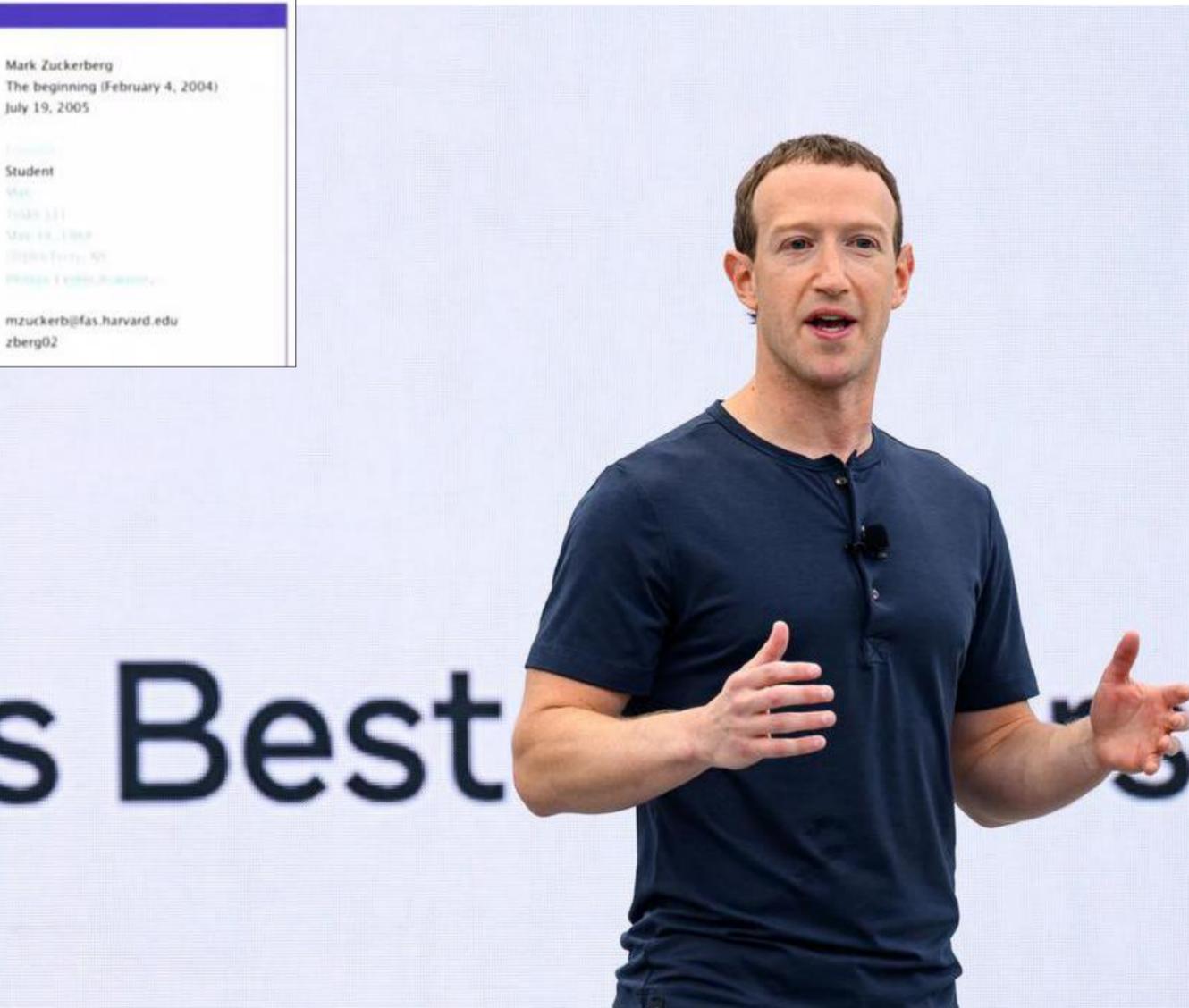




Le 4 février 2004, Mark Zuckerberg créait Thefacebook.

© CAPTURE D'ÉCRAN.



Si le « Zuck » était un des piliers de la troisième révolution (celle des nouvelles technologies de l'information et de la communication), il a d'ores et déjà pris pied dans la quatrième, celle de l'intelligence artificielle et des « métavers ».

© JOSH EDELSON/AFP.

ment une société britannique de « microprofilage », Cambridge Analytica, a pu exploiter les données privées de 87 millions d'utilisateurs de Facebook pour influencer la présidentielle de 2016. Le hic : ces données avaient été siphonnées sans consentement. Volées, donc. Au cœur de ce dispositif de persuasion massive : l'*alt-right*, la droite de la droite américaine. Parmi elle : Steve Bannon, l'ancien directeur de campagne de Donald Trump, mais aussi l'ex-vice-président de Cambridge Analytica, dont les bureaux jouxtaient, en 2016, le QG de campagne du milliardaire.

