

# LA LETTRE DES RESEAUX SOCIAUX

## DE LA FONDATION MMA DES ENTREPRENEURS DU FUTUR

NOVEMBRE 2019

sous la direction de Louis-Serge Real del Sartre

YI.f.IY

- **TWITTER** empêche de retweeter les leaders qui enfreignent les règles. Ces tweets resteront sur Twitter dans l'intérêt public. L'un des tweets de l'ayatollah Seyed Ali Khamenei a été retiré par le réseau social alors que celui du Président Trump menaçant de déclarer la guerre contre la Corée du Nord avait été maintenu.
- **INSTAGRAM** : La plateforme #Paid, spécialisée dans les campagnes d'influence, a récemment publié une étude sur l'impact de l'arrêt des likes Instagram pour ses influenceurs. Alors que son propriétaire, Facebook, semble vouloir suivre le même mouvement, la conclusion s'impose d'elle-même. La dissimulation des likes joue défavorablement sur le nombre des followers. Parmi les effets négatifs, 30% des créateurs se sentent moins heureux et constatent une baisse des commentaires et de la progression de leurs followers.
- **TWITTER** pour Mac est enfin à nouveau disponible. Les développeurs peuvent utiliser la technologie Mac Catalyst d'Apple. Cette application pour Mac sur Desktop était la plus attendue.
- **FACEBOOK** : La publicité payante dans les résultats de recherche sera ouverte à tous. Les annonces d'ordres commerciales seront admises dans ce nouveau canal de communication. Une publicité ciblée, insérée dans les résultats de recherche de FACEBOOK Search, permettra aux annonceurs d'élargir leur audience et d'atteindre de nouveaux publics.
- **FACEBOOK** teste également la publicité dans les Groupes. L'objectif est de monétiser cette audience forte de 400 millions de personnes, pour une dizaine de millions de groupes actifs qui, jusqu'alors, échappaient aux campagnes promotionnelles. Si le test est concluant, vous pourrez adresser votre communication dans 'Ads Manager' sous l'onglet 'Groupes'. Il ne sera cependant pas possible de cibler les utilisateurs en fonction de leur appartenance à un groupe spécifique.
- **INSTAGRAM** teste une fonctionnalité pour permettre à ses utilisateurs de regrouper leurs contacts en fonction de l'historique de leurs interactions communes. Une façon détournée de ne pas suivre automatiquement un contact éloigné que vous ne suivez que par courtoisie.
- **FACEBOOK** renonce à son projet 'Libra' de monnaie universelle. Le puissant réseau social a ignoré le fondement d'une monnaie et de la Finance : la confiance! La fortune d'un seul homme ne constituerait pas une garantie suffisante. Face à ses nombreuses irrégularités, l'entreprise n'inspire plus confiance et condamnerait l'avenir du Libra. Seul bénéfice, Facebook a réveillé les banques centrales qui, en urgence, ont décidé de développer leurs propres projets de cryptomonnaie, en particulier en Chine.

- **FACEBOOK** lance un onglet pour les articles de Presse. Déjà annoncé dans notre Lettre, cela ne concerne aujourd'hui qu'un petit groupe d'utilisateurs aux Etats-Unis. L'onglet 'NEWS' devrait ensuite être rapidement déployé à l'international. Les articles de Presse seront sélectionnés par une équipe de journaliste dédiée.
- **TWITTER** plonge en bourse de 20% à l'annonce de ses résultats financiers catastrophiques. Malgré 145 millions d'utilisateurs actifs quotidiens annoncés contre 124 millions précédemment, le chiffre d'affaires s'établit à 824 millions de dollars pour le troisième trimestre, ce qui pourtant représente une hausse de 9%. La monétisation du réseau social est en berne. Le plus grave est que Twitter aurait auparavant « accidentellement » utilisé les informations confidentielles de ses abonnés pour son ciblage publicitaire. La baisse de ses revenus publicitaires serait liée à sa bonne conduite à présent liée au RGPD.
- **LINKEDIN** déploie de nouvelles fonctionnalités pour votre page Corporate. L'objectif est d'épauler les entreprises sur l'engagement de leurs collaborateurs et de les inciter à partager les contenus de l'entreprise. L'administrateur de la page pourra alerter les salariés de publications importantes pour l'entreprise. Le gestionnaire de votre page entreprise pourra féliciter un collaborateur aux yeux de tous pour ses actions ou prévenir, pour mieux l'accueillir, de l'arrivée d'un nouveau membre. Enfin, le réseau social offrira des outils d'optimisation susceptibles de vous guider, pour mieux compléter la page, avec des indicateurs comme le niveau d'achèvement ou le niveau de progression.
- **FACEBOOK** perd une bataille dans la modération de contenus haineux. Le cour de justice européenne a décidé que cette modération de contenus haineux devait bien s'étendre au-delà des frontières de l'Union Européenne. Les réseaux sociaux pourront se voir ordonner de supprimer au niveau mondial et de manière automatique des commentaires jugés diffamatoires ou injurieux par une juridiction d'un pays membre de l'UE.
- **LINKEDIN** : Lorsqu'une page entreprise est incomplète, la raison provient, encore aujourd'hui, à 95% de l'absence de connaissance de son administrateur qui ignore ce qui manque comme information pour la rendre complète. Le réseau social cherche à vous aider à exploiter l'actif le plus précieux pour votre entreprise: vos salariés. D'où l'intérêt pour LinkedIn de vous aider à optimiser votre page entreprise.
- **RESEAUX SOCIAUX** : L'accès du fisc sur les réseaux sociaux porte ses fruits. Les services contre la fraude fiscale sont autorisés, depuis 2019, à surveiller les contenus publiés par les français sur les réseaux sociaux pour trouver les contribuables dont le niveau de vie déclaré ne correspond pas à leurs revenus déclarés.

