

SOMMAIRE

| | |
|---|---|
| 1. Introduction..... | 2 |
| 2. Les fondateurs | 2 |
| 3. FaceBook, une start-up | 3 |
| 4. FaceBook, modèle économique..... | 3 |
| 5. FaceBook, l'évolution | 4 |
| 6. FaceBook, les services | 4 |
| 7. Pourquoi FaceBook intrigue ? | 5 |
| 8. Peut-on réussir un projet tel que FaceBook ? | 6 |
| 9. Conclusion..... | 7 |

1. Introduction

Initialement appelé TheFacebook, Facebook est aujourd'hui le plus grand réseau social du monde (la plus grande communauté virtuel du monde). Impossible de passé à côté ! Tout le monde s'en sert, jeunes, vieux, hommes, femmes, particuliers, entreprise, des facebookers comme on dit dans le jargon. Avec plus de 300 000 000 (305,170,180) millions de membres au 10 octobre 2009, Facebook devance des sites tels que MySpace, Twitter, Flixster et linkedIn, Fait peur même à certains gouvernements (Iran, Chine, Russie, Corée du Nord, ...). Pourquoi cette plateforme communautaire d'échange est devenu en si peu de temps (6 ans)un phénomène de société ? Comment elle s'y est prise ?

FaceBook a été fondé par un ancien étudiant de Harvard Mark Zuckerberg qui l'a exécuté comme un de ses projets passe-temps. Au départ, simple trombinoscope en ligne (facebook en anglais) réservé aux étudiants de Harvard et à la longue, étendu à toutes les universités et lycées Américains, Canadiens puis Européen et Asiatique (mais était exclusivement réservé aux détenteurs d'adresse mail en .edu marquant ainsi le caractère académique de la plate-forme).

FaceBook est né à Harvard et en quelques mois son idée de base s'est propagé dans les dortoirs où il a été très vite été largement approuvé.

Mark Zuckerberg quitte Havard pour se consacrer au developement at à la promotion du site; Il a ensuite été rejoint par deux autres camarades de la prestigieuse université, **Dustin Moskovitz** et **Chris Hughes** . Seulement quelques mois plus tard, quand il a officiellement été un phénomène national de réseau d'étudiants, Moskovitz a abandonné à son tour Harvard pour poursuivre le rêve et travailler sur FaceBook à temps plein.

En août 2005, il a été officiellement appelé FaceBook et le nom de domaine **facebook.com** a été acheté pour un montant de 200.000 Dollars américains.

2. Les fondateurs

Son fondateur à savoir Mark Elliot Zuckerberg, est l'archétype du Web 2.0 et des réseaux sociaux. Né le 14 mai 1984 d'une famille juive à Dobbs Ferry dans le Comté de Westchester; près de New York, il usera ses fonds de culotte sur les mêmes bancs que le fils de Ruppert Murdoch à Horace Mann School et sera diplômé en 2002 de la Phillips Exeter Academy. Passionné d'informatique, ce fils de dentiste et de psychiatre, se tourne tout naturellement vers Harvard. Il découvre les ordinateurs à 10 ans et s'adapte rapidement à cet outil. En 2003, il pirate les serveurs de Harvard pour y collecter les photographies des étudiants. Son objectif : créer un site pour noter le « sex appeal » de ses camarades.

Mais le 4 février 2004, Mark Zuckerberg lance officiellement la première version de FaceBook dénommé « **TheFaceBook** ». Ce réseau social qui recense désormais plusieurs centaine de millions d'utilisateurs est restreint à l'origine aux étudiants d'Harvard. Ils peuvent ainsi élargir leur réseau social via cet outil. Un instrument qui devient vite indispensable et qui se propage rapidement aux autres universités.

A 25 ans, Mark Zuckerberg a une fortune estimée à 2 milliards de dollars et fait une entrée

remarquée dans le classement Forbes des 400 américains les plus riches dont il occupe la place 158 loin derrière Bill Gates qui mène toujours le bal avec 50 milliards de dollars. Il possède encore environ 20% des parts de sa société et est le président du groupe.

