2M



# CHIFFRES CLÉS DE HMI HOUSE 2

Vues sur les repost TikTok

👁️ **+ 40 millions** vues TikTok

Commentaires TikTok

👁️ **+ 4 millions** commentaires

Challenge

👁️ **30 jours** de challenge

**+15 millions**

D'abonnées cumulée (Guest, Participants, HMI)

**30 - 45 millions de vues**

sur les 15 jours de l'émission

**50,000€**

Au gagnant de l'émission HMI House 2

ÉPREUVE 3  
HMI HOUSE 2  
SEULEMENT



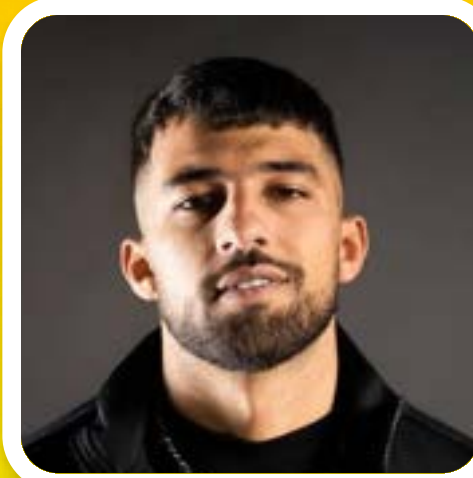


# LES INVITÉS D'EXCEPTION

26,3  
MILLIONS  
D'ABONNÉS



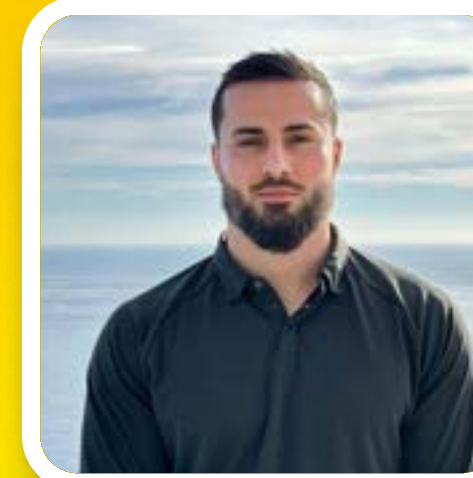
GRADUR 🎧 6,9M



ZKR 🎧 2M



HEUSS 🎧 4,2M



IBRATV 🎧 10M



GOLO & RITCHIE 🎧 3.2M



RIMK 🎧 3,4M



MAEVA GHENNAM 🎧 9,3M



# QU'EST-CE QUE LA HMI HOUSE ?



ZKR



DUBAI FINAL



GRADUR



ZKR x GRADUR



HEUSS L'ENFOIRÉ



**La HMI House est un concept révolutionnaire qui combine :**

- Une compétition immersive entre des influenceurs et des personnalités connues.
- Des défis variés dans des lieux exotiques.
- Une aventure captivante suivie par des millions de fans sur YouTube et les réseaux sociaux.
- Et un cash prize de 100,000€

**Chaque saison repousse les limites de l'originalité pour créer une expérience unique et inoubliable.**

**100,000€**





# CONCEPTS REFERENCES DE HACHEMI

DES DÉFIS ÉPIQUES, DES INFLUENCEURS, UNE FINALE À DUBAÏ!



## Snapchat

Spectateurs

👁️ **2,4 Millions** de vues / jours

**Top 1**

Snapchat

**14** Jours

de challenge

**36M**

de vues cumulées sur Snapchat

€50,000

## YouTube

Vues

👁️ **700,000** vues en 24 heures

**14**

Participants

**100K**

Commentaires

**1M**

de vues

**3"**

tendances YouTube

€50,000



Chiffres clés de HMI

👁️ **+ 8,3 millions** followers

Vues quotidiennes de HMI

👁️ **+ 2,5 millions** vues constantes

Challenge

👁️ **30 jours** de challenge

**+ 48 millions**

D'abonnées cumulée (Guest, Participants, HMI)

**50 - 60 millions de vues**

sur les 15 jours de l'émission

**50,000€**

Au gagnant de l'émission HMI House 3





# Audience & Statistiques

Une audience jeune et active dont 80% de majeurs, prête à passer à l'action.



**HMI** hachemi95 · 8.3k followers · Personnage · Film

Contact [hachemisb.com](mailto:hachemisb.com)

Voyage et instruis toi  
contact@hachemisb.com

Stories Spotlight **Insights**

Stories publiques Voir plus >

Récents

- 25 38 54 Afficher toutes les Stories publiques

**Résumé de 28 jours**

Vues du Snap par rapport aux 28 jours précédents  
**1 110 684 969** +36,8%  
116 791 655 via les publicités  
4 % des spectateurs ne suivent pas le compte

Spectateurs par rapport aux 28 jours précédents  
**30 429 084** -6,1%  
1 377 via les publicités

visionnage moyenne de la Story par rapport aux 28 jours précédents  
**minutes** +0,8%

visionnage par rapport aux 28 jours précédents  
**minutes** +41,8%

Voir plus >

**Audience engagée de la Story**

Par groupe d'âge **TOUT** Hommes Femmes

Voici la répartition d'âge de votre audience des 28 derniers jours.

- 18% 13 - 17
- 18% 18 - 20
- 28% 21 - 24
- 25% 25 - 34
- 11% 35+

**Localisations les plus représentées**

Voici d'où vient votre audience des 28 derniers jours.

- 10% Paris
- 8% Seine-Saint-Denis
- 6% Hauts-De-Seine
- 6% Nord
- 6% Val-De-Marne

**Stories publiques** Spectateurs ▾

Stories publiques

- 25
- 38
- 54
- Afficher toutes les Stories publiques
- 64
- 62
- 26
- 202
- 46
- 126
- 2,56 M
- 2,61 M
- 2,69 M
- 36
- 64
- 50
- 2,7 M
- 2,01 M
- 2,58 M
- 51
- 73
- 39



# Audience & Statistiques

Une audience jeune et active dont 80% de majeurs prêt à passer à l'action.

**48 %**

18-24 ans

**25 %**

25-34 ans

**9 %**

35+ ans

**71,8 %**

Public masculin

**28,2 %**

Public féminin



## Part de l'audience sur Snapchat

TOUT

### Par groupe d'âge

voici la répartition d'âge de votre audience des 28 derniers jours

**18%** 13 - 17

**20%** 18 - 20

**28%** 21 - 24

**25%** 25 - 34

**9%** 35+

HOMMES

### Par groupe d'âge

voici la répartition d'âge de votre audience des 28 derniers jours

**17%** 13 - 17

**18%** 18 - 20

**29%** 21 - 24

**26%** 25 - 34

**9%** 35+

FEMMES

### Par groupe d'âge

voici la répartition d'âge de votre audience des 28 derniers jours

**20%** 13 - 17

**23%** 18 - 20

**29%** 21 - 24

**20%** 25 - 34

**9%** 35+





# VALEURS



HMI incarne des valeurs fortes

Famille Engagement Partage Générosité

Followers Snap  
**8.283.221** +36,1%

HMI propose un contenu sincère et sans filtre

Il reste fidèle à ses principes et choisit soigneusement ses partenariats.

Ses concepts ont toujours été à son initiative et auto-produit.

