



Zuckerberg, l'ami perdu

Les Echos 27/04 | 01:11 | Par Anais Moutot

Enfant prodige de la Silicon Valley, Mark Zuckerberg a créé un réseau social utilisé par plus du quart de la population mondiale. Son entreprise est désormais accusée d'être une menace pour la démocratie et le bien-être des citoyens. Pourquoi « Zuck » n'a-t-il rien vu venir ?



On ne saura pas dans quel hôtel il a séjourné mais il est évident qu'il y a mal dormi. Teint blafard, regard apeuré et cernes creusés, Mark Zuckerberg n'a pas bonne mine lorsqu'il prend place devant un parterre de 44 sénateurs pour sa première journée d'audition au Congrès des Etats-Unis. Très vite, une armée de photographes l'encercle pour obtenir un cliché faisant date. Le patron de Facebook tente de se donner une contenance avec son costume et sa cravate bleu marine, un gage de sérieux rare chez ce PDG ayant fait du combo jean-tee-shirt-baskets l'uniforme de la Silicon Valley. Son équipe a même glissé un coussin sur sa chaise pour lui donner de la hauteur. Mais toute la préparation du monde, y compris par l'ancien coach du président George W. Bush, ne peut changer la nature du dirigeant de Facebook. Mal

à l'aise en public et paniqué quand il ne contrôle pas son image, il affiche une expression figée qui lui donne un air quasi robotique.

Ouvrant l'audition, John Thune, le président de la Commission du commerce, résume la situation en quelques mots : « *M. Zuckerberg, vous, l'entreprise que vous avez fondée, l'histoire que vous avez créée, sont l'incarnation du rêve américain. Vous êtes une source d'inspiration pour beaucoup. C'est à vous de garantir que ce rêve ne se transforme pas en cauchemar pour la vie privée des utilisateurs de Facebook.* » Deux enquêtes publiées le 17 mars par le *Guardian* et le *New York Times* ont montré comment Facebook avait laissé la société de communication politique Cambridge Analytica mettre la main sur les données personnelles de ses utilisateurs pour influencer les élections. La firme britannique s'est appuyée sur une application de tests psychologiques développée par un chercheur de l'université de Cambridge, qui a reçu l'accord de Facebook pour se connecter à sa plateforme. Celle-ci a été téléchargée par 270 000 personnes seulement mais le chercheur a pu collecter jusqu'à 87 millions de profils. La faute à Facebook, qui jusqu'en 2014 permettait aux développeurs extérieurs d'avoir accès aux informations des personnes ayant installé une application, mais aussi à celles de leurs amis, alors qu'ils n'avaient pas donné leur permission. Cambridge Analytica a ensuite utilisé ces données pour établir des profils psychologiques permettant aux équipes de campagne de Donald Trump et aux partisans du Brexit de cibler au mieux leurs publicités sur les réseaux sociaux. Face au tollé provoqué par l'affaire, Mark Zuckerberg a été convoqué par le Congrès. Après avoir tenté d'envoyer ses lieutenants, il a finalement accepté de se soumettre à un marathon de dix heures de questions-réponses au Sénat puis à la Chambre des représentants. « *L'examen le plus intense pour une entreprise technologique depuis Microsoft dans les années 1990* », a résumé Orrin Hatch, le sénateur ayant présidé la séance d'interrogation de Bill Gates sur les pratiques anticoncurrentielles du fabricant de logiciels en mars 1998.

A lire aussi

[La pression continue de monter sur Facebook](#)

[Facebook : le nombre de comptes affectés par Cambridge Analytica monte à 87 millions](#)

En marche vers la Maison-Blanche ?

La scène aurait été inimaginable il y a encore un an. À l'époque, c'est dans un tout autre rôle que la presse américaine imaginait le patron du réseau social : futur président des Etats-Unis. Se fixant chaque année une bonne résolution - courir 587 kilomètres, apprendre le mandarin, lire un livre chaque semaine... -, Mark Zuckerberg avait décidé de se rendre dans les 50 Etats américains au cours de l'année 2017. Visite de la base militaire de Fort Bragg en Caroline du

