

Spotify accélère la diversification de son modèle économique

Après avoir publié ses résultats annuels au début du mois, Spotify tenait le 22 février une première conférence virtuelle, « Spotify Stream On » destinée à présenter plusieurs nouveautés. Si l'évènement a été riche en annonces, il a surtout permis d'entrevoir la nouvelle stratégie commerciale du groupe suédois pour les prochaines années.

Veuillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter