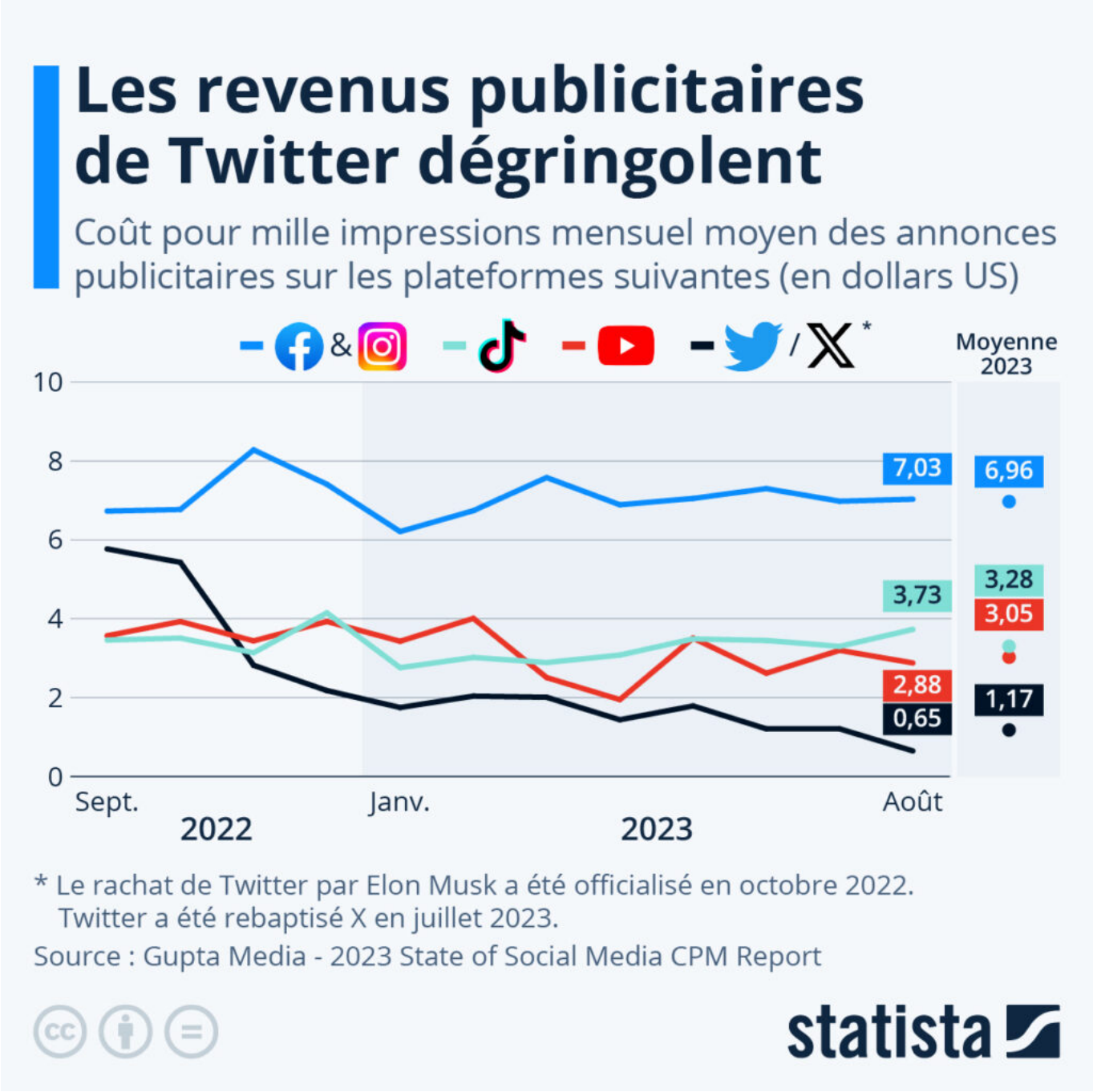
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Les revenus publicitaires de X (anciennement Twitter) dégringolent



Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Un rapport publié par l'agence de marketing Gupta Media révèle l'ampleur de la chute des revenus publicitaires du réseau social X, anciennement Twitter, officiellement racheté par l'entrepreneur américain Elon Musk en octobre 2022. Cette étude rend plus précisément compte de l'évolution sur douze mois du coût pour mille impressions (CPM), un indicateur permettant de comparer la valeur des espaces publicitaires sur les réseaux sociaux.

Comme le décrivent les auteurs de l'étude, lorsque le coût pour mille (CPM) d'une plateforme chute, comme ce fut le cas pour Facebook lors de la pandémie de Covid en 2020, ses revenus publicitaires ont tendance également à baisser. À l'inverse, lorsque le CPM augmente, comme c'est généralement le cas lors du Black Friday et Cyber Monday par exemple, le chiffre d'affaires publicitaire tend à suivre la même courbe.

Comme le montre l'infographie ci-dessous, le CPM de Twitter/X a dégringolé de plus de 75 % depuis que le réseau social est entre les mains d'Elon Musk, tombant à 0,65 $ en août 2023 (contre 5,77 $ en septembre 2022), soit son plus bas niveau depuis trois ans. Lors de la publication des résultats du deuxième trimestre, en juillet dernier, Elon Musk avait avoué « une chute d'environ 50 % des revenus publicitaires » depuis le rachat de la plateforme.

