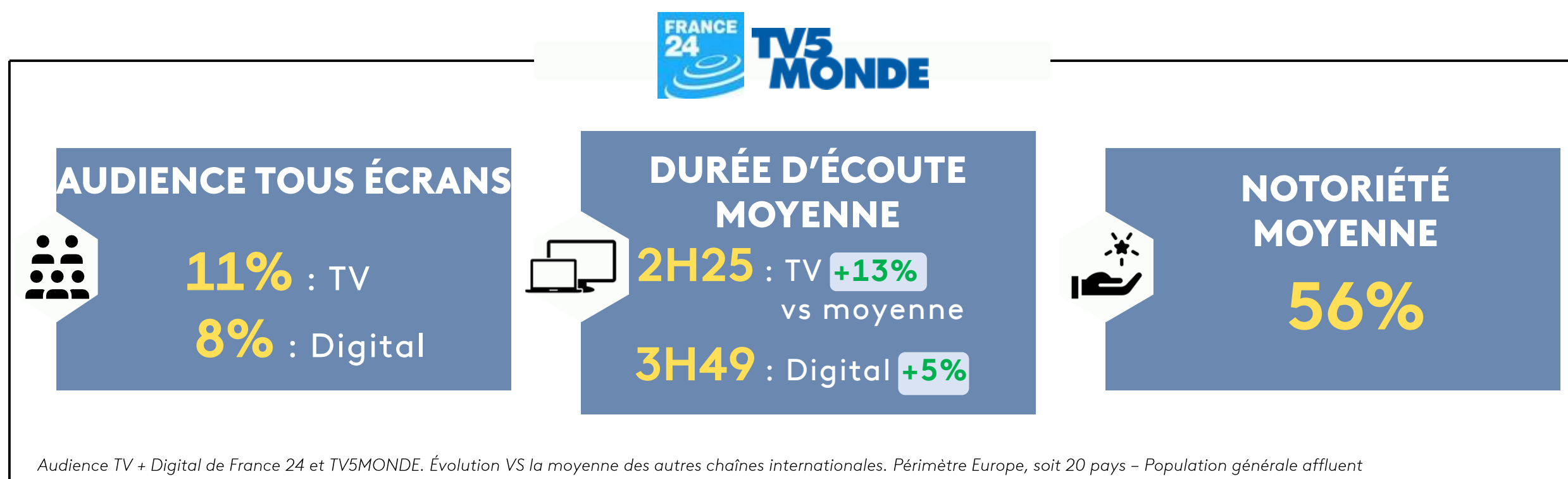
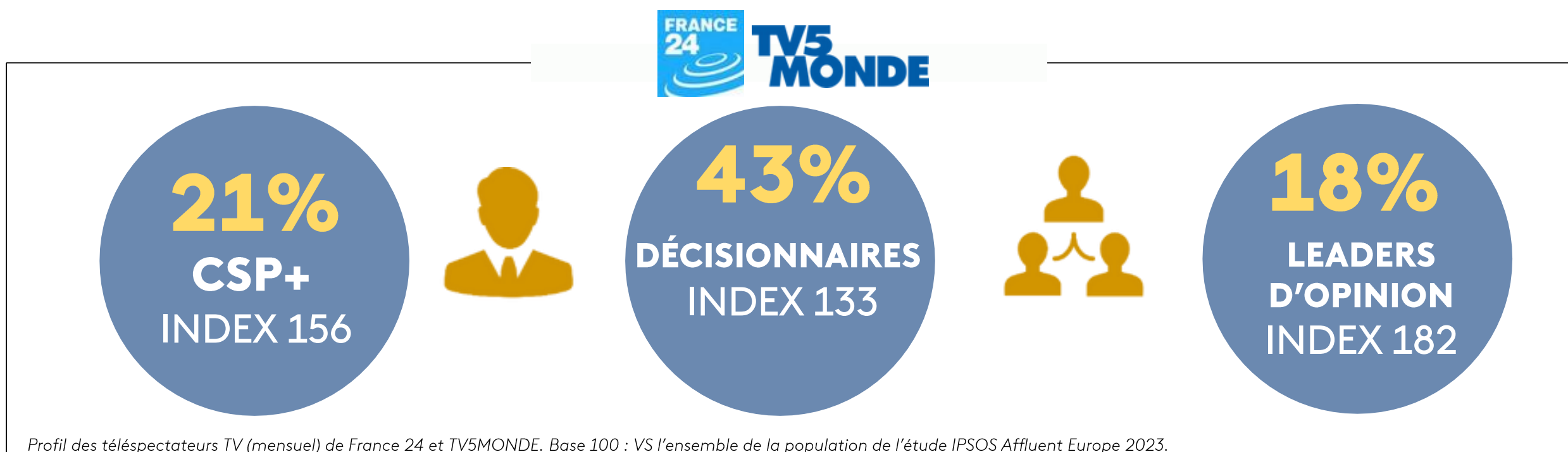


