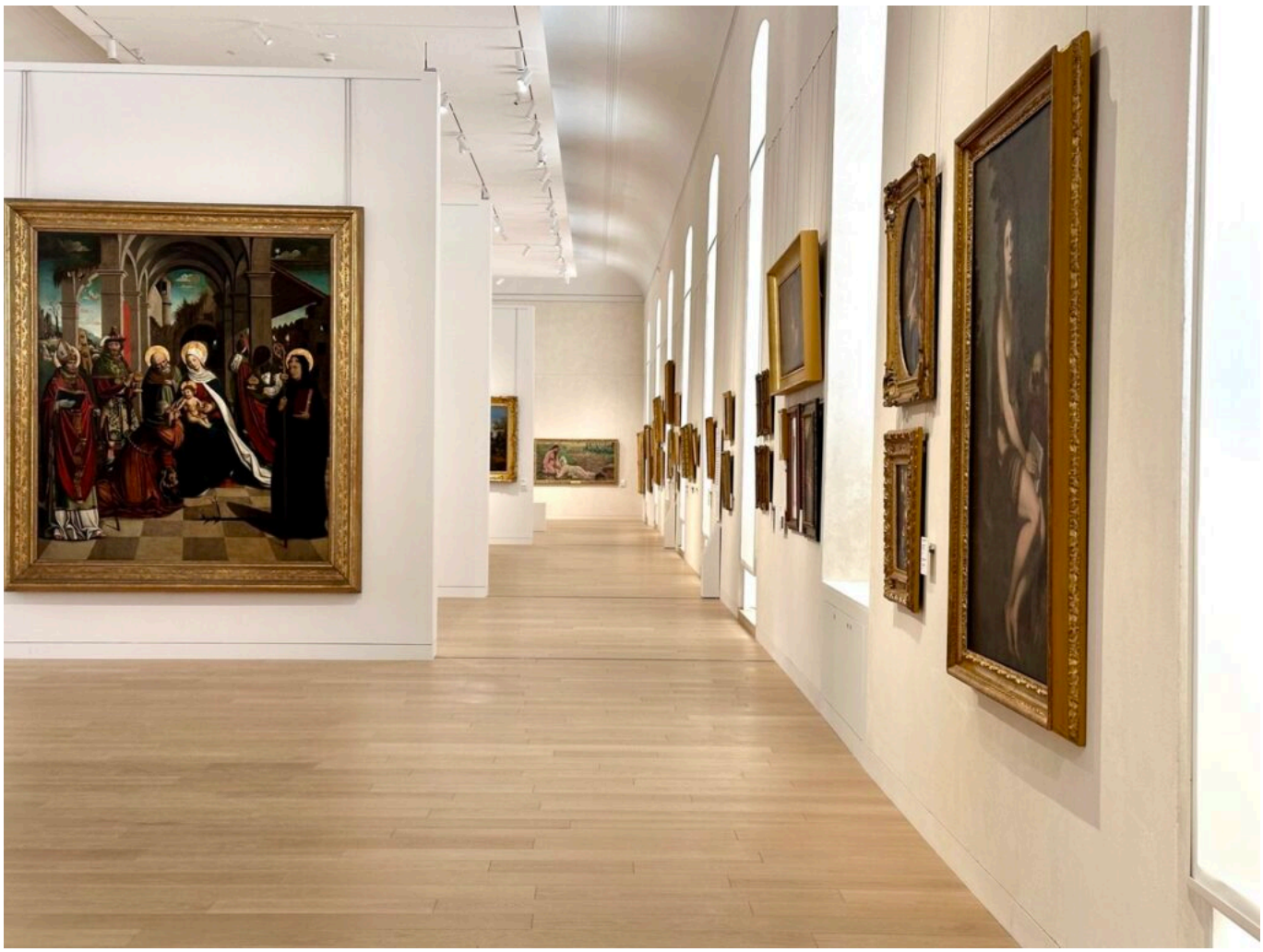
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025

La bibliothèque-musée L’Inguimbertine s’invite sur vos écrans de télévision



Seulement deux mois après son ouverture et son inauguration, la bibliothèque-musée L’Inguimbertine, située au sein de l’Hôtel-Dieu à Carpentras, s’affiche désormais sur les écrans de télévision, plus particulièrement sur ceux des téléspectateurs de France 3 Provence-Alpes-Côte d’Azur.

Durant tout le mois de juin, les téléspectateurs ont pu apercevoir les œuvres de L’Inguimbertine et parcourir ses couloirs grâce à un spot publicitaire diffusé à chaque programme météorologique. En effet, la bibliothèque-musée est partenaire de la météo sur France 3 Provence-Alpes et a donc pu faire

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025

découvrir, ou redécouvrir, L'Inguimbertine à des centaines de milliers de personnes à travers leurs écrans.

Les images, réalisées à l'intérieur et à l'extérieur de la bibliothèque-musée, ont été faites à l'aide d'un drone par Jean-François Cardona, technicien médias à la mairie de Carpentras. On peut apercevoir l'entrée de l'Hôtel-Dieu, une partie de la bibliothèque de d'Inguimbert, et certaines œuvres dans les détails, durant une vingtaine de secondes dans cette vidéo divisée en deux, dont une partie est diffusée avant la météo et l'autre après.

L'Inguimbertine : quand l'art, l'histoire, la littérature et le patrimoine ne font qu'un

---

La Compagnie des Déboucheurs s'invite sur vos écrans

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025

La Compagnie des Déboucheurs, spécialisée dans le débouchage et l'inspection de canalisation, qui est notamment présente dans le Vaucluse depuis 2021, débarque à la télévision avec une première campagne de publicités diffusées sur les canaux des chaînes nationales et chaînes de la TNT.

