

A. Introduction

Facebook est irrémédiablement le réseau social le plus iconographique. Il est à la fois le plus solide des réseaux sociaux, le plus avancé sur le plan technologique et peut-être aussi le plus grand pilleur de fonctionnalités.



À lui seul il représente "The social network" grâce à son film et son histoire mais surtout grâce aux codes qu'il a su casser et qui se montrent officiellement à la hauteur d'un changement mondial lorsque le 10 avril 2018 Mark Zuckerberg doit alors s'expliquer face au Sénat américain, et donc indirectement face à la terre entière, sur la question de la gestion de la confidentialité des données. Question qui est indirectement beaucoup plus grave puisqu'il s'agit en fait de savoir : comment Facebook a-t-il pu jouer un rôle décisif dans la campagne de Donald Trump et ainsi faire basculer le pays le plus puissant du monde entre les mains du parti républicain ?



Depuis sa création frauduleuse en 2004, Facebook incarne, d'une part, à la fois la génération Y surdouée qui domine le monde grâce à sa dextérité informatique. Mais d'autre part, curieusement, il incarne également depuis les années 2014 environ, le réseau social familial incontournable sur lequel les nouvelles générations (les générations Z) ne vont que pour faire "un coucou à papy et à mamy".

Facebook est le propriétaire d'Instagram, WhatsApp, Oculus, Giphy et encore plus de 50 autres rachats de médias sociaux.

Dans ce chapitre, nous expliquerons pourquoi Facebook est désormais le réseau social incontournable mais également comment et pourquoi il est assujéti en permanence à de nombreuses attaques pouvant espérer le faire disparaître à jamais de la websphère.

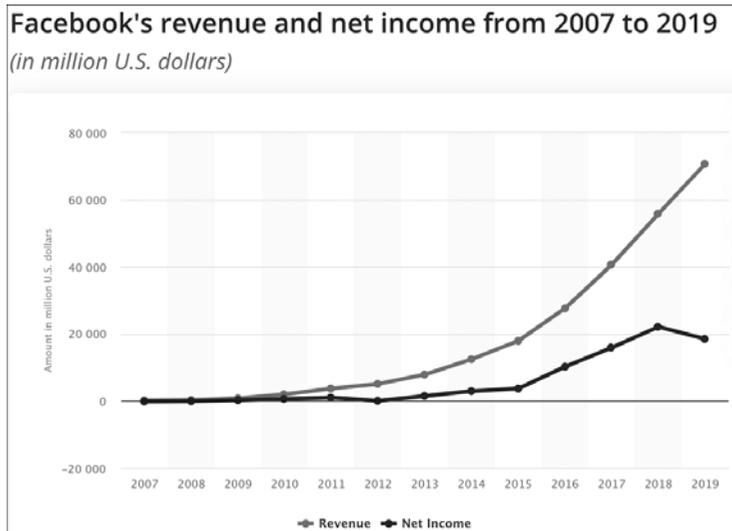
B. Pourquoi Facebook est-il incontournable ?

1. Une histoire importante et structurante

"L'échec est le fondement de la réussite" (Philip Caldwell) et il s'avère que Facebook a connu beaucoup d'échecs pour arriver à devenir l'empire qu'il est aujourd'hui.

D'abord, comme le raconte bien l'histoire du film, il s'agit avant tout d'un échec amoureux, une envie de reconquérir l'amour d'une femme perdue. Ensuite il s'agit de faire face à un jugement de juin 2008 perdu et pour lequel Marck Zuckerberg devra verser 65 millions de \$ aux frères Winklevoss qui lui ont demandé de réaliser "The Facebook" pour leur compte sans en avoir les compétences. Puis des associés quitteront le projet et s'en suivront six années pendant lesquelles Facebook ne fera aucun profit mais s'appuiera sur de nombreux investisseurs pour survivre. Il s'en est fallu de très peu pour que Facebook ne finisse pas dans le trou noir de la galaxie Internet comme le vit Twitter depuis plusieurs années maintenant.

Source : <https://www.statista.com/statistics/277229/facebooks-annual-revenue-and-net-income/>



La courbe la plus haute correspond au chiffre d'affaires alors que l'autre correspond au bénéfice.

Grâce à cette réussite, Facebook est désormais crédible, incontestable et indiscutable dans sa position de leader de l'univers des réseaux sociaux. Il donne ses codes et les règles de conduite en la matière bien que l'obsession de se voir concurrencer l'amène constamment à changer son interface pour se raccrocher aux nouveaux codes et comportements imposés par les nouvelles générations et l'actualité.

Grâce à son introduction en bourse en 2012 et ses profits, Facebook est devenu comme Google et les autres GAFAs (Google, Apple, Facebook, Amazon), NATU (Netflix, Airbnb, Tesla, Uber), BATX (Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi) : une entreprise susceptible de racheter n'importe quelle entreprise pour s'en approprier la technologie, les compétences ou pour éradiquer la concurrence. De plus, ce genre de rachats peuvent représenter une fierté pour les entreprises rachetées. Facebook a d'ailleurs racheté plus de cinquante entreprises dont les plus connues et les plus stratégiques sont :

2012 : Instagram, 1 milliard de dollars. Ceci lui permettant ainsi d'intercepter la croissance du réseau social alternatif majeur à Facebook par l'image et d'intégrer la fonctionnalité "Story".

