

Pourquoi Facebook ne va

Meta, sa maison mère, n'est pas qu'un réseau social « de vieux ». Mais un groupe tentaculaire, aux reins solides. Et si Mark Zuckerberg ne sera sans doute plus le roi du pétrole dans ce monde-ci, il pourrait bien le devenir dans le métavers. Pionnier plutôt que « has been » ?

Fini, Facebook et Instagram en Europe ?

Meta envisage de quitter l'Europe si le groupe n'est plus autorisé à partager les données des utilisateurs européens avec les Etats-Unis. En 2020 déjà, les autorités irlandaises ont fait savoir à Facebook qu'il ne pouvait plus utiliser les clauses contractuelles standards pour se conformer aux règles de protection de la vie privée lors de l'envoi de données aux Etats-Unis. Selon la Cour de justice européenne, les données personnelles sont moins protégées aux Etats-Unis qu'en Europe. L'entreprise fait actuellement l'objet d'une enquête de la part du régulateur irlandais des données. Meta est donc toujours en attente d'une décision finale dans cette affaire. Cela pourrait arriver au cours du premier semestre de cette année. Dans ce contexte, l'entreprise américaine prévient désormais qu'à moins de trouver une bonne solution, « il est peu probable que nous soyons en mesure de proposer certains de nos produits et services clés, dont Facebook et Instagram, en Europe ». BELGA

PHILIPPE LALOUX

La nouvelle de ma mort a été très exagérée », rétorquait Mark Twain, en 1897, alors qu'un journal venait erronément de publier son avis nécrologique. Mark Zuckerberg pourrait sans rougir en faire la « punchline » d'un de ses t-shirts. Meta, ex-Facebook, dont il est le fondateur et patron, est loin, très loin, d'être à l'article de la mort comme certains le prédisent. Des claques boursières, aussi violentes que celle infligée mercredi après l'annonce des résultats jugés décevants, le géant de Memlo Park, en Californie, en a connu d'autres. Comme à chaque fois, il vacille. Mais se redresse aussi vite.

Mais, comme à chaque fois aussi, la question se repose avec plus d'acuité : Mark Zuckerberg maîtrise-t-il encore la bête ? Ce qui, en 2004, n'était qu'un « trombinoscope » de drague de campus semble avoir pris l'apparence d'un monstre incontrôlable, ancré dans la vie numérique d'un Terrien sur deux, si on additionne les utilisateurs de Facebook, Instagram et WhatsApp, les trois applications phares de Meta. Dépassé, Facebook ? Secoué, en tout cas. Le monstre souffre, face à ce qui apparaît comme la énième « croisée des chemins » de sa courte vie.

Une trésorerie blindée

Les chantiers pour requinquer la bête sont titanesques. Mais la première erreur serait de sous-estimer sa capacité à les mener. On parle ici du nerf de la guerre : la trésorerie. Et comme tout Gafam digne de ce nom, elle est stratosphérique. Les résultats sont en réalité bien moins catastrophiques que la réaction boursière le laisse penser. En 2021, l'entreprise a empoché 112 milliards de dollars, soit une hausse de 41 % par rapport aux douze mois précédents. Sa capitalisation boursière flirte avec les 1.000 milliards de dollars. Et avec plus de 29 milliards de bénéfices en 2020 encore, le matelas s'épaissit chaque année.

De quoi, par exemple, poursuivre sa politique de diversification, via des acquisitions. Depuis 2000, les Gafam ont acheté plus de 700 entreprises. Souvent, dans le but de neutraliser la

concurrence, comme l'avait fait Facebook en mettant la main sur WhatsApp (22 milliards de dollars) et sur Instagram (valorisée aujourd'hui à plus de 100 milliards mais acquise pour un petit milliard en 2012). Sa dernière grosse emplette date de novembre dernier, avec Within, développeur d'applications de fitness en réalité virtuelle.

Seconde erreur : penser que Facebook n'est qu'un réseau social. Pire, un réseau social de « vieux ». Ringard. En réalité, Meta est tentaculaire. Et est, sans doute, bien plus pionnière que « has been ». Ses outils sont par ailleurs devenus quasi systémiques. Du petit club de foot aux grandes entreprises, en passant par les universités ou l'épicerie du coin, les groupes Facebook, sa « marketplace » (shopping) ou ses messageries se sont incrustés solidement, et durablement, dans le quotidien. Dans le monde, quelque 100 millions d'entreprises (PME, commerces...) se sont installées sur sa plateforme pour y développer leurs activités. Seulement 10 % d'entre elles y achètent de la publicité, pour cibler leurs clients. Le potentiel commercial est donc énorme.

Facebook perd des amis

Tout n'est donc pas noir. De là à dire que tout est rose, il y a de la marge. Ne tournons pas autour du pot : si Meta a du potentiel, Facebook ne va pas bien. Ou en tout cas, pas mieux qu'avant. La plateforme traîne au moins trois grosses casseroles : un public vieillissant, un fil d'actualité à réinventer et un siphonnage massif de données personnelles de plus en plus problématique. Le tout avec une épée de Damoclès au-dessus de la tête : la menace d'un démantèlement sous l'effet de plusieurs procédures en justice aux Etats-Unis pour abus de position dominante.