2023 a été une année symbolique pour le réseau de la Compagnie des Déboucheurs qui a su se démarquer avec son concept et son business model. Créée en 2015 à Saint-Galmier, dans la Loire, par Benoit Magand et Grégory Bonhomme, la marque connaît une croissance forte et constante. Une réussite à laquelle participent tous les franchisés, dont Hamid El Guerouani qui a ouvert son agence en Vaucluse en février 2021 et a réalisé depuis plus de 1 600 interventions.

Pour célébrer ce succès, le réseau a décidé de s'offrir un coup de projecteur avec une campagne de spots publicitaires à l'humour décalé. Cette campagne comprend trois publicités de 20 secondes et six autres de 8 secondes (sponsoring d'émissions). Ainsi, les téléspectateurs pourront apercevoir les véhicules bleus et roses de la Compagnie des Déboucheurs, reconnaissables entre mille, entre deux programmes télévisés sur les chaînes des groupes TF1, M6, BFM et NRJ, jusqu'à fin avril.

La Compagnie des Déboucheurs en chiffres
Créée en **2015**

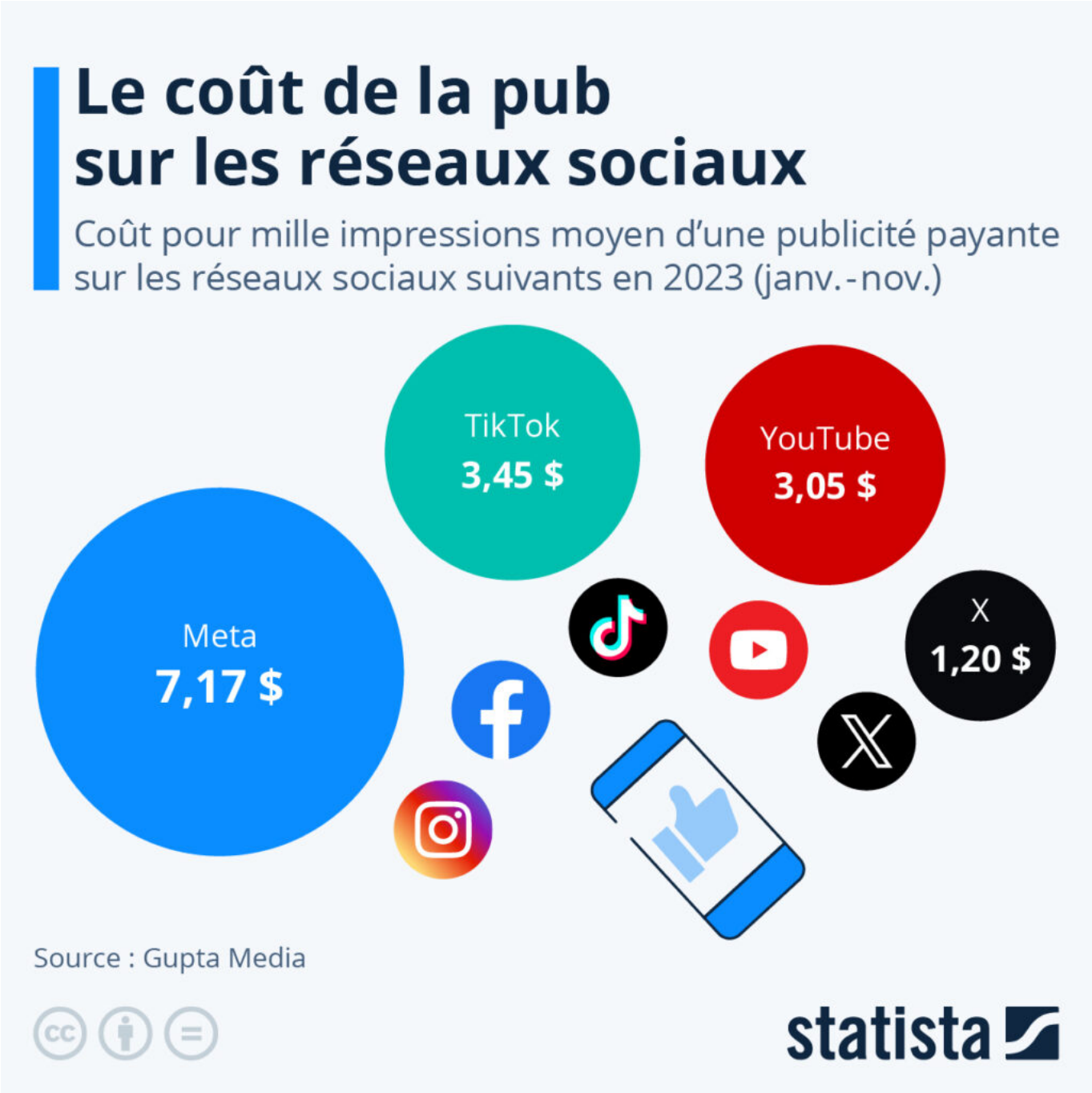
Ecrit par le 17 décembre 2025

160 collaborateurs
92 franchises
Un chiffre d’affaires de **19M€** en 2022
Plus de **150 000** clients

Combien coûte la publicité sur les réseaux sociaux ?

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025



Plusieurs annonceurs majeurs, comme IBM, Apple et Disney, ont annoncé suspendre leurs activités publicitaires sur X (ex-Twitter), après que le sulfureux patron du réseau social, Elon Musk, a relayé une théorie du complot à caractère antisémite sur la plateforme. Ce boycott n'a pas plu à Elon Musk, qui, après s'être excusé du post « peut-être le pire et le plus stupide [qu'il n'ait] jamais publié », n'a pas hésité à exprimer son mécontentement sans retenue. « Si quelqu'un veut me faire chanter avec de la publicité

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025

ou de l'argent, qu'il aille se faire foutre. Allez-vous faire foutre. Est-ce que c'est clair ? », a répondu l'homme d'affaires lorsqu'un journaliste lui a demandé mercredi dernier si sa récente visite en Israël avait eu pour but de rassurer les publicitaires.

