Elon Musk ha grossi problemi con la pubblicità su X

Nei primi sei mesi del 2024 **X** (ex Twitter) ha registrato una flessione del 24% dei ricavi pubblicitari nel 2024, pari a 238 milioni di dollari in meno.

Nel complesso, nei primi sei mesi dell'anno i ricavi pubblicitari di X (ex Twitter) ammontano a 744 milioni di dollari, pari ad una flessione del 24% rispetto ai 982 milioni dello stesso periodo del 2023, secondo stime del sito specializzato MediaRadar.

Questo dato non fa che attestare un fatto già evidente ai più, ovvero che X ha un problema di fatturato.

La pubblicità rappresenta circa il90% dei ricavi totali, secondo il New York Times, sebbene X stia cercando di aumentare le entrate facendo pagare i badge di verifica e l'accesso al suo chatbot di intelligenza artificiale, **Grok**.

Valore di X più che dimezzato in due anni

A marzo, **Elon Musk** ha detto che la compagnia vale 20 miliardi di dollari, meno della metà dei 44 miliardi che a suo tempo aveva speso per acquistarla. A onor del vero, non è che in passato Twitter abbia mai portato dei grossi profitti anche prima dell'acquisizione da parte di Musk.

C'è da dire però che dal momento del take over, a ottobre del 2022, la pubblicità su X è sempre stata in difficoltà.

Elon Musk ha sempre chiesto agli inserzionisti di confermare i

loro budget, senza nel contempo dare certezze sulla gestione dell'hate speech e della disinformazione.

Grosse defezioni fra gli inserzionisti

I membri della **Global Alliance for Responsible Media (GARM)** della World Federation of Advertisers, preoccupati che Musk avrebbe eliminato i suoi consolidati standard di sicurezza del marchio, hanno raccomandato ai membri di interrompere la spesa pubblicitaria sul sito. L'adesione volontaria al gruppo includeva diverse aziende, fra cui **Dell, BP, Electronic Arts, IKEA, Microsoft e Pepsico**.

Secondo una recente causa intentata da X contro la federazione, che ha portato rapidamente alla chiusura di GARM, almeno 18 aziende hanno smesso di acquistare pubblicità tra novembre e dicembre 2022. Fra queste **CVS Health e Unilever.**

Battaglia legale

X sostiene che GARM ha creato una cospirazione che ha visto i suoi membri *"trattenere miliardi di dollari di entrate pubblicitarie"*. Anche le aziende che non erano membri di GARM hanno sospeso la loro pubblicità, tra cui **United Airlines e Volkswagen**, così come gruppi per i diritti civili come la **NAACP**.

All'epoca, Musk minacciò di *"nominare e svergognare"* pubblicamente i gruppi che avevano sospeso i budget, contribuendo così ad allontanare centinaia di aziende. Le tensioni sarebbero divampate di nuovo circa un anno dopo, dopo un report secondo cui annunci di aziende come **Walt Disney Co. e NBCUniversal** comparivano vicino a post che elogiavano i nazisti.

Musk in difficoltà

X avrebbe poi intentato una causa contro il gruppo che aveva pubblicato il report, *Media Matters*. In risposta, diverse aziende hanno sospeso la loro pubblicità, tra cui Disney. *“Non fare pubblicità”,* ha detto Musk nel novembre 2023 al Times’ Dealbook Summit. *“Se qualcuno prova a ricattarmi con la pubblicità? Ricattarmi con i soldi? Vai a farti fottere. Vai a farti fottere. È chiaro?”* ha continuato, prima di chiamare per nome il CEO della **Disney Bob Iger**.

A giugno, mentre i ricavi pubblicitari della sua azienda crollavano del 36% anno su anno, Musk ha tentato di ritrattare quei commenti, insistendo sul fatto che non stava parlando *“agli inserzionisti nel loro insieme”,* ma sottolineando il suo impegno per la libertà di parola. Ha anche affermato *che “gli inserzionisti hanno il diritto di apparire accanto a contenuti che ritengono compatibili con i loro marchi”,* ma che *“non è bello”* quando pretendono *“che non ci possano essere contenuti con cui non sono d’accordo sulle piattaforme”.*

Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/elon-musk-ha-grossi-problemi-con-la-pubblicita-su-x/501494/