Commençons par les utilisateurs. Facebook perd des « amis ». En trois mois, ils sont passés de 2,990 milliards à 2,989 milliards. Mais là n'est peut-être pas le souci. En réalité, après 18 ans de croissance folle ininterrompue, le plafond était inévitable, voire mathématique. Difficile de compter plus d'utilisateurs qu'il n'y a de Ter-



Mark Zuckerberg maîtrise-t-il encore la bête ? © REUTERS.

riens connectés au web, en fin de compte. Le souci est ailleurs : Facebook serait truffé de parents « boomers ». En réalité, dans les faits, seuls 36 % des utilisateurs, en 2021, ont plus de 35 ans. Mais les jeunes, leurs enfants, le désertent. Ou l'ignorent. La bonne nouvelle, c'est qu'une grande partie d'entre eux s'est réfugiée sur... Instagram. Ils restent donc dans l'écosystème. Pour autant, du moins, que Meta ne soit pas démantelé. Et que les récentes révélations de la lanceuse d'alerte Frances Haugen sur la « toxicité » d'Instagram sur les ados ne lui soient pas fatales.

La mauvaise nouvelle, c'est que des

masses de (très) jeunes mettent aussi le cap sur TikTok. Mais, nuance : souvent sans même passer par la case Facebook. Si le réseau social venu de Chine a vu sa part de visiteurs bondir de 45 % en un an, pour passer la barre symbolique du milliard, 42 % d'entre eux ont entre... 13 et 17 ans. Ils n'étaient pas nés quand Facebook a vu le jour. Séduire une clientèle qui n'a jamais vécu dans un monde sans Facebook sera certainement le prochain défi pour le réseau social californien.

Fil d'actualité à réinventer

Pour y arriver, Facebook a sa recette : copier-coller les formats de ses concur-

Coup d'envoi du « coaching » pour les victimes du

LOUIS COLART

Une cinquantaine de victimes sont déjà accompagnées depuis début janvier. Le fédéral a débloqué 300.000 euros annuels pour ce projet, unique en Europe.

C'est un programme unique en Europe. Depuis début janvier, des victimes de terrorisme peuvent recevoir l'aide d'un *coach* - dites plutôt « coordinateur », d'après les organisateurs - pour naviguer dans les méandres administratifs belges, accéder aux informations et aux droits qui leur sont dus, comprendre les questions d'assurances, de pensions, d'héritages, de procédures judiciaires ou tout simplement recevoir une écoute humaine.

« Le coordinateur va analyser toutes les problématiques rencontrées par la victime et va approcher les structures existantes pour l'aider. Il ne fournit pas une aide psychologique, mais si besoin il pourra l'orienter vers les bonnes personnes. Le coordinateur ne prend pas non plus les décisions à la place de la personne, mais il va lui présenter les options qui s'offrent à elle dans un langage compréhensible », explique Philippe Vansteenkiste, le directeur de l'AISBL



Philippe Vansteenkiste, directeur de V-Europe, fera un premier bilan du projet en mars. © LCO.

V-Europe, l'association qui gère ce projet.

Au cours des derniers mois, V-Europe a recruté trois coordinateurs et les a formés. « Ils ont reçu une formation intensive et de très grande qualité de six semaines, proposée par un expert israélien avec une expérience de plus de vingt ans », poursuit le directeur. Depuis le début d'année, plus d'une cinquantaine de personnes ont déjà été approchées par les « coaches ».

Ce coaching ne s'adresse pas qu'aux 300 membres de V-Europe, il « s'adresse à toutes les victimes de terrorisme reconnues, qu'elles soient membres ou non d'une association de défense des victimes et quelle que soit cette association », précise Aristide Melissas, administrateur de V-Europe. « Ce projet ne remplace pas les institutions et services existants, il les complète. On espère qu'avec cette aide et cette écoute humaine, les victimes pourront se décharger les épaules et ainsi se concentrer uniquement sur leur recons-

truction. Ce qui est souvent difficile dans le parcours de victime de la terreur, c'est d'expliquer et de réexpliquer son parcours et son drame. Certains y arrivent, d'autres pas », rapporte Aristide Melissas, lui-même victime de l'attentat de Manhattan en 2017.

« Jamais trop tard »

« Ce projet ne s'adresse pas à tout le monde. Certains ne seront tout simplement pas intéressés. Mais même plus de cinq ans après les attentats de Bruxelles notamment, il n'est jamais trop tard. Après seulement un mois après le coup d'envoi, on voit déjà que cet accompagnement était nécessaire », constate Philippe Vansteenkiste.

Pour animer ce projet, le fédéral a débloqué une enveloppe annuelle de 300.000 euros. « Les histoires des victimes du terrorisme avec qui j'ai parlé nous touchent au plus profond. Après les attentats, il y avait aussi une épreuve supplémentaire qu'ils devaient traverser. Il ne s'agit pas seulement d'obtenir