

SNT 04.2



FACEBOOK

Evolution du logo entre 2013 et novembre 2019

Facebook est un réseau social en ligne qui permet à ses utilisateurs de publier des images, des photos, des vidéos, des fichiers, d'échanger des messages, suivre la vie de ses « amis », joindre et créer des groupes et d'utiliser une variété d'applications.

**Facebook** possède Messenger, WhatsApp et Instagram.

Facebook a acquis de nombreuses entreprises depuis sa création (si ce sujet vous intéresse, voir [ce lien](#)).

Comment fonctionne Facebook, comment l'utiliser, quelles sont les fonctionnalités ? Facebook est un réseau social mais c'est surtout désormais une suite complète de services et d'applications mobiles.

→ si ce sujet vous intéresse : <https://www.webmarketing-conseil.fr/facebook/>

Facebook a été fondé par Mark Zuckerberg, avec d'autres étudiants et colocataires de l'Université Harvard – Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz et Chris Hughes, le 4 février 2004.



FACEBOOK 

FACEBOOK 

FACEBOOK 

FACEBOOK 

FACEBOOK 

**The Social Network (2010, 1h56)**

Film à voir ! Voir [sur mon site](#)



Film américain réalisé par David Fincher (*Alien*, *Seven*, *The Game*, *Fight Club*, *Panic Room*, etc.).

Disponible sur Netflix.

Le film revient sur la création du réseau social *Facebook* par Mark Zuckerberg et ses relations avec ses camarades de l'université Harvard.

**Attention** : ce film est très plaisant, mais il est rempli d'imprécisions et même de faux éléments.

Mark Zuckerberg : « Ils ont juste inventé tout un tas de trucs que j'ai trouvés blessants. La réalité, c'est qu'écrire des codes et construire un produit n'est pas assez glamour pour en faire un film. Il a donc fallu embellir et maquiller un bon nombre d'éléments. »

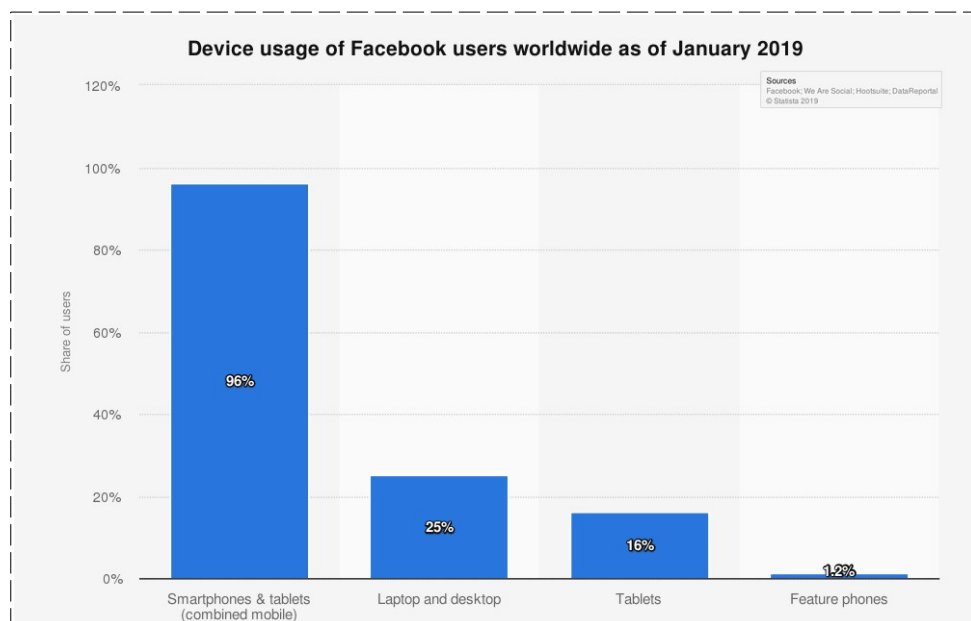
## UNE APPLICATION MOBILE TRÈS UTILISÉE

Établir un classement des applications les plus utilisées est difficile : il s'agit de compter les utilisateurs actifs (= utilisateur inscrit actif au moins une fois par mois sur le site ou l'application mobile et non pas seulement "membre" ou "utilisateur inscrit"). Pour cela, il y a les statistiques officielles délivrées par les propriétaires, mais sont-elles fiables ? A priori oui lorsqu'elles sont dans les communiqués financiers et/ou boursiers. Sinon, il faut faire confiance aux communiqués officiels divulgués par les propriétaires (avec le risque qu'ils surévaluent leur nombre d'utilisateurs réel). Enfin, si ces informations n'existent pas, les évaluations viennent de sondages.

