

# FACEBOOK :

**CONTEXTE :** Facebook affiche une bonne santé financière. Néanmoins, divers menaces pèsent sur le géant californien qui serait sur le déclin.

Dès lors, empire menacé ou tempête dans un verre d'eau ?

GENEVA INTELLIGENCE  
STRATEGIC INFORMATION

## L'Empire Facebook



4 des réseaux sociaux/applications les plus populaires appartiennent à Facebook en 2019.

L'entreprise développe une politique agressive d'acquisition en ayant racheté plus de **60** entreprises depuis sa création.

## Facebook en 3 chiffres



**2004**

Fondation par Marck Zuckerberg.



**2,7**

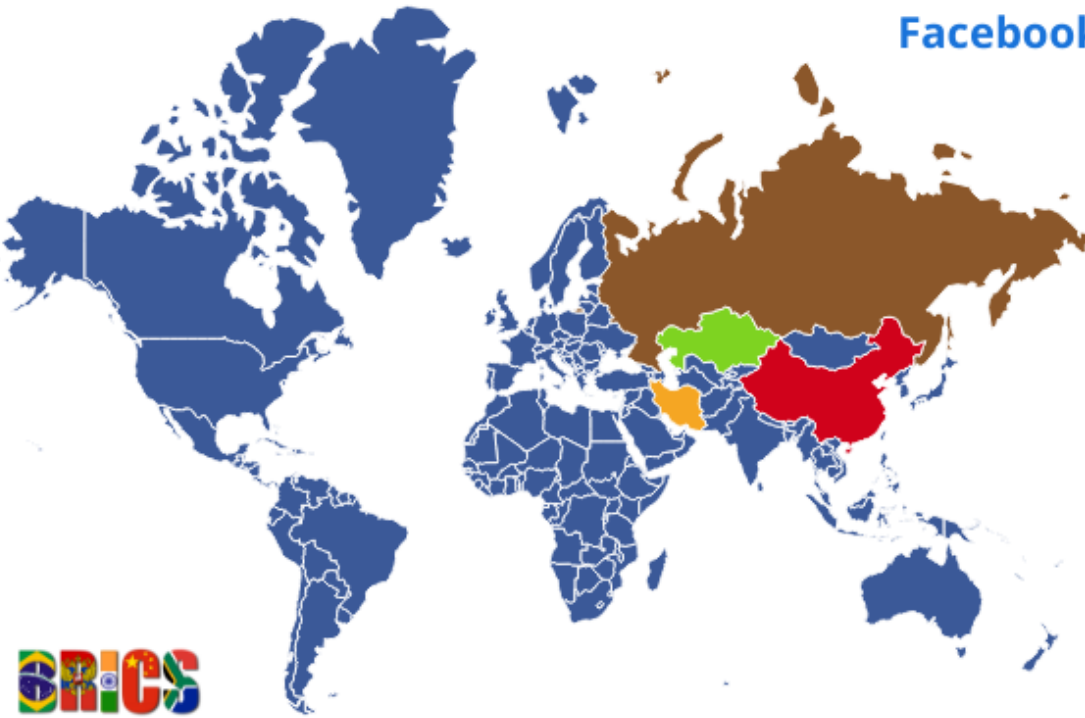
Milliards d'utilisateurs mensuels au deuxième trimestre 2020. En hausse constante depuis sa création.



**3**

Troisième site Internet le plus visité du monde derrière Google et Youtube en 2019.

## Facebook un colosse mondial



Numéro 1  
dans  
153/193  
pays

ERIC5

## Entre adhésion et contestation



Un boycott de la marque:

**Interdiction** de Facebook ou **restrictions** dans son développement en **Chine** et en **Russie** tandis que **l'Inde** et le **Brésil** sont des marchés porteurs.



Raison officielle de l'interdiction:

Facebook n'est pas en mesure de garantir la **sécurité des données personnelles** de leurs concitoyens.



Raisons probables:

