

Les Français, les spectacles vivants et le numérique : perceptions et nouveaux usages

Posted on 21 novembre 2014 by Timothée Chaine

A l'occasion du lancement prochain du think-tank du PRODISS* (Proscenium) et de la parution de l'étude du Cabinet IDATE portant sur les impacts sociaux et économiques des captations de concerts, le PRODISS a souhaité réaliser une enquête d'opinion auprès du Grand Public : cette enquête avait vocation à identifier les nouveaux modes de consommation des spectacles vivants à travers le numérique, les éventuelles complémentarités ou oppositions entre les différents modes de consommation, ainsi que les perceptions associées.

Etude Harris Interactive pour Le PRODISS : Enquête réalisée en ligne du 13 au 15 mai 2014. Echantillon de 1 000 personnes représentatif de la population française âgée d'au moins 15 ans, à partir de l'access panel Harris Interactive. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région d'habitation de l'interviewé(e).

Que retenir de cette enquête ?

Lire la [note de synthèse de l'étude](#).

Voir aussi :

[L'Observatoire des pratiques culturelles des Français en matière de spectacle musical et de variété](#)