

Conséquences économiques pour les médias de la crise sanitaire : un crédit d'impôt sur les investissements publicitaires comme remède ?

La crise sanitaire frappe de plein fouet l'économie des médias, menacés par une crise publicitaire supérieure, dans son ampleur, à celle de 2008. Une proposition de crédit d'impôt est à l'étude pour favoriser la relance des investissements publicitaires.

[Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter](#)

[Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email](#)

[Vous avez oublié votre mot de passe ?](#)

Se connecter