

Des perspectives peu optimistes pour la publicité

Avod, chaînes FAST, services SVoD intégrant de la publicité... l'explosion de l'offre de services audiovisuels financés par la publicité était censée prendre le relai de l'abonnement, dont la croissance finirait par être freinée par les tensions sur le pouvoir d'achat dans un contexte inflationniste, et de *subscription fatigue*. Mais les prévisions d'évolution des marchés publicitaires indiquent que ce relai pourrait rapidement manquer de souffle.

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

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

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

Se connecter