Malgré cette posture combative, les conséquences potentielles d'un exode des annonceurs publicitaires sont claires pour le PDG du réseau social, ce dernier ayant notamment déclaré : « ce que ce boycott publicitaire va faire, c'est tuer l'entreprise ».

Un rapport publié par l'agence de marketing Gupta Media révèle à quel point X peine à générer des recettes publicitaires depuis son acquisition officielle par Elon Musk en octobre 2022. Le coût pour mille impressions (CPM) de la publicité payante sur X s'est effondré de plus de 75 % depuis que le réseau social est passé entre ses mains, tombant à 0,65 $ en août 2023 (contre 5,77 $ en septembre 2022), son niveau le plus bas depuis trois ans.

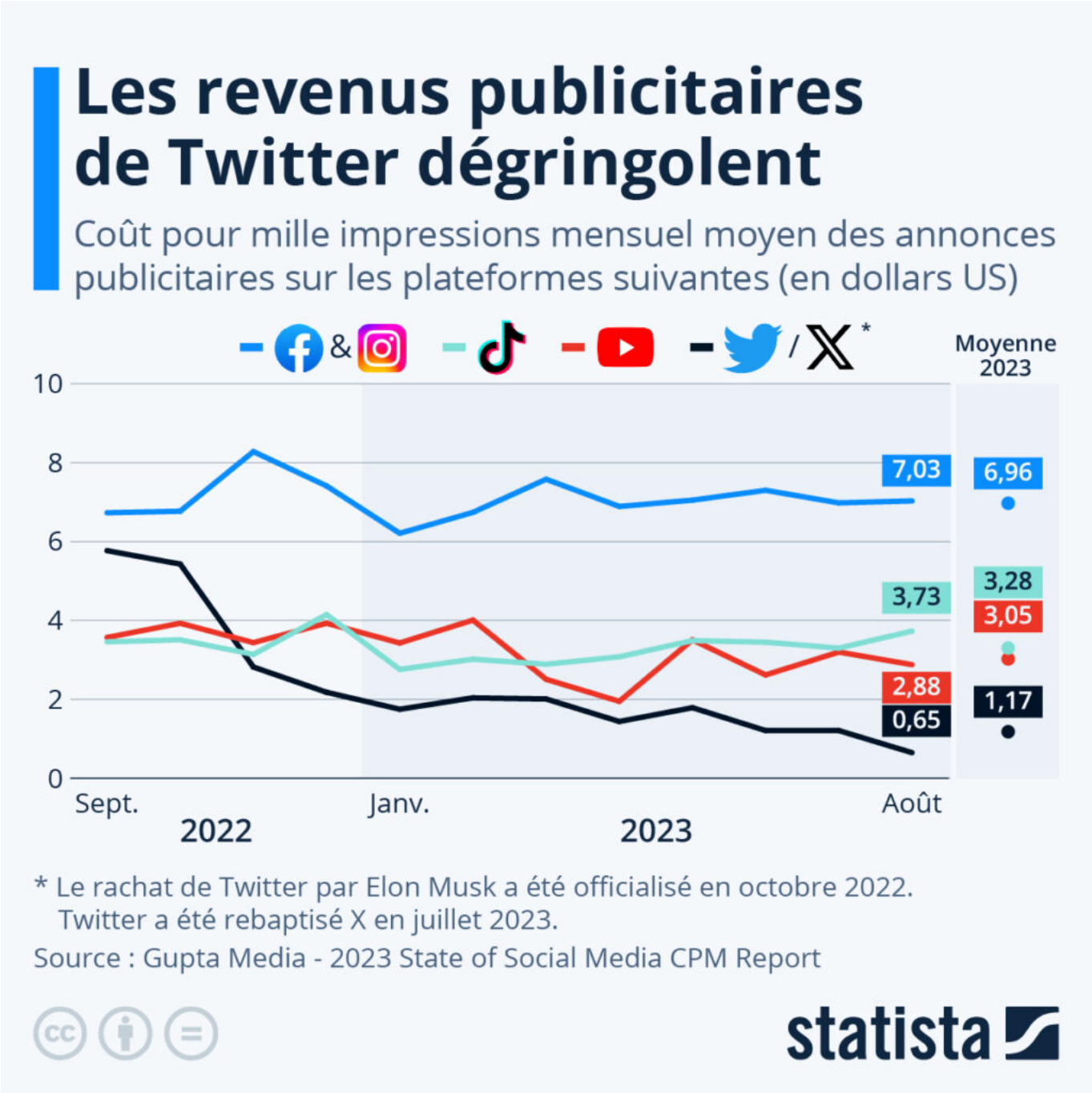
Comme le montre notre infographie, le CPM de la publicité sur X est nettement inférieur à celui de ses plus grands rivaux des réseaux sociaux, avec une moyenne de seulement 1,20 $ en 2023 (de janvier à novembre). À l'autre bout de l'échelle, la publicité sur Instagram et Facebook de Meta coûtait en moyenne 7,17 $ pour mille impressions.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Les revenus publicitaires de X (anciennement Twitter) dégringolent

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025



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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025

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

Précisions inédites sur les pouvoirs du binôme greffier et juge commis à la surveillance du RCS

La Cour de cassation fixe la portée des pouvoirs du greffier et du juge commis à la surveillance du RCS, saisis d'une demande de modification des inscriptions relatives à une société faisant suite à une décision de justice.

