

L'ÉDITO

Flash crash du bitcoin : les contraintes du dirigeant aujourd'hui



Comité de direction d'Antidox: **Xavier DESMAISON, Marie BERTRAND, Solène COLLAT, Nicolas RUSCHER et Chloé TEYSSOU**

Moins 30% en quelques jours : le récent « flash-crash » du bitcoin, la plus connue des monnaies dites virtuelles, sont révélateurs du contexte stratégique contemporain du dirigeant, marqué par l'interconnexion croissance du réel et du virtuel. En mai 2021, Elon Musk indique dans un tweet que « Tesla a suspendu les achats de voitures en bitcoin. Nous sommes inquiets concernant le recours de plus en plus important aux combustibles riches en carbone pour miner des bitcoins et ses transactions, surtout le charbon qui a les pires émissions de tous les combustibles ». Alors qu'il avait auparavant lourdement soutenu les monnaies virtuelles et participé à leur hausse, il tourne en dérision une autre monnaie, le Dogecoin, quelques jours plus tard, dans le show grand public Saturday Night Live. Dans la foulée, la Chine a rappelé son hostilité aux monnaies virtuelles, jugées trop spéculatives, trop liées à des activités criminelles, tout en accélérant par ailleurs les préparatifs pour lancer sa propre monnaie virtuelle. Tweets, shows, starification, Etats, technologies complexes, volatilité, réactivité de la communication, changements rapides de situations, voici le nouveau terrain de jeu du dirigeant. Ne croyons pas qu'il ne s'agisse ici que de péripéties vécues sur les secteurs avancés des technologies. Qu'il s'agisse de bâtiment, de santé, d'alimentation ou de matière première, c'est bien sur le même terrain escarpé et évolutif qu'évolue tout dirigeant : le champ de la stratégie s'élargit à ce que certains ont nommé « l'immatériel ». Mais pour souligner l'interconnexion de cette dimension avec la réalité physique et garder en mémoire que le virtuel est bien réel, il conviendrait davantage de l'appeler « soft », en référence à la « soft law » ou au « soft power ». Cette part

de la stratégie a déjà été théorisée largement il y a plus de 20 ans, en Russie, en Chine (la fameuse guerre hors limite), aux Etats-Unis ou en France (la géoéconomie), et investie largement par les entreprises et les Etats les plus avancés. Y compris dans son volet militaire : alors que le regard commun est tourné vers la Russie et la Chine, une récente enquête de Newsweek parue le 17 mai documente l'existence de pas moins de 60 000 militaires américains sous fausses identités numériques, dont la mission consisterait à générer des contenus d'influence en ligne pour un budget annuel estimé à 900 millions de dollars.

Sur ce nouveau terrain stratégique, le dirigeant est confronté à au moins trois contradictions, qu'il doit parvenir à résoudre. La première a trait à l'écart entre la nécessaire expression d'une raison d'être qui dépasse l'intérêt économique et l'impératif financier, incontournable. Cette ligne de partage a été largement évoquée lors de l'éviction d'Emmanuel Faber de la direction de Danone, sous les traits faciles du combat entre la vertu et le pragmatisme, mais la question est plus épineuse. Chaque dirigeant de collectif public ou privé est, bien sûr, attendu sur les aspirations, les valeurs, les rêves qu'il peut intégrer au collectif et ces rêves ne doivent pas l'empêcher de maîtriser de façon approfondie les spécificités techniques et économiques de son secteur d'activité. Comment corrélés les deux ? Dans l'affaire du bitcoin, Elon Musk ou le régime chinois parviennent assez bien à aligner l'intérêt et l'aspiration, la maîtrise technique et les valeurs, le réel et l'idéal. Dans le cas de la Chine et du bitcoin : la protection de l'épargnant et la promotion de la monnaie étatique. Bref, pour tout dirigeant, réussir à articuler et diffuser largement une vision qui aligne le modèle économique et la raison d'être est absolument décisif. Disposer d'une capacité à peser dans le débat public l'est tout autant.

