

Facebook : un milliard d'utilisateurs, mais comment en tirer profit ?



Un milliard d'utilisateurs, 4 000 employés, 600 millions d'utilisateurs sur mobile... Les chiffres hyperboliques de Facebook sont uniques, mais ils ne signifient pas forcément que le roi des réseaux sociaux passera le siècle, voire même la décennie...

Les chiffres sont vertigineux : 219 milliards de photos postées, 140,3 milliards de liens "d'amitiés" et le bouton "Like" ("J'aime") utilisé plus de 1 130 milliards de fois. Enfin, 600 millions de personnes se connectent via mobile (tablettes et smartphones).

Jeudi dernier, Facebook a franchi un nouveau record : le réseau social a en effet passé la barre du milliard d'utilisateurs actifs. "Ce matin, il y a plus d'un milliard de gens utilisant Facebook activement chaque mois", a indiqué son PDG Mark Zuckerberg dans un communiqué. Si la barre du milliard d'utilisateurs est symbolique, le réseau social, qui a fait ses débuts en 2004, a connu une irrésistible extension. En août 2008, Facebook comptait ainsi 100 millions d'utilisateurs.

Mais derrière cette incroyable ascension, on sent bien, aux différents commentaires boursiers et des experts tech', que la magie Facebook est passée du côté un peu obscur de la force du Web 2.0. Les géants ont toujours un talon d'Achille. Depuis que le milliard d'utilisateurs a été franchi ([chiffre d'ailleurs mis en doute par Numérama](#)), différents scénarios ont été avancés sur le futur du "monstre Facebook" dans les cercles tech'.

Les utilisateurs de Facebook sont destinés à consulter leur page sur leur téléphone mobile, et c'est justement le point faible de Facebook, particulièrement dans les pays en développement où le mobile est ou deviendra bientôt la première porte d'accès à Internet. Certains fabricants de téléphones proposent désormais, par exemple en Afrique, des mobiles permettant d'accéder à Facebook sans augmentation du forfait. Appelés les "Feature phones", ils ne sont cependant pas le plus sûr moyen de fidéliser le prochain milliard d'utilisateurs sur le petit écran des mobiles.

Autre danger : la frange la plus jeune des "facebookeurs" commence à se laisser convaincre par Twitter. Et Twitter, de son côté, a entamé de grandes manœuvres pour garder les visiteurs sur sa page, au lieu de leur proposer des liens vers un ailleurs non rentable. [Une nouvelle stratégie](#) - destinée à rendre la page plus personnelle et *latime line* plus attractive grâce aux photos des utilisateurs et à une grande opération séduction vers les marques - signale les fondations d'un réseau en jardin clos, pour enfin engranger des profits.

On peut peser un milliard d'utilisateurs et faire face à des territoires interdits, qui ne cèdent absolument pas à l'attraction Facebook. Par exemple, le réseau Vkontakte, aux cent millions d'utilisateurs affichés, qui recouvre jalousement la Russie et nombre d'anciennes républiques d'URSS. En Chine, Renren et Weibo comptent respectivement 30 et 300 millions d'utilisateurs, très captifs eux aussi.

Dans la rubrique Tech du [quotidien The Guardian](#), l'anniversaire du milliard d'utilisateurs a été salué tièdement car, pour les analystes, "Facebook éprouve des difficultés à faire de l'argent en dehors des Etats-Unis. Le revenu moyen par utilisateur est le plus élevé, environ quatorze dollars, aux Etats-Unis, contre trois dollars dans le reste du monde. La première source de revenus de Facebook est

la publicité et les paiements pour des fonctionnalités telles que les jeux vidéo. Au moment de son introduction en Bourse, la compagnie produisant le jeu Farmville Zynga, générait environ 12% de ses revenus. Mais les analystes ont signalé que sa croissance (de Facebook) ralentissait".