2014 : WhatsApp, 19 milliards de dollars. Ceci lui permettant ainsi d'intercepter le réseau social mondial majeur de type messagerie et appels instantanés.

Mieux comprendre pour développer une stratégie efficace

2014 : Oculus VR, 2 milliards de dollars. Ceci lui permettant ainsi de préparer l'avenir croissant de la réalité virtuelle (VR : *Virtual Reality*) et de créer par ailleurs un univers de jeu vidéo alternatif à l'univers Microsoft, Sony Playstation et Nintendo, capteurs d'attention par les plus jeunes hypothétiquement dépassés dans quelques années.

2020 : Giphy, 400 millions de dollars. Ceci lui permettant d'intercepter le besoin de communiquer par l'image dans les SMS, les commentaires ou la messagerie instantanée.

Source : https://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_des_acquisitions_de_Facebook

2. Un outil aux fonctionnalités enrichies associées à une paranoïa

Depuis ses débuts, Facebook ne cesse d'ajouter des fonctionnalités à son outil sur la base de ses créations personnelles, d'absorptions de la concurrence ou d'interception de phénomènes concurrents et croissants identifiés.

À chaque fois qu'un média social commence à émerger sur la toile, Facebook l'intègre dans son radar et si ce média s'avère présenter une croissance suffisante, Facebook le rachète. Si Facebook ne peut pas le racheter car les propriétaires du nouveau média refusent les quelques millions de dollars proposés, alors la fonctionnalité distinctive du nouveau média est ajoutée à Facebook.

À lui seul, il couvre quasiment 80 % des fonctionnalités proposées par tous les médias sociaux. Facebook souhaite même complètement dépasser cette simple notion de fonctionnalité en proposant des composants dont il est presque indispensable de se passer à l'ère de l'infobésité et du manque de confiance global associé aux contenus issus des médias sociaux.

3. Un outil aux fonctionnalités incontournables possibles grâce à sa position dominante

Facebook propose par exemple un centre d'information Covid pour rester informé sur le sujet, tout comme le centre d'information pour le climat pour rester informé sur les sujets écologiques. Globalement, l'idée est d'utiliser la popularité de Facebook pour permettre au monde d'être mieux informé de ce qui se passe dans le monde.

Dans la même idée et encore plus indispensable, Facebook propose une fonctionnalité "Hors de danger" : Facebook identifie géographiquement si chaque personne est exposée à un danger et si oui, elle lui demande de confirmer que tout va bien. Ensuite, sur l'espace "Hors de danger" chacun peut voir si, dans son réseau d'amis, chaque personne est saine et sauve.

Hors de danger attentat : permet de signaler à chacun de ses amis si l'on est sain et sauf en cas d'attentat.

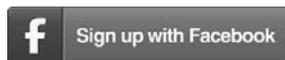
Hors de danger catastrophe naturelle : permet également de savoir en cas de tsunami, de tremblement de terre ou autre catastrophe naturelle, si chacun de ses amis est en sécurité.

4. Un outil qui se positionne même comme une clé d'authentification

Vous avez toujours rêvé d'un monde dans lequel vous n'auriez plus de problèmes de login et de mot de passe ? Un monde dans lequel avec un seul login et un seul mot de passe vous auriez accès à tous vos sites internet ? C'est le principe du SSO (*Single Sign On*, Authentification unique).

Là aussi, de par sa position dominante, Facebook propose une solution évidente dans l'intérêt général même si cela est bien évidemment en contrepartie d'une concession d'informations personnelles au profit de Facebook.

À l'aide de ce simple bouton présent sur un site, vous pouvez vous créer un compte et éviter le fastidieux processus de création de comptes sur un site demandant e-mail, mot de passe, vérification de l'adresse e-mail en cliquant sur le lien envoyé par e-mail, etc.



Ensuite, à l'aide de ce simple bouton, vous pourrez vous connecter à ce même site d'un simple clic.



5. Un outil qui concurrence également les plateformes de crowdfunding

Avec sa fonctionnalité **Collectes de fonds**, Facebook concurrence à sa manière les plateformes de dons comme change.org ou de crowdfunding comme [kisskissbankbank](http://kisskissbankbank.com).

6. Un outil qui permet la veille et le social bookmarking

Avec sa fonctionnalité **Enregistrer**, Facebook permet d'ajouter des publications dans ses favoris et de les consulter par la suite. Avec sa fonctionnalité d'abonnement, il permet de suivre des pages. Avec sa fonctionnalité de recherche, il permet de faire des recherches sur des publications.

Avec sa fonctionnalité **Favoris** vous pouvez suivre des listes de contenus.

7. Un outil qui permet également de créer un RSE (Réseau Social d'Entreprise)

Avec les **groupes Facebook**, vous pouvez créer votre micro-communauté de travail dédiée aux échanges internes à l'entreprise.