Nord, d'un centre de détention pour mineurs dans l'Indiana, rencontre avec des conducteurs de camions dans le Maine puis avec des toxicomanes dans l'Ohio... Le tour du pays, accompagné d'une douzaine de photographes, avait rapidement pris des airs de campagne électorale pour 2020. Plus qu'une volonté d'entrer dans l'arène politique, le voyage visait en réalité à calmer la grogne qui montait déjà contre le réseau social. Jusque-là, Facebook était célébré comme un outil d'émancipation ayant permis à différents mouvements sociaux, et notamment aux révolutions arabes, d'éclorre. Prenant deux mois de congé parental à la naissance de ses filles, en offrant quatre à ses salariés et créant une fondation philanthropique avec sa femme pour guérir « *toutes les maladies* », Mark Zuckerberg était devenu l'incarnation du patron modèle.

Le vent commence à tourner en mai 2016, quand Facebook est accusé de privilégier certaines voix et d'en étouffer d'autres. Le site Gizmodo publie un article affirmant que l'équipe gérant les « *Trending Topics* », une sélection de trois à quatre articles affichés en haut de la page d'accueil, supprime régulièrement ceux qui expriment des opinions de droite. La direction tente d'éteindre le feu en licenciant les 25 journalistes de la division pour confier l'entière responsabilité du choix à des algorithmes prétendument impartiaux. Elle accueille même dix-sept Républicains au siège de Facebook pour les assurer de la neutralité de l'entreprise. Cet épisode jouera un rôle déterminant par la suite : craignant d'être à nouveau accusée de favoritisme, l'équipe de direction néglige le développement de la désinformation sur son site. Elle offre un boulevard aux organisations de propagande, qui savent que c'est désormais sur Facebook qu'il faut frapper fort, près de la moitié des adultes américains utilisant le site pour se tenir au courant de l'actualité. En amont de l'élection présidentielle américaine, les pages diffusant des articles mensongers se multiplient : « *Le pape soutient la candidature de Donald Trump à l'élection présidentielle* », « *Un agent du FBI soupçonné d'être impliqué dans la publication des e-mails d'Hillary Clinton retrouvé mort* »... Dans les trois derniers mois de la campagne, les vingt « *fake news* » ayant obtenu le plus de réactions ont bien plus de succès que les vingt articles les plus partagés ou commentés de médias fiables, comme le *New York Times* ou le *Washington Post*, selon une analyse de BuzzFeed.

Facebook, une « *cash machine* » publicitaire

Facebook a dégagé 40,7 milliards de dollars de revenus en 2017, dont 98,5% via la publicité. Ses revenus publicitaires ont bondi de 49% sur un an.

Chaque membre actif rapporte au réseau 20 dollars de revenus publicitaires par an. Et même 82 dollars par an aux Etats-Unis.

Facebook capte 35% des revenus publicitaires sur le Web aux Etats-Unis, loin devant Google

(14%) et Twitter (4%). Les journaux se partagent la portion congrue : en dix ans, leurs revenus publicitaires ont été divisés par trois.

Une société « idéaliste et optimiste »

Ces chiffres auraient dû inquiéter Mark Zuckerberg. Mais une semaine après la victoire de Donald Trump, le dirigeant du réseau social minimise sa responsabilité sur la scène de la conférence Techonomy à Half Moon Bay, une petite ville balnéaire au sud de San Francisco. « *Je trouve assez folle l'idée selon laquelle les fake news sur Facebook ont influencé l'élection d'une quelconque manière* », déclare-t-il. Ses arguments ? Les articles mensongers ne représentent qu'une « *toute petite portion du contenu* » et « *les électeurs prennent des décisions basées sur leurs expériences dans la vraie vie* ». Des propos qui vont le poursuivre pendant des mois et devenir le symbole de son aveuglement face au pouvoir immense qu'a pris sa plateforme. « *Nous avons vraiment eu à le faire changer d'opinion sur ce sujet. Nous avons réalisé que la société allait prendre le chemin des parias comme Uber si nous n'y arrivions pas* », raconte un ancien dirigeant au magazine *Wired*.

