

# INVESTISSEMENTS PUB Semaine passée : du 7 au 13 septembre 2020

Cette semaine est marquée par le retour des services de SVoD dans les volumes d'investissement publicitaire. En effet, Netflix a largement investi pour sa plateforme en général mais aussi pour certains programmes dont *Family Business* (saison 2 lancée le 11 septembre), mais aussi le documentaire, déjà en ligne en novembre 2019. Disney+ est quant à elle uniquement présente en TV et ne promeut que l'ensemble du service. Enfin, la nouvelle saison de *The Boys* sur Amazon Prime Video continue de déferler sur les écrans pub des chaînes de télévision : le service a dépensé en 15 jours plus d'un million d'euros en TV.

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

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

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

Se connecter