

# Investissements publicitaires des chaînes TV historiques et services SVoD

Source : NPA Conseil sur données Kantar (au mercredi 11 février) - Univers TNT et SVOD - Médias : presse, radio, cinéma et TV

- En janvier 2021, les investissements publicitaires ont baissé de 27 %, par rapport à décembre 2020.
- Canal+ a investi plus de 9 millions d'euros bruts en janvier 2021, soit 11 M€ de moins qu'en décembre, dont 31 % consacrés à sa marque groupe. Amazon Prime Video reste le 2ème plus gros investisseur sur la période malgré une baisse de 3,5 M€ de ses investissements par rapport au mois précédent.
- Netflix est l'acteur dont les investissements ont le plus progressé ce mois-ci avec +220% vs décembre 2020 (notamment pour la promotion de la série *Lupin*), suivis de TF1 (+116%) et M6 (+117%).

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

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

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

Se connecter