En 2017, les apps de Facebook semblaient dominer :



La quasi-totalité des utilisateurs va sur Facebook via l'application mobile. Mais 1 utilisateur sur 4 consulte également le site web sur ordinateur :

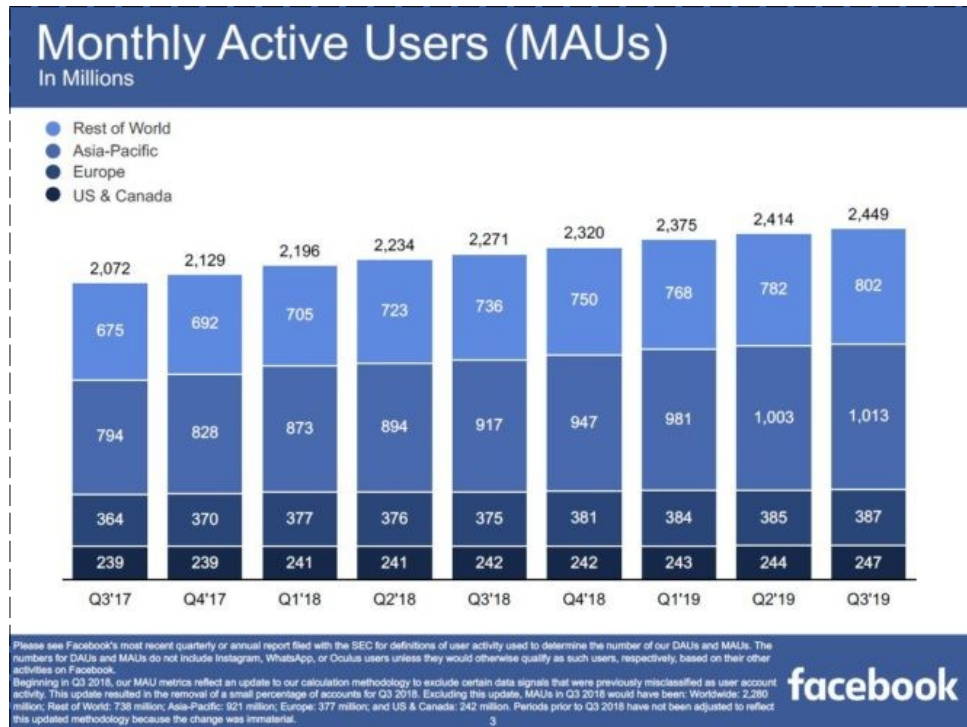


## LE PREMIER RÉSEAU SOCIAL AU MONDE

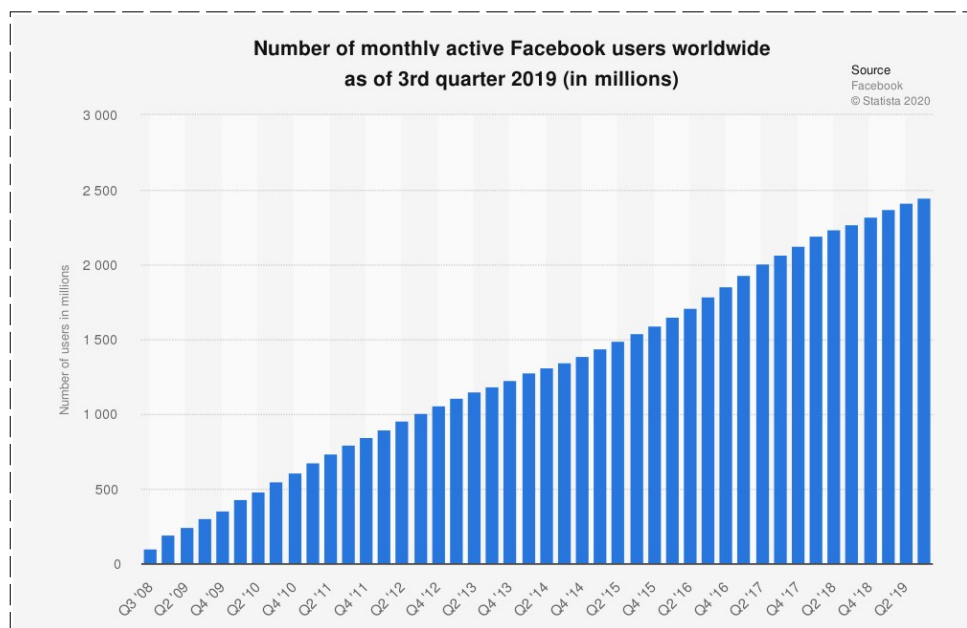
