

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

env. 3000 signes

### **Les amateurs de snowboard sont particulièrement enclins à prendre des risques**

**Zurich, le 15 décembre 2011 – Les personnes qui pratiquent régulièrement les sports d’hiver ont, en tendance, un caractère extraverti, une mentalité de leader et plutôt matérialiste. C’est ce qui ressort des chiffres livrés par MA Strategy Radar 2011. L’étude a été publiée aujourd’hui.**

Les personnes qui déclarent pratiquer régulièrement un sport d’hiver sont extraverties au-dessus de la moyenne, elles ont une mentalité hédoniste de leader et tendanciellement matérialiste. Elles ont un sens très marqué des marques et constituent par conséquent une cible très appréciée des annonceurs.

Les traits de caractère extravertis et hédonistes sont particulièrement fréquents chez les personnes interrogées pratiquant régulièrement le snowboard. Les personnes pratiquant régulièrement le ski alpin et celles qui déclarent faire souvent de la luge présentent également ces traits de caractère à un niveau au-dessus de la moyenne.

Chez une grande partie des personnes pratiquant activement les sports d’hiver, on constate une propension à la prise de risque. Les pratiquants réguliers du snowboard ou du ski de randonnée sont tendanciellement particulièrement enclins à prendre des risques.

### **Les randonneurs à ski: des individualistes romantiques**

Les randonneurs à ski se distinguent des autres pratiquants des sports d’hiver par leurs traits de caractère. Certes, le type leader se rencontre à une fréquence au-dessus de la moyenne parmi les personnes interrogées

qui indiquent pratiquer régulièrement le ski de randonnée, mais ce groupe est, comparé aux autres pratiquants de sports d'hiver, moins extraverti et moins hédoniste. Les randonneurs à ski actifs présentent tendanciellement plutôt un caractère introverti et individualiste. Ils ont tendance au romantisme et se présentent de façon plutôt décontractée. Les valeurs matérialistes ne sont pour eux en général pas si importantes.

### **MA Strategy Radar 2011 dès aujourd'hui en ligne**

Les données ont été collectées dans le cadre de l'étude intermédia MA Strategy Radar 2011, réalisée par la REMP. Cette étude permet de faire le lien entre données média et consommation d'une part et les caractéristiques psychographiques et les valeurs d'autre part. Les professionnels du marketing et des médias peuvent, grâce à MA Strategy Radar, analyser rapidement et de manière approfondie leur cible et sa consommation médias. Cela facilite la définition du mix média le mieux approprié pour toucher le groupe ciblé.

La plus récente publication de MA Strategy Radar est dès aujourd'hui disponible en ligne.

---

Contact:

REMP Recherches et études des médias publicitaires, Bachmattstrasse 53, 8048 Zurich  
Téléphone 043 311 76 76, téléfax 043 311 76 77, e-mail [remf@remf.ch](mailto:remf@remf.ch)

- Corinne Gurtner, responsable communication  
Tél. 043 311 76 54, e-mail: [corinne.gurtner@wemf.ch](mailto:corinne.gurtner@wemf.ch)
- Lukas Gürtler, responsable du projet MA Strategy Radar  
Tél. 043 311 76 46, e-mail: [lukas.guertler@wemf.ch](mailto:lukas.guertler@wemf.ch)