Les praticiens du droit des sociétés savent la contribution de la société Larzul à la théorie jurisprudentielle des nullités des délibérations sociales (Cass. com., 15 mars 2023, n° 21-18.324, n° 191 B). Cette société contribue également, sans doute à son corps défendant, à une meilleure appréhension des prérogatives des greffiers des tribunaux de commerce dans le cadre de leur fonction et du juge commis à la surveillance du Registre du commerce et des sociétés (RCS). C'est l'objet de l'arrêt ci-dessous référencé.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025

Les faits sont complexes. Retenons que le 14 décembre 2004, une société Y, filiale de la société Z, conclut avec la société Larzul un traité d'apport à celle-ci de son fonds de commerce. Le 30 décembre 2004, l'associé unique de la société Larzul approuve cette opération et l'augmentation de capital qui en découle. La société apporteuse est dissoute par décision de la société Z le 20 septembre 2005. Le 24 janvier 2012, un arrêt irrévocable annule les délibérations de l'associé unique de la société Larzul du 30 décembre 2004 et constate la caducité du traité d'apport du 14 décembre 2004. Soit. Il reste maintenant à régulariser la situation auprès du greffe du tribunal de commerce. Le 3 avril 2012, la société Larzul obtient du greffier du tribunal de commerce un certain nombre de modifications à son inscription au RCS en mentionnant que ces dernières font suite à la décision du 24 janvier 2012. La société Z demande au contraire au juge commis à la surveillance du RCS d'enjoindre au greffier de procéder à l'annulation de ces modifications et de rétablir l'état antérieur des inscriptions.

La cour d'appel fait droit à sa demande et la société Larzul et son associé forment un pourvoi en cassation. Sous une question technique, sourd un enjeu d'une autre ampleur : la société Larzul était-elle redevenue unipersonnelle, la société Z ayant perdu sa qualité d'associé de cette dernière ?

La Cour de cassation est ainsi appelée à se prononcer sur l'étendue des pouvoirs du greffier du tribunal de commerce en pareil cas. L'arrêt commence par rappeler le contenu des dispositions des articles R. 123-95 et L. 123-6 du code de commerce, principalement consacrées aux diligences du greffier. Il fixe ensuite à l'arrêt du 24 janvier 2012 sa juste portée, soit l'annulation de l'apport de fonds de commerce et de l'augmentation de capital corrélative et non l'anéantissement du protocole d'accord du 14 décembre 2004 et de tous les actes qui en sont la suite. La conséquence s'impose : il n'y avait pas de lieu de revenir à la situation antérieure à ce protocole, si bien que les modifications faites par le greffier n'étaient pas compatibles avec l'état du dossier. En jugeant en ce sens, la cour d'appel a-t-elle dépassé ses pouvoirs ? Non, selon la Cour de cassation, dans la mesure où elle n'a pas tranché le débat de fond concernant la persistance de la qualité d'actionnaire de la société Z. Il y avait donc bien lieu à enjoindre au greffier d'annuler les inscriptions modificatives litigieuses. Le pourvoi est rejeté sur ce point.

L'arrêt d'appel est cependant censuré sur le second moyen. Le problème porte cette fois sur les pouvoirs du juge commis à la surveillance du RCS. La Cour de cassation rappelle que ce juge peut enjoindre à toute personne immatriculée à ce registre qui ne les aurait pas requises dans les délais prescrits, de faire procéder soit aux mentions complémentaires ou rectifications qu'elle doit y faire porter, soit aux mentions ou rectifications nécessaires en cas de déclarations inexactes ou incomplètes, soit à la radiation (C. com., art. L. 123-3, al. 2). Or, le juge avait en l'espèce demandé à la société Larzul de mettre ses statuts en conformité avec sa situation juridique, ce que la cour d'appel a confirmée. A tort. La Cour de cassation relève justement que le pouvoir d'injonction conféré audit juge ne peut porter que sur les mentions inscrites sur ce registre et non sur les énonciations des actes et pièces justificatives au vu desquelles le greffier procède aux inscriptions requises. La cour d'appel a donc bien excédé ses pouvoirs. L'arrêt de cassation conclut en énonçant la solution au fond : « Le juge commis à la surveillance du Registre du commerce et des sociétés ne disposant pas du pouvoir d'enjoindre à une société immatriculée de modifier ses statuts ou d'en adopter de nouveaux, la demande tendant à ce que les statuts de la société Larzul soient mis en conformité avec sa situation juridique, telle qu'elle résulte de l'arrêt du 24 janvier 2012, ne peut qu'être déclarée irrecevable ».

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
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 !