Facebook, le réseau fondé en 2004 par Marc Zuckerberg, est **le premier réseau social au monde**.

Utilisateurs actifs mensuels (MAU) au troisième trimestre (Q3) 2019 :

- total : **2,45 milliards**
- en Europe : 387 millions (dont **35 millions en France**)
- en Amérique du Nord : 247 millions
- en Asie : 1,013 milliard
- dans le reste du monde : 802 millions



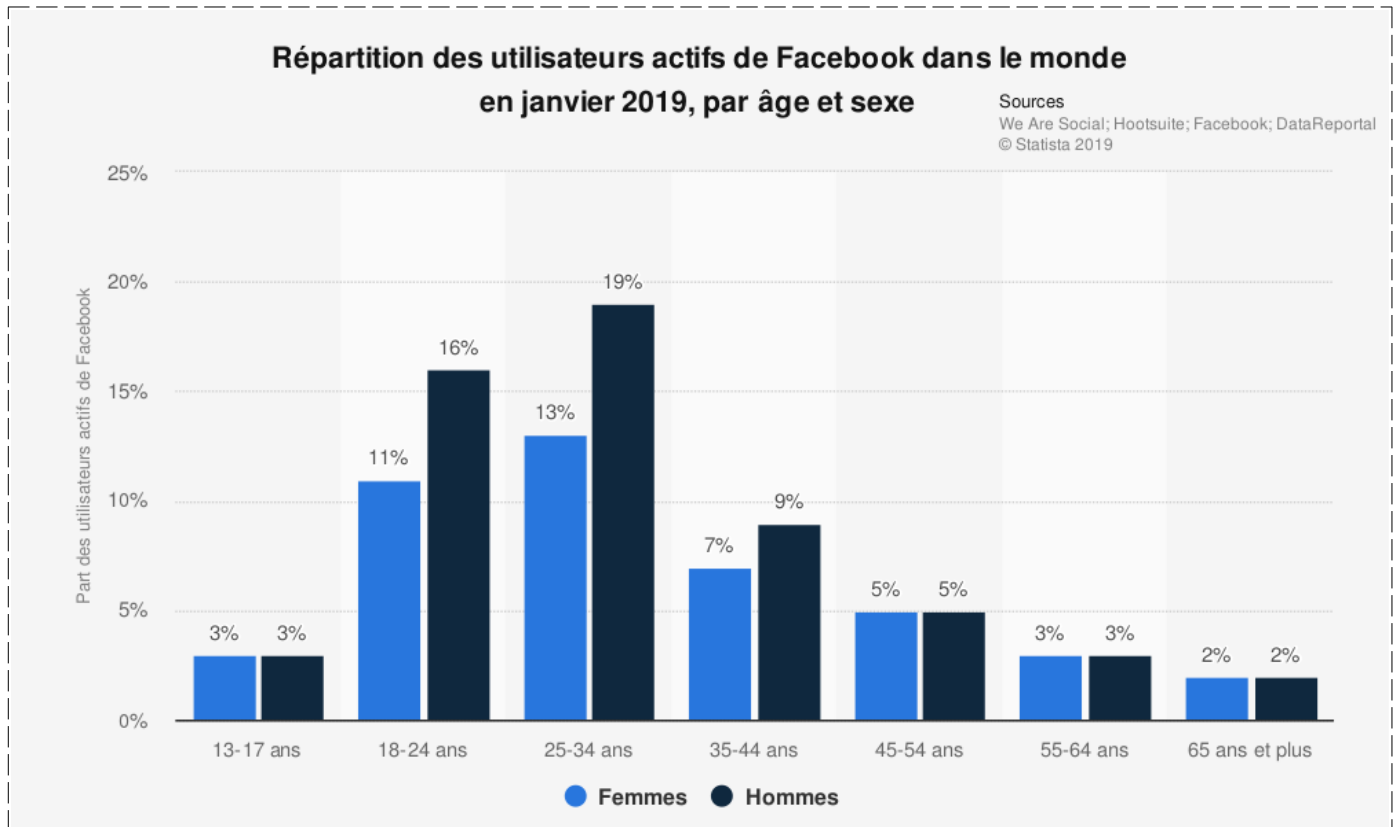
Evolution :