La deuxième contradiction oppose le court et le long terme. A l'âge des aspirations et dans un monde de progrès technologique, les « moon shots » de Google, ces engagements ambitieux et risqués dans un projet technologique, se sont généralisés : pour les Etats-Unis et la Chine, l'heure est à la conquête de Mars, pendant que l'Europe reste en retrait. Ces ambitions fortes, qu'il faut oser définir et formuler, ne doivent pas empêcher de gérer le quotidien, et de donner un éclairage sur décisions et ruptures de court terme de façon précise et maîtrisée. Quand le PDG de Total, Patrick Pouyanné, tweete en 2018 que « compte tenu du contexte nation-

nal, tous les salariés de Total et de ses filiales en France bénéficieraient d'une prime exceptionnelle de 1.500 euros », il engage l'entreprise, ce qui peut conduire certains salariés à réclamer la « prime Macron » devant les prud'hommes. Un exemple révélateur de l'importance stratégique que revêt la prise de parole d'un dirigeant sur les réseaux sociaux, qui engage avec elle la marque, l'entreprise et les collaborateurs. Les réseaux sociaux imposent de communiquer rapidement sans obérer le moyen et long terme.

Enfin, le dirigeant doit aligner les logiques partenariales et les logiques de domination ou de rapport de force. La récente annonce du gouvernement en termes de cloud souverain met en lumière cette articulation. Bruno Le Maire a annoncé que dorénavant, pour obtenir le label Cloud de Confiance, « les serveurs doivent être localisés en France et les entreprises les opérant doivent être de droit français et contrôlés par des capitaux français ». Les principaux opérateurs de cloud américain, dont les quatre plus gros détiennent actuellement 71% des parts de marché du cloud européen au premier semestre 2020 selon KPMG, devront licencier leurs services à des acteurs français. Par cette démarche pragmatique, enterre-t-on l'idéal de souveraineté en actant la domination américaine, ou bien permettons-nous aux techs françaises de s'adapter et de se développer, OVH Cloud et Outscale de Dassault Systèmes en tête ? C'est dans la compréhension approfondie des alliances nécessaires qui ne constituent pas des renoncements de long terme que se situe la finesse des approches stratégiques contemporaines. A cette fin, il est indispensable de bien comprendre les évolutions concurrentielles et de régulation, mais aussi de savoir expliquer clairement les enjeux aux régulateurs. Les techniques de l'intelligence économique et des affaires publiques sont ici décisives.

Aider les dirigeants à surmonter ces trois contradictions est au cœur du modèle économique d'Antidox. Cela explique l'acquisition, annoncée mardi, de l'agence de communication ComCorp : spécialisée dans la production de contenu, la communication des dirigeants, les relations avec les publics dans les secteurs fondamentaux de l'économie, elle prolonge nos capacités dans la structuration et la diffusion de la vision des dirigeants, notamment dans les espaces numériques. Cela explique aussi notre partenariat avec ESL & Network, dont cette newsletter est l'un des fruits. Très bonne lecture ! ●

REGARD D'EXPERT

INDIVIS



Didier CASTRES

est général d'armée (2S) et ancien élève de l'école spéciale militaire de Saint Cyr (1980-1982).

Après un début de parcours classique lui faisant alterner postes en état-major et commandement opérationnel, il devient adjoint au chef d'Etat-major particulier du Président de la République de 2005 à 2009. Puis il commande le Centre de Planification et de Conduite des Opérations de l'Etat-major des armées jusqu'en 2011, date à laquelle il est nommé sous-chef d'Etat-major « Opérations » pendant 5 ans. Dans ces fonctions, le général Castres a participé à la conduite de toutes les opérations conduites par la France : Afghanistan, Côte d'Ivoire, Libye, Mali, Centrafrique, Irak et Syrie. Il a notamment planifié et commandé les opérations Servat et Barkhane. En 2016, il est nommé Inspecteur général des Armées jusqu'en juillet 2018. Deux ans plus tard, il crée un cabinet de conseil (DC TARHA CONSEIL). Le 1er septembre 2020, il rejoint le groupe ESL and Network comme associé senior.