Ecrit par le 17 décembre 2025

Thierry Favario, Maître de conférences HDR, Université Jean Moulin Lyon 3

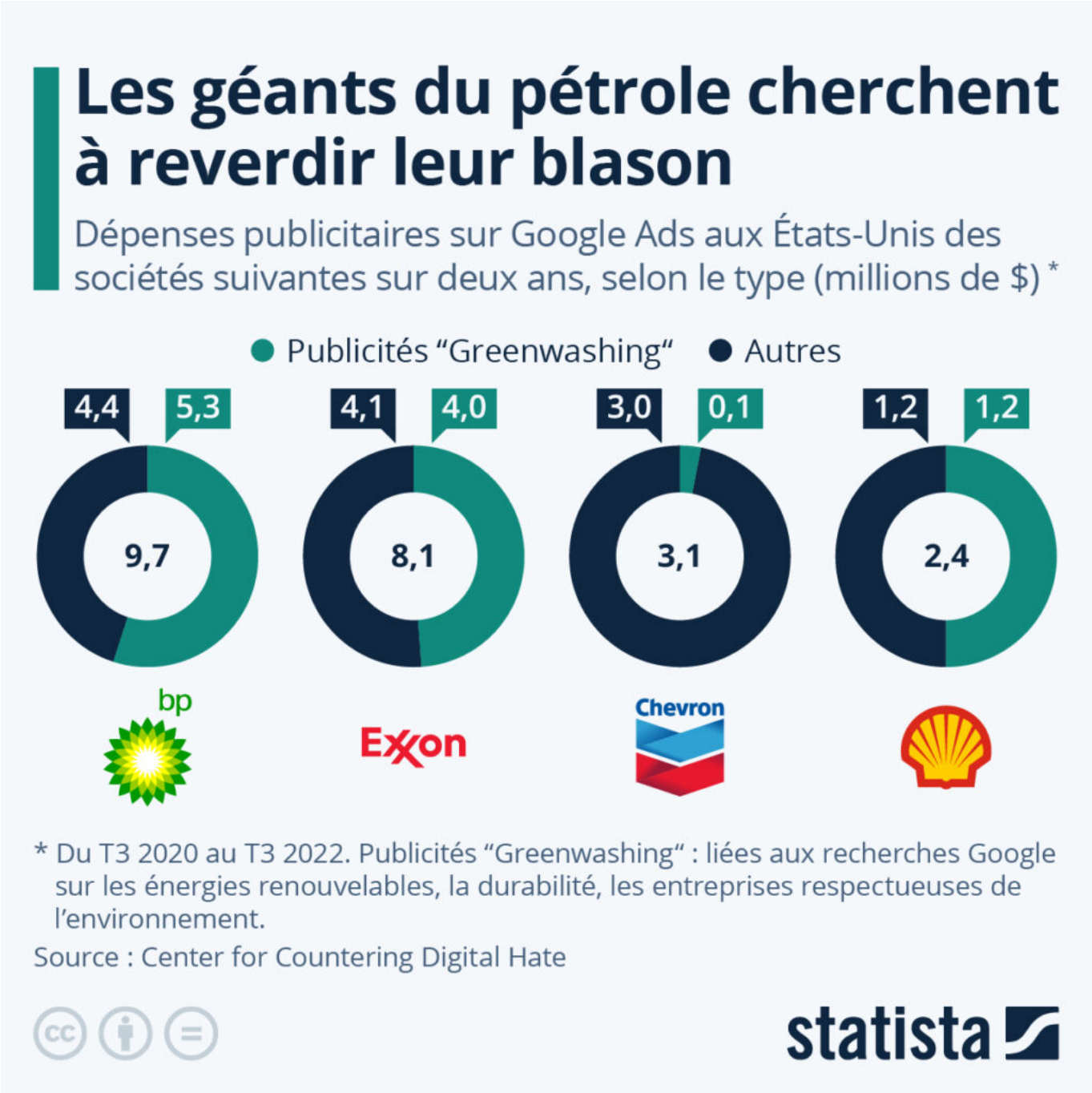
Éditions Législatives – www.elnet.fr
Article extrait du Bulletin d'actualité des greffiers des tribunaux de commerce n° 176, juillet 2023 : www.cngtc.fr

---

Les géants du pétrole cherchent à reverdir leur blason

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025



La plupart des gens utilisent le moteur de recherche Google pour trouver des informations fiables sur des sujets qui les intéressent, selon une étude du CCDH (Center for Countering Digital Hate). D'après ce sondage, 73 % des participants américains ont déclaré qu'ils pensaient que la plupart ou la totalité des informations qu'ils trouvaient lors de leurs recherches sur Google étaient correctes et dignes de confiance.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025

Le rapport révèle également que les grandes compagnies pétrolières et gazières en profitent ainsi pour afficher des publicités dans les recherches Google afin d'influencer les utilisateurs recherchant des informations sur le changement climatique, notamment sur le rôle qu'elles peuvent jouer dans cette crise. Cinq des plus grandes sociétés du secteur des combustibles fossiles, ExxonMobil, BP, Chevron, Shell et Aramco, ont dépensé au total 23,7 millions de dollars en publicités sur Google aux États-Unis au cours des deux dernières années (T3 2020 au T3 2022). En utilisant l'outil d'analyse de sites web Semrush, les chercheurs ont découvert que près de la moitié de ces dépenses marketing, soit 10,9 millions de dollars, constituaient du « greenwashing », c'est-à-dire des annonces destinées à donner une image écologique trompeuse de ces organisations.

Dans le détail, cette somme comprend 5,7 millions de dollars que les cinq entreprises ont dépensés pour des annonces s'affichant lors de requêtes de recherche liées à la durabilité environnementale. 5,2 millions de dollars supplémentaires ont été dépensés par ces compagnies pétrolières pour des publicités ciblant les recherches sur les entreprises elles-mêmes, comme le nom de la société, et contenant des formulations relatives à la durabilité écologique. D'importantes sommes d'argent que Google a volontiers accepté.

