

ÉVÉNEMENTIALISER LA RELATION DIGITALE ET REPENSER SA STRATÉGIE DE MARQUE : LES INSTITUTIONS CULTURELLES SONT RICHES D'ENSEIGNEMENTS !

Publié le 12/05/2021

Musées, châteaux, monuments, théâtres, opéras, salles des cinémas, ... – depuis plus d'un an, la pandémie a mis à l'arrêt les lieux culturels accueillant du public en France (...).

Musées, châteaux, monuments, théâtres, opéras, salles des cinémas, ... – depuis plus d'un an, la pandémie a mis à l'arrêt les lieux culturels accueillant du public en France (...). Contrairement aux idées reçues d'un secteur jugé « non-essentiel », la culture est pourtant l'un des secteurs les plus dynamiques en Europe dont le surplus économique en 2017 égalait celui du secteur agro-alimentaire. Leur fermeture a eu un impact considérable autant sur le plan économique (c'est le deuxième secteur le plus affecté par la crise) que sur le plan social.

Retrouvez l'article «[Événementialiser la relation digitale et repenser sa stratégie de marque : les institutions culturelles sont riches d'enseignements](#)» dans la catégorie [L'événement, ou l'esthétique du moment](#), sur [L'Innovatoire](#), le média signé UNIMEV, des tendances du monde de l'événementiel.