Écrire à nouveau sur ce sujet, c'est peut-être prolonger inutilement une polémique disproportionnée et caricaturée. Alors le plus simple n'aurait-il pas été de traiter "l'affaire" comme dit-on le général de Gaulle l'aurait fait il y a 60 ans en lâchant : « ce qui est grave dans cette affaire, c'est qu'elle est sans importance ». J'ai eu pour supérieurs hiérarchiques un grand nombre de généraux signataires de la tribune qui a enflammé le débat médiatico-politique dans notre pays. Je respecte chacun d'entre eux pour leur carrière, pour les années qu'ils ont consacrées à notre pays. Et je me refuse à juger l'engagement d'une vie sur une "tribune". Mais même si le constat qu'ils dressent semble largement partagé, je ne partage pas la forme et le fond de leur démarche.

Je ne rentrerai pas dans l'impossible débat sur le devoir de réserve que j'entends depuis plus de 20 ans avec son lot d'incohérences : le rapport annexé de la dernière LPM mentionne l'objectif de faire des militaires des citoyens comme les autres ; ce qui en soit est déjà un non-sens philosophique et déontologique mais à l'inverse on les prive des droits des citoyens "normaux" que l'on voudrait qu'ils deviennent. On rabâche à l'envi que les militaires sont soumis au devoir de réserve mais on n'en a jamais lu et ni entendu autant (dont moi d'ailleurs). Tout cela me paraît bien inconfortable et je ne m'abriterai pas derrière des lois ou des règlements inconsistants dans leur application pour exprimer ce qui m'oppose à cette façon de faire.

Le premier point est que je n'estime pas que des militaires d'active ou de réserve aient une légitimité particulière pour évaluer la situation intérieure de notre pays. Je ne crois pas non plus que les indicateurs dont ils disposent soient plus pertinents que ceux des enseignants, de la police, de la gendarmerie, des magistrats, ou encore des élus locaux. Et je ne vois pas en quoi cet avis précédé du titre de "général" porterait un message plus loin et plus fort que les autres.

Lorsque nous rentrons dans les armées, je crois que, consciemment ou pas, nous prononçons des vœux ; des vœux de chasteté.... Qu'est-ce à dire ? A nouveau l'alliance du sabre et du goupillon ? Non bien sûr. Ce sont des vœux de chasteté qui nous font volontairement renoncer à un mode de vie normal et adhérer à quelques principes simples : le vœu d'accepter une mobilité géographique incessante - jusqu'à 15 à 20 changements de résidence au cours de sa carrière ; le vœu d'accepter sans sourcilier de servir en tout temps et en tout lieu, au chaud comme au froid, sous la tour Eiffel, dans l'aéroport de Roissy ou dans l'Adrar des Ifoghas ; le vœu de loyalisme aux autorités de notre pays et enfin le vœu de neutralité politique.

Tout ceci ne ressortit pas du seul respect du devoir de réserve mais en réalité de l'efficacité opérationnelle de nos armées. Car une telle forme d'expression ne pose pas la question de savoir si les signataires ont tort ou raison, s'ils prennent le contre-pied ou pas du langage officiel mais bien celle des ferments de la division qu'ils créent ou pas au sein des armées. Car après une tribune dont les médias nous indiquent qu'elle s'inscrit à l'extrême droite, à quand la tribune des généraux d'extrême gauche, celle des généraux du Centre, etc... ?

Ces questions de sensibilité politique qui bien sûr existent dans notre corps social comme dans tous les autres corps sociaux ne doivent pas interférer dans l'exercice du commandement en le rendant perméable à ces tendances. Selon le règlement de discipline générale des armées, la force principale des armées réside bien sûr dans sa discipline mais aussi dans sa cohésion et son unité. Le loyalisme, la neutralité politique, l'unité, la défense des intérêts et la protection des Français, de tous les Français, voilà les vœux que nous avons prononcés à notre entrée dans les armées et ce sont des vœux inviolables tant que nous nous prévalons d'un statut ou d'un grade militaire.

Le risque n'est pas cette espèce de fantasme abracadabrantesque d'un putsch ; lequel fantasma est entretenu par ceux qui y trouvent un confort philosophique et idéologique, mais au contraire, un affaiblissement moral des armées, leur division et par là-même, une érosion de leur capacité opérationnelle. La République une et indivisible a besoin d'une armée une et indivisible.

Alors, n'abandonnons pas le droit de penser mais restons fidèles à nos vœux de chasteté ●

Tribune initialement publiée dans Libération

REGARD D'EXPERT

Va-t-on vers un arrangement régional au Moyen Orient ?



Bertrand BESANCENOT

est senior advisor chez ESL Network. Il a passé la majorité de sa carrière au Moyen-Orient en tant que diplomate français. Il est notamment nommé Ambassadeur de France au Qatar en 1998, puis Ambassadeur de France en Arabie saoudite en 2007. En février 2017 il devient conseiller diplomatique de l'Etat puis, après l'élection d'Emmanuel Macron en tant que Président de la République, Emissaire du gouvernement du fait de ses connaissances du Moyen-Orient.

Une fenêtre d'opportunité...

Au cours de la période récente, un certain nombre d'évènements donnent le sentiment que la situation bouge au Moyen Orient, suscitant l'espoir que l'on s'oriente vers un apaisement des tensions :

- La négociation de Vienne entre l'Irak et les 5+1 semble avancer ;
- Le président Biden accélère le désengagement américain d'Afghanistan et paraît envisager un allègement de son dispositif militaire en Irak ; ce qui devrait amener les acteurs régionaux à plus assumer leurs responsabilités dans leur zone ;
- Benjamin Netanyahu n'est plus Premier ministre d'Israël ;

• Les Iraniens ont un besoin urgent - étant donné la situation économique catastrophique de leur pays- de réexporter leur pétrole et d'obtenir le dégel de leurs avoirs financiers à l'extérieur ;

• Les Saoudiens ont perdu leur ami Trump et sont conscients que les Américains recherchent désormais un accord avec l'Iran. Ils veulent eux-mêmes sortir du conflit au Yémen - qui leur coûte une fortune - et savent que Téhéran a de l'influence sur les Houthis. Ils souhaitent enfin participer à tout nouvel arrangement régional pour faire prendre en compte leurs préoccupations - en particulier les missiles tirés du Yémen et d'Irak, ainsi que l'action déstabilisatrice des milices pro-iraniennes dans la région - ce qui les amène à engager des contacts officiels, au niveau des services de renseignements, avec l'Iran mais aussi

avec le régime de Damas. Ils ont également amélioré leurs relations avec les autorités irakiennes et normalisent leurs rapports avec la Turquie (grâce à l'assistance du Qatar ?) ;

- Les Turcs, affaiblis économiquement et en termes d'image en Occident, sont amenés à faire des gestes envers l'Europe, les Etats-Unis (sur le dossier ukrainien), l'Egypte et l'Arabie Saoudite, pour éviter l'isolement ;
- Les Russes sont conscients qu'avec Biden ils ne bénéficieront plus de la complaisance américaine et que les Européens sont refroidis par l'affaire Navalny et le dossier ukrainien ;
- Les Chinois ont intérêt à un apaisement des tensions au Moyen Orient car ils veulent surtout garantir leur approvisionnement énergétique ;
- Les Européens se sont efforcés durant la présidence Trump de préserver l'accord nucléaire avec l'Iran et ils ont intérêt à éviter les tensions en Méditerranée orientale, qui sont susceptibles de relancer les migrations sur leur continent ;
- Les Palestiniens ont perdu des cartes avec les «accords d'Abraham» et ils devraient logiquement profiter de la recherche d'un arrangement régional pour remettre sur la table des négociations leur dossier national ;
- Le Liban sait qu'un apaisement des tensions entre l'Iran et les Etats-Unis (et leurs alliés respectifs) faciliterait un déblocage de la situation chez lui.

