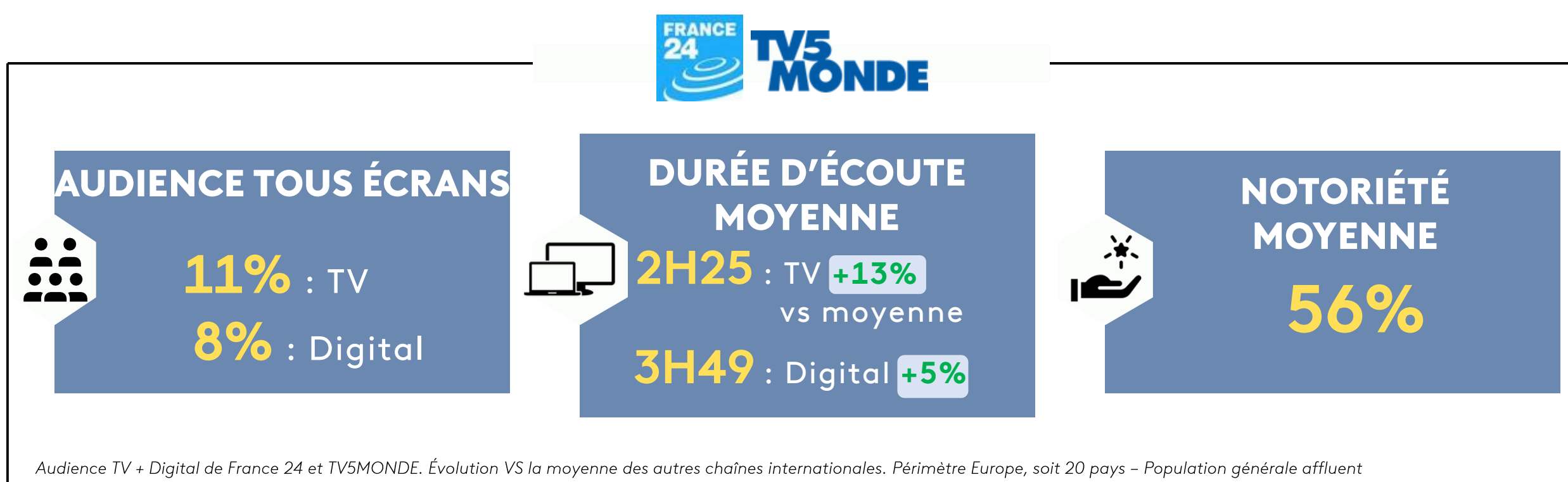
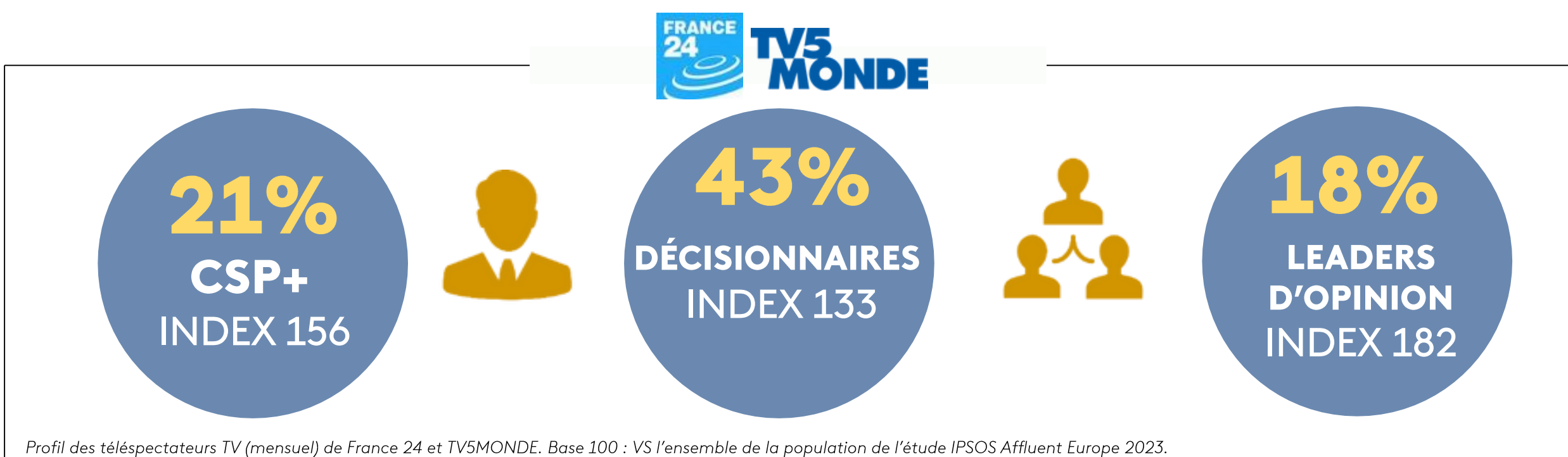


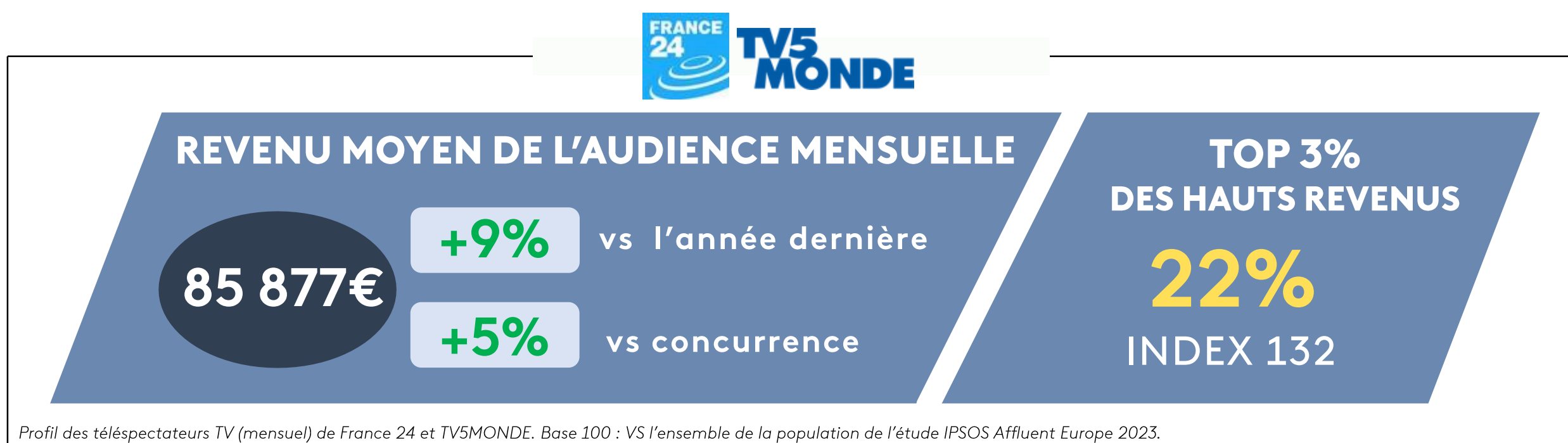
## UNE CONSOMMATION TV/DIGITAL SUPÉRIEURE À LA MOYENNE



## 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.