Source : [Facebook](#)

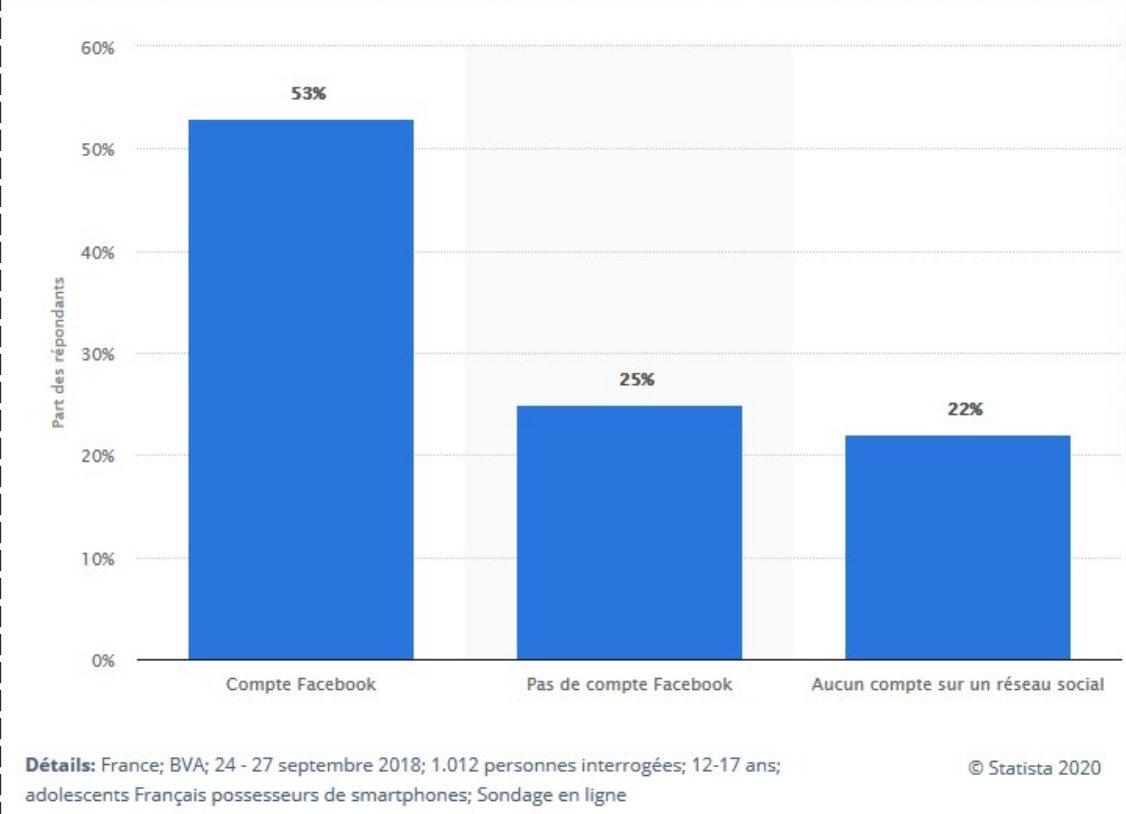
## CATÉGORIES D'ÂGE

D'après un sondage réalisé en janvier 2019 par Facebook et DataReportal :

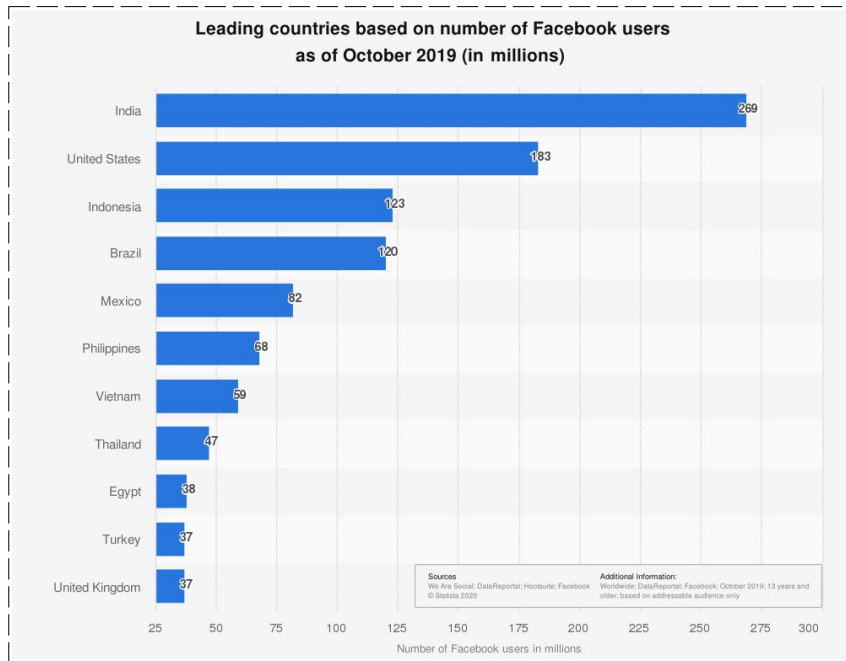


À retenir : environ 1 utilisateur sur 3 a entre 25 et 34 ans  
environ 3 utilisateurs sur 4 ont entre 18 et 44 ans  
un peu plus d'hommes que de femmes

