

A la Une !

f **FACEBOOK** : sa filiale Oculus VR, société de réalité virtuelle, annonce avoir créé le « flick », une unité de temps destinée aux travaux des ingénieurs de l'image et du son.

f **FACEBOOK** fait une nouvelle mise à jour de son algorithme pour favoriser les interactions sociales significatives, pour réduire drastiquement la visibilité et donc la portée du contenu publié par les éditeurs de news et autres bloggeurs.

 **TWITTER** utilise depuis peu le machine learning pour recadrer les photos et vous permettre de ne rater aucune découpe. L'ancienne formule trouvait ses limites si le visuel ne comprenait pas de visage.

f **FACEBOOK** annonce une 2^{ème} mise à jour du fil d'actualité pour prioriser les pages fiables et favoriser le contenu produit par les amis et la famille.

in **LINKEDIN** : Après un test infructueux de quelques jours de retrait, le compteur de partage ne devrait pas disparaître.

 **TWITTER** développe une fonctionnalité s'inspirant de Snapchat pour améliorer le partage des vidéos.

A savoir

 Selon EUROSTAT, les français sont les Européens qui utilisent le moins les réseaux sociaux.

f **FACEBOOK**, **TWITTER** et **GOOGLE** recrutent des modérateurs pour éviter des amendes. Alors que les allemands ne constituent que 1,5% de la base des utilisateurs de Facebook, les 1200 modérateurs recrutés outre-Rhin représentent 16% de l'équipe Facebook.

 **SNAPCHAT** : les chiffres des stories sont très décevants avec une croissance proche de zéro. Seuls 2,9% des membres les utilisent encore à ce jour. Cette chute de 14 points en un an serait liée au lancement des stories par Instagram. Pour endiguer cette chute, Snapchat a décidé d'autoriser le partage des stories en dehors de Snapchat.

 Le marché français de la publicité digitale atteint 4.094 M€ pour 2017, en progression de 12%. Le digital est toujours le 1^{er} média investi devant la TV avec 4,4%.

 **TWITTER** : Le réseau social a identifié 50258 faux comptes russes accusés d'avoir influencé l'élection présidentielle américaine de 2016.

Ce qui change

f **FACEBOOK** veut stopper la course aux fonctionnalités sur Messenger et prône un retour aux fondamentaux annonçant une simplification du service.

in **LINKEDIN** met en place les filtres photos pour transformer votre visuel de profil en photo professionnelle.

f **FACEBOOK** a lancé la fonctionnalité 'Fil Explorer' à laquelle on pourra bientôt ajouter la section « Aujourd'hui à » pour les informations locales.

 **WHATSAPP** teste le paiement entre particuliers en Inde.

f **FACEBOOK** investit en France dans la formation et la recherche. L'objectif est de former au numérique 65 000 personnes d'ici 2019 et 15000 femmes pour les aider à créer leur entreprise. Un lancement à l'échelle française de 'She Means Business', une campagne en faveur de l'entrepreneuriat féminin déjà déployée dans plusieurs pays.

in **LINKEDIN** : Avec son outil de gestion RH « Dynamics 365 Talent » refondu et intégré au réseau social, Microsoft s'attaque au Talent Management.

Quelques chiffres

- ✓ 3,8 milliards : c'est le nombre d'internautes, soit 51% de la population mondiale de 7,5 milliards.
- ✓ 3 milliards d'habitants utilisent les réseaux sociaux, dont 90% depuis leur mobile.
- ✓ 2,1 milliards : c'est le nombre d'utilisateurs actifs de Facebook, dont 33 millions pour la France.
- ✓ 350 millions : c'est le nombre d'utilisateurs actifs de Twitter, dont 16 millions pour la France.
- ✓ 44% des femmes considèrent qu'il faut voir l'utilisation du produit ou service pour faire confiance à la publication d'un influenceur.
- ✓ 41% des hommes citent l'expertise comme raison pour faire confiance à un influenceur.
- ✓ 40% : c'est la part des utilisateurs des réseaux sociaux en forte hausse en 2017 contre 31% en 2016
- ✓ 33% des utilisateurs de réseaux sociaux ont envisagé un achat après avoir vu la publication d'un influenceur.
- ✓ 2 h 24 : c'est le temps quotidien moyen passé sur les réseaux sociaux.