3. FaceBook, une start-up

Facebook est une marque de Facebook Inc. Et a commencé comme une start up, elle n'était constituée que d'informaticiens, et avait juste un bureau. Pas de commerciaux, ni financiers à l'horizon. Elle ne voulait pas vraiment devenir «Entreprise» au vrai sens du terme, et accordait beaucoup d'importance à l'esprit l'équipe. Encore aujourd'hui, Zuckerberg dit «L'important n'est pas forcément de savoir qui est le PDG, mais quelle est l'équipe». A ce moment, Facebook compte plus de 700 employés à majorité américaine, ingénieurs, chef de produit, développeurs.

Généralement, avec les start up, lorsque le succès est au rendez vous, les fondateurs ressentent le besoin de passer le relais à quelqu'un de plus expérimenté pour développer leur entreprise. Ce n'est pas le cas de Facebook qui a choisi de convaincre les investisseurs que le fondateur a la carrure pour assumer ce poste, mais que de surcroît il a va s'entourer des meilleurs dans différents domaines. Le chef exécutif reste donc en place mais l'entreprise se dote d'une équipe exécutive compétente et expérimentée.

Facebook est en pleine phase de développement malgré ses 6 ans d'âge et cherche encore son modèle économique. La preuve en est que l'entreprise n'est pas encore rentable ! Aussi étant que cela puisse paraître, Facebook vit plus sur les levées de fonds des investisseurs que sur ces revenus propres. C'est une situation qui peut-être fragile, mais qui tient la route puisqu'elle ne compte pas s'introduire en bourse avant plusieurs années (le temps d'assurer la croissance de la plate-forme à travers le monde). Facebook a une vision à long terme. Rendre le monde plus ouvert, aider les gens à partager l'information, ça ne peut pas se faire du jour au lendemain. Comme il le dit, il ne sont qu'au début de l'histoire. Il leur reste encore de nombreux pays où sa croissance commence à peine.

Facebook est estimé à 15 milliards de Dollars et compte dans son capital les actionnaires tels que: Microsoft (240 millions de dollars soit 1,6% des parts), Digital Sky Technologies (DST) (200 000 000 millions de dollars soit 1,96% des parts). De façon plus précise, nous avons États-Unis, Larry Yu de Facebook, ou Mike Buckley ou Ashley Zandy, de Brunswick Group, pour Facebook ; ou Europe, Tim Burt ou Ekaterina Alferova, tous les deux de Brunswick Group pour Facebook ; ou Russie, Leonid Solovyev, ou Europe, James Melville-Ross ou Matt Dixon, ou États-Unis, Sage Baker, tous de Financial Dynamics, pour Digital Sky Technologies

Les résultats de Facebook, ils sont surtout dû à la publicité

2007: 150 millions de dollars de revenus.

2008: 365 millions de dollars de revenus

2009: ne dépassera pas les 600 millions de dollars de revenus (environ 550 millions de dollars)

4. FaceBook, modèle économique

IL est difficile de monétiser le contenu d'un réseau social. Les revenus de Facebook peuvent-ils couvrir ses dépenses opérationnelles ? Le chiffre d'affaires du réseau social aurait augmenté de 70% par rapport au printemps dernier, d'après le Silicon Alley Insider.

Pour rentrer dans ces frais, facebook compte principalement sur la publicité générée sur son site. Les investissements de Microsoft permettraient à cette dernière de devenir la plate-forme de publicité tierce

Exposé : Comprendre FaceBook

exclusive pour Facebook. Microsoft, via sa division publicité, va donc commercialiser les espaces publicitaires de Facebook à l'international en plus des Etats-Unis.

Le modèle économique des réseaux sociaux, qui ont des millions de membres mais n'offrent pas de trafic qualifié, est de plus remis en doute - surtout en cette période de crise économique, synonyme de restriction des investissements des annonceurs sur les médias performants.

Facebook doit donc se chercher un modèle économique digne de ce nom afin d'assurer sa croissance. Ce n'est malheureusement pas encore le cas puisque la firme compte plus sur son potentiel que sur ces résultats pour attirer les gros investisseurs. Malgré le fait que les petits porteurs s'impatientent, le modèle semble tenir.

5. FaceBook, l'évolution

Courbe d'évolution, l'essor, le modèle futur (vers quoi FaceBook avance?)

2007: 42 millions d'utilisateurs

2008: 120 millions d'utilisateurs

2009: 305,170,180 d'utilisateurs (en cours)

Un point fort, la plate-forme compte 70% de ces utilisateurs en dehors des Etats-Unis ! Une belle marque d'expansion et donc d'évolution. Aujourd'hui, Facebook est disponible en 70 langues.

En 6 ans, les fonctionnalités de facebook ont beaucoup évolué. On citera entre autres Le nombre d'applications développées par la communauté à ce jour 350 000, l'outil « Actualité en direct » qui permet au membre d'avoir en temps réel l'actinité des autres membres (posts, utilisations d'applications, commentaires,...).

On sent que cette plate-forme est en perpétuel évolution, son développement se fait au jour le jour.

6. FaceBook, les services

Qu'offre FaceBook ? , Que peut-on faire avec FaceBook ?

Facebook est un réseau social utilisable par tous dans le but d'échanger, communiquer, partager opinions, photos, vidéos, messages... IL met ainsi à la disposition des membres des outils pour:

- Ecrire des articles en direct (blog)
- Poster des vidéos, liens, images
- Actualiser son profil
- Commenter des actualités
- Créer de groupes en fonction des affinités entre membres
- Créer des pages publique pour promouvoir vos actions
- Développer et/ou utiliser des applications de toute sorte
- Faire de la publicité

Exposé : Comprendre FaceBook

- Envoyer et recevoir des messages personnelles
- Retrouver des connaissances
- s'informer sur différents domaines

Toutes ces actions peuvent être effectuées par n'importe qui, n'importe comment pour en tirer un avantage quelconque. Nous aurons par exemple des entreprises qui pour lancer un produit utiliseront le réseau, des blogueurs en quête d'audiences useront de ces mêmes outils. Même le politique s'y est mis pour accroître le dialogue avec leurs administrés (Obama, Sarkozy, Kociusko-Morizet,...)

Le plus surprenant avec cette plate-forme est sa faculté à s'adapter à tout les domaines d'activité. On citera par exemple les journalistes qui l'utilisent de plus en plus pour passer des informations et interagir avec leur lecteurs (auditeurs ou téléspectateurs).

Facebook permet également de se connecter à d'autres réseaux sociaux comme Twitter, friendfeed de façon transparente. Des widgets (gadgets) sont également mis à la disposition des membres afin de les installer sur leurs sites personnels ou professionnels afin d'accroître leur audience.

Facebook vient de mettre sur son site une toute nouvelle fonctionnalité, la gestion de la confidentialité. Il est désormais possible d'attribuer à certains de vos ami(e)s des privilèges et pas aux autres. Il est ainsi désormais possible de donner la possibilité à quelques uns de voir vos photos et pas à d'autres. Ceci répond à une problématique toute nouvelle à laquelle Facebook a dû faire face. Désormais, tout le monde est sur Twitter, les parents, les grands parents et même votre patron ! Il est donc venu un moment où certains membres voulaient cacher une information à son patron et la partager avec ses collègues. D'où l'utilité de l'outil.

Chaque jour, l'équipe de Facebook essaie d'améliorer l'expérience de leurs utilisateurs. Ainsi plusieurs fonctionnalités sont constamment en cours de test dans les laboratoires de la firme.

7. Pourquoi Facebook intrigue ?

La confidentialité des données, l'utilisation de Facebook par des employés aux heures de travail, ...

Depuis sa création, Facebook fait l'objet d'une controverse concernant le respect de la vie privée des utilisateurs. Facebook avait entamé en Novembre 2007 un programme utilisant en effet les informations personnelles des utilisateurs afin d'introduire des publicités adaptées à leur profil et vendre les informations livrées par les utilisateurs à des entreprises privées, comme c'était indiqué dans sa charte concernant la vie privée. Cette charte indiquait par ailleurs que Facebook pouvait aller récolter des informations sur les membres. Mais face à la rébellion de ses membres, qui estimaient que le réseau social faisait intrusion dans leur vie privée, Facebook a abandonné ce projet.