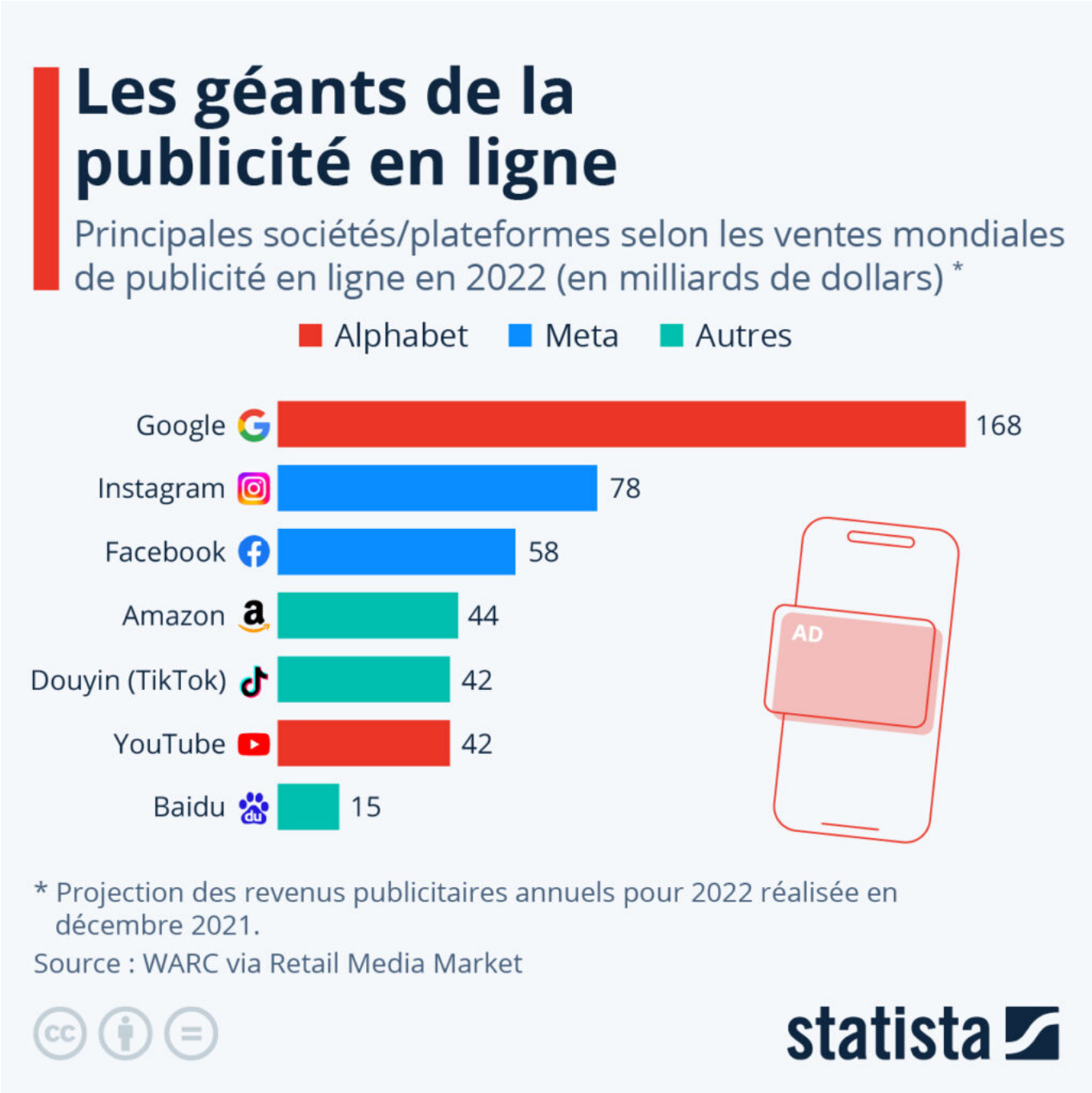
Comme le montre notre graphique basé sur les données du CCDH, c'est BP qui a dépensé le plus d'argent sur Google Ads pour reverdir son blason : le géant britannique de l'énergie a dépensé 9,7 millions de dollars sur deux ans pour des annonces sur le moteur de recherche, dont 5,3 millions de dollars concernaient des publicités empreintes d'écoblanchiment.

De Claire Villiers pour Statista

Les géants de la publicité en ligne

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025



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 17 décembre 2025

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.

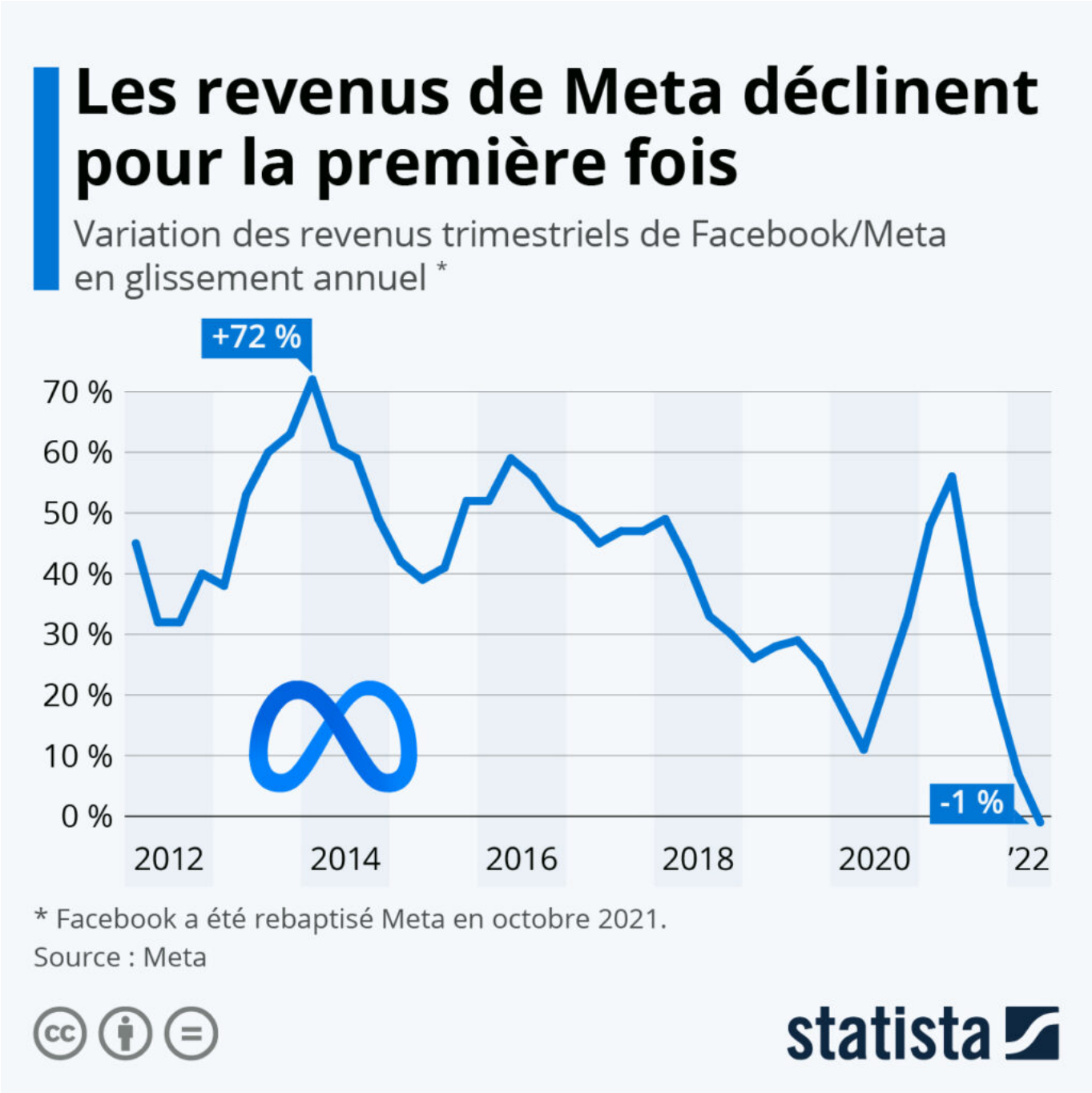
Comme le met en avant notre graphique, personne n'arrive actuellement à la cheville d'Alphabet et de Meta en matière de revenus publicitaires sur Internet. Mais la santé financière des deux géants du Web dépend toujours très fortement des annonceurs en ligne et reste donc vulnérable aux aléas de conjoncture 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

Les revenus de Meta déclinent pour la première fois

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025



Alors que son modèle économique centré sur la publicité ciblée se retrouve de plus en plus controversé et menacé, Meta a enregistré la première baisse de revenus de son histoire, avec un déclin de 1 % au deuxième trimestre (par rapport à la même période en 2021). Comme le montre notre graphique, depuis son entrée en bourse en 2012, l'entreprise avait l'habitude de publier des taux de croissance à deux chiffres, la moyenne trimestrielle se situant même autour de 40 % au cours de la dernière décennie.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025

« Il semble que nous soyons entrés dans un ralentissement économique qui aura un impact important sur le secteur de la publicité en ligne« , a commenté le patron du groupe, Mark Zuckerberg, qui juge la situation du marché « pire qu'il y a trois mois ».

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Action d'Extinction rébellion contre des panneaux publicitaires à Avignon

Dans la nuit de mercredi à jeudi, des militants d'Extinction rébellion Vaucluse ont enlevé les affiches de plusieurs dizaines de panneaux publicitaires à Avignon pour les remplacer par des messages 'Le monde d'après sera sans pub'.
« Les panneaux publicitaires défigurent notre ville classée patrimoine mondial de l'humanité et engendrent une dépense d'énergie inutile pour leur éclairage permanent, expliquent dans un communiqué les membres locaux d'Extinction rébellion (XR). Les affiches publicitaires finissent en déchets dont nous payons, en tant que contribuables, le retraitement. Les communes et intercommunalités ont les compétences nécessaires en matière de réglementation pour interdire la publicité dans l'espace public au moyen des règlements locaux de publicité, comme cela a déjà été fait à Grenoble. »

Mettre la pression sur le PLU de la Ville d'Avignon
Avec cette opération coup de poing, XR entend ainsi mettre en avant « les lacunes dans le programme du président réélu en matière d'écologie et de lutte contre la surconsommation ». C'est également un moyen de mettre la pression sur la municipalité de la cité des papes qui travaille actuellement à la réalisation de son nouveau Plan local d'urbanisme (PLU).
« La mise en place du nouveau PLU est une formidable opportunité pour mettre fin à la nuisance publicitaire dans notre quotidien, insiste XR Avignon-Vaucluse, C'est une occasion de mettre définitivement fin à la publicité dans nos rues. »

La publicité contre la planète ?
« La publicité est omniprésente dans l'espace public, poursuit Extinction rébellion 84. Dans un contexte d'urgence climatique et de ressources limitées, elle incite à la surconsommation de biens en suggérant sans fin de nouveaux désirs. La publicité cache les agissements nocifs des grandes marques pour la santé (plastique, perturbateurs), la planète (pollution, gaspillage énergétique) et la société (évasion fiscale, travail précaire). Comme cela a été signalé par de nombreuses associations de défense de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025

l'environnement et de la biodiversité, le programme d'Emmanuel Macron en matière d'écologie et de lutte contre le réchauffement climatique présente d'importantes lacunes malgré les alertes à répétition lancées par les scientifiques du GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat) et la multiplication des événements climatiques extrêmes en France. Le GIEC appelle à une baisse drastique de la consommation pour limiter la hausse des températures à 1,5 degré d'ici 2050. Cette baisse passe entre autres par la fin des appels à la surconsommation. La publicité n'invite pas à préserver la viabilité de notre planète. »

Internet aussi sur la sellette ?

Cet acte intervient fortuitement juste après des coupures volontaires de câbles de fibres optiques dans la nuit de mardi à mercredi. Une action d'une ampleur inédite qui a affecté le trafic internet de plusieurs grandes villes françaises dans l'Est notamment. Free, opérateur le plus touché, a ainsi vu le débit ralentir pour 1% de ses abonnés. Pour le parquet de Paris, qui a ouvert une enquête préliminaire pour « détérioration de bien de nature à porter atteinte aux intérêts fondamentaux de la Nation », « entrave à un système de traitement automatisé de données » et « association de malfaiteurs », il ne fait aucun doute qu'il s'agit d'une opération coordonnée.

Si les enquêteurs de la DGSI (Direction générale de la sécurité intérieure) et de la Direction centrale de la police judiciaire (DCPJ) travaillent sur une piste terroriste ils n'excluent pas la piste d'activistes politiques même si aucune revendication n'a été retrouvée à ce jour.

Une usine à carbone

En effet, de nombreux militants environnementaux dénoncent les conséquences d'Internet sur la planète. On estime par exemple qu'une heure de streaming consomme plus d'électricité que deux réfrigérateurs, pendant un an. Actuellement, Internet utiliserait plus de 10% de toute l'électricité produite dans le monde (ordinateurs, data centers, réseaux…).

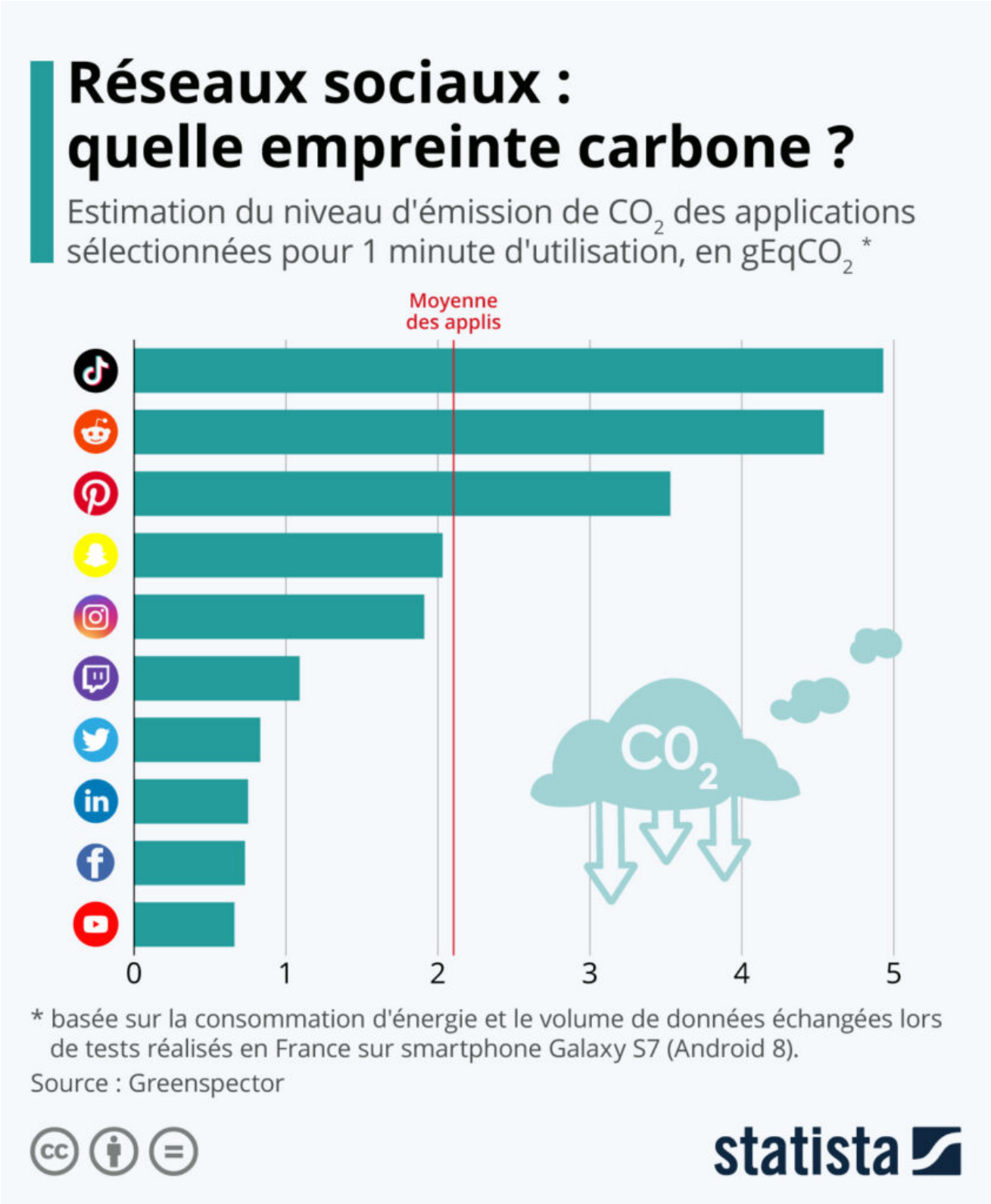
Des applications comme TikTok, l'une des plus polluantes, affichent des niveaux d'émission de près de 5 grammes équivalent CO2 par minute (voir graphique Statista ci-dessous).

Véritable usine à carbone, entre la 5G, la vidéo 8K, les jeux, le cloud, les objets connectés et la réalité virtuelle, internet pourrait ainsi consommer la moitié de l'électricité mondiale d'ici 2030 !

Il y a donc fort à parier que les actions de contestation menées par Extinction rébellion ou d'autres groupes d'activistes et de militants environnementaux se multiplient et se diversifient dans les années à venir.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 décembre 2025

Comme le met en évidence le graphique Statista ci-dessus, le réseau social dont le visionnage du fil d'actualité a l'impact écologique le plus important est TikTok, soit un niveau d'émission de près de 5 grammes équivalent CO2 par minute. C'est plus de 2 fois la moyenne mesurée pour les dix applications sélectionnées (2,1 gEqCO2) et environ 7 fois plus que YouTube (0,66), Facebook (0,73) et LinkedIn (0,75), qui figurent quant à elles parmi les applis dont l'empreinte carbone est la plus faible