SOCIAL MEDIA  
INFLUENCER

### SUIVRE ET S'INFORMER

fondation-mma-des-entrepreneurs-du-futur.mma

@MMA\_initiatives  
MMAinitiatives



- **SNAPCHAT** : il est désormais possible d'intégrer le nouveau bouton de partage sur votre site web.
- **TWITTER** : Grâce à son outil de machine learning, Twitter supprime aujourd'hui 50% de tous les tweets abusifs de façon proactive, et ce automatiquement, sans compter sur les signalements de ses propres utilisateurs.
- **LINKEDIN** cherche à monétiser sa large audience et déploie des outils de ciblage améliorés pour les annonceurs. Ces outils apporteront des informations et une portée plus puissantes à vos campagnes publicitaires avec une meilleure qualité de ciblage comme la taille de l'entreprise, les années d'expérience, l'industrie concernée ou le public à cibler en particulier.
- **TWITTER** s'engage à introduire de nouvelles règles contre les deepfakes, ce que Twitter appelle les médias synthétiques et manipulés. Surtout lorsqu'ils pourraient menacer la sécurité physique de quelqu'un ou conduire à des dommages hors ligne. Les visuels modifiés, les vidéos truquées et l'audio modifié pour relater des événements factices rentrent dans ce champ d'application.
- **INSTAGRAM** donne aux utilisateurs plus de contrôle sur leurs données. Cette nouvelle fonctionnalité intégrée à l'application aide à contrôler les données partagées avec des tiers via le réseau social.
- **TWITTER** admet de nouvelles failles « involontaires » de sécurité, en contravention avec le RGPD. Après avoir déjà exposé au public des tweets privés, des mots de passe en clair et divulgué certaines de vos informations confidentielles pour des centaines de milliers d'utilisateurs, le réseau social reconnaît avoir utilisé vos numéros de téléphone et adresses email pour les cibler publicitaires de ses annonceurs.
- **FACEBOOK** modifie sa méthodologie de calcul des impressions organiques. L'effet immédiat pour l'ensemble des Social Media manager sera de constater une baisse significative de leurs résultats suite à ces modifications. L'objectif serait selon Facebook de permettre une meilleure comparaison entre les canaux payants et organiques.
- **INSTAGRAM** : Les grands magasins se mettent à l'heure d'Instagram. Le Printemps Haussmann, navire amiral de l'enseigne propriété d'un fonds qatari, lance un concept-store: « Le Market », qui représente déjà une quarantaine de labels et s'inscrit dans la transformation digitale du groupe en s'adaptant aux nouvelles façons de faire du shopping téléphone en main.
- **FACEBOOK** confirme, comme nous l'avions déjà annoncé, sa volonté d'afficher sa marque sur les applis WhatsApp et Instagram.

63% des DirComs s'estiment en avance sur le sujet de la transformation digitale.

72% des DirComs estiment que l'intelligence artificielle leur permettra de consacrer plus de temps à des tâches à forte valeur ajoutée.

30 Millions d'utilisateurs actifs quotidiens sur Twitter aux Etats-Unis contre 115 millions un an auparavant.

30% de pages vues en plus chaque semaine: résultat bénéfique d'une page d'entreprise complète, selon LinkedIn.

1,16 million d'euros : C'est au final le faible montant d'impôts payés par Facebook en France en 2016.

**INSTAGRAM** prend enfin le virage du PC qui souffrait du retard comparé au mobile. Cette fonctionnalité pourrait être une aubaine pour les influenceurs afin de permettre de répondre aux centaines de messages. Et si Instagram permettait le téléchargement d'images depuis l'ordinateur, il pourrait devenir l'outil media idéal des professionnels de la photographie.

**WHATSAPP** : vos messages pourront bientôt s'auto-détruire. L'application créée en 2009 et, depuis 2014, tombée dans le giron de Facebook, teste la version 'disappearing messages' où vos messages pourront devenir éphémères et s'effacer automatiquement au bout de 5 secondes ou bien d'une heure en fonction du choix de l'utilisateur.

**LES P-DG du CAC40 les PLUS ACTIFS sur TWITTER** sont dans l'ordre : @Isabelle\_Kocher, @ThierryBreton et @jpTricoire

**SNAPCHAT** : 10 à 20% des budgets 2019 des médias sociaux des agences sont, aujourd'hui, consacrés à ce réseau social.

**FACEBOOK WATCH** : le Groupe M6 débarque en force et va publier, sur un an, près de 1200 contenus sur la plateforme vidéo du réseau social. Un partenariat qui doit permettre à M6 de faire la promotion de ses programmes maison. **FACEBOOK WATCH** a également noué des deals en Europe avec d'autres médias dont BFMTV et Le Monde.

**FACEBOOK** : Les badges gris de validation de vos pages entreprises viennent d'être supprimées le 30 octobre 2019. Historiquement destinés à valider l'authenticité de votre page, Facebook estime que ce n'est plus utile et que cela semait la confusion, précisant malgré tout, que cela n'affectera pas l'affichage de votre page dans les résultats de recherche.

**FACEBOOK** : selon son P-DG, Mark Zuckerberg, qui gère 2,41 milliards d'abonnés, ce qui en fait, en quelque sorte, le chef du plus grand état au monde : « la réalité augmentée est le téléphone du futur. C'est bien d'être en ligne avec une personne, d'échanger, mais c'est encore mieux de voir son visage et se gestes... »