METAVERSE :

Le métaverse est un monde virtuel partagé dans lequel les gens peuvent interagir entre eux et avec des objets numériques. Il est encore en développement, mais il a le potentiel de révolutionner la façon dont nous interagissons avec Internet.

Voici quelques-unes des caractéristiques du métaverse :

* Il est immersif : les utilisateurs peuvent se sentir comme s'ils étaient réellement présents dans le monde virtuel.
* Il est interactif : les utilisateurs peuvent interagir entre eux et avec des objets numériques.
* Il est persistant : les changements apportés au monde virtuel sont permanents.
* Il est ouvert : tout le monde peut accéder au métaverse, quel que soit son appareil ou son emplacement.

Le métaverse a le potentiel de révolutionner de nombreux aspects de notre vie, notamment la façon dont nous travaillons, nous apprenons, nous nous divertissons et nous socialisons. Il pourrait également créer de nouvelles opportunités économiques et sociales.

Voici quelques-uns des cas d'utilisation potentiels du métaverse :

* Travail : Le métaverse pourrait permettre aux gens de travailler de n'importe où dans le monde. Les entreprises pourraient utiliser le métaverse pour créer des espaces de travail virtuels, des salles de réunion et des formations.
* Éducation : Le métaverse pourrait permettre aux étudiants d'apprendre de manière plus immersive et interactive. Les enseignants pourraient utiliser le métaverse pour créer des mondes virtuels dans lesquels les étudiants peuvent explorer et apprendre de nouvelles choses.
* Divertissement : Le métaverse pourrait offrir aux gens de nouvelles façons de se divertir. Les gens pourraient jouer à des jeux, regarder des films, assister à des concerts et plus encore dans le métaverse.
* Socialisation : Le métaverse pourrait permettre aux gens de se connecter avec d'autres personnes de manière plus immersive. Les gens pourraient se rencontrer, discuter, jouer et faire des choses ensemble dans le métaverse.

Le métaverse est encore en développement, mais il a le potentiel de changer radicalement notre façon de vivre.

Le métaverse est encore en développement, mais il a déjà connu un certain succès. Des entreprises comme Meta, Microsoft et Roblox ont investi massivement dans le métaverse et ont créé des expériences immersives et interactives pour les utilisateurs.

Le métaverse a le potentiel de révolutionner la façon dont nous interagissons avec Internet, mais il est important de noter qu'il s'agit d'une technologie encore émergente. Il y a encore de nombreux défis à relever, tels que la disponibilité des appareils et des connexions Internet, la protection de la vie privée et la sécurité des utilisateurs.

Malgré ces défis, le métaverse a de l'avenir. Les investissements massifs des entreprises technologiques et l'intérêt croissant des consommateurs suggèrent que le métaverse est là pour rester.

Voici quelques-uns des facteurs qui pourraient contribuer à l'adoption du métaverse :

* L'amélioration des technologies de réalité virtuelle et augmentée, qui rendront le métaverse plus immersif et interactif.
* La baisse des coûts des appareils et des connexions Internet, qui faciliteront l'accès au métaverse.
* L'émergence de nouveaux cas d'utilisation du métaverse, tels que la formation, l'éducation et le travail à distance.

Si le métaverse continue de se développer et de s'améliorer, il pourrait devenir une partie intégrante de notre vie quotidienne.

Le métaverse a le potentiel de révolutionner la façon dont nous interagissons avec Internet. Il pourrait permettre aux gens de travailler, d'apprendre, de se divertir et de se connecter avec d'autres personnes de manière plus immersive et interactive.

Cependant, le métaverse est confronté à un certain nombre de défis, notamment :

* Le coût des technologies nécessaires pour accéder au métaverse est encore élevé.
* La sécurité des données et de la vie privée dans le métaverse est une préoccupation majeure.
* Les risques d'addiction et d'isolement social liés à l'utilisation du métaverse sont réels.

Malgré ces défis, le métaverse a le potentiel de devenir une technologie majeure dans les années à venir. Si les entreprises et les gouvernements parviennent à relever les défis actuels, le métaverse pourrait avoir un impact profond sur notre société.

En ce qui concerne la question de savoir si le métaverse est un flop, il est encore trop tôt pour le dire. Le métaverse est encore en développement et il est difficile de prédire comment il sera utilisé à l'avenir. Cependant, le potentiel du métaverse est important et il est possible que le métaverse devienne une technologie majeure dans les années à venir.

Une vision plus empirique et historique /sociologique est nécessaire, plutôt que la vision d’i, chercheur ou un consultant commercial en innovation.

[Il n'y a pas d'invention ni d'innovation](http://business.lesechos.fr/directions-generales/strategie/veille-etudes/innovation-5-competences-a-exploiter-pour-trouver-une-idee-innovante-6551.php) sans usage. Le dernier mot revient donc aux clients et non pas aux scientifiques. Ce constat d'évidence ferait sans doute l'unanimité parmi les entreprises innovantes : même si une innovation améliore la vie quotidienne, ce n'est pas suffisant pour garantir sa réussite. On se souvient par exemple que les ventes de l'iPod conçu par Apple ont végété durant plusieurs années. Il a fallu attendre que l'usage de la musique dématérialisée progresse et que la plateforme de téléchargement iTunes apparaisse pour que l'iPod connaisse un succès aussi imprévisible que spectaculaire.

