

Jérôme Bodin (Oddo) : « TF1 et M6 ont montré une forte flexibilité de leur base de coûts ».

Pour Jérôme Bodin, analyste financier chez Oddo BHF, le marché publicitaire français a plutôt bien résisté en 2020 et TF1 et M6 ont su limiter l'impact de la crise en réduisant leurs coûts. Face à la déferlante des plateformes américaines et chinoises, les groupes européens doivent se positionner sur des niches, et nouer des alliances sera indispensables pour proposer des contenus qui les différencient



Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter