

Twitter et LinkedIn s'intéressent au format « Stories »

Les Stories et autres formats « éphémères »* encouragent-ils la diffusion de contenu qu'on n'aurait pas partagé autrement ?

LinkedIn et Twitter l'affirment, chacun à sa manière.

Le premier a [annoncé](#), il y a quelques jours, mener une expérimentation en la matière. Réalisée pour l'heure en interne, elle sera étendue aux membres du réseau social « dans les prochains mois ».

Misant sur l'aspect narratif, LinkedIn vise un cas d'usage en particulier : le partage de moments-clés d'un événement professionnel.

Du côté de Twitter, on [vient de lancer](#) un test à petite échelle. Au Brésil en l'occurrence, sur les applications mobiles pour iOS et Android.

Les utilisateurs sont invités à poster des « Fleets » qui disparaîtront après 24 h. Outre leur durée de vie limitée, on ne peut y réagir que par message privé : pas de retweet, de « like » ou de réponses publiques.

Les Fleets que publie un utilisateur n'apparaissent pas sur sa timeline. On y accède en cliquant sur son avatar.

We've been listening to this feedback and working to create new capabilities that address some of the anxieties that hold people back from talking on Twitter. Today, in Brazil only, we're starting a test (on Android and iOS) for one of those new capabilities. It's called Fleets. pic.twitter.com/6MLs8irb0c

— Kayvon Beykpour (@kayvz) [March 4, 2020](#)

* Snapchat avait été le premier des réseaux sociaux à capitaliser sur les Stories. Ils les avait mises en place sur son application en octobre 2013. Instagram avait suivi en 2016 ; Facebook, en 2017.

Photo d'illustration © Denys Prykhodov - Shutterstock.com