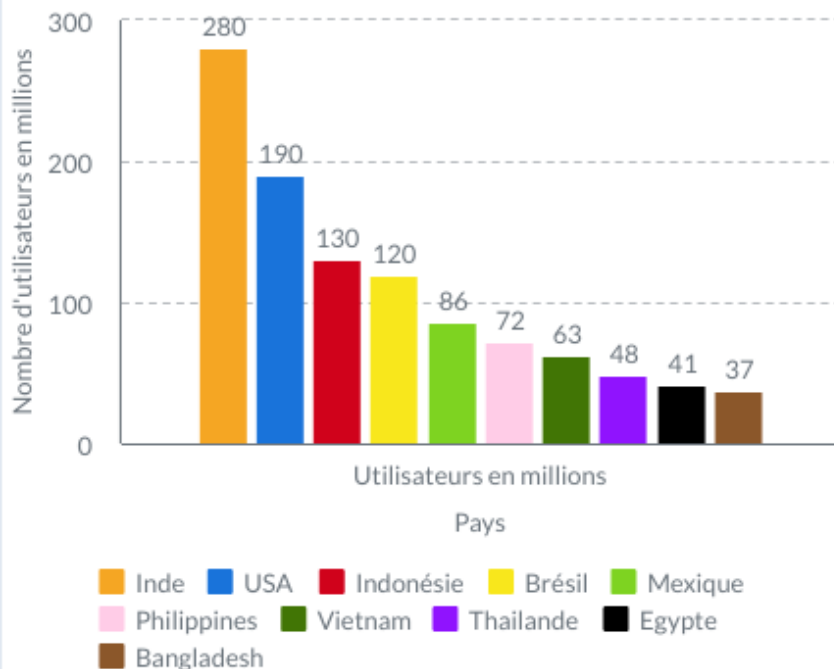
- Contrôler l'accès de leur population à l'information,
- Limiter la concurrence et capter des parts de marchés sur le secteur de l'exploitation des données,
- Restreindre les influences géopolitiques extérieures.

# FACEBOOK :

**FORCE** : Le succès commercial majeur d'un modèle d'affaires basé sur les revenus publicitaires et les données des utilisateurs.

GENEVA INTELLIGENCE  
STRATEGIC INFORMATION

## Top 10 pays utilisateurs



## Une activité portée par les pays émergents



Les pays qui utilisent le plus Facebook se trouve sur le **continent asiatique** et plus particulièrement en **Asie du sud-est**.



Un **dénominateur commun** à tous ces pays : une proportion importante de leur population est **âgée entre 15 et 30 ans**, particulièrement friande des réseaux sociaux.



Des **raisons locales spécifiques** à **chaque pays** expliquent le recours plus ou moins marqué à Facebook (concurrence, perception de FB, culture du pays...)

## Un modèle d'affaires jusque là robuste...



**Gratuit** pour les utilisateurs.

*Si c'est gratuit, c'est vous le produit*



Cependant, les données des utilisateurs partagées sur Facebook sont collectées pour permettre la **publicité ciblée**.

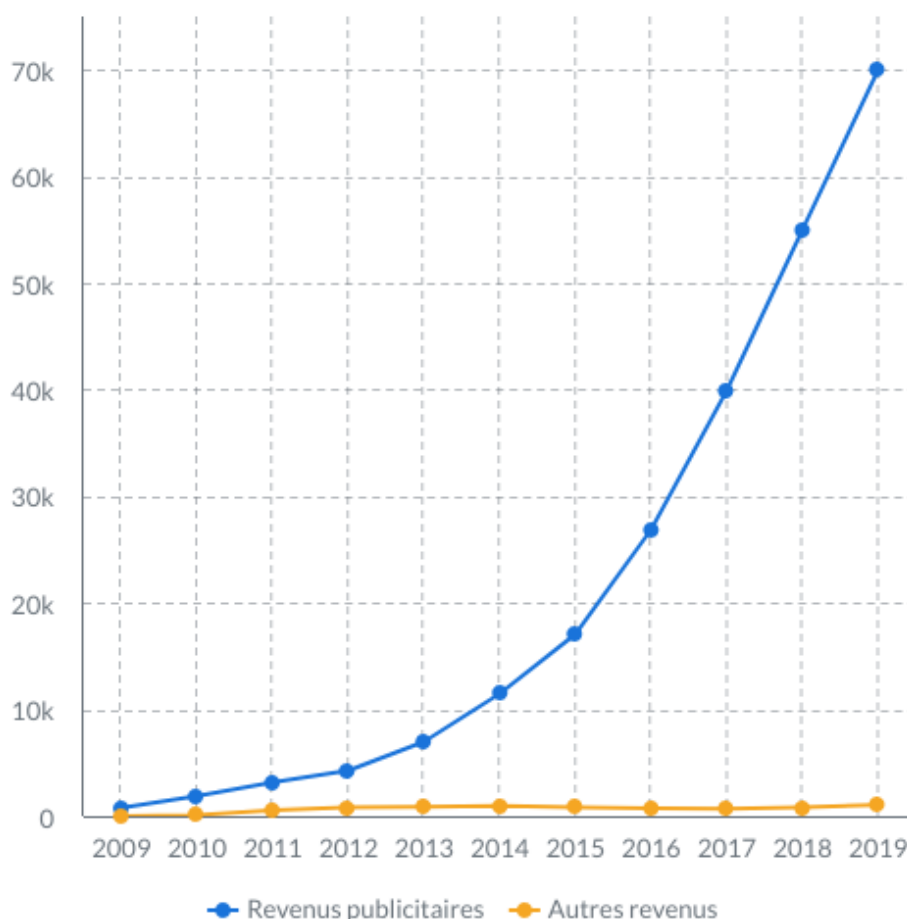


Les **annonceurs paient** le service Facebook Ads leur permettant de cibler très précisément leurs prospects.

**Un modèle d'affaires ultra-dépendant de la publicité et des données personnelles des utilisateurs qui est de plus en plus régulièrement critiqué.**



## Un chiffres d'affaires annuel en croissance exponentielle (en USD millions)



# FACEBOOK :

**FAIBLESSE** : un modèle d'affaires critiqué et remis en question pour ses atteintes à la vie privée.

GENEVA INTELLIGENCE  
STRATEGIC INFORMATION

## MODÉRATION DES CONTENUS



Degré de la menace :  
**Forte**

Facebook reste relativement frileux au sujet de la modération:

- Représente un coût
- Contraire à la liberté d'expression et assimilable à de la censure
- Risque de perdre des utilisateurs face à la politique de modération et donc des recettes publicitaires.



**Critique récurrente** à l'encontre de FB au sujet d'un manque de modération des contenus discriminants ou incitant à la haine...

Par exemple, #StopHateForProfit, provient d'annonceurs (Unilever, Coca-Cola...) qui ont **suspendu leurs dépenses publicitaires** sur la plateforme pour **encourager FB à intensifier ses efforts de modération** contre les discours de haine et la désinformation.

Pression de plus en plus forte de la part des gouvernements et de la société civile pour plus de modération.

Les revendications des annonceurs en la matière (principaux pourvoyeurs des revenus de FB) pourraient inciter Facebook à plus de modération.

## MANIPULATION DES ELECTIONS



Degré de la menace :  
**Moyenne**

Contrairement à Twitter, Facebook n'a pas banni la publicité politique mais a renforcé les moyens de contrôles :

- Indication de l'identité des propriétaires de pages politiques augmente la transparence.
- Fausses vidéos et Fake news seront mieux signalées.
- Protection renforcée des comptes des candidats et élus politiques.



Facebook est associé à la **manipulation d'élections** depuis l'affaire Cambridge Analytica, firme britannique qui avait récupéré les données de **87 millions d'utilisateurs** de Facebook.

Ces informations ont servi à mener des **campagnes de manipulation politique** à travers le ciblage ultra-précis de publicités politiques, notamment aux États-Unis pendant la présidentielle de 2016.

Pression de plus en plus forte des pays contre FB pour éviter toutes formes d'ingérence dans leurs élections. Cependant, au regard de la **manne financière apportée par les publicités politiques**, FB ne devrait pas y renoncer prochainement.

## RESPECT DE LA VIE PRIVÉE



Degré de la menace :  
**Moyenne**

La protection de la vie privée ne menace pas encore fondamentalement le modèle d'affaires de Facebook tant que les avantages procurés par la plateforme resteront supérieurs aux désagréments perçus pour les utilisateurs.



Facebook est souvent considéré comme étant **l'une des plus grandes menaces au respect de la vie privée** des individus. Amnesty International a qualifié FB de «vaste machine de surveillance». Théoriquement, cet élément devrait largement impacter son modèle d'affaires.

Or, les **individus continuent à utiliser massivement FB** comme peut le souligner la progression du chiffre d'affaires. Néanmoins, les parts de marché de FB augmentent surtout dans les pays émergents asiatiques du sud-est auprès d'une jeune population parfois peu consciente de l'utilisation de leurs données.

La principale menace à l'égard du modèle d'affaires de FB vient donc du politique et du réglementaire à l'instar du **RGPD** qui a envoyé un signal fort aux acteurs numériques en ce qui concerne le traitement de données personnelles.

GI<sup>2</sup>A

Découvrez en vidéo le fonctionnement de notre solution d'intelligence artificielle. Elle assure un gain de temps et consolide l'expertise de nos consultants.



Geneva Intelligence SA

Boulevard des Philosophes 17  
CH- 1211 Genève 12

T +41 (0)22 552 46 52  
contact@geneva-intelligence.ch  
www.geneva-intelligence.ch



"SAVOIR POUR PRÉVOIR AFIN DE  
POUVOIR"  
Auguste Comte

La connaissance via la collecte et  
l'analyse d'informations fiables  
et pertinentes garantit  
un positionnement efficace sur son  
marché et la croissance des opportunités  
d'affaires.