

Altice, NRJ et France 24, premiers partenaires du Molotov Advertising Network

Quatre semaines à peine après l'annonce de sa création, le Molotov Advertising Network commence à se structurer, avec l'intégration de BFM TV, RMC Découverte et RMC Découverte (groupe Altice), de NRJ12 et Chérie 25 (groupe NRJ) ou encore de France 24, qui s'ajouteront aux Molotov Channels dans l'offre de mutualisation des inventaires opérée par la filiale de Fubo TV. Cette agrégation des audiences - live ou replay - que les partenaires du Network réalisent via Molotov TV, permettra de constituer des offres plus puissantes et plus ciblées, jusqu'à donner la « *possibilité (aux marques) de créer leurs packs sur mesure en fonction des utilisateurs* » qu'elles souhaitent toucher, assure la régie sur son site.

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

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

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

Se connecter