

Publicité : les groupes audiovisuels français dans la tendance européenne au premier semestre

Au cours du premier semestre 2023, la progression de la publicité numérique (+5,5 %) a compensé les pertes des cinq médias historiques, laissant le chiffre d'affaires publicitaire total quasiment à l'équilibre à 0,2 %.

Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter