

Roland-Garros 2022

10 révélations sur la consommation de produits et de médias de ses fans.

Avec un indice supérieur à 100, les fans de Roland-Garros sont sur-représentés dans différents domaines, c'est-à-dire qu'ils sont en proportion plus élevée à adopter un comportement, consommer un produit, ... que ne l'est la population de référence.

Découvrez en quoi ils se démarquent.



Se rendent plus régulièrement au cinéma (Indice 137)

Sont de plus grands lecteurs de presse quotidienne et magazines (Indice 131)

28% d'entre eux ont l'intention d'acheter une voiture dans les 2 prochaines années (Indice 120)

Ont un plus grand intérêt pour l'E-sport (Indice 156)

1 fan sur 4 est un « Méga consommateur » de voyages vs 1 Français sur 5 (Indice 125)



15% ont tendance à acheter les marques qui sponsorisent les événements sportifs ou les équipes (Indice 157)

Déclarent posséder 3 cartes de crédit ou plus (Indice 126)

Ont davantage utilisé une cryptomonnaie depuis 1 an (Indice 148)

Près d'1 fan sur 5 a l'intention d'acheter un téléphone mobile dans les 12 prochains mois (Indice 127)



12% d'entre eux possèdent plus de 2 montres (hors connectées) vs 8% en moyenne (Indice 142)