Укажите номер подчеркнутого фрагмента, в котором допущена ошибка.

Pour démontrer leur faible influence (1), sur les plus jeunes, les publicitaires mettent en avant l'argument des pris (2) en disant que, aujourd'hui, l'audience d'un enfant vaut trois fois moins cher (3) que celle d'un adulte (4).

1) 1 2) 2 3) 3 4) 4