

Le concept du métavers gagne en popularité mais reste mal compris 🦋

Le nombre de personnes ayant entendu parler du terme de métavers a plus que doublé en moins d'un an, selon une étude de l'agence Wunderman Thompson.

Mais le métavers reste mal compris et suscite des inquiétudes.



Plus de 3.000 personnes âgées de 16 à 65 ans aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Chine ont été interrogées pour réaliser cette étude. (Shutterstock)

Par **Samir Touzani**

Publié le 7 juil. 2022 à 18:00 | Mis à jour le 7 juil. 2022 à 18:40

Le métavers devient de plus en plus populaire. En moins d'un an, le nombre de personnes ayant entendu parler de ce concept a plus que doublé, selon une étude menée par l'agence Wunderman Thompson. Lors du premier volet de l'étude, ils

n'étaient que 31 % à en avoir « entendu parler » en juillet 2021, contre près de trois quarts (74 %) en mars 2022.

« Il y a un avant et un après Facebook. Son changement de nom en Meta a permis de populariser le concept », explique Virgile Brodziak, directeur général de Wunderman Thompson à Paris. Au lendemain de la présentation de la stratégie de Mark Zuckerberg pour **convertir Facebook au métavers** à l'automne dernier, les requêtes Google sur le fameux terme ont été multipliées par cent.

Inutile de comprendre ?

« Après Facebook, ce sont de nombreuses autres grandes entreprises qui ont annoncé leur venue dans le métavers, ce qui a entretenu la tendance », ajoute Virgile Brodziak. En juin dernier, ce sont même 40 multinationales, de Meta à Nvidia en passant par Microsoft et Epic Games, Sony, et même Adobe, Alibaba, Huawei et Ikea qui ont annoncé s'unir au sein du Metaverse Standards Forum pour **y édicter les futurs standards de ce jeune secteur** .

Si le concept gagne en popularité, l'étude révèle néanmoins qu'il y a **un manque de clarté** autour de ce que signifie le terme, avec seulement 15 % des personnes interrogées déclarant qu'elles savent ce que c'est et peuvent l'expliquer à quelqu'un d'autre. « La compréhension du concept n'est pas forcément nécessaire pour rendre le métavers accessible. Plus les cas d'usage seront ludiques et quotidiens, moins sa compréhension par ses utilisateurs sera utile » avance Virgile Brodziak.

Sociabiliser et travailler

Mais le métavers suscite également des inquiétudes. Ils sont 72 % des interrogés à redouter que la vie privée des enfants soit compromise et 69 % s'inquiètent pour leur propre confidentialité. La crainte d'être victime de harcèlement est également partagée par 57 % des sondés.

LIRE AUSSI :

- **DOSSIER - Métavers : les business réels des mondes virtuels**
- **Parlez-vous métavers ? On vous explique les mots-clés de ce secteur**

Pour autant, une majorité des interrogés estime que le métavers va avoir un impact significatif sur leurs habitudes de consommation. Et ce sont ceux qui comprennent le mieux le métavers qui en sont le plus convaincu, avec les deux tiers d'entre eux à considérer qu'il changera « la vie ». Parmi leurs habitudes susceptibles d'être bouleversées, le panel estime que le métavers sera en premier un endroit pour sociabiliser (82 %), suivi d'un lieu **pour faire du shopping** (70 %) et enfin, un endroit **pour travailler** (51 %).

Les secteurs dans lesquels les consommateurs s'attendent à voir de l'innovation sont le divertissement, où 90 % des répondants partagent cette opinion, suivi de la publicité et de la vente au détail. « Le métavers est une tendance de fond et nous ne sommes qu'à l'aube d'une transformation technologique qui va durer plus d'une décennie, entrevoit Virgile Brodziak. L'étude confirme déjà l'intérêt des consommateurs pour ce futur. »

Samir Touzani