

# La croissance de Facebook confrontée à un plafond de verre ?

**Facebook** vient de présenter les résultats de son troisième trimestre 2016 d'activité. Le réseau social affiche un chiffre d'affaires en forte croissance : **+56 %** sur un an, pour **7,01 milliards de dollars**. Contre 4,50 milliards de dollars sur Q3 2015. L'essentiel des revenus de la firme est tiré de la publicité (97,2 % du CA total de Facebook).

« *Nous avons réalisé un autre bon trimestre* », explique **Mark Zuckerberg**, fondateur et CEO de Facebook. « *Nous faisons des progrès sur la mise en avant de la vidéo sur nos applications, tout en réalisant les objectifs de notre feuille de route technologique à 10 ans.* »

Le nombre d'utilisateurs actifs par jour bondit de **17 %**, à 1,18 milliard. Par mois, il gagne **16 %**, à 1,79 milliard. Belle croissance également en mode mobile, où ces chiffres se fixent à respectivement 1,09 milliard (+22 %) et 1,66 milliard (+20 %). **94,8 %** des utilisateurs se connectent au réseau social en mode mobile. **84 %** des revenus publicitaires sont par ailleurs réalisés sur des terminaux mobiles.

## **Facebook, au sommet...**

le bénéfice net bondit de **166 %** pour atteindre les **2,38 milliards de dollars**. Un an plus tôt, il n'était que de 896 millions de dollars. La rentabilité de la société s'est largement accrue, avec une marge opérationnelle qui passe de 32 % à 45 % en un an.

Le bénéfice net par action en données corrigées est quasi doublé sur un an, avec **1,09 dollar** sur Q3 2016, contre 57 cents sur Q3 2015. Tous ces chiffres sont supérieurs aux attentes des analystes, qui tablaient sur un CA de 6,92 milliards de dollars et un bénéfice net par action en données corrigées de 97 cents.

Et pourtant, l'action Facebook a du plomb dans l'aile sur le Nasdaq. Elle clôturait **en baisse de 1,80 % hier**, à 127,17 dollars. Une chute qui s'est accentuée dans les échanges hors séance. À l'heure où nous écrivons ces lignes, l'action **perd 7,05 %** et retombe ainsi à 118,21 dollars.

## **... avant la descente ?**

La cause de cette plongée est à aller chercher du côté des annonces faites par la société lors de la présentation de ses résultats. Le directeur financier de Facebook, **David Wehener**, a ainsi indiqué qu'un tel niveau de croissance ne pouvait être maintenu éternellement. Maintenant que la publicité desktop et mobile est installée sur le site et les apps de la société, il faut s'attendre à une croissance moindre du CA de Facebook, qui tendra à se rapprocher de celle de ses utilisateurs actifs.

Facebook ne peut en effet plus se permettre **d'augmenter le nombre de publicités affichées** sur ses différents supports, comme cela a été le cas par le passé. Et la société compte investir massivement en 2017, ce qui devrait faire exploser ses charges. Les commentaires pour le moins

laconiques du patron de Facebook lors de la présentation de ces résultats trimestriels ont probablement également participé à inquiéter les investisseurs.

**À lire aussi :**

[Facebook at Work se prépare à séduire les entreprises](#)

[Facebook veut proposer son Internet gratuit aux États-Unis](#)

[Un lien transpacifique de 120 Tb/s signé Google et Facebook](#)