

# Les fantômes de Facebook, ces amis dont on ne reçoit plus les messages

Par Adrien Sénécat, L'Express-L'expansion; publié le 12/03/2014 à 13:35

*Le site fait un tri de plus en plus drastique dans les posts affichés sur votre fil d'actualités. De fait, nombre de vos amis n'y apparaissent plus. Facebook est-il en train de perdre tout son intérêt ?*

*Si vous n'avez pas encore observé ce phénomène, un simple tour sur votre profil devrait vous en convaincre : la majorité des posts qui arrivent dans notre fil d'actualités Facebook émanent d'une poignée de nos amis seulement.*

Vous êtes ami avec des centaines de personnes et êtes abonné à des dizaines de pages. Pourtant, votre fil d'actualités ne mentionne les posts que d'une poignée d'entre eux, toujours les mêmes. Pire encore, cette liste se réduit comme peau de chagrin au fil des semaines. Voilà à quoi ressemble désormais Facebook pour l'écrasante majorité de ses membres: une fête très privée où l'on ne discute plus qu'avec un cercle restreint de contacts.

Où sont passé les autres ? Rassurez-vous, ils se portent bien et continuent pour la plupart d'alimenter leur profil. Ils ne vous ont pas plus bloqué et espèrent même sans doute que vous "likerez" et commenterez leurs messages. Le réseau social considère simplement, à tort ou à raison, que leurs publications ne vous intéressent pas. Zoom sur un phénomène de plus en plus prononcé sur la plateforme.

## Sur Facebook, les règles du jeu ont changé

"Il n'existe pas de statistiques" pour mesurer la multiplication de ces amis fantômes mais "n'importe qui peut observer sur son profil que les posts de nombreux amis n'apparaissent plus ou peu", constate Isabelle Mathieu, consultante et formatrice en réseaux sociaux et marketing web.

"Facebook a communiqué récemment en expliquant qu'un utilisateur est en moyenne exposé à 1500 histoires qui viennent d'amis ou de pages quand il se connecte", poursuit-elle. Face à cette profusion, le réseau social a décidé de faire le ménage. En moyenne, 80% des messages d'amis ou de pages sont désormais écartés du fil d'actualité d'un membre. Les 20% qui restent ne sont pas tous lus pour autant, loin de là. Le deuxième niveau de tri, qui consiste à les classer par ordre d' "importance", est donc primordial.

Comment Facebook distingue-t-il le bon grain de l'ivraie ? Jusqu'à 2013, trois critères entraient en compte:

**1) L'affinité.** Plus j'ai interagi (le terme interaction regroupe les mentions j'aime ou likes, les commentaires et les partages) avec le créateur d'un post par le passé, plus ses contenus ont des chances de remonter sur mon fil.

**2) Le type de contenu.** Liens, photos, statuts texte, et vidéos sont traités différemment, dans des proportions qui varient au fil du temps.

**3) La fraîcheur du post.** Plus il est récent ou suscite des d'interactions au moment présent, plus il remonte.

Deux nouvelles règles se sont ajoutées en 2013. La première, baptisée story bumping, fait qu'un post peut remonter dans votre profil quand bien même il date un peu, à condition que vous ayez beaucoup interagi avec son créateur. La deuxième, last actor, donne beaucoup plus de poids à vos 50 dernières interactions.

## Des conséquences pour les marques... et les utilisateurs

Cette nouvelle donne fait qu'un utilisateur avec lequel on n'échange pas ou peu a tendance à disparaître de son journal au fil du temps. Phénomène qui inquiète énormément les marques, furieuses d'atteindre de moins en moins de fans -d'autant plus qu'elles ont souvent payé pour les attirer.

Une étude du groupe Ogilvy publiée le 6 mars dernier montre ainsi que le reach, c'est-à-dire le nombre de personnes qu'une page Facebook arrive à toucher avec ses posts, a diminué de moitié ces six derniers mois. "Ce serait juste une question de temps avant que les pages aient perdu toute visibilité naturelle" (*comprenez gratuite*), s'inquiète le site spécialisé Blog du modérateur.

Les membres lambda en subissent aussi les conséquences, bien qu'ils n'aient pas vocation à payer pour être lus. La place accordée à leurs messages a diminué avec le temps, jusqu'à faire disparaître de nombreux amis des fils d'actualités -ce qui peut paraître étrange pour un réseau qui se veut au départ "social".

"Facebook doit gérer plusieurs types de publics: ses utilisateurs, ses annonceurs mais aussi ses actionnaires", énumère Guilhem Fouetillou, co-fondateur de Linkfluence, une startup spécialisée dans l'écoute et l'analyse des médias sociaux. "L'un des mouvements initiés par le réseau social c'est d'en faire une page d'actualités, en privilégiant les articles au détriment de contenus jugés plus creux".

## Poste des photos de chatons ou disparaît de mon journal

Trier les messages est sans doute une nécessité - qui ira jusqu'à lire des milliers de posts chaque jour ?- mais le fait que Facebook ait la main mise sur ces choix pose question. "Il y a une certaine frustration chez les utilisateurs à ne pas comprendre pourquoi leurs relations disparaissent", analyse Isabelle Mathieu.

Il existe bien, selon elle, des solutions pour reprendre la main sur son flux: faire des listes d'amis par thématique (amis proches, collègues, famille...), interagir avec ceux qu'on veut faire remonter, indiquer "je ne veux pas voir ça" voire se désabonner quand un contenu ne nous plaît pas... Mais "tout le monde ou presque laisse les paramètres par défaut car c'est très complexe", constate-t-elle.

Pire encore, les récents changements de Facebook nous poussent implicitement à être racoleurs pour ne pas disparaître des fils de nos contacts. "Aujourd'hui, les usagers comme les entreprises sont en concurrence pour être lus. Chacun fait donc ce qu'il peut d'une manière limite infantile pour chercher la rétribution du like", regrette Guilhem Fouetillou.

"Cela pose des questions sur l'évolution du réseau".