En bref, avec la nouvelle donne que constitue l'arrivée du président Biden à la Maison Blanche, tous les acteurs au Moyen Orient ont un certain intérêt à créer une dynamique d'apaisement des tensions régionales.

...mais des obstacles à surmonter

REGARD D'EXPERT

Pourquoi Facebook déçoit les marques ?



Julien MALBREIL

est partner d'Antidox. Il débute sa carrière à la Mairie de Paris puis rejoint en 2000 la start-up Election.com pour assurer son développement commercial. Parallèlement, il devient journaliste indépendant spécialisé dans les nouvelles technologies au sein de l'agence Techno-Chroniqueurs Associés. Il écrit pour différents titres de la presse spécialisée comme généraliste sur des sujets aussi variés que l'informatique, la biologie, les transports, le bâtiment ou encore l'environnement. Il rejoint ensuite Election Europe et contribue à faire du vote par internet un outil répandu au service des plus grandes entreprises françaises.

Facebook a perdu de sa superbe auprès des marques. Les différents scandales qui se sont succédés depuis quelques années, le manque de modération et l'incapacité à trouver un juste équilibre entre liberté d'expression et censure ont terni la réputation du réseau social.

Cambridge Analytica ou le début des ennuis

La plateforme affronte de nombreuses crises depuis son lancement en 2004. Le scandale Cambridge Analytica, dévoilé au grand public en 2018, constitue le paroxysme de pratiques douteuses plus anciennes. En permettant l'utilisation de données personnelles issues de sa communauté, Facebook a provoqué une véritable perte de confiance des utilisateurs. Dans la foulée, le #DeleteFacebook a rencontré un véritable succès et poussé de nombreuses sociétés à quitter le réseau social. Le bouillonnant Elon Musk a décidé de supprimer les pages Facebook de Tesla et SpaceX. Si le réseau a promis de remettre de l'ordre dans ses affaires et de mieux assurer la protection des données personnelles de ses usagers, il affronte de nouveaux déboires, notamment avec la prolifération de discours de haine que ses modérateurs peinent à contenir.

Stop Hate for Profit

Ces flots de messages nauséabonds ont déclenché en retour le mouvement intitulé «Stop Hate for Profit» («Arrêtez la haine pour le profit») initié par plusieurs ONG et associations luttant pour la défense des

Cela ne signifie cependant pas que les choses vont automatiquement bouger dans le bon sens, car chacun des acteurs entend naturellement défendre ses intérêts – qui ne sont pas toujours compatibles – et parce que la confiance ne se décrète pas :

- La politique étrangère de l'administration Biden paraît être celle du «donnant-donnant» avec tout le monde ; et, sur le dossier iranien, elle exigera des engagements réciproques. Washington a apparemment appris de l'accord de 2015 qu'on ne pouvait pas tabler sur un comportement «raisonnable» de Téhéran au Moyen Orient sans garanties sérieuses ;
- Les Iraniens, pour leur part, veulent préserver leur influence acquise dans la région en profitant du désengagement partiel des Etats-Unis. Ils chercheront naturellement à faire le moins de concessions possibles – notamment sur le dossier des missiles, qui est leur force de dissuasion – d'autant plus que le président Rohani risque d'avoir un successeur conservateur (même si il est clair que le pouvoir de décision à Téhéran est en réalité dans les mains du Guide suprême et des Gardiens de la Révolution) ;
- Les Saoudiens sont par nature prudents et pragmatiques, et ils ne veulent pas perdre la face. La sortie de crise honorable avec le Qatar est sans doute un modèle pour eux. Leur priorité est aujourd'hui le succès de la «Vision 2030» (ambitieux programme de réforme économique et sociale) et il est clair qu'un apaisement des tensions régionales inciterait les investisseurs internationaux à s'intéresser à leurs grands projets de développement. Mais il est aussi évident qu'un retour de l'Iran sur le marché pétrolier ne les arrange pas et qu'un dégel des avoirs financiers iraniens risquerait d'alimenter les «proxies» de Téhéran dans la région. C'est la raison pour laquelle des contacts officiels avec les Iraniens ont débuté à Bagdad pour voir si sur les dossiers régionaux (Yémen, Irak notamment) et sur la question des tirs de missiles, un modus vivendi était envisageable. Il est probable que si les discussions progressent, elles devraient aboutir à l'adoption de mesures de confiance (sur le modèle de l'accord Rohani-Nayef) il y a une dizaine d'années, jamais exécuté ? ;

• Le régime de Damas cherche surtout à rester en place. Il joue de la rivalité russo-iranienne et vise à réintégrer la Ligue arabe. Mais sa fiabilité est pour le moins sujette à caution ...

