

Les cinq grands défis du réseau social

Par [Nicolas Rauline](#) | 04/02/2014

Pour grandir sans perdre son avance sur la concurrence, Facebook va devoir mener à bien plusieurs chantiers.

Fidélisation et engagement

C'est sans doute le principal défi qui attend [Facebook](#) dans les prochaines années, celui qui a eu raison des étoiles filantes MySpace ou Second-Life. Comment un service qui réussit à séduire plus d'un milliard de personnes tous les mois dans le monde peut-il éviter de lasser ? Comment résister à la montée d'acteurs alternatifs, dont la nouveauté est le principal attrait ? Les internautes sont volatils : comme ils ont été avides de Facebook lorsque leurs amis les y invitaient, ils n'hésitent plus aujourd'hui à passer du temps sur Snapchat, Line et autres WeChat. Les dernières initiatives de Facebook tentent de répondre à cette menace. Le réseau social mise sur Instagram, l'application de partage de photos payée au prix fort il y a deux ans (750 millions de dollars), pour renouveler l'intérêt des jeunes, qui sont plus à l'aise avec l'image. Il vient aussi de lancer Paper, une application d'agrégation d'actualités similaire à Flipboard, pour tenter de garder le contrôle du flux d'informations partagées tous les jours sur son réseau. Enfin, un récent changement d'algorithme a eu pour effet de mettre davantage en avant les liens partagés et les photos, au détriment des simples statuts, qui génèrent moins d'interaction. Objectif : augmenter la durée d'utilisation pour mieux valoriser la publicité.

L'internationalisation

Si Facebook a ouvert des bureaux partout dans le monde, la société reste très américaine. Le marché nord-américain représente encore la majorité des revenus du réseau social et Facebook monétise bien mieux un utilisateur américain qu'un utilisateur indien, voire même européen. Pour devenir une société réellement globale, il doit donc tisser des liens forts au niveau local avec des médias, des e-commerçants, l'industrie culturelle ou encore l'écosystème numérique. C'est ce qu'il a fait notamment en France dès son implantation en 2009. Mais il reste des marchés où Facebook est encore presque complètement absent. Outre la Chine, où il aura du mal à percer, à l'instar de Google, Facebook n'est pas parvenu à s'imposer sur le marché russe, où il est concurrencé par l'acteur local Vkontakte, ou dans certains pays émergents, où l'accès à Internet reste problématique. Mark Zuckerberg l'a bien compris : avec d'autres patrons du Net, il est à l'initiative d'un projet visant à augmenter le taux de connexion sur la planète. La société californienne subventionne aussi parfois auprès des opérateurs locaux l'accès à son service.

Les données privées

Le front des données personnelles s'est un peu calmé ces derniers temps, les garanties apportées par Facebook ayant visiblement convaincu, pour le moment, les autorités de régulation. Le

réseau social a aussi su donner des gages de bonne volonté, comme lorsqu'il a stoppé, récemment, le format des « sponsored stories », accusé d'être beaucoup trop intrusif et pour lequel la société risquait d'être condamnée à verser des dommages et intérêts très élevés... Mais l'affaire Snowden montre que la responsabilité des géants du Net est largement engagée et que les utilisateurs sont désormais très vigilants sur l'usage de leurs données. Facebook, comme les autres, n'est pas à l'abri d'un nouveau scandale.

Le management

Facebook a, pour l'instant, su éviter le « blues post-IPO ». Le top management (la numéro deux Sheryl Sandberg ou le directeur financier David Ebersman) a, il est vrai, été intéressé aux performances boursières de la société. Et le réseau social a pu éviter une saignée parmi ses cadres et la génération de millionnaires que son entrée sur le [Nasdaq](#) a générée. Mais certaines clauses arrivent bientôt à échéance et les développeurs sont, par définition, une population volatile, attirée par des structures plus légères. Même Google, il y a peu, n'a pu éviter le départ de certains de ses ingénieurs les plus talentueux. La réponse de Facebook : offrir un cadre de travail adapté. La société a été élue « meilleur endroit pour travailler aux Etats-Unis » en 2013 et figure dans le peloton de tête de ce classement réalisé par Glassdoor pour « Forbes » depuis plusieurs années. Elle propose notamment à ses salariés de la nourriture et un système de transports gratuits, une prime conséquente pour les jeunes parents ou encore une laverie.

Un écosystème à structurer

Si Facebook a agrégé autour de lui une galaxie de [start-up](#), son écosystème n'a pas encore atteint la taille de celui de Google ou Apple. Pour se hisser au niveau de ces géants, il devra peut-être explorer de nouveaux terrains, comme les navigateurs ou les systèmes d'exploitation.