Une autre affaire fait trembler tout autant Facebook que la Maison-Blanche. Nourri bille en tête par le procureur spécial Robert Mueller, le dossier concerne cette fois l'ingérence russe dans la campagne présidentielle. Des agences, dont l'Internet Research Agency dirigée par Evgeni Prigojine, un oligarque proche de Poutine, ont inondé le réseau social (et d'autres comme Twitter ou YouTube) de *fake news*. Entre autres sujets sensibles comme l'immigration, les conflits raciaux ou les armes à feu, le *pizzagate*, prétendu réseau pédophile entretenu par l'entourage d'Hilary Clinton, finit de profiler une rampe de lancement inespérée pour Donald Trump.

En dépit de quelques sparadraps sur ses algorithmes et une foule de promesses d'autorégulation, le monde découvre alors toute la puissance de ces plateformes capables de changer le cours de l'histoire (le Brexit, l'élection de Bolsonaro...). Mais incapables, comme ce fut le cas durant la pandémie, de filtrer les discours de haine, complottistes ou de désinformation. Si rien de tout cela n'a fait fuir les investisseurs, en revanche, l'étau se resserre en matière de régulation. La fin des pratiques monopolistiques et du microprofilage des utilisateurs est devenue le trophée de chasse le plus prisé par la justice américaine et la Commission européenne. En clair, le cœur du réacteur des Gafam, le modèle gratuit basé sur l'exploitation des données privées, arrive inéluctablement en fin cycle. Déjà, après vingt ans.

Peut-on virer Zuckerberg ?

Si, d'aventure, le conseil d'administration de Meta décidait de se séparer de Mark Zuckerberg, il n'y arriverait pas. A moins que Zuckerberg lui-même ne décide d'abdiquer, comme Bill Gates l'avait fait en 2000 pour sauver Microsoft. En cause : un système complexe d'actions à deux vitesses, de type A ou de type B, selon le nombre de droits de vote. Une astuce qui permet au fondateur de la plateforme de s'adjuger 60 % des droits de vote. Il en faut 50 pour destituer un membre du CA. « Une dictature », dénoncent certains actionnaires, qui verraient bien la numéro 2, Sheryl Sandberg, la « vraie patronne » (celle qui fait du cash), prendre le relais. P.H.L.

plus de 100 milliards mais acquis pour un petit milliard en 2012. Les affaires tournent.

Sa plateforme se met à claudiquer

Personnalité *Time* de l'année en 2010, le Zuckerberg des débuts séduit. En 2017, selon le classement annuel établi par le site Glassdoor, l'entreprise la plus *cool* pour les cadres américains s'appelait Facebook. Et pourtant, en 2019, elle dégringole à la 23^e place. Le désamour du consommateur amorçait même, disait-on, un *techlash* (retour de bâton). Pour allumer la mèche : des Etats, bien décidés à taxer, réguler, contrôler. voire démanteler ces oligarchies numériques, devenues les championnes de l'optimi-

sation fiscale et du lobbying. La menace, dénonce-t-on à Bruxelles et à Washington, devient même existentielle pour la démocratie.

C'est qu'entre-temps, donc entre 2017 et 2019, il y a eu cet *annus horribilis*. Au départ, pourtant, on y croyait. Comme chaque année, le fondateur de Facebook y avait été de sa petite résolution, publiée sur sa page. Jadis, il avait ainsi promis de « visiter chaque Etat des Etats-Unis », « de courir 365 miles », « de lire 25 livres » ou « d'apprendre le mandarin ». Autant de promesses tenues. Mais le 4 janvier 2018, le ton change : « Je veux réparer Facebook », jure-t-il. Rien que ça.

Car sa plateforme claudique. Cette

fois, la bouille de l'éternel étudiant prodige, vissée dans un t-shirt bien repassé, ne suffit plus. Il faut changer de registre. Ce que le fondateur de Facebook ne fait pas. Ou mal. On lui reproche de déchirer le tissu social, son incapacité à endiguer les discours de haine, son rôle ambigu au service de la propagande des Etats, son pouvoir d'influence sur l'opinion et sur le cours de l'histoire. Zuckerberg maîtrise-t-il encore la bête ? Lui va se contenter de *mea culpa* mous. Il ne réalise pas que la Terre tremble. Et que son empire est en train de se fissurer.

Les bugs, pourtant, sont majeurs. Loin du larcin de photos d'étudiants de Harvard. Une enquête conjointe du *New York Times* et du *Guardian* révèle com-

le futur Ringard, Zuckerberg ? Gare au coup d'après...

PH.L.

