



Profil et attitudes internet des consommateurs de bières dans le monde

Basée sur l'étude mondiale TGI Global Quick View de Kantar, cette infographie délivre un éclairage sur les consommateurs de 5 marques de bières dans le monde.

Afin de permettre aux marques d'optimiser leurs plans médias internationaux de manière ciblée et locale, l'étude dévoile les préférences sportives des consommateurs de bières ainsi que leurs comportements et activités sur internet. Un pays, un public cible à toucher sur un canal médiatique.

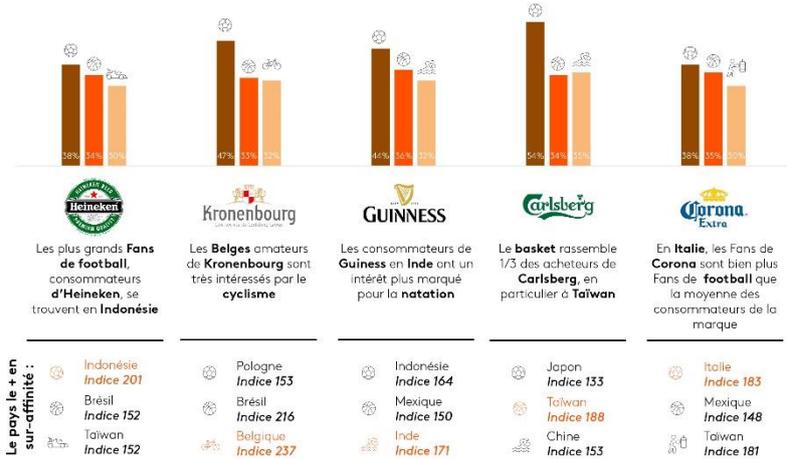
Dans quels pays retrouve-t-on les plus gros consommateurs ?

Consommateurs de :

<ol style="list-style-type: none"> 1. Argentine 2. Brésil 3. Italie 	<ol style="list-style-type: none"> 1. France 2. Singapour 3. Grande Bretagne 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Corée du Sud 2. Indonésie 3. Singapour 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pologne 2. Singapour 3. Chine 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mexique 2. Argentine 3. Italie

Le sport, un véritable terrain de conquête pour les marques

Un intérêt pour le cyclisme plus marqué pour les acheteurs de Kronenbourg quand les consommateurs de Corona sont davantage amateurs de boxe



Comment utilisent-ils internet et comment les toucher en digital ?

	1. Réseaux Sociaux 86%	2. Shopping 85%	3. Actualités/News 81%
	1. Réseaux Sociaux 82%	2. Shopping 79%	3. Chat, messagerie instantanée 71%
	1. Shopping 85%	2. Réseaux Sociaux 84%	3. Actualités/News 80%
	1. Shopping 84%	2. Réseaux Sociaux 81%	3. Actualités/News 78%
	1. Réseaux Sociaux 87%	2. Shopping 81%	3. Chat, messagerie instantanée 77%