Comme de nombreux PDG dans la Silicon Valley, Mark Zuckerberg a une foi démesurée dans l'impact positif des technologies et cultive une certaine candeur face aux risques qu'elles engendrent. « *Nous sommes une société idéaliste et optimiste* », s'excuse-t-il devant le Congrès, en rappelant qu'il a créé Facebook dans un dortoir à Harvard quand il n'avait que 19 ans. « *Si vous m'aviez dit, quand j'ai démarré Facebook dans ma chambre d'étudiant en 2004, que l'une des principales choses sur lesquelles je travaillerais aujourd'hui serait d'empêcher les gouvernements d'intervenir dans les élections d'autres pays, je n'y aurais jamais cru* », explique-t-il. Quand il crée ce trombinoscope pour étudiants, ce fils d'un dentiste et d'une psychiatre est en deuxième année de licence d'informatique et de psychologie. S'il se distingue à l'adolescence par des capacités supérieures à la moyenne, collectionnant les prix en mathématiques, en astronomie et en physique, il est surtout connu à Harvard pour son immaturité. En première année, il pirate le serveur de l'université pour récupérer des photographies d'étudiants et crée un jeu en ligne permettant d'élire les plus sexys. Il finit en conseil de discipline.

Des menaces sous-estimées

Mais le jeune patron grandit avec sa plateforme. Il déménage à Palo Alto, troque ses claquettes Adidas contre des baskets, lève des fonds et développe un véritable business model. En 2008, il embauche Sheryl Sandberg, intéressé à la fois par son expérience dans le développement de la publicité chez Google et par son passage dans l'administration Clinton. Il constate alors que Facebook se met à « *ressembler plus à un gouvernement qu'à une*

entreprise traditionnelle ». Cet ingénieur introverti préfère continuer à se consacrer au futur des technologies, des casques de réalité virtuelle aux drones apportant une connexion Internet dans des coins reculés. *« Mark est vraiment centré sur le produit, et c'est là-dessus qu'il souhaite passer son temps, tandis que je me consacre aux partenariats, aux ventes, à nos pratiques internes et à notre politique publique »*, explique Sheryl Sandberg, la directrice opérationnelle de l'entreprise, aux *Echos Week-End* en janvier 2017.

À force de regarder trop loin, Mark Zuckerberg sous-estime l'importance des problèmes auxquels son site est confronté au jour le jour. S'il anticipe des cyberattaques de la part de la Russie pendant les élections américaines, il n'imagine pas que celle-ci puisse oeuvrer par la publicité et la création de milliers de fausses pages diffusant de la propagande. Ce n'est qu'après la présidentielle que Facebook lance une enquête interne et découvre qu'un groupe russe a payé 100 000 dollars pour diffuser 3 000 publicités ciblant des électeurs américains. Pareil pour les effets de sa plateforme sur la santé mentale : il multiplie les fonctionnalités addictives et n'anticipe pas le retour de bâton d'utilisateurs effrayés par leur dépendance à Facebook. Il faut dire que les incitations à changer sont faibles : trimestre après trimestre, l'entreprise affiche des résultats records et son cours de Bourse grimpe en flèche. En dix ans, Facebook est devenu un géant de la publicité, faisant passer son chiffre d'affaires de 150 millions de dollars en 2007 à plus de 40 milliards en 2017. Les différents scandales sur le traitement de la vie privée n'ont pas freiné son essor : en juin dernier, Facebook franchit le cap des 2 milliards d'utilisateurs mensuels.

« Triste vérité »

Mark Zuckerberg continue aussi de faire grossir son empire en rachetant ses concurrents, mettant d'abord la main sur Instagram en 2012 puis sur WhatsApp deux ans plus tard. Quand ses proies lui résistent, il n'hésite pas à copier leurs fonctionnalités, comme les « stories » de Snapchat, ces courtes vidéos s'effaçant au bout de 24 heures. Pour amadouer les pouvoirs publics et torpiller toute tentative de régulation, il déploie une armée de lobbyistes à Washington. En 2011, la FTC, le régulateur du commerce américain, rappelle l'entreprise à l'ordre après qu'elle a rendu publiques les informations privées de certains de ses utilisateurs, mais Facebook signe un accord amiable qui lui évite des poursuites judiciaires.