Ce programme prévoyait la collecte des informations sur les utilisateurs par Facebook pour améliorer ses bases de données et permettre à ses clients de mieux cibler les publicités, en connaissant les comportements de consommation des utilisateurs de Facebook. Les sites tiers pouvaient, grâce à Facebook Social Ads, utiliser les informations amassées par Facebook pour envoyer des publicités ciblées en fonction des différentes caractéristiques des profils. Désormais ce n'est plus possible.

Même sort pour l'application Beacon. A la fin 2007, le site se pliait à une revendication de ses membres demandant une modification de cette fonction (Beacon). Celle-ci permettait aux amis

d'un membre de voir quels sites Internet celui-ci avait visités. La situation est telle que la Commission nationale de l'informatique et des libertés a exprimé ses préoccupations et a rencontré les représentants du site en France pour faire le point sur le respect de la vie privée.

Cette forme de marketing est considérée comme très efficace, car elle passe par les réseaux sociaux et non par l'interpellation directe des personnes par la publicité.

Plus récemment, le résultat de plusieurs études tendait à démontrer que l'utilisation de Facebook nuirait à la productivité des employés d'une entreprise. Ce qui pousserait les entreprises à prendre des mesures draconienne vis à vis du réseau social.

une fois adopté, on y passe trop de temps, deux chiffres parlent d'eux-mêmes. 6 milliards : c'est le nombre de minutes passées sur Facebook chaque jour. Rapporté aux 50 % des 300 millions de membres qui se connectent au moins une fois par jour, chaque utilisateur passe donc en moyenne 40 minutes par jours sur le site. Chiffre considérable que beaucoup de sites Internet aimeraient ne serait qu'approcher.

Une étude britannique vient de montrer cette semaine que rapporté au monde du travail, l'usage de [Facebook et Twitter fait perdre chaque année aux entreprises de Grande-Bretagne 1,38 milliard de livres](#). Impossible pour elles de canaliser le phénomène, même en coupant l'accès aux sites sur leur réseau interne, les employés continuent d'y accéder via mobile.

Passé l'aspect ludique et communautaire, le réseau social a vite montré une facette moins agréable, à savoir celle des libertés prises avec le respect de la vie privée. Pour peu que vous ne paramétriez pas beaucoup votre page, il est facile de savoir à peu près tout de vous en jetant un œil à votre profil : qui sont vos " amis ", qui vous a " invité " et à quoi, qui vous a envoyé un message... Le site liste les contacts que vous et les membres avec qui vous êtes en relation avez en commun, et les amis de vos amis (qui ne sont pas forcément vos amis) peuvent avoir accès à votre profil.

8. Peut-on réussir un projet tel que FaceBook ?

Problématique : Pourquoi un jeune étudiant ne pourrait pas avoir une bonne idée, assez bonne pour donner lieu à la création d'une entreprise ? Tant que les compétences en création d'entreprise sont au rendez-vous, pourquoi le fait de ne plus être étudiant et de ne pas être professionnel expérimenté serait un handicap ? Et d'ailleurs, pourquoi serait-il plus facile à un étudiant de lancer une entreprise qu'à un jeune professionnel (déjà plus expérimenté) ?

La réponse à cette question est... le réseau :

- Un étudiant bénéficie du réseau de ses camarades, de celui de ses professeurs, de celui de ses parents et de l'appui de tout ce petit monde.
- Un travailleur expérimenté s'est tissé un réseau de professionnels qui peuvent l'aiguiller et l'aider dans sa démarche de création.
- A contrario, un jeune n'ayant qu'un ou deux ans d'expérience professionnelle se trouve dans une phase de creux au niveau de son réseau. il a quitté l'environnement universitaire, est censé avoir pris son indépendance vis à vis de ses parents, mais n'a pas encore pu constituer un réseau professionnel diversifié et puissant.

