



digital.union@sonapresse.com

L'actu du web

E- BUSINESS...

Metavers, la nouvelle frontière à milliards pour les marques

QUANTIQUE : QUBIT PHARMACEUTICALS VEUT ACCÉLÉRER LA DÉCOUVERTE DE NOUVEAUX MÉDICAMENTS



Photo: DR

À la croisée des chemins entre la biologie et le quantique, la start-up Qubit Pharmaceuticals a développé une suite logicielle de conception de médicaments assistée par ordinateur pour accélérer les découvertes tout en réduisant les coûts. Après un premier tour d'amorçage, elle vient de lever 16,1 millions d'euros pour déployer son innovation auprès des industries pharmaceutiques.

FACEBOOK IMPLANTE UNE "ACADÉMIE DU MÉTAVERS" EN FRANCE



Photo: DR

Meta (anciennement Facebook) croit dur comme fer au métavers. Le géant de la Tech affiche d'ailleurs ses intentions en annonçant le lancement d'une école gratuite entièrement dédiée au métavers en France. Le groupe de Mark Zuckerberg s'associe pour l'occasion avec Simplon.co, une entreprise française sociale et solidaire dédiée à la formation au numérique.

UN OUTIL DE DIAGNOSTIC EN LIGNE DÉDIÉ POUR MENACES CYBER



Photo: DR

La plateforme gouvernementale Cybermalveillance.gouv.fr lance un nouvel outil de diagnostic en ligne intégrable dans n'importe quel site, qu'il appartienne à un particulier, une entreprise ou une entité publique. Le service "Cybermalveillance.gouv.fr" aide les personnes victimes d'actes de cybermalveillance. La victime peut être en mesure de diagnostiquer facilement le problème qu'elle rencontre parmi une cinquantaine de cybermenaces recensées.



Photo: DR

Avec un casque de réalité virtuelle, des boutiques défilent sous vos yeux.

Innocent M'BADOUA
Libreville/Gabon

PORTER un casque de réalité virtuelle (Métavers), voyager à travers des boutiques virtuelles et y vendre ou faire son shopping. La technologie Métavers est le nouvel eldorado où se ruent ceux qui veulent brasser des milliards. Pour les spécialistes d'opportunités, c'est sans doute un des concepts technologiques les plus utilisés en ce moment. Le méta-

vers, cette nouvelle forme d'internet incarné accessible grâce à un casque de réalité virtuelle, se décline à toutes les sauces. Culture, sport, travail, e-commerce, tout y passe. C'est justement sur ce dernier point que l'appétit des marques semble le plus aiguisé. Il faut dire que des grandes entreprises telles que l'équipementier Nike espèrent réaliser de beaux gains sur le métavers à l'avenir. Selon un rapport de la banque d'affaires J.P. Morgan, ce mar-

ché pourrait ainsi peser plus de 1 000 milliards de dollars (626 000 milliards FCFA) par an, d'ici quelques années. Des programmeurs expliquent le concept: " Au lieu d'avoir des magasins dans chaque ville, un grand détaillant pourrait construire un centre mondial dans le métavers capable de servir des millions de clients ". Comme le rapporte le Financial Times, Nike propose sa boutique sur la plateforme Roblox. Les consommateurs peuvent

s'offrir des produits numériques estampillés de la marque américaine.

Si la technologie Métavers a de bonnes perspectives, elle doit convaincre la tranche de consommateurs adultes. Ces derniers ne sont pas des plus enthousiastes à en croire le journal économique. Un sondage réalisé par Forrester Research aux États-Unis l'an dernier a conclu que seul un quart des adultes américains a envie de passer du temps dans le Métavers.

Portails commerciaux

LA VIDÉO, PORTAIL PUBLICITAIRE EN BONNE PLACE

GMNN
Libreville/Gabon

LES dépenses publicitaires mondiales devraient augmenter de 8 % en 2022, selon un rapport de Zenith (Publicis Media), relayé par le site en ligne of-fremedia.com. Selon nos confrères, cette croissance est soutenue par les Jeux olympiques d'hiver, les élections américaines de mi-mandat et la Coupe du monde de football au Qatar.

Les tarifs de la publicité télévisée devraient augmenter de

11 à 13 % cette année, en raison d'une forte demande des annonceurs, contre +7 % pour la vidéo en ligne. Les autres canaux numériques où l'offre augmente et les volumes sont flexibles ne gonflent que modérément, avec des hausses de prix moyennes de 3 % prévues pour les médias sociaux et le display. Les tarifs de la publicité extérieure et de la radio augmenteront d'environ 4 % cette année, tandis que ceux de la presse papier resteront stables. La croissance devrait ralentir à 5,4 % en 2023, avant que les Jeux olympiques d'été et les élections présidentielles américaines ne



contribuent à la faire passer à 7,6 % en 2024.

La vidéo en ligne devrait désormais être le portail ou le média où la croissance est la plus rapide au cours des trois prochaines années. Zenith prévoit qu'elle augmentera de 15,4 % par an

en moyenne entre 2021 et 2024, tirée par le développement rapide de la télévision connectée, du streaming vidéo financé par la publicité, alors que Netflix et Disney + devraient lancer des offres publicitaires d'ici quelques mois.

Photo: LP/Valentin Cebron/L'Union