- Le président Erdogan a une priorité dans sa politique extérieure : éviter la constitution d'une entité kurde à sa frontière sud. Il cherche bien sûr aussi à rester au pouvoir. Il est donc prêt de des accords régionaux – comme il l'a fait avec les Russes – si ces deux objectifs sont servis. Mais l'on sait qu'il n'est pas un partenaire facile ;
- Les Israéliens feront tout pour empêcher l'Iran de devenir une puissance nucléaire et d'installer des milices à sa solde à leur frontière ;
- Les Russes veulent préserver leurs bases militaires en Syrie et conserver un modus vivendi avec les Turcs dans la région. Mais l'habileté cynique du président Poutine n'en fait pas un interlocuteur commode ;
- Les Palestiniens doivent impérativement retrouver une certaine unité – apparemment difficile à atteindre – pour obtenir d'Israël un arrangement moins léonin que le plan Kushner.

Comme on le voit, le jeu au Moyen Orient est très compliqué parce qu'il correspond à une équation à plusieurs inconnues.

La définition d'un nouvel équilibre régional risque donc de prendre du temps car, si une fenêtre d'opportunité existe aujourd'hui, les intérêts sont souvent antagonistes et la méfiance reste la règle. Il est donc probable que l'arrangement régional espéré ne se réalisera que par petits pas.

Les Européens ont naturellement un rôle à jouer, sur le dossier nucléaire iranien évidemment, mais aussi dans la recherche d'un arrangement régional au Moyen Orient, car ils sont les premiers voisins et les premiers partenaires économiques de cette zone stratégique. Encore faut-il qu'ils en aient la volonté politique et qu'ils soient capables d'être collectivement une force de proposition permettant d'avancer progressivement vers une stabilisation du Moyen Orient. C'est en tout cas ce qu'il faut espérer ●

droits civiques. Il appelle les entreprises à ne plus acheter de publicité à Facebook et parvient à fédérer depuis 2020 plus de 1.200 d'entre elles, comme The North Face, Patagonia, Levi's, Ben & Jerry's ou Coca-Cola. Un boycott qui a poussé Mark Zuckerberg à réagir en annonçant dans la foulée un durcissement de certaines règles de modération. Facebook retire aujourd'hui toutes les publicités qui affirment que les personnes de certaines origines, ethnies, nationalités, genre ou orientation sexuelle représentent une menace pour la sécurité ou la santé des autres. Enfin, un message d'alerte peut accompagner certaines publicités jugées «problématiques».

Starbucks sur le départ ?

Il semblerait que ces règles restent insuffisantes. Aujourd'hui Starbucks envisagerait de quitter le réseau, las des commentaires hostiles recueillis après chaque post de la chaîne de cafés. «Starbucks est en train d'évaluer leur présence organique sur Facebook et d'évaluer s'ils devraient continuer à être présents sur la plateforme. Chaque fois qu'ils publient (de manière organique) au sujet de problèmes sociaux ou sur leur mission et leurs valeurs (par exemple, BLM, LGBTQ, durabilité / changement climatique, etc.), ils sont submergés par des commentaires négatifs / insensibles, et des discours de haine», indique un employé de Facebook. Malgré ses efforts, le réseau social n'échappe donc plus aux polémiques et remises en cause. Son image durablement dégradée pourrait conduire d'autres marques à se désengager, mettant en péril l'équilibre économique de la firme. Dans ce contexte, la décision de 20 clubs de football anglais de Premier League de boycotter les réseaux sociaux pour protester contre la haine en ligne ne peut que marquer les esprits.

