



© 2022 Sud Ouest - Lot-et-Garonne. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.

**PubliC** Certificat émis le 17 novembre 2022 à Université-de-Bordeaux à des fins de visualisation personnelle et temporaire.  
news-20221109-SOL-ubahs4q

**Nom de la source**  
Sud Ouest - Lot-et-Garonne

**Type de source**  
Presse • Journaux

**Périodicité**  
Quotidien

**Couverture géographique**  
Régionale

**Provenance**  
Lot-et-Garonne, Nouvelle-Aquitaine, France

Mercredi 9 novembre 2022

Sud Ouest - Lot-et-Garonne •  
p. 4 • 597 mots

p. 4



## Meta et Twitter en crise: «la fin de l'hypercroissance»?

Maître de conférences en économie à l'université de Bordeaux 4, Matthieu **Montalban** décrypte les perturbations que vivent les plateformes numériques dont Twitter et **Meta**, contraintes de licencier

Alors qu'Elon Musk licenciat près de la moitié des effectifs mondiaux de Twitter avant d'en rappeler une partie, le «Wall Street Journal» annonçait avant-hier une vague de licenciements chez le **Meta** de Mark Zuckerberg. Et ce, alors que d'autres plateformes de la Silicon Valley, Stripe et Lyft, vivaient elles aussi des dégraisages et que le géant Amazon prévoyait un statu quo dans le développement de ses effectifs pour 2023.

Quelles sont les causes de ce flottement des plateformes numériques? Twitter vit depuis plusieurs années des difficultés économiques. Le réseau social à croissance lente n'a été bénéficiaire que par deux fois sur les dix dernières années. «S'agissant de **Meta** (Facebook, Instagram), on est sur une autre dynamique: les coûts ont progressé plus vite que les revenus. Facebook ne convainc plus de nouveaux utilisateurs et surtout le projet metavers de Zuckerberg a avalé 21 milliards de dollars en deux ans. Et visiblement, il peine à convaincre», souligne

Matthieu **Montalban**, maître de conférences en économie à l'université de Bordeaux 4. «Le pari est d'autant plus coûteux pour **Meta**, que le précédent projet de cryptomonnaie Libra, très onéreux lui aussi, a fait un flop.»

Des investissements plus lourds que les rentrées d'argent, combinés à un contexte inflationniste mondial qui ralentit les ardeurs des annonceurs, le modèle économique de ces plateformes reposant sur la publicité est mis à mal.

«La concurrence des réseaux sociaux ralentit mécaniquement la croissance de Facebook qui a été précurseur. D'ailleurs, son vivier d'utilisateurs est âgé et il peine à attirer des jeunes. C'est d'ailleurs pourquoi Mark Zuckerberg investit sur le projet metavers», poursuit l'économiste. «Toutes les entreprises de la tech ont construit leur modèle sur une croissance rapide. Mais petit à petit le modèle s'essouffle. Twitter a anticipé sur une progression de son nombre d'utilisateurs qui ne s'est pas révélée effective. C'est peut-être la fin de l'hyper

Selon le «Wall Street Journal», **Meta** pourrait licencier plusieurs milliers de ses 87000 salariés dans le monde. KIRILL KUDRYAVTSEV/AFP

croissance. Il va probablement falloir revoir la copie...»

**Meta**, Twitter et les autres sont-ils pour autant en danger? «Même si **Meta** s'engage sur des investissements lourds et licencie une partie de ses effectifs, c'est une entreprise qui a encore du cash, énormément d'utilisateurs et un réseau social Instagram qui progresse», fait remarquer Matthieu **Montalban**. «Après, sur la durée, tout va dépendre du succès de metavers. Mark Zuckerberg parviendra-t-il à transformer l'essai? Si c'est le cas, l'effet réseau et l'effet de mode peuvent lui assurer une poussée. Rien n'est certain car en matière d'innovation, on ne peut prévoir une adhésion des utilisateurs ou non.»

Quant à Twitter, à la peine depuis plusieurs années, l'option d'Elon Musk de faire payer un abonnement mensuel

pour certifier les comptes utilisateurs lui permettra-t-elle de sortir la tête hors de l'eau? «Je suis un peu circonspect quant à la pertinence du projet. À moins qu'Elon Musk ait prévu en contrepartie de cette adhésion l'accès à un service supplémentaire comme ça peut être le cas sur Tinder ou Spotify qui a un accès gratuit et un accès payant. Si ce n'est pas le cas, il prend le risque de perdre encore plus d'utilisateurs...», conclut Matthieu **Montalban**.