



digital.union@sonapresse.com

L'actu du web

Par I. M'B.

STARTUP FRANÇAISE : DES ARBRES LUMINEUX POUR L'ÉCLAIRAGE



Photo: DR

Pour répondre aux besoins en éclairage des villes, tout en réduisant la consommation d'électricité, la startup Woodlight, basée à Strasbourg, développe des arbres lumineux. En s'appuyant sur le phénomène de bioluminescence, la jeune pousse veut à la fois proposer un système d'éclairage plus écologique, tout en encourageant la plantation d'arbres dans les zones urbaines. La bioluminescence est un phénomène biologique présent dans la nature, par exemple chez les lucioles. Et l'idée de Woodlight est de créer des arbres qui seraient capables d'imiter ces organismes.

LE NOUVEAU LOGO DE FACEBOOK EST LÀ

Meta a annoncé la semaine écoulée avoir modifié pour la première fois depuis 2019 le design du logo de Facebook, ses couleurs et sa police de caractères. Les changements sont en effet très subtils, même si Meta parle d'une "refonte de l'identité de marque" de Facebook. La couleur du logo est en effet simplement passée d'un dégradé de bleu à un bleu foncé uniforme. La forme du F a également changé avec des courbes plus arrondies, une barre plus courte et un angle plus prononcé.

COMMENT ÉCHAPPER À LA PRESSION DES GROUPES SUR WHATSAPP ?



Photo: DR

Le smartphone qui vibre toutes les minutes... Depuis la pandémie de Covid-19 et le confinement, un grand nombre de discussions WhatsApp a vu le jour avec des groupes de familles, d'amis, de voisins, collègues, etc. Quand il s'agit de relations familiales, la pression pour répondre, commenter ou s'extasier sur une photo ou une anecdote peut devenir insupportable. Alors pour éviter de devenir dingos face au flot de notifications, certains de nos lecteurs nous ont dévoilé leurs petites astuces comme le "mode muet".

E-  BUSINESS...

Chaînes câblées gratuites : le boîtier magique qui va faire fondre leurs gains



Photo: DR



Les entreprises qui commercialisent les chaînes câblées ont tout à craindre : ce boîtier pourrait détruire les recettes de l'industrie.

Innocent M'BADOUMA
Libreville/Gabon

C'EST un modèle économique qui risque de bouleverser l'industrie de la télévision numérique par abonnement, des programmes streaming payants partout dans le monde, y compris en Afrique francophone où Canal+ domine le marché.

En effet, alors que des millions, voire des milliards de consommateurs du divertissement dépensent plus de 5 000 à 65 000 francs

par mois dans toutes sortes d'abonnement TV et plateformes de streaming, Rémy, Suisse de nationalité (photo), a trouvé le moyen qui permet d'accéder légalement et gratuitement à toutes les chaînes et plateformes depuis votre télé, grâce à un boîtier magique que lui et ses deux associés commercialisent, en ligne.

Une fois branché, le boîtier va faire office de satellite et permettre à la télé d'accéder à toutes les chaînes et applications de streaming (y compris les plus prestigieuses).

L'intelligence artificielle qu'ils y ont développée permet à toutes les télé connectées au boîtier de pouvoir choisir et regarder n'importe quel programme sans attente ni interruption et surtout gratuitement et disponible en ligne.

Pour la petite histoire, ingénieur diplômé, Rémy part en 2020 à la Silicon Valley pour fonder la prochaine start-up qui révolutionnera son industrie. Il s'associe assez vite avec deux autres ingénieurs de talent. Le petit boîtier à brancher sur sa télé pour la rendre intelligente

(accès à toutes les chaînes / applications / musiques) voit le jour, le tout contrôlable depuis son téléphone, tablette ou ordinateur.

Ce n'est pas un accès pirate. Si ce n'était pas légal, la société ne serait de toute façon pas autorisée à commercialiser son boîtier. Le boîtier est donc 100 % légal et sans aucun risque. La société a annoncé un prix de vente à 99 € (près de 65 000 francs) pour son boîtier TV Évolution, les nouvelles chaînes et les applications sont constamment mises à jour.

Portails commerciaux

DE BOURSORAMA À BOURSOBANK

GMNN
Libreville/Gabon

D'ANS le monde du commerce où la concurrence – très rude – n'est jamais statique, les acteurs doivent trouver des astuces pour rester debout et continuer d'avancer. Il faut se battre pour innover et attirer plus de clientèle.

Chez Boursorama, par exemple, les dirigeants l'ont bien compris. Les équipes de cette entreprise sont sous pression. La banque

en ligne, filiale de Société Générale, vient de modifier son identité commerciale, à savoir, le nom et le logo. C'est le site en ligne La Revue du Digital qui a récemment fait cette annonce. L'entreprise a l'ambition de devenir l'un des acteurs majeurs de la banque en France à l'horizon 2026. La banque souhaite dépasser 8 millions de clients en 2026, contre 5 millions cette année. La nouvelle identité commerciale a été co-construite avec la communauté des clients de Boursorama au

Photo: DR/ L'Union



cours des derniers mois. La nouvelle marque sera déployée à partir du 2 octobre prochain sur l'ensemble des interfaces, produits et supports de communication du groupe.

Le plan de communication auprès des clients et le dispositif de communication externe débutent le 20 septembre en presse, affichage et sur les réseaux sociaux.