



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



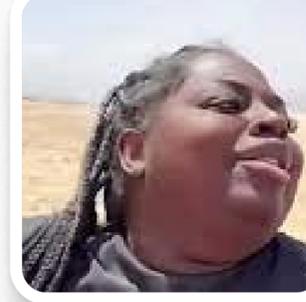
BOUCIF 🌀 1,5M



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

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

- 64
- 62
- 26
- 202
- 46
- 126
- 36
- 64
- 50
- 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

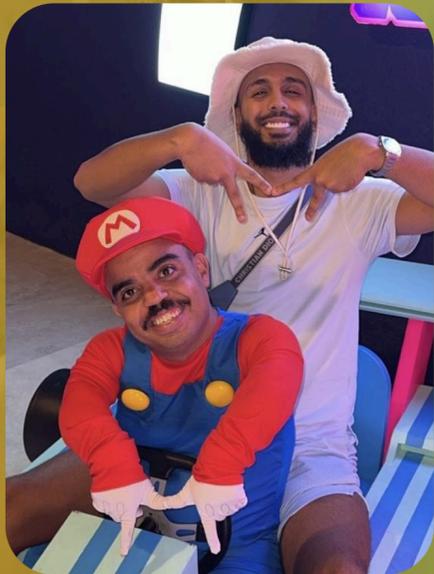
29% 21 - 24

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.

