

TV, SVoD, musique et presse en ligne : le confinement fait bouger le marketing de l'offre

Pendant cette période de confinement, la consommation de biens culturels est privilégiée. Les plateformes en ligne multiplient ainsi les offres gratuites ou les opérations de communication auprès des usagers. TV, SVoD, musique en ligne et librairies en ligne sont principalement concernés.



Réalisée par l'Hadopi, le baromètre sur Les pratiques culturelles à domicile en période de confinement révèle une intensification de la consommation de biens culturels avec 62% de consommateurs de biens culturels qui déclarent consommer plus de ces biens depuis le confinement. 53% des internautes français interrogés placent la consommation des biens culturels (écouter de la musique, regarder des films, des séries, jouer à des jeux vidéo, lire des livres notamment numériques ...) en tête des activités indispensables à l'équilibre personnel en période de confinement. Dans la situation actuelle de confinement, l'accès à des biens culturels dématérialisés apparaît donc comme une nécessité pour les Français.

email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter