

Facebook renonce à Twitter, quel avenir pour les réseaux sociaux ?

Le site de mini-blogs ou de micro-blogging Twitter vient de décliner une offre de rachat par Facebook. Motif invoqué par la société américaine pour daigner le **demi-milliard de dollars**, un **désaccord sur la valeur de l'action Facebook**, à en croire le site AllThingsD.com.

[Twitter](#) revendique **six millions d'utilisateurs**, qui s'en servent pour envoyer des messages de 140 caractères maximum sur un autre ordinateur ou sur un portable. En face, Facebook, véritable poids lourd de sa catégorie revendique plus de **120 millions d'utilisateurs** mais reste très discret sur ses résultats financiers. Son fondateur Mark Zuckerberg avait alors seulement évoqué du bout des lèvres début novembre un chiffre d'affaires d'une « **centaine de millions de dollars** ».

LinkedIn, sorte de Facebook pour son réseau professionnel a dû traverser un passage à gué plutôt difficile ces dernières années. La société LinkedIn Corp a réalisé voilà un mois un [tour de table](#) auprès des investisseurs en vue de l'obtention de **22,7 millions d'euros**. Une opération déjà répétée en [juin](#) pour 53 millions d'euros qui montre que le site a **encore du mal à monétiser son audience**.

C'est, entre autres, la raison pour laquelle le site vient de lancer une **version française du site**. Reid Hoffman, co-fondateur et président du site explique: « *Avec l'ouverture à la langue française, LinkedIn espère **toucher 1,2 millions de nouveaux inscrits**. Mais aussi se rapprocher des 175 millions de francophones dans le monde* ».

Bref, chacun semble chercher sa voie. Dans la bataille ou dans la convergence. Preuve en est la réaction du président de LinkedIn sur l'abandon du rachat de Twitter : « *Je n'ai pas à commenter ce type de décision. L'Internet des consommateurs vient seulement de connaître ses débuts. **Il y aura donc des convergences à venir**, c'est un phénomène à suivre* ».

Rien de plus. Reconnaissance de terrain ou inquiétude sur les modèles économiques des concurrents, la tendance semble donc être à l'**attentisme** chez les sites de réseaux sociaux. D'autant que l'on peut noter que certains services se retrouvent, identiques, sur ces différents sites.

Facebook permet tout comme Twitter de **mettre à jour son statut** et de dire ce que l'utilisateur fait, même lorsqu'il ne fait, somme toutes, pas grand chose. De même, Facebook et LinkedIn comme Viadeo sont très ressemblants sur leur principes.

En attendant la guerre fratricide, chacun avance ses pions. C'est ce que vient juste de faire LinkedIn en s'ouvrant à la langue française.