



MYTRAFFIC LACOSTE

Roland-Garros 2024 : typologie et analyse
des flux visiteurs – Étude MyTraffic

Introduction

Roland-Garros x Lacoste : un partenariat d'exception

Chaque année, Roland-Garros s'impose comme un événement incontournable pour les amateurs de tennis, captivant des millions de téléspectateurs à travers le monde. L'édition 2024 en est une nouvelle démonstration éclatante : 43,3 millions de personnes ont suivi au moins une minute du tournoi sur les chaînes de France Télévisions, un record historique.

Dans cet écrin d'exception, la présence de Lacoste prend tout son sens. Depuis plusieurs décennies, la marque incarne l'élégance sportive à la française, un héritage porté par son fondateur René Lacoste, légende du tennis et pionnier du style.

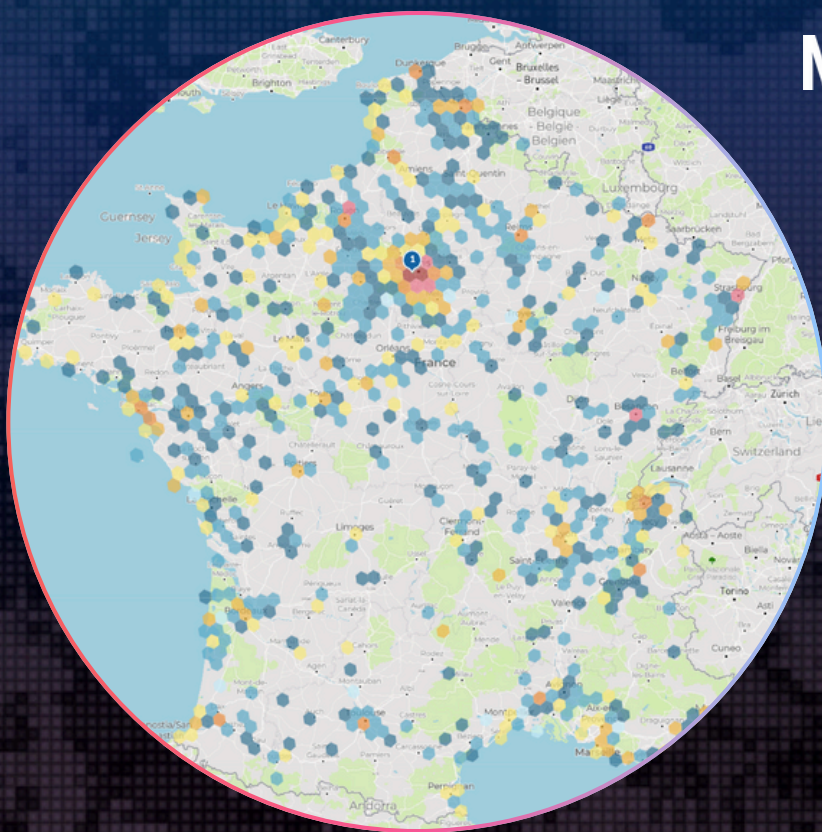
Partenaire officiel du tournoi depuis 2019, Lacoste s'illustre à Roland-Garros bien au-delà de l'équipement sportif : en habillant arbitres et ramasseurs de balles, en animant ses espaces de vente ou encore à travers ses activations lifestyle, la marque déploie toute sa vision d'un sport synonyme d'allure, de technicité et de patrimoine.

Pour compléter la visibilité exceptionnelle offerte par la diffusion télévisée de Roland-Garros, il est essentiel pour Lacoste de mesurer l'impact physique de sa présence sur site. Dans cette perspective, la solution MyTraffic représente un outil stratégique de premier plan. MyTraffic permettrait à Lacoste de qualifier son audience physique : profils sociodémographiques, provenance géographique, etc.



1.

CHIFFRES CLÉS - VISITEURS



59,6%

des visiteurs
viennent d'Ile-de-
France

38%

Visiteurs qui restent au
moins 3h et plus

2,02

Nombre de jour moyen
à RG / visiteurs

55,8%


des visites faites avant
15h

Si près de 60 % des visiteurs viennent d'Ile-de-France (dont 18,2 % de Paris et 15,6 % des Hauts-de-Seine), le profil du public **dépasse largement l'image du Parisien de passage après le travail**. La majorité des spectateurs **s'installent dès le matin** et restent présents sur une grande partie de la journée.


Avec une moyenne de 2 jours de présence par visiteur et plusieurs heures sur le site, les visiteurs de Roland-Garros ne viennent pas seulement pour voir un match : ils viennent vivre une expérience immersive à la Porte d'Auteuil. Un public captif, curieux, disponible — et particulièrement réceptif aux marques capables d'enrichir ce moment d'exception.

2.

D'OÙ VIENNENT MES VISITEURS ?



Région
Hauts-de-France
(6,7%)



Île de France
(59,6%)



(4,8%)

2

1

3

4. Grand Est (4,6%)

5. Auvergne Rhône Alpes (4,5%)

6. Nouvelle Aquitaine (4,0%)

7. Pays de La Loire (3,5%)

8. Centre Val de Loire (3,3%)

9. PACA (2,7%)

10. Occitanie (2,2%)

11. Bretagne (2,0%)

12. Bourgogne FC (1,7%)

13. Corse (0,3%)



TYPLOGIE D'UN VISITEUR VS. RÉSEAU



MT



39,9

40,9

Âge moyen des visiteurs

48 600€

39 600€

Revenus disponible des ménages / an

1 350€

1 150€

Dépense / An - Vêtements

Le public de Roland-Garros présente un profil correspond parfaitement avec la clientèle passant devant les boutiques de Lacoste. Si l'âge moyen des visiteurs est similaire à celui observé sur l'ensemble du réseau, leur niveau de revenus est supérieur de 22 % à la moyenne, tout comme leur dépense en habillement.

La boutique Lacoste de Roland-Garros ne se contente donc pas de toucher une clientèle parisienne aisée, mais capte une audience premium venue de toute la France – une population plus large, plus mobile, et parfois moins accessible en boutique traditionnelle, notamment en province. Un levier stratégique pour renforcer la désirabilité de la marque dans un contexte exclusif et valorisant.

CONTACTS



JULIEN THOORIS

CRO

EMAIL: JTHOORIS@MYTRAFFIC.FR

TÉL: +33 6 52 04 73 39



HADRIEN DIESBECQ

VP BUSINESS VALUE

EMAIL: HDIESBECQ@MYTRAFFIC.FR

TÉL: +33 6 15 14 83 86