## Part d'adolescents français utilisant Facebook en 2018



## PAR PAYS

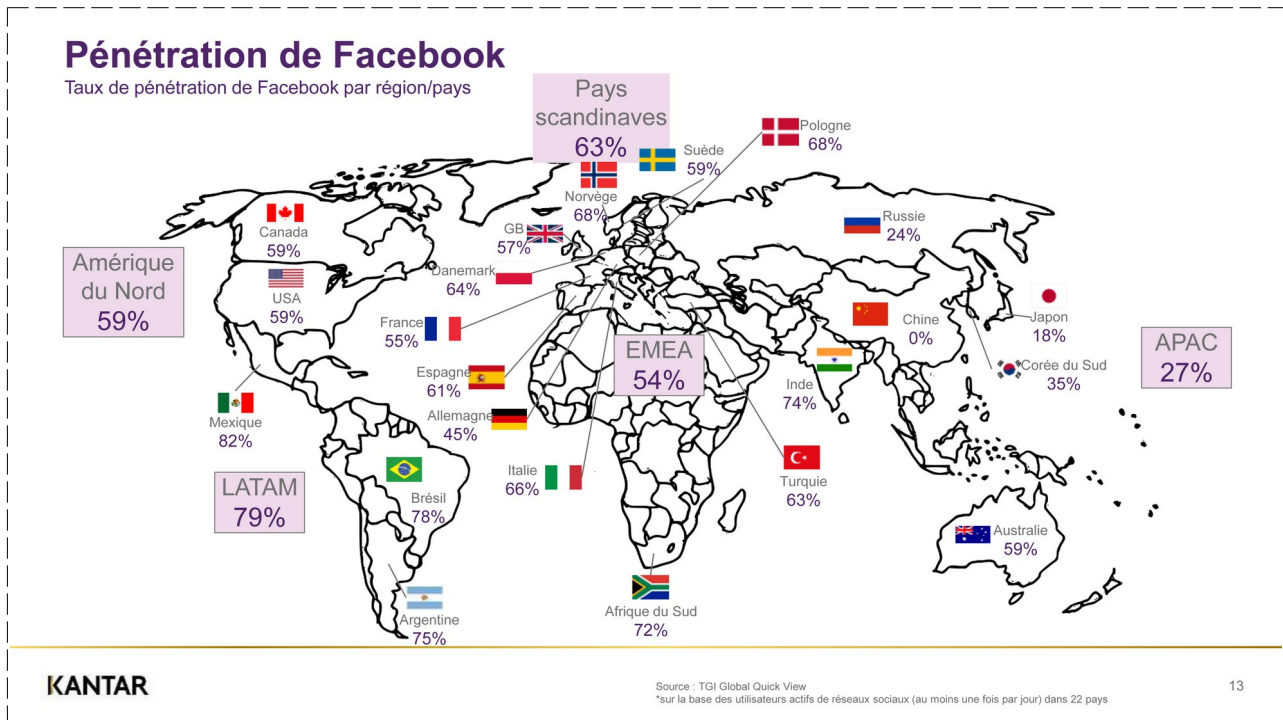


Source : [DataReportal/Facebook](#)

En juin 2019, plus de 60 000 internautes (de 16 ans et plus\*, dont 4 000 en France) de 22 pays différents (les plus grands marchés au monde) ont répondu à [l'enquête de la société Kantar](#).

On peut y lire par exemple que **48 % des personnes interrogées déclarent utiliser Facebook !**

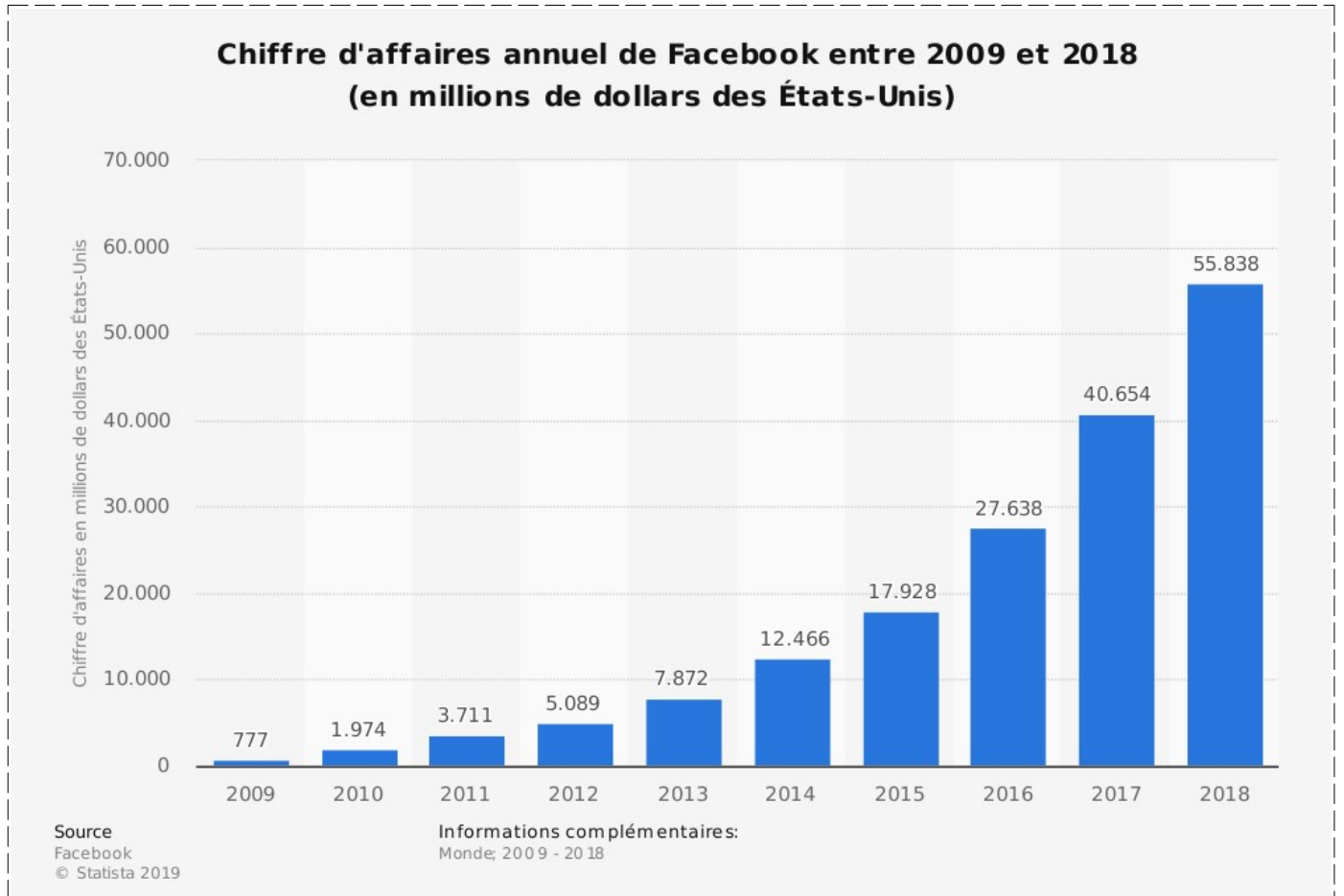
Analysez l'extrait suivant :



## RÉSULTATS FINANCIERS

En 2018 :  
- chiffre d'affaires annuel : 55,8 milliards de dollars  
- bénéfice annuel : 22 milliards de dollars

Au Q3 2019 :  
- chiffre d'affaires trimestriel : 17,652 milliards de dollars  
- bénéfice : 6,091 milliards de dollars



Source : [Statista](#)

En 2018, le chiffre d'affaires **attribuable à la publicité** du réseau social représentait près de plus de 55 milliards de dollars alors que les autres sources de revenu de Facebook accumulaient environ 830 millions la même année.

# L'ALGORITHME DE FACEBOOK

L'algorithme de Facebook (*News Feed Ranking Algorithm*) filtre et classe les publications devant être diffusées sur le fil d'actualité d'un utilisateur. Entre 1 à 10 % de vos abonnés – rarement plus – reçoivent vos publications sur Facebook. Le reste de vos abonnés n'est même pas exposé à vos posts, car Facebook détermine qui potentiellement est intéressé par ce que vous avez à dire.

On peut simplifier le News Feed Algorithm en cinq critères de base :

## 1. La performance de la publication

Le taux d'engagement et le nombre d'interactions (j'aime, commentaires, clics, partages, temps passé sur le contenu...) que reçoit votre post aux différents moments de sa vie impacte la part d'abonnés qui recevront effectivement la publication dans leur fil d'actualité. Ainsi, une page habituée aux posts de mauvaise qualité n'est pas condamnée à ne jamais avoir de visibilité.

## 2. Le type de contenus

Certains contenus ont de base plus de poids dans l'algorithme et seront poussés auprès d'une plus grande partie des « amis ».

## 3. La proximité entre l'utilisateur et la page

Si un utilisateur aime, commente, partage régulièrement les publications d'une page, son score d'affinité impactera positivement la probabilité qu'il voit à nouveau vos publications.

## 4. L'historique de la page

Les performances de vos publications passées ont un impact sur la portée des posts suivants.

## 5. Le temps

Une publication ancienne n'aura pas la même diffusion qu'une publication diffusée il y a quelques minutes.

Il s'agit cependant d'une vision simplifiée de l'algorithme puisqu'il utilise désormais des centaines de milliers de critères calculés en temps réel pour déterminer l'importance à donner à telle ou telle publication par rapport à une autre, et ce pour l'ensemble des utilisateurs de Facebook.



