

EXCLUSIF



ÉTUDE ifop

LES 25-49 ANS SONT LES PLUS DISPOSÉS À CHANGER DE MARQUE⁽¹⁾



AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS
INTENTION D'ACHETER UNE VOITURE/UN SMARTPHONE/CHANGER DE BANQUE
ET PRÊT À CHANGER DE MARQUE POUR UNE NOUVELLE OFFRE ATTRACTIVE

53%



25-49 ANS

34%



50-64 ANS

CHAQUE MOIS, PRÈS DE 92% DES 25-49 ANS SONT EXPOSÉS
À AU MOINS UN DES MÉDIAS NRJ GLOBAL⁽²⁾

EXCLUSIF



ÉTUDE ifop

LES 25-49 ANS SONT LES PLUS DISPOSÉS À CHANGER DE MARQUE DE SMARTPHONE⁽¹⁾



AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS
INTENTION D'ACHETER UN SMARTPHONE
ET PRÊT À CHANGER DE MARQUE

37%



25-49 ANS

20%



50-64 ANS

CHAQUE MOIS, PRÈS DE 92% DES 25-49 ANS SONT EXPOSÉS
À AU MOINS UN DES MÉDIAS NRJ GLOBAL⁽²⁾

EXCLUSIF



ÉTUDE ifop

LES 25-49 ANS SONT LES PLUS DISPOSÉS À CHANGER DE BANQUE⁽¹⁾



AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS
INTENTION DE CHANGER DE BANQUE ET PRÊT À EN CHANGER
POUR UNE NOUVELLE OFFRE ATTRACTIVE

19%



25-49 ANS

8%



50-64 ANS

CHAQUE MOIS, PRÈS DE 92% DES 25-49 ANS SONT EXPOSÉS
À AU MOINS UN DES MÉDIAS NRJ GLOBAL⁽²⁾

NRJ GLOBAL, 1^{ÈRE} OFFRE RADIO DE FRANCE SUR LES 25-49 ANS⁽³⁾

EXCLUSIF



ÉTUDE ifop

LES 25-49 ANS SONT LES PLUS DISPOSÉS À CHANGER DE MARQUE DE VOITURE⁽¹⁾



AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS
INTENTION D'ACHETER UNE VOITURE
ET PRÊT À CHANGER DE MARQUE

21%



25-49 ANS

17%



50-64 ANS

CHAQUE MOIS, PRÈS DE 92% DES 25-49 ANS SONT EXPOSÉS
À AU MOINS UN DES MÉDIAS NRJ GLOBAL⁽²⁾

NRJ GLOBAL, 1^{ÈRE} OFFRE RADIO DE FRANCE SUR LES 25-49 ANS⁽³⁾