Des chiffres étourdissants

Pourtant, il convient de nuancer ce constat inquiétant. Car il faut d'abord rappeler quelques réalités qui protègent pour l'instant efficacement la plateforme. Les chiffres communiqués par Facebook donnent en effet le tournis et confortent l'entreprise dans sa place de 1er réseau social au monde. Avec 2,85 milliards d'utilisateurs, dont 1,878 milliards sont actifs quotidiennement, le potentiel du réseau reste considérable. Une évidence qui vaut aussi pour la France avec 40 millions d'utilisateurs actifs mensuels ! Si Facebook n'est plus que troisième chez les 11-19 ans derrière Instagram (mais qui est sa priorité) et Snapchat, et second chez les 20-24 ans derrière Snapchat, il

reste premier chez les 25-34 ans. L'audience de Facebook s'est étirée vers les tranches d'âge plus âgées. Aujourd'hui, 36% de ses utilisateurs ont plus de 35 ans. Une inflexion notable mais qui reste contenue : la plupart des jeunes conservent un compte Facebook, qui reste donc incontournable.

Des données qui n'échappent pas aux entreprises : elles sont 160 millions à s'afficher sur le réseau, dont 80 millions de PME. Logiquement, les marketeurs utilisent massivement Facebook puisqu'ils sont 96% à le faire en B2C et 91% en B2B.

Une viralité faible mais une visibilité inégalée

Mais il est vrai que malgré son nouveau design, Facebook ne semble plus être l'endroit idéal pour attirer l'attention organique. La portée moyenne des publications des abonnés sur une page Facebook reste inférieure à 5% des abonnés de leur page. Les grandes marques disposant d'un grand nombre d'abonnés peuvent craindre des moyennes encore plus basses. Malgré tout, le réseau social propose aux marques une grande richesse de fonctionnalités : il reste le lieu privilégié pour assurer une visibilité à un événement. La possibilité de créer des groupes privés liés à des pages permet de cibler ses différentes cibles et de proposer pour chacune d'elles des messages spécifiques. En outre, la publicité sur Facebook n'a guère d'équivalent aujourd'hui sur les réseaux concurrents : l'audience est inégalée, il est possible de conjuguer différents objectifs en jouant sur la grande palette de placements disponibles. Si la force de viralité est la grande faiblesse de Facebook, sur Instagram le nombre d'interactions étant par exemple près de 20 fois supérieur à celui de Facebook, ne plus être présent entraîne pour une marque une perte certaine de visibilité. Sauf à faire de ce retrait une communication en soi !

Bilan des courses : Facebook reste le réseau social ultradominant en 2021 et ne peut être ignoré de la plupart des marques. Mais son image sérieusement écornée et son incapacité à modérer les contenus poussent les entreprises à la notoriété établie à s'en affranchir. Un mouvement qui le conduit à se redéfinir et à tenter de retrouver la convivialité de ses premières années. Au-delà, la question du rôle et de la régulation de l'ensemble des réseaux sociaux est posée. C'est en encadrant plus étroitement son fonctionnement et en garantissant la transparence de son algorithme que Facebook pourra redorer son blason. Il en a les moyens ●

À propos de nous



Xavier DESMAISON
CEO

x.desmaison@antidox.fr

Antidox est un cabinet de conseil en stratégie de communication et d'opinion à forte dominante digitale. Antidox positionne les dirigeants au cœur des débats d'idées et connecte les organisations à leur écosystème : des décideurs aux influenceurs, des consommateurs aux collaborateurs.



Alexandre MEDVEDOWSKY
Président du Directoire

alexandrem@eslnetwork.com

Le Groupe ESL & Network s'est imposé comme l'un des leaders français et européens de l'intelligence économique, de l'accompagnement stratégique et des affaires publiques. ESL & Network conseille aujourd'hui les plus grandes entreprises françaises et les accompagne dans leurs décisions stratégiques, en France comme à l'international. Le Groupe conseille également des Etats et gouvernements.