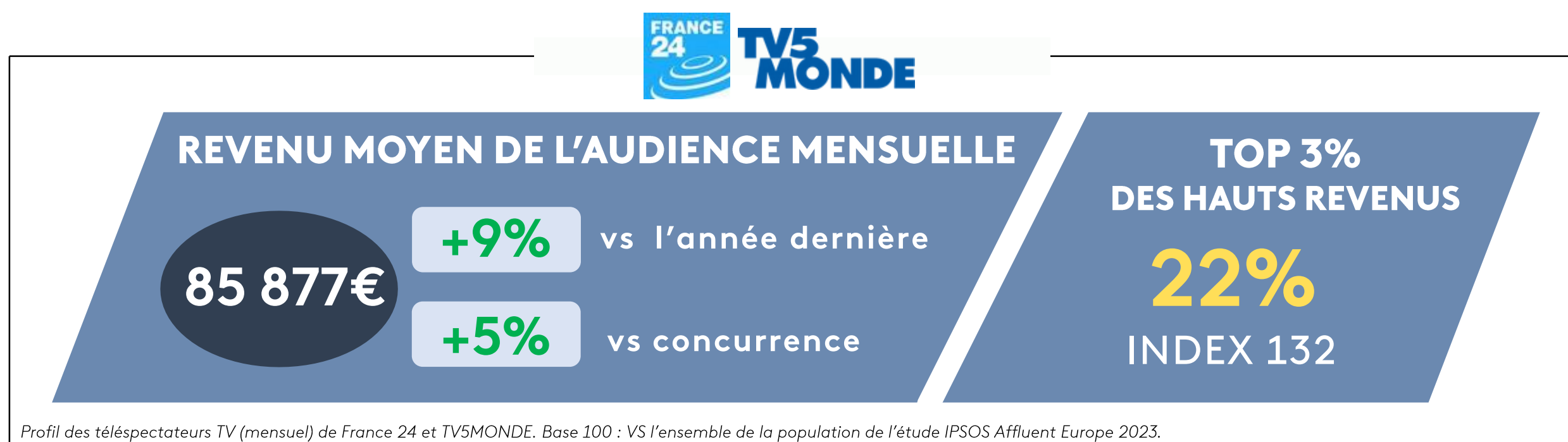
UNE CONSOMMATION TV/DIGITAL SUPÉRIEURE À LA MOYENNE



UNE AUDIENCE PREMIUM



UNE AUDIENCE À FORT POUVOIR D'ACHAT



UNE AUDIENCE EN AFFINITÉ AVEC L'UNIVERS VOYAGE



66%

de l'audience a pris
l'avion en 2023
vs 46% 2022



26 nuits

d'hôtels passées en
moyenne au cours des 12
derniers mois

vs 19 nuits 2022 **+6 nuits**



2624€

de dépenses moyennes
en billets d'avions

+9% vs 2022

Profil des téléspectateurs TV (mensuel) de France 24 et TV5MONDE. Base 100 : VS l'ensemble de la population de l'étude IPSOS Affluent Europe 2023.

ZOOM SUR LES INTENTIONS D'ACHAT



31%

comptent acheter
une voiture dans les
12 prochains mois

INDEX 107



56%

comptent acheter un
produit tech dans les
12 prochains mois

INDEX 107



34%

ont eu recours à un
service de conseil
financier durant les
12 derniers mois

INDEX 107



54%

sont prêt à payer
plus cher pour un
produit
écoresponsable

INDEX 111



72%

comptent acheter
une montre dans les
12 prochains mois

INDEX 101

Profil des téléspectateurs TV (mensuel) de France 24 et TV5MONDE. Base 100 : VS l'ensemble de la population de l'étude IPSOS Affluent Europe 2023.