Résolument disrupteur en 2004, Facebook est aujourd'hui une entreprise bien établie de la Silicon Valley. Le réseau social, dit-on, se ringardise, aussi. Pour autant, la nouvelle de sa mort a souvent été très exagérée. Trois chiffres pour la nuancer : trois milliards d'utilisateurs mensuels actifs (un record) ; 60 % de moins de 35 ans ; et une création de compte toutes les six secondes dans le monde. Meta, par ailleurs, est tentaculaire : Facebook, Messenger, WhatsApp et Instagram ont dominé l'univers mobile avec les quatre applications les plus téléchargées de la décennie 2010-2019.

Bref, il règne encore en maître. Mais pas à l'abri malgré tout. La plateforme traîne au moins quatre casseroles : un fil d'actualité à réinventer ; un siphonnage massif de données personnelles de plus en plus problématique ; la menace d'un démantèlement, sous l'effet de plusieurs procédures en justice aux Etats-Unis pour abus de position dominante ; et, quoi qu'on en dise, un public vieillissant. Séduire une clientèle qui n'a jamais vécu dans un monde sans Facebook sera certainement le prochain défi pour le réseau social. Les chantiers pour requinquer

la bête sont titanesques. La première erreur serait de sous-estimer sa capacité à les mener. On parle ici du nerf de la guerre : la trésorerie (Meta trône toujours sur une montagne de cash). Et de l'incontestable faculté de Mark Zuckerberg à imaginer le coup d'après.

Chez Meta, l'intelligence artificielle (Llama) devrait d'ici la fin de l'année, a annoncé l'entreprise le 19 janvier, compter sur une des plus importantes infrastructures de l'industrie de la tech

En 2021, le groupe avait surpris tout le monde en annonçant son changement de nom (Meta). Et de cap. Si Elon Musk a réglé son GPS sur Mars, Jeff Bezos, vers une « planète B » logée dans des villes orbitales, l'avenir d'internet et de l'humanité, selon le fondateur de Facebook, se profile dans cet univers parallèle dont il s'est lui-même autoproclamé architecte en chef : le « métavers ». Issu du grec *meta* (au-delà) et de la contraction du mot anglais *universe*, ce néologisme en dit long sur sa vision du futur, soit un

monde dans lequel les lois physiques du temps, de l'espace et de la gravité ne comptent plus. Et où, surtout, tout deviendrait possible : échanger, jouer, se divertir, travailler, apprendre, acheter, investir... Le tout, sans quitter son fauteuil grâce, par exemple, aux casques de réalité virtuelle Oculus dans lesquels Facebook a investi des millions de dollars en 2014.

Le potentiel de monétisation n'est pas mince. Les milliards d'avatars qui y évolueront devraient gagner et dépenser des cryptomonnaies, acheter des vêtements, des œuvres d'art numériques uniques, des jeux, des objets... Bref, faire tourner une économie qui n'a rien de virtuel, loin des oukases de Washington et de Bruxelles en matière de concurrence, de protection des données et de liberté d'expression.

Après y avoir laissé une partie de sa fortune personnelle, le métavers ne semble plus, aujourd'hui, que convaincre Mark Zuckerberg lui-même. Loin d'être enterré, le projet s'est fatalement fait éclipsé par un autre objectif urgent : l'intelligence artificielle. Chez Meta, elle s'appelle Llama. Et devrait d'ici la fin de l'année, a annoncé l'entreprise le 19 janvier, compter sur une des plus importantes infrastructures de l'industrie de la

tech. Ce qui équivaut à plusieurs milliards de dollars de dépenses. « Notre vision à long terme est de construire une intelligence générale, de l'ouvrir de manière responsable et de la rendre largement disponible pour que tout le monde puisse en profiter », a lancé Zuckerberg. Le coup d'après, le voilà.

Les réseaux sociaux les plus populaires dans le monde en 2024

Classement	Réseau social	Entreprise	Pays	Création	Utilisateurs actifs mensuels
1	Facebook	Meta	Etats-Unis	2004	3 milliards
2	YouTube	Alphabet	Etats-Unis	2005	2,6 milliards
3	WhatsApp	Meta	Etats-Unis	2009	2 milliards
4	Instagram	Meta	Etats-Unis	2010	2 milliards
5	TikTok	Bytedance	Chine	2016	1,7 milliard
6	WeChat	Tencent	Chine	2011	1,3 milliard
7	Messenger	Meta	Etats-Unis	2011	1,3 milliard
8	Snapchat	Snap	Etats-Unis	2011	750 millions
9	Douyin	Bytedance	Chine	2016	730 millions
10	Telegram	Telegram	Emirats Ar. Unis	2013	700 millions
...					
13	X (Twitter)	X Corp	Etats-Unis	2006	560 millions
...					
18	LinkedIn	Microsoft	Etats-Unis	2003	900 millions