©Agence Tiz

Conseils pour tirer parti de l'algorithme de Facebook :

- créer des publications afin de générer des commentaires : ce sont les commentaires (et les partages) qui influencent le plus l'algorithme de Facebook ;
- ne pas demander pas directement à aimer, commenter ou partager ; il faut susciter l'engagement indirectement ;
- privilégier la qualité à la quantité : trop de posts sans engagement et l'algorithme de Facebook diminuera la visibilité de vos prochaines publications ;
- limiter les liens vers des sites externes à Facebook ;
- utiliser les vidéos en direct quand c'est possible.

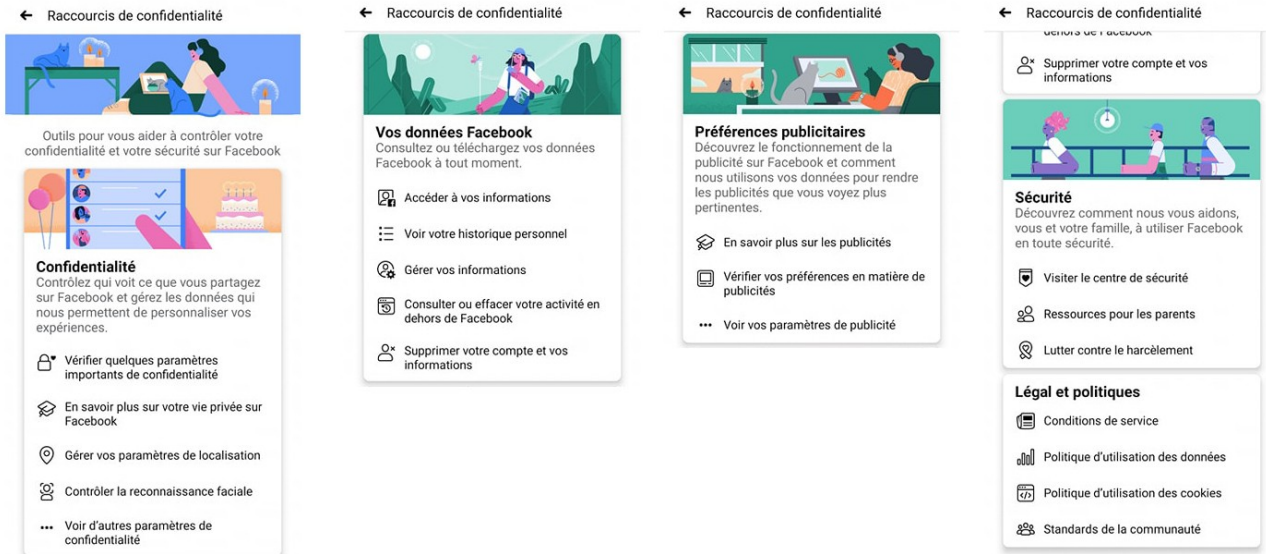
# CGU, DONNÉES PERSONNELLES

[CGU](#)

[Politique d'utilisation des données](#)

[Politique d'utilisation des cookies](#)

Si vous avez un compte Facebook, allez fouiller dans les paramètres afin de voir les réglages possibles :



Fin 2019, Facebook a décidé de faire un pas vers plus de transparence en laissant les utilisateurs consulter l'historique de leurs données collectées en dehors du réseau social et leur permettant de les supprimer. Ces données étaient jusqu'à présent utilisées pour personnaliser encore davantage les annonces de la régie publicitaire du groupe. Mais la décision de Facebook ne règle néanmoins pas totalement le problème de la collecte de données via des sites tiers : on sait ainsi, par exemple, que [le réseau social collecte des données y compris sur les utilisateurs qui n'ont pas de compte sur le réseau social](#).

Source : [phonandroid.com](https://phonandroid.com)

Vidéo conseillée (≈ 35 min) : [Comment Facebook contrôle nos vies](#)

Pour d'autres chiffres : <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-facebook/>