Petit à petit, des doutes sur la stratégie du réseau commencent malgré tout à naître en interne, comme le montre un mémo d'Andrew Bosworth, l'un de ses vice-présidents, envoyé aux salariés en juin 2016 : *« Nous relient de plus en plus de personnes. Cela peut valoir la vie à une victime de harcèlement. Quelqu'un peut mourir dans une attaque terroriste organisée avec nos outils. Et malgré tout, nous continuons à relier les gens. La triste vérité, c'est que nous y croyons si fort que tout ce qui nous permet de le faire plus régulièrement est de facto considéré comme bon. »* D'anciens salariés et dirigeants de l'entreprise commencent également à tirer à boulets rouges sur la société, mettant en garde contre le « monstre » que

Facebook est devenu. Le coup de grâce vient en décembre, quand Chamath Palihapitiya, ancien vice-président du groupe, déclare lors d'un discours à Stanford que Facebook a « *créé des outils qui sont en train de déchirer le tissu social* ». Il confie aussi ressentir « *un immense sentiment de culpabilité* » et ne jamais vouloir « *mettre cette merde* » dans les mains de ses enfants.

Aujourd'hui, Mark Zuckerberg tente de sauver la face, en annonçant une batterie de mesures chaque semaine - son équipe de sécurité va atteindre 20 000 recrues d'ici à la fin de l'année, l'accès des développeurs à sa plateforme va être réduit, etc. Ce qui ne l'empêche pas de violer certaines promesses : exit l'idée d'offrir la même protection aux internautes du monde entier ! Il vient de transférer le siège social de Facebook de l'Irlande vers les Etats-Unis afin que les non-Européens ne tombent pas sous le coup de la nouvelle réglementation européenne (RGPD).

Si quelques investisseurs, principalement des fonds de pension de fonctionnaires, ont réclamé sa démission du poste de président, sa position à la tête de la société n'est pas menacée : il a beau ne détenir que 14% du capital, il accapare 60% des droits de vote. Surtout, l'audition du patron de Facebook ne semble pas avoir convaincu les Républicains, qui détiennent la majorité au Congrès, de la nécessité d'adopter une législation plus stricte. Mark Zuckerberg va pouvoir continuer à réciter son passage préféré de l' *Enéide* de Virgile : « *une quête qui ne connaît pas de limite de temps ni de grandeur.* »

Ils profitent de la polémique

Apple et Microsoft affichent leurs différences

« *Apple fait de l'argent grâce à de bons produits, pas grâce à vous.* » Steve Wozniak, cofondateur de la marque à la pomme, n'a pas manqué de se démarquer de Facebook en supprimant son compte chez Zuckerberg. Apple a toujours communiqué sur la sécurité des données personnelles et l'argument a encore plus d'impact aujourd'hui. 56% des personnes interrogées se méfient de Facebook et 2% seulement d'Apple, selon un mini-sondage publié par Recode le 10 avril ! Si Apple a encore plus de data sur ses clients que Facebook, étant donné sa palette de produits et services, elle ne les monétise pas et s'impose par exemple de masquer les données de géolocalisation au nom du respect de la vie privée. Microsoft bannit pour sa part la personnalisation des publicités en fonction des e-mails et des chats des utilisateurs.

Qwant, le Petit Poucet des moteurs, prend sa revanche

Le moteur de recherche qui n'archive pas les données de navigation de ses utilisateurs et affiche des réponses indépendantes de l'historique a connu un succès phénoménal dans les jours qui ont suivi les révélations sur Cambridge Analytica. Le nombre d'utilisateurs a bondi de 20% par jour, au point que Qwant a connu une panne pour cause de surchauffe le 28 mars. Mais il a encore beaucoup de chemin à faire, puisqu'il ne traite que 4% des requêtes faites en France. Mozilla surfe sur la même vague : en mars, l'entreprise a lancé sur son navigateur Firefox une extension qui empêche le réseau social de collecter des données sur ses utilisateurs ailleurs que sur son propre site. Son nom : Facebook Container.

Les cabinets anglo-saxons se préparent pour des class actions

Les avocats anglo-saxons ont vite compris le profit qu'ils pourraient tirer des ratés de Facebook. Une class action particulièrement médiatisée a notamment été lancée dans l'Etat américain du Delaware, siège de Facebook, de Cambridge Analytica et de sa maison mère SCL. Elle est ouverte aux 70,6 millions d'Américains et 1 million de Britanniques concernés par la collecte non consentie de leurs données. Jason McCue, du cabinet londonien McCue & Partners - « *spécialisé dans les cas que personne ne peut ou ne veut défendre* » ! - est à la pointe du combat. Il est secondé à New York par Robert Ruyak, de Ruyak Cherian - un vieux routier des procédures collectives. Si la bataille légale aboutit, les dommages à verser aux plaignants pourraient dépasser les 70 milliards de dollars, selon le *Guardian*.

