

Instagram, Twitter et Facebook sur les traces de Clubhouse et Twitch

Chaque vendredi, dans sa revue de presse, Maddyness vous propose une sélection d'articles sur un sujet qui a retenu l'attention de la rédaction. Cette semaine, les contre-attaques d'Instagram, Facebook et Twitter face à l'arrivée de Clubhouse.

Temps de lecture : minute

5 mars 2021

Instagram améliore sa fonctionnalité de live à plusieurs

L'actu

Instagram dévoile la "Live room", une nouvelle fonctionnalité du réseau social de partage d'images. La "Live Room" permet à un maximum de quatre personnes de discuter en même temps, lors d'un direct vidéo visible par l'ensemble des utilisateurs d'Instagram. Les lives existaient déjà sur cette plateforme, mais ils étaient limités à deux personnes à la fois. Malgré un nouveau nom, cette fonctionnalité relève donc davantage de l'amélioration que de la véritable nouveauté.

Certains observateurs voient dans cette nouvelle fonctionnalité une tentative de résister à son concurrent Twitch, de plus en plus populaire. Ce ne serait pas une première pour Instagram. Le réseau social a récemment lancé les "Reels", des vidéos courtes inspirées de Tik Tok. Il y a quelques années, le lancement de la fonctionnalité des "stories" venait

couper l'herbe sous le pied du concurrent Snapchat. [Lire l'article complet sur Europe 1.](#)

L'audio : ce qu'il manquait à Facebook, Twitter et Instagram

Le nouvel arrivé

À la naissance du réseau social Clubhouse en mars 2020, un concept simple: pourquoi tweeter du texte quand on pourrait se parler? Résultat, en février 2021, Clubhouse compte 10 millions d'utilisateurs quotidiens.

Comme son nom l'indique, le réseau social fait l'effet d'un club très fermé d'influenceurs, journalistes, startupper et célébrités. Disponible en Europe depuis février 2021, il est, pour le moment, réservé aux utilisateurs d'Apple malgré la promesse de ses créateurs de s'ouvrir bientôt à Android. Pour rejoindre la communauté de Clubhouse, il faut par ailleurs y être invité.

Est-ce que les formats de direct sonore - d'aucuns nomment la radio - réussiront à surpasser le marché des podcasts? Difficile de le savoir selon Dylan Byers mais ce qui est sûr c'est que ce type de réseau social a un bel avenir devant lui, en particulier parce qu'il propose "*des services inédits: la possibilité de parler publiquement et gratuitement, la possibilité de distribuer gratuitement cette conversation à un réseau d'internautes et la possibilité pour l'audience de répondre avec la permission de l'hôte.*"

Pour le moment, Clubhouse résiste plutôt bien à la concurrence car il n'est pas nécessaire de passer par Facebook, Twitter ou un quelconque réseau social pour devenir membre. [Lire l'article entier sur Slate.](#)

Twitter s'essaie à l'audio avec Spaces

L'explorateur

Le succès de l'application de chat audio Clubhouse n'a pas laissé les géants des réseaux sociaux indifférents. Twitter a un coup d'avance. La plateforme s'était déjà essayée à l'audio en lançant la possibilité de publier des tweets vocaux au début de l'été dernier, et elle déploie progressivement un clone de Clubhouse. Appelé Twitter Spaces, ces salons de conversation audio sont testés auprès d'une poignée d'utilisateurs sur iOS depuis décembre 2020.

Le test semble concluant puisque Twitter vient d'ouvrir la version bêta aux utilisateurs sur Android mardi 2 mars. Pour le moment, ces derniers ne peuvent qu'écouter et parler dans ces salons audio, mais ils pourront bientôt en créer, a précisé le réseau social. La fonctionnalité semble destinée à être déployée au grand public courant 2021, et viendra concurrencer Clubhouse sur son propre terrain de jeu. [Lire l'article en entier sur Business Insider.](#)

Facebook traque Clubhouse sur son terrain

Le récidiviste

En constatant la popularité du format, des dirigeants de Facebook auraient ainsi demandé à leurs employés de créer une plateforme similaire. Pour l'heure, le projet n'en est qu'au "*premier stade de développement*", note le New York Times. "*Nous connectons les gens*

grâce aux technologies audio et vidéo depuis de nombreuses années et nous explorons sans cesse de nouvelles façons d'améliorer cette expérience pour les gens" , a déclaré une porte-parole de Facebook interrogée par le média.

Cette nouvelle a comme un air de déjà-vu. Il faut dire que Facebook semble avoir l'habitude de s'inspirer de ses concurrents pour ses propres produits : les stories de Snapchat, Reels pour concurrencer TikTok et même Messenger Rooms, plateforme faisant grandement penser à Zoom. D'ailleurs, l'entreprise fait face à des poursuites judiciaires pour abus de position dominante à cause de ce comportement. *Lire l'article entier sur Siècle Digital.*

Article écrit par Anne Taffin