Avec **Facebook Workplace**, vous pouvez créer un véritable Facebook pour les entreprises.

C. Pourquoi faire un profil Facebook ?

Aujourd'hui, s'interroger sur l'intérêt d'un **profil** Facebook revient presque à s'interroger sur l'intérêt d'un smartphone : il n'est foncièrement pas indispensable (au sens où l'on peut largement survivre sans) mais ne pas en disposer représente une forme de fracture numérique notable.

En effet, voici les conséquences notables que l'on peut constater liées à l'absence d'utilisation de Facebook et des médias sociaux en général :

- ▶ Ne pas être au courant de ce qu'une personne de votre réseau ou du grand public a dit sur Facebook, la photo, la vidéo qu'elle a publiée.
- ▶ Ne pas être au courant de ce qui se dit à votre sujet ou au sujet de votre entreprise sur Facebook.
- ▶ Ne pas être au courant ou même avoir l'idée de ce qui s'est dit sur la page ou le groupe Facebook de son entreprise, de ses centres d'intérêts ou de ceux de sa communauté.
- ▶ Ne pas comprendre les concepts et ceux qu'ils sous-tendent, propres aux réseaux sociaux : likes, commentaires, partages, mp (messages privés), hashtag.
- ▶ Ne pas être au courant de l'anniversaire d'une personne ou d'un événement public alors que vos connaissances le sont.

Tout ceci étant dit, il convient quand même de dissocier celui qui n'a pas de compte Facebook et qui n'en n'a jamais eu, de celui qui en a un et qui ne l'utilise jamais. Celui qui ne l'utilise jamais car il l'a (temporairement) clôturé ou n'a pas le temps de l'utiliser a, a minima, la vision de ce qu'est l'outil et de ses enjeux et travers.

D. Pourquoi ne pas faire un profil Facebook ?

À l'inverse, il existe également de nombreuses raisons pouvant vous pousser à ne pas créer un compte Facebook. Voici une liste de quelques raisons unanimement partagées :

- ▶ Les interactions sociales étant très nombreuses et très disparates, elles sont particulièrement parasitantes dans les prises de décision. Prenons deux exemples :

Exemple 1 : vous avez jugé bon de griller un feu rouge en voiture (vous avez donc formellement tort) et vous vous êtes fait insulter par un cycliste se sentant alors en danger. Vous pourriez donc décider de sagement vous remettre en question mais au lieu de cela, vous allez publier sur les réseaux sociaux une histoire déformée du genre "Je me suis fait insulter par un cycliste se croyant tout permis". Sur cette publication, la majorité de vos amis vous soutiennent par leur commentaire sur Facebook. Et les quelques-uns qui tentent d'en savoir plus ou de donner une part de raison au cycliste se prennent des revers de majorité en commentaires agressifs. **La conclusion de cet exemple est que par le soutien massif que vous obtenez sur les réseaux sociaux face à une situation où vous avez franchement tort, vous pensez finalement que vous avez raison car le public que vous avez choisi vous donne raison.**

Exemple 2 : vous décidez de raconter la même histoire d'une autre manière, beaucoup plus sincère. Cette nouvelle version met en avant votre mise en danger, celle des autres, celle du cycliste et indirectement celle de vos proches à qui vous pourriez créer des difficultés en cas d'accident. Il en résulte que l'ensemble des commentaires ressemblent à "mais tu es fou", "as-tu pensé à tes enfants", "je me suis fait renverser par un automobiliste aussi dangereux que toi et j'en garderai des séquelles toute ma vie...". Il en résulte, que le besoin de compassion et d'empathie face à cette situation dans laquelle vous ne souhaitiez faire de mal à personne tourne à l'inverse à une sorte de déferlante de mise en garde, de sanctions, voire de haine. **La conclusion de cet exemple est que vous n'obtenez non seulement aucun soutien mais au contraire, une désillusion d'amitié bien évidemment chargée en déception.**

En définitive, Facebook risque de ne pas vous apporter le soutien de qualité dont chacun d'entre nous a besoin pour avancer de la meilleure manière. Facebook et les messages que vous y diffusez ne permettent pas véritablement de retranscrire l'état interne dans lequel vous vous trouvez et les clés pour vous aider à avancer. En un mot, Facebook est un mauvais ami et/ou un mauvais psychologue.

- ▶ Les personnes qui vous répondent ont globalement trop peu de temps disponible pour bien lire votre contenu et bien y répondre. Le temps effectif quotidien de chacun en France étant de trente cinq minutes, il est clair que chacun s'attend à voir un maximum d'informations pendant ces trente cinq minutes. Ainsi, votre anecdote du feu rouge sera lue en diagonale avec des raccourcis et cela donnera évidemment lieu à des réponses hors cadre, ne prenant pas en compte tous les éléments de détails que vous avez donnés d'une part. D'autre part, cela donnera également lieu à des propos écrits à la va-vite avec des éléments syntaxiques manquants ne permettant même pas de comprendre si la personne est pour ou contre, où même à qui elle s'adresse.