

Les business models hybrides de visionnages s'installent sur le marché de la VOD

Face à la croissance du marché de la vidéo à la demande sous toutes ses formes, les éditeurs de services innovent en proposant, parfois au sein d'un même groupe, plusieurs types de services pour accéder au visionnage de leurs contenus : gratuit, avec publicité, payants ou mixtes. Et si, par exemple, Netflix et Amazon Prime restent attachés à des offres traditionnelles uniquement payantes, d'autres groupes lancent ou rachètent plusieurs types de services pour qu'ils soient complémentaires.

Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter