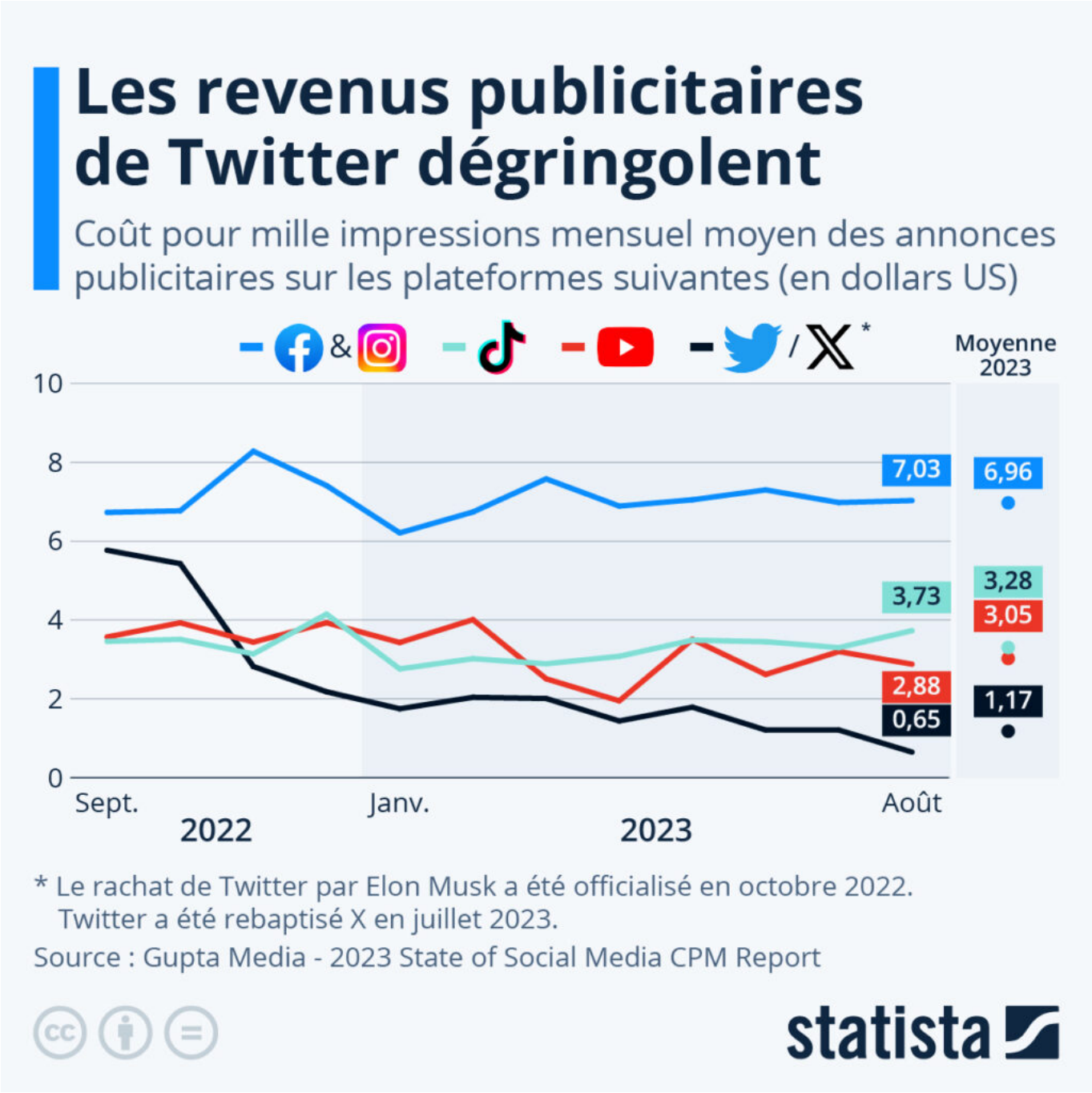
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 décembre 2025

Les revenus publicitaires de X (anciennement Twitter) dégringolent



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 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.

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.

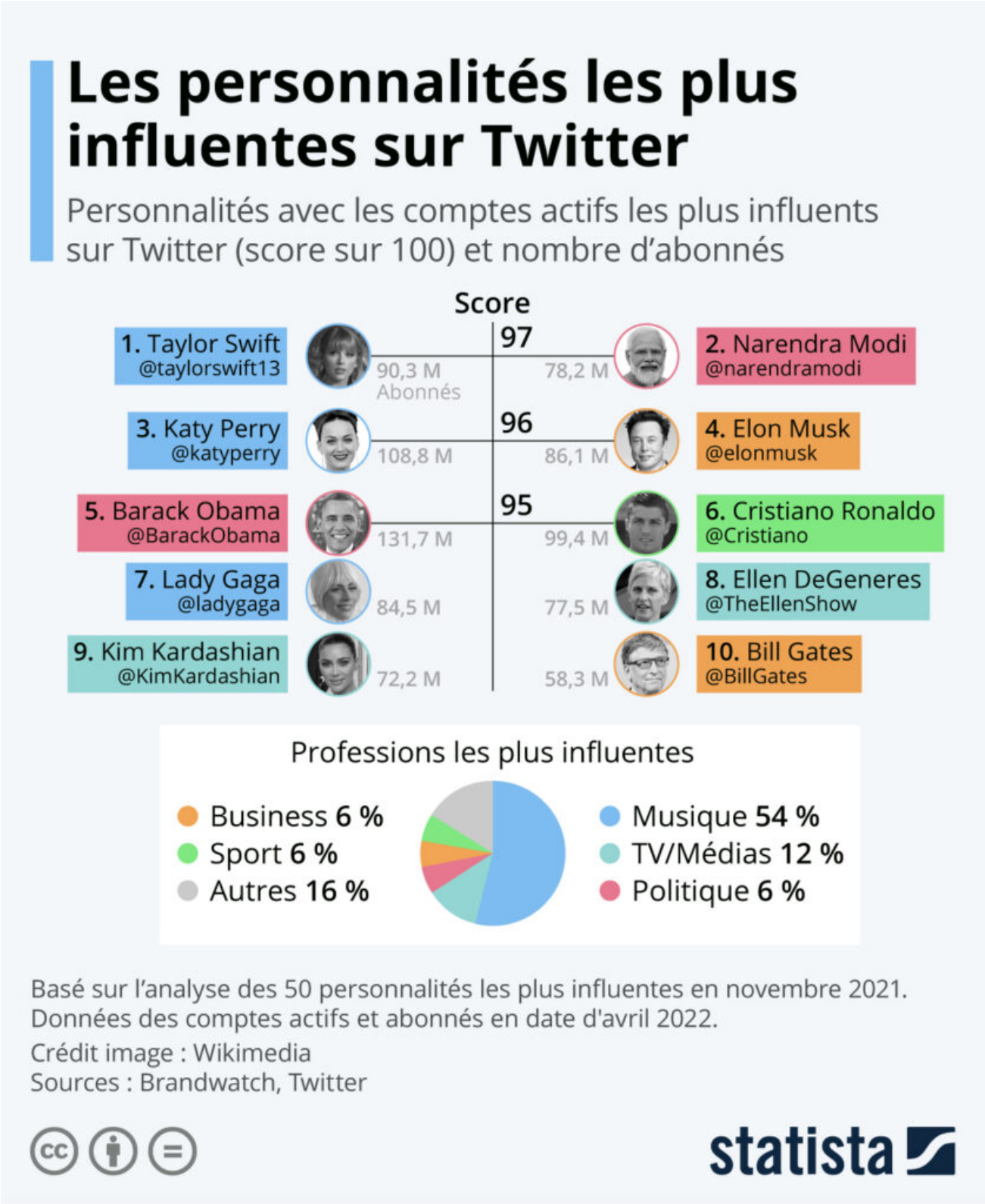
Twitter/X a connu de loin la plus forte baisse annuelle de CPM de toutes les plateformes étudiées, une tendance qui n'est pas étrangère à l'orientation prise par le réseau social depuis un an. Sous la direction du controversé milliardaire américain, qui a vu une réduction significative des équipes de 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 personnalités les plus influentes de la Twittosphère

l'écho du mardi
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 décembre 2025



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 décembre 2025

Le patron de Tesla et plus grande fortune mondiale, Elon Musk, a racheté le réseau social Twitter pour 44 milliards de dollars cette semaine. L'homme d'affaires prévoit d'améliorer la plateforme avec de nouvelles fonctionnalités, mais il envisage surtout d'en faire un espace de liberté totale d'expression. « La liberté d'expression est le socle d'une démocratie qui fonctionne, et Twitter est la place publique numérique où les sujets vitaux pour le futur de l'humanité sont débattus », a expliqué Elon Musk dans un communiqué. La politique de modération de la plateforme pourrait donc être amenée à évoluer sous l'impulsion de son nouveau propriétaire.

À travers ce rachat, il est évident qu'Elon Musk s'offre aussi un puissant outil d'influence. Suivi par plus de 86 millions d'abonnés sur Twitter fin avril, le milliardaire américain est l'une des cinq personnalités les plus influentes sur cette plateforme, selon une étude de Brandwatch prenant en compte plusieurs critères.

Bien que Twitter rassemble beaucoup moins d'utilisateurs que Facebook ou Instagram, il reste le réseau social privilégié des médias d'information et de l'influence politique. Les animateurs et personnalités de télévision sont par exemple le deuxième groupe le plus influent sur la plateforme : ils représentent 12 % du top 50 des influenceurs. En troisième position, les chefs d'entreprise et les politiques (à égalité avec les sportifs) représentent respectivement 6 % des personnalités de cette liste.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Activité suspecte sur Twitter durant l'invasion de l'Ukraine

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 décembre 2025

Les créations de comptes Twitter ont triplé le jour où la Russie a envahi l'Ukraine, comme le dévoile un rapport de l'Observatoire des médias sociaux (oSoMe) de l'Université de l'Indiana. L'étude, intitulée « Suspicious Twitter Activity around the Russian Invasion of Ukraine » (Activité Twitter suspecte autour de l'invasion russe en Ukraine), révèle que plus de 38 000 nouveaux comptes ont été créés sur cette plateforme le 24 février, jour où les chars russes ont pénétré en Ukraine, contre une moyenne

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 décembre 2025

quotidienne d'environ 12 000 au cours des semaines ayant précédé.

Selon le rapport, plusieurs réseaux de comptes ont partagé des « contenus similaires suspects » au même moment, notamment de la propagande pro-russe publiée par des comptes inauthentiques. Des campagnes du côté ukrainien ont également été observées, avec des messages demandant aux pays occidentaux de mettre en place une zone d'exclusion aérienne ou de s'investir dans d'autres initiatives contre l'envahisseur. Mais toute l'activité suspecte n'était pas directement liée au conflit. Les chercheurs ont constaté que des mots-clés en lien avec l'Ukraine ont également été utilisés pour diffuser des spams, notamment des arnaques aux cryptomonnaies prétendant récolter des fonds pour soutenir la résistance ukrainienne.

La guerre en Ukraine montre à quel point les réseaux sociaux se sont imposés comme un terrain majeur des conflits. Lorsqu'ils sont exploités pour amplifier et diffuser de fausses informations, ils peuvent devenir un outil puissant de manipulation de l'opinion publique.

De Tristan Gaudiaut pour Statista