ÊtreBienauTravail
Êtes-vous un bo communicant ?
EXCLUSIF ETUDIANTS
Pour Stratégies année
ABONNEZ-VOUS EN 3 MIN

Stratégies DES MARQUES... ET VOUS
Abonnez-vous !
Près de 10 numéros gratuits en vous abonnant !
Cliquez ici

Liens sponsorisés de Stratégies

ACADÉMIE GOOGLE ADWORDS : Des formations chez Google, pour les professionnels de la Communication et des Médias en agence **www.google-academie.fr/**

DESCAMPS : Pour faire fidéliser vos clients, remercier vos partenaires, récompenser vos collaborateurs **www.descamps.fr/**

ETO'' DES MARQUES, DES HISTOIRES, DES GENS : ETO" est l'agence de marketing relationnel du Groupe ETO. **www.eto-groupe.com**

< Retour

Version imprimable

La vidéo à la demande ne compensera pas la publicité

télévision

09/07/2009

Selon une étude réalisée par Screen Digest, les revenus générés par la vidéo à la demande aux États-Unis ne devraient pas compenser les pertes du marché publicitaire de la télévision. D'ici à 2013, ce recul devrait atteindre 2 milliards de dollars, alors que l'enquête révèle que la distribution en ligne des programmes par les chaînes américaines générerait 1,45 milliard de dollars de revenus. Outre-Atlantique, les quatre principales majors américaines proposent leurs programmes sur la plate-forme Hulu, qui représente 53% du marché local de la vidéo à la demande.

B.F.

Information traitée dans Stratégies Magazine n°1553

Envoyer par email | Réagir à cet article | Créer un lien sur votre blog | Partager cet article

Vos commentaires

Réagissez à cet article

Pas encore inscrit ? merci vous inscrire pour commenter cet article.
Déjà inscrit ? merci de vous connecter

Abonnez-vous à Stratégies
Réabonnez-vous
Kiosque / boutique
À la une de l'hebdo
Inscrivez-vous aux lettres d'information :
Votre email OK
Flux Rss Les alertes

Stratégies DES MARQUES... ET VOUS
Près de 10 numéros gratuits en vous abonnant !
Abonnez-vous !

Votre Flux Rss Stratégies Etudes

Le site

© Copyright Stratégies 2010