

QUE LISENT LES CONSOMMATEURS BELGES PENDANT LA CRISE DU COVID-19 ?

Teads

Le classement des contenus en ligne les plus consommés révèle une croissance sur de multiples centres d'intérêt

1 | Santé, maladie, bien-être, hôpital

9M
+40%



7 | Tech / Informatique **1,5M**
+16%

13 | Produits pharmaceutiques **0,8M**
+18%

8 | Maison / Propriété **1,4M**
+9%

14 | Dette économique, inflation **0,8M**
+20%

2 | Recettes et ingrédients de cuisine **4,5M**
+33%

9 | Entreprises, sociétés **1,2M**
+56%

15 | Régime alimentaire **0,7M**
+20%

3 | Ustensiles de cuisine **2,1M**
+46%



16 | Protestation sociale, camps de migrants **0,7M**
+18%



10 | Carrières **0,9M**
+13%

17 | Jeux vidéo **0,6M**
+31%

4 | Shopping en ligne, remises, coupons... **1,8M**
+20%

11 | Téléphonie **0,9M**
+5%

18 | Exercice **0,6M**
+18%

5 | Actualités et Météo **1,5M**
+1%

12 | Maison / Jardin **0,8M**
+47%

19 | Tech / Logiciels **0,5M**
+17%

6 | Boissons **1,5M**
+20%



20 | Éducation **0,5M**
+9%

COMMENT CES TENDANCES SE REFLÈTENT-ELLES SUR LA PYRAMIDE DES BESOINS DE MASLOW ?

Chaque catégorie a été assignée à un besoin spécifique dans la pyramide de Maslow. Le taux de croissance moyen par type de besoins en mars est représenté ci-dessous :

ACCOMPLISSEMENT +33%

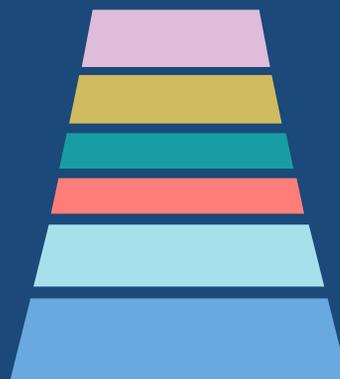
COGNITIF +2%

ESTIME +21%

APPARTENANCE +25%

SÉCURITÉ +28%

PHYSIOLOGIQUE +33%



Source : Baromètre Média de Teads / Classement par volume de pages vues pour la semaine du 02 Mars et pourcentage d'évolution par rapport à la dernière semaine de Mars