Si l'on considère que le réseau est un ingrédient essentiel dans la création d'entreprise, cette faiblesse inhérente aux premières années d'activité professionnelle peut devenir un réel handicap.

Les exemples de réussite alors que le créateur n'était encore qu'étudiant sont multiples : Michael Dell (Dell), Mark Zuckerberg (FaceBook), Larry Page (Google) et bien d'autres ; mais peu sont ceux de créateurs dans la période de 2 ans consécutive à leur obtention de diplôme.

Mais cela ne veut pas dire qu'il est impossible de lancer une entreprise en n'étant ni étudiant ni professionnel expérimenté. Une des possibilités est de s'associer avec un professionnel plus expérimenté et bénéficiant d'un réseau conséquent. Une autre possibilité, si l'on est seul face à la création d'entreprise, est d'avoir su se constituer un réseau assez fort dès les premières années d'études. Cette démarche permet d'accroître l'efficacité de la transition entre le monde universitaire et le monde professionnel.

Comment y parvenir ? En faisant un suivi des relations tissées lors de stages en entreprises, en participant à des événements professionnels, colloques, congrès et autres séminaires, en profitant des visites d'entreprises pour nouer des premiers contacts, etc.

Il me semble que cette démarche est primordiale pour les jeunes qui souhaiteraient développer un projet de création d'entreprise durant leurs premières années d'activité.

Mais cela est bien entendu très important pour tous les étudiants quelque soit leur projet professionnel, car cela leur facilitera leurs premières années d'exercice, qui plus est quand la concurrence sur le marché du travail est rude.

9. Conclusion

Facebook me permet-il de mieux interagir avec les gens?

111 amis composent mon réseau sur Facebook. La définition du mot «ami» sur cette application est très élastique; de fait, je ne me suis pas trop posé de questions... Quelqu'un demande à faire partie de mon réseau et je connais cette personne, c'est gagné! Mais la question n'est pas là. Est-ce que Facebook me permet des interactions avec ces gens qu'autrement je n'aurais pas? Les gens qui changent de façon régulière leurs statuts arrivent dans mon agrégateur avec leurs nouveaux usages du temps et je suis souvent intrigué par les contributions originales de certains. Si je n'étais pas en train de bloguer, j'irais sûrement lui demander «de kossé?» Je pourrais donner plusieurs autres exemples de moments où les changements de statut ont occasionné des échanges et jamais ces échanges ne seraient survenus si je n'avais pas été un usager de Facebook.

Facebook regroupe-t-il des gens de qualités, des gens avec qui je n'échangerais pas de la même façon autrement?

Contrairement à LinkedIn qui est très professionnel et qui ne provoque aucune interaction Facebook est «personnel». Les événements qui surviennent par Facebook me touchent de façon très personnelle. Je corresponds avec quelques jeunes adultes de ma famille et c'est devenu une forme d'intrigue entre nous que de repérer dans leur Facebook des occasions de jasettes que nous n'aurions pas si on n'avait pas de compte. Aussi, avec quelques «amis», d'Europe et des États-Unis, il y a une espèce de sentiment de proximité qui s'installe au fil du temps. Je parle des gens qui s'amuse à contribuer dans leur espace parce qu'autrement, ça ne change rien. En grande majorité, je dois admettre que mon réseau est composé de gens qui

m'inspirent donc, des gens de qui j'ai envie d'avoir des nouvelles de la manière dont Facebook m'en donne.

D'autres raisons de maintenir mon engagement dans Facebook?

Argument de poids: «But all in all it seems like Facebook is going in that direction which no one really wants it to - thats what everyone feared about Google. Your personal information on the net...» C'est très intrigant cette façon qu'ils ont de me faire jouer avec le feu. Je sais qu'il y a quelque chose de périlleux à divulguer le genre d'information que je mets sur Facebook, mais c'est comme si je me sentais «sécuré» dans cette forme d'insécurité. Le vertige de rassembler le type d'information que l'application me fait ramasser me donne le goût de continuer.

Et vous, vous en dites quoi???

10. Annexes

11. Sources