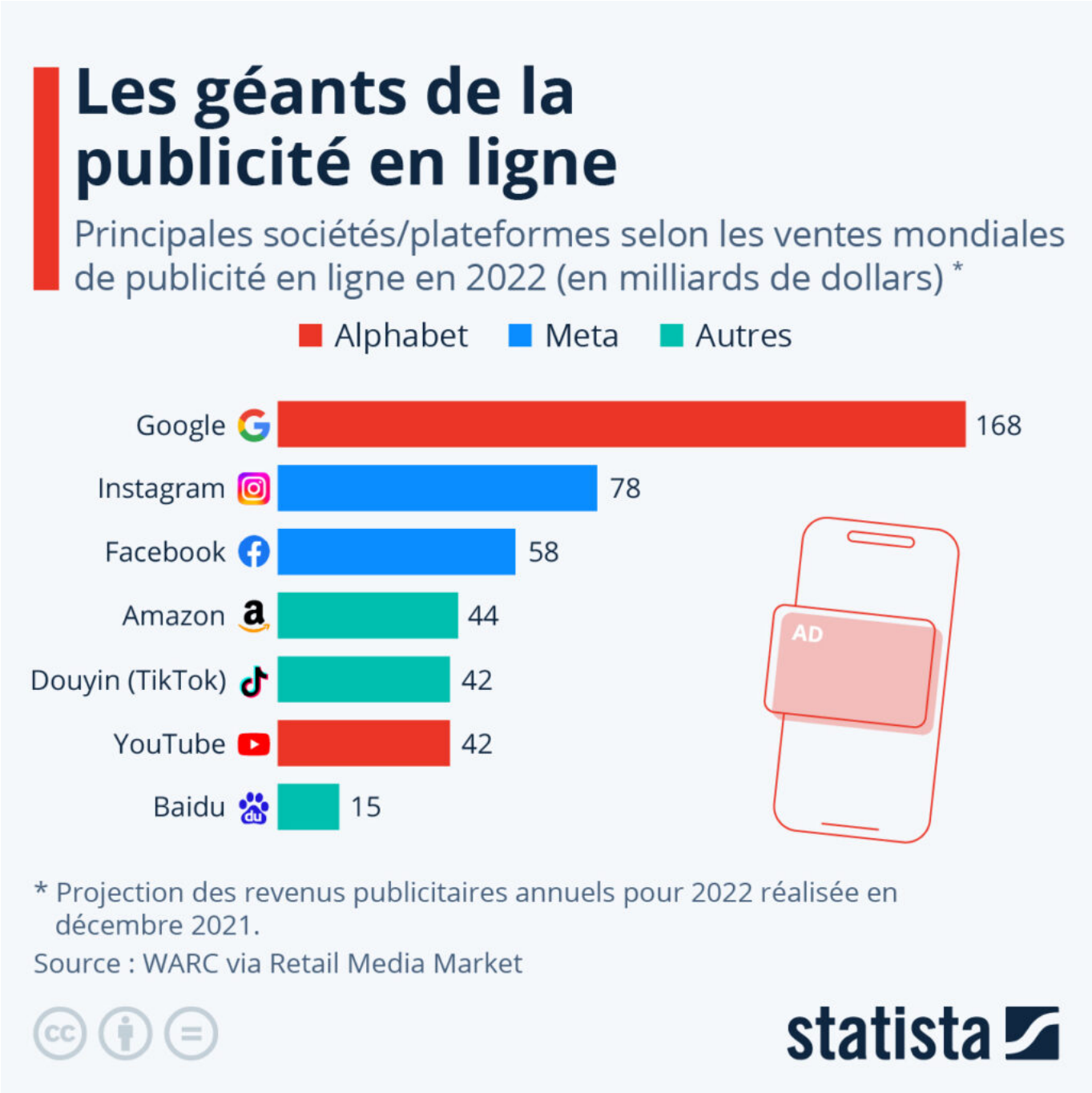
Twitter/X a connu de loin la plus forte baisse annuelle de CPM de toutes les plateformes étudiées, une tendance qui n'est pas étrangère à l'orientation prise par le réseau social depuis un an. Sous la direction du controversé milliardaire américain, qui a vu une réduction significative des équipes de modération ainsi qu'une recrudescence de la désinformation et des contenus haineux sur la plateforme, les annonceurs sont devenus de plus en plus inquiets et y ont, pour beaucoup, stoppé leurs activités publicitaires.

Tristan Gaudiaut pour Statista

Les géants de la publicité en ligne

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Selon les projections des analystes du World Advertising Research Center (WARC), les revenus publicitaires de Google dépasseront les 160 milliards de dollars en 2022, assurant (de loin) au géant américain de la tech la première place parmi les principaux acteurs mondiaux du marché de la publicité en ligne.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Google est suivi par les plateformes du groupe Meta : Instagram, avec des recettes publicitaires de 78 milliards de dollars, alors que Facebook décroche la médaille de bronze (58 milliards). Amazon arrive en quatrième position, tandis que la plateforme chinoise Douyin (TikTok) et YouTube complètent le top 5, avec des revenus supérieurs à 40 milliards. En additionnant Google et YouTube, les recettes publicitaires du groupe Alphabet dépassent les 200 milliards de dollars.

Comme le met en avant notre graphique, personne n'arrive actuellement à la cheville d'Alphabet et de Meta en matière de revenus publicitaires sur Internet. Mais la santé financière des deux géants du Web dépend toujours très fortement des annonceurs en ligne et reste donc vulnérable aux aléas de conjoncture économique dans ce secteur. Pour le premier cité, les ventes de publicité représentent environ 80 % de son chiffre d'affaires, et pour Meta plus de 90 %.

De Tristan Gaudiaut pour Statista