

Facebook va-t-il dire adieu aux "likes" ?

Le réseau social n'exclut pas de donner moins d'importance au décompte des mentions "j'aime" dans les prochains mois. Une stratégie analogue à celle d'Instagram, sa propre filiale.

Ils sont le symbole le plus emblématique [de Facebook](#), mais pourraient bientôt se faire plus discrets. Comme l'a remarqué une internaute ce 2 septembre, la plateforme teste actuellement une nouvelle évolution consistant à ne plus afficher le nombre de "likes" ("j'aime") - et de réactions en général - liés à une publication. Interrogée par le site américain [TechCrunch](#), la plateforme confirme envisager de ne plus afficher ce décompte auprès de l'ensemble [de ses 2,3 milliards d'utilisateurs](#).

Cette annonce suit de près [celle d'Instagram](#), l'une de ses filiales les plus importantes, qui a également fait disparaître le nombre de "likes" dans plusieurs pays, dont le Canada, l'Australie, le Japon ou encore l'Italie. Avec ce nouveau système, seuls les auteurs des publications ont la possibilité d'accéder à ces statistiques. Officiellement, le but est de recentrer l'attention sur les contenus, plutôt que sur leur popularité.

"Nous voulons que vos amis se concentrent sur les photos et les vidéos que vous partagez, et non sur le nombre de likes qu'elles obtiennent. Vous pouvez toujours consulter la liste de ces likes [...] mais vos amis ne pourront plus voir le nombre de likes de votre publication" précisait Instagram en juillet dernier.

Les "likes", un précieux actif pour Facebook

En limitant l'accès au nombre de "likes", Facebook devrait mettre en avant sa volonté de protéger ses utilisateurs de la pression sociale, et de la course à la popularité. Pour les professionnels de la publicité en ligne, l'affichage des "likes" permet de mesurer le taux d'engagement des différents profils, [dont ceux des influenceurs](#). En faisant disparaître cette information, Facebook rendrait plus difficile la mesure du temps passé sur ses réseaux sociaux.

En plus du "like", Facebook [avait introduit cinq réactions en 2016](#) ("J'adore", "Haha", "Wouah", "Triste" ou "Grrr"). Si l'entreprise semble décidée à dissimuler les chiffres liés à ces différents boutons, il est peu probable qu'elle les fasse disparaître. En 2018, Facebook [a engrangé](#) 55,8 milliards de dollars de chiffre d'affaires... dont 55 milliards directement liés à la vente de publicité ciblée. Les réactions des membres de Facebook aux milliards de publications constituent un précieux outil pour déterminer leurs goûts, et diffuser ces publicités "sur-mesure". Les supprimer reviendrait pour l'entreprise à mettre au rebut l'un de ses actifs les plus précieux.

<https://www.msn.com/fr-be/actualite/technologie-et-sciences/facebook-va-t-il-dire-adieu-aux-likes/ar-AAGKdew?li=BBqiQ9T>