L'observation selon laquelle les usages dépendent non pas de la force d'une invention mais d'un faisceau de facteurs sociaux, voire politiques, sert de fil directeur au livre "Quoi de neuf ?"de l'historien anglais Thomas Edgerton.

Les chemins de l’innovation sont pavés d’erreur d’appréciation, parfois de la part de ceux-là mêmes qui innovent le plus. Peu auraient parié il y a 25 ans, que le smartphone allait connaître ce fulgurant essor (trop cher, inutile !) et à revers, Steve Jobs et Jeff Bezos pressentaient il y a quelques années à peine que le « Segway » allait reconfigurer les villes : raté. Comme l’[expliquait](https://signauxfaibles.co/2019/03/23/pourquoi-les-predictions-sont-souvent-fausses-et-quelles-lecons-en-tirer/) Clément Jeanneau en 2019, en matière de prédictions, personne n’est immunisé contre les flops.

Pour Clive Thompson, il faudrait prêter attention à deux facteurs importants. Le premier concerne les caractéristiques de l’innovation en tant que telle : fonctionne-t-elle assez bien et pour un prix correct ? La seconde interroge sa désirabilité : existe-t-il un groupe de gens suffisamment motivés pour changer leurs habitudes et l’utiliser ?

L’AFFORDANCE

« L’homme sait assez souvent ce qu’il fait, mais ne sait pas ce que fait ce qu’il fait », écrivait Paul Valéry.

L’affordance est un concept proposé par le psychologue américain James Gibson dans les années 1960. Il exprime cette faculté des êtres vivants à guider leurs actions selon ce que l’environnement offre en termes de potentialités d’actions.

L’affordance, explique Davis, est un concept intéressant car « il permet aux analystes d’interroger les effets des technologies émergentes tout en évitant de céder au déterminisme technique. » Si le déterminisme technique pose qu’une technique donnée produit (forcément) des effets donnés, l’affordance apporte de la nuance. Par exemple, le caddie n’oblige pas à acheter beaucoup de produit, il le permet seulement. A revers, il est toujours possible de faire beaucoup de courses avec un sac, ce sera juste un peu plus compliqué.

\_

“Pendant longtemps, quand j’avais rendez-vous dans des lieux publics, notamment chez les gays, je n’étais pas très à l’aise seul dans un bar. Le fait d’arriver un peu en retard était une stratégie consciente.” C’est, pour lui, “la garantie de ne pas se retrouver seul face au monde dans une position d’attente”.

\_

De nombreux produits ou services, parfois lancés par des grandes marques, ont été des flops complets. Ainsi, on peut citer l’exemple du Newton MessagePad, un ordinateur de poche sorti par Apple en 1993, considéré comme le premier assistant numérique personnel (ou PDA) de l’histoire. Pourtant, pionnier du concept de PDA et du transfert de données sans fil, cet appareil était trop en avance sur son temps et les gens n’en voyaient guère l’utilité.

A contrario, la société française MediaCorner, fondée et dirigée par Gérard Verlyck, a lancé ses écrans de publicités locales chez les buralistes en 2006. Une bonne partie du territoire français était équipée de l’ADSL, la promotion digitale commençait à trouver son marché et de nombreuses TPE et PME éprouvaient le besoin de développer leurs annonces locales.

Le saviez-vous ? Nokia, ex-numéro un de la téléphonie possédait la technologie pour développer le smartphone bien avant Apple. Mais à l’époque, la firme a jugé que ce type de téléphone ne marcherait jamais. Mal lui en a pris.

En 2007, Steve Jobs lançait l’iPhone, ravissant en peu de temps la place de leader au géant suédois. Cette anecdote rappelle une chose. Aussi bon qu’était le produit ou le service que vous aviez lancé dans le passé, suivre les évolutions du marché, rester innovant et à l’écoute de vos clients est primordial si vous souhaitez réussir dans la durée.

## **Tout connaître du « time to market »**

On parle de time to market pour définir le temps écoulé entre le moment où une idée survient dans l’entreprise et celui où sa commercialisation est effective. Cette notion permet de voir si l’entreprise est en mesure de [mettre en œuvre des projets innovants dans de bonnes conditions](https://www.dynamique-mag.com/article/les-plateformes-de-mise-en-relation-investisseur-porteur-de-projet.2504). Le processus de développement produit doit être bien géré pour assurer un time to market réussi.

https://maisouvaleweb.fr/comment-analyser-les-affordances-des-technologies/

<https://www.dynamique-mag.com/article/bon-timing-cle-succes-entrepreneurial.8974>

https://maisouvaleweb.fr/comment-savoir-si-une-innovation-va-marcher/

https://www.lairdubois.fr/trouvailles/2783-la-brouette-chinoise-une-super-idee.html

https://www.lesechos.fr/idees-debats/leadership-management/les-innovations-a-lepreuve-des-usages-lhistoire-des-inventions-revisitee-1253402

https://maisouvaleweb.fr/le-flyboard-de-la-discorde-ou-comment-le-french-bashing-nous-vole-dans-les-plumes/

https://www.lemonde.fr/economie/article/2017/03/02/heetch-et-ses-dirigeants-condamnes-pour-transport-illegal-de-passagers\_5088263\_3234.html

https://solar.lowtechmagazine.com/fr/2012/10/electric-velomobiles-as-fast-and-comfortable-as-automobiles-but-80-times-more-efficient/