« Le Guardian » se pose en gardien de la démocratie

Dans un éditorial daté du mardi 17 avril, le quotidien britannique, qui a révélé le 17 mars, par le biais de son édition dominicale l'*Observer*, l'« affaire Cambridge Analytica », résume ses griefs à l'égard du groupe de Mark Zuckerberg. « *Ce qui rend Facebook si dangereux pour la démocratie, c'est son business model* » explique ni plus ni moins le journal, car son fonctionnement repose sur la collecte de données personnelles des individus pour que les publicitaires puissent affûter au mieux les messages qui leur sont adressés. Sauf que quand ce sont des officines de propagande qui se substituent aux annonceurs, les règles du jeu électoral, fondement de nos démocraties, sont bafouées. Depuis un mois, presque tous les jours, le journal consacre au moins un article aux suites de l'affaire et à démonter le système Facebook.

Quinze ans d'excuses et de promesses non tenues

L'exercice de contrition auquel s'est prêté Mark Zuckerberg devant le Congrès n'est pas le premier, loin de là. Depuis la création de Facebook en 2004 - et même déjà avant -, son fondateur n'a cessé de présenter ses excuses pour le mal commis, promettant un surcroît

de « *transparence* », un « *meilleur contrôle* » de la vie privée et une « *meilleure application* » des politiques de confidentialité. Revue de détail.

Novembre 2003 :

Après avoir créé Facemash, un site Internet permettant de classer les étudiants de Harvard en deux catégories, « *sexy* » et « *pas sexy* » :

« Je ne pensais pas que cela évoluerait ainsi et je demande pardon pour le mal causé par ma négligence. »

Septembre 2006 :

Après l'introduction de News Feed, une fonctionnalité très intrusive permettant de suivre, dès la page d'accueil, l'activité de ses amis sur Facebook :

« Nous nous sommes complètement plantés sur ce coup-là. Nous n'avons pas su faire la pédagogie de cette nouvelle fonctionnalité, et encore moins garantir que vous en gardiez le contrôle. »

Décembre 2007 :

Après le lancement de Beacon, un outil marketing qui recense les achats effectués par telle ou telle personne sur Internet et en informe ses amis sur Facebook :

« Nous avons fait un mauvais boulot et je m'en excuse. Les gens sont en droit de choisir explicitement les informations qu'ils partagent. »

Mai 2010 :

Après des révélations dans la presse, selon lesquelles certaines entreprises ont accès aux identifiants des utilisateurs Facebook :

« Nous allons parfois trop vite. Nous allons vous offrir des outils beaucoup plus simples pour contrôler votre vie privée. »

Novembre 2011 :

Le régulateur du commerce (FTC) accuse Facebook d'avoir trompé ses utilisateurs sur le respect de leur vie privée :

« Je suis le premier à admettre que nous avons fait une série d'erreurs. »

Juillet 2014 :

Un article universitaire révèle que Facebook a pratiqué des tests psychologiques sur 70 000 utilisateurs, sans les avertir :

« Nous n'avons pas bien communiqué et je m'en excuse. Notre intention n'était pas de vous énerver » (Sheryl Sandberg, numéro 2 de Facebook).

Avril 2017 :

Un internaute publie une vidéo sur Facebook dans laquelle il assassine un homme de 74 ans, Robert Godwin :

« Nous avons un gros travail à faire. Nous allons continuer à faire notre maximum pour éviter que ce genre de tragédie ne se reproduise. »

Septembre 2017 :

Facebook est accusé d'avoir facilité l'ingérence de la Russie dans l'élection présidentielle

américaine :

« Je demande pardon, je vais travailler pour mieux faire. »

Avril 2018 :

Le *Guardian* révèle que la société Cambridge Analytica a accédé aux données personnelles de 87 millions d'utilisateurs :

« L'erreur me revient et j'en suis désolé [...]. Nous avons la responsabilité de protéger vos données et si nous ne pouvons pas le faire, nous ne méritons pas de vous servir. »