

La start-up française Whaller ressuscite « The Facebook »

Avant que Facebook ne devienne le média social dont se détournent de plus en plus d'utilisateurs*, en existait une première version appelée « The Facebook ». L'équipe du réseau social Whaller s'est adonnée à un exercice de réanimation technologique en restaurant visuellement ce Facebook des origines : « The Facebook ». En 2004, la promesse du réseau n'avait absolument rien à voir avec ce qu'elle est devenue : « The Facebook » garantissait alors l'étanchéité des communautés, le contrôle, la maîtrise et la confidentialité. Cette promesse, Whaller la tient à nouveau depuis 2013.

>> Se connecter à <https://the.whaller.com> <<



The screenshot shows the Whaller website interface. At the top, there is a navigation bar with the Whaller logo on the left and the text "[TheWhaller]" on the right, with links for "Home", "about", and "Logout". Below the navigation bar, there is a main content area with a blue header that says "Welcome to TheWhaller!". The main content area features a large heading "[Welcome to TheWhaller]" and a paragraph stating: "TheWhaller is an online network that enables organizations to carry out their digital activity in complete security. Your Whaller is limited to your organization or entreprise. You can use TheWhaller to :". This is followed by a bulleted list of features: "see a visualization of your social network", "build complex networks made of hermetic spheres", "establish connections between spheres", "control the audience of your publications", "contextualize all your conversations", "move from collective to private", and "move from asynchronous to synchronous". Below this list, there is a paragraph: "TheWhaller brings back to life what Facebook once was, failed to remain and what Whaller is today." and a link "Download our press release here". At the bottom of the main content area, there is a search bar with a "Search" button and a list of member clubs: "le club des Goélettes • Le Club Autolib • Shotokan Karaté Club Bailleulois • Club Whaller • Club FAIEJ • IGTCLUB • Club Export Sud Alsace Mulhouse • Club Informatique de Guinée • Test ClubBV • un beau club • Club social, culturel et sportif des Lions Rouges d'Aquitaine • CLUB ABIDJAN VILLE DURABLE • Jazz Club clermontois • Test • un club • club nature et partage • Club Rennais Aquariophile • Club La route des Voyages • Club Photo Carros • TestClub • autolib club • Club • Club des Entrepreneurs du Pays de Gâtine • Secret Club • The Caerus Club". At the very bottom, there is a footer with links for "Product", "Integrations", "Mobile", "Contact", "Pricing", "Blog", "Press", "Legal", "Twitter", and "Privacy", and the text "A Whaller Production".

The Facebook était un projet fabuleux

« Au départ, Facebook, c'était quelque chose de fabuleux », explique Thomas Fauré, le fondateur du réseau social français Whaller. Tout le monde nous dit aujourd'hui que nous sommes l'anti-Facebook. Dans un sens, nous assumons cette étiquette. Mais nous avons voulu dire avec cette opération que nous nous sentions proches du Facebook des débuts. » Dans son interview au Harvard Crimson en février 2004, Zuckerberg évoquait pêle-mêle les options de protection de la vie privée « assez intensives », le « très bon contrôle des gens sur qui peut voir leurs informations », la limitation du nombre de personnes qui peuvent voir vos informations, l'incessibilité des données, la sécurité par l'authentification des utilisateurs grâce à leurs adresses mail. Rien à voir avec ce qu'est devenu Facebook aujourd'hui !

Le village numérique global : une utopie

Le fait que le design de « The Facebook » ait changé depuis, peu de temps après avoir perdu son « The » n'est pas anodin. Le design, c'est l'intention, l'induction des usages. Et avec son nouveau design, Facebook ambitionnait alors de faire de sa plateforme un village global et publicitaire où tout le monde soit ami avec tout le monde. Cette idée, on le voit aujourd'hui, relève de l'utopie. L'exploitation des données, le « blurring » entre vie privée et vie publique, la surveillance, le voyeurisme, les fake news, la manipulation, l'abrutissement de l'attention : cela était inéluctable sur un réseau ouvert à tous les vents et dans la main d'un seul homme. Aujourd'hui, dans le monde entier Facebook fait l'objet d'une désaffection croissante. On sent partout le besoin de revenir à ce qu'aurait toujours dû être et rester un réseau « social » : quelque chose d'ordonné, qui reflète ou nourrisse notre vie tangible, et qui protège les personnes.

Clarté, confidentialité, hiérarchie et attention

Mark Zuckerberg a parlé récemment de « réparer » Facebook. Mais c'est trop tard. Il faut d'abord qu'il répare le tort considérable qu'il a fait à des centaines de millions d'utilisateurs, et à la démocratie. Les espèces disparaissent, les géants de la technologie aussi. Aujourd'hui, les utilisateurs du net ressentent un profond besoin de clarté dans les intentions des plateformes, de confidentialité dans leurs échanges, de hiérarchisation de leurs contacts et de préservation de ce bien précieux qu'est leur attention. Welcome to the Whaller. La Vieille Europe n'a pas dit son dernier mot.

* <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/09/05/americans-are-changing-their-relationship-with-facebook/>

À propos de Whaller

Whaller est une plateforme arborescente de réseaux sociaux et collaboratifs garante de la confidentialité des données de ses utilisateurs. L'incessibilité et la non-exploitation de ces données constituent deux principes fondamentaux de la plateforme. Grâce à un système exclusif de sphères étanches, chacun peut désormais créer et administrer une infinité de réseaux sociaux privatifs par défaut à partir d'un seul et même compte. Sur Whaller, chacun maîtrise ses communications, ses communautés et son audience. La plateforme offre une grande richesse fonctionnelle et ses usages sont nombreux : réseaux sociaux d'entreprises, outils de management et de gestion de projets, intranets sociaux, espaces collaboratifs, réseaux personnels, etc. Whaller s'adresse à tous types de structures : entreprises, administrations, associations, écoles et universités, institutions, ministères, familles... Créé en mai 2013, Whaller comptabilise aujourd'hui plus de 250 000 utilisateurs inscrits et plus de 10 000 organisations. Whaller est référencé sur le marché multi-éditeurs de l'Union des Groupements d'Achats Publics (UGAP) dans la catégorie "réseaux collaboratifs sécurisés".

Contact presse :

Kamélia Graff - kamelia.graff@whaller.com - 06.87.44.35.23

[Dossier de presse](#)
whaller.com