



Succès des influenceurs fictifs sur le metavers

publié le 27/01/2022 - mis à jour le 31/01/2022

Descriptif :

Une sélection de sources sur le métavers

Sommaire :

- Le succès des **influenceurs** fictifs créés par ordinateur donne un avant-goût du **métavers**
 - **Évolution incontournable... ou simple effet de mode ?**
 - **Metaverse, bienvenue dans l'enfer du décor, une vidéo de Jean Marketing**
-

Trois sources qui abordent la question du metavers par des angles différents :

● Le succès des **influenceurs** fictifs créés par ordinateur donne un avant-goût du **métavers**

Une nouvelle tendance venue d'Asie est en train de se diffuser dans le monde entier : Les influenceurs-robots. Ils sont des influenceurs créés de toutes pièces par programmes informatiques et ont le rôle de porte étendard de marques et de produits auprès de la population jeune.

Bangkok Naughty Boo ou Ailynn sont des personnages virtuels créés par IA arborant coiffures à la mode et physiques remarquables. Ils sont devenus la nouvelle tendance de l'influence en ligne grâce à leurs "vies" parfaites, leur éternelle jeunesse, leur absence de scandale mais surtout le total contrôle de leur image par les marques qui les emploient.

Un modèle éphémère ou une tendance à venir ? Il faut se souvenir de Second Life et de son succès pour se rendre compte que le monde virtuel attirait déjà des consommateurs et des firmes. Dans le cas de ces influenceurs, l'article nous annonce que certaines publications sont réglées 7000€ l'unité et que ce marché représentera déjà 13,8 milliards d'euros dans le monde en 2021.

La question est : serait-ce l'arrivée du Metavers dans nos vies ?

Retrouvez cet article sur le site de franceinfo :

► **Le succès des influenceurs fictifs créés par ordinateur donne un avant-goût du métavers** [🔗](#)

● Évolution incontournable... ou simple effet de mode ?

L'informaticien Michel Beaudouin-Lafon nous livre son analyse sans concession sur le métavers, ce monde virtuel sur lequel misent beaucoup certaines entreprises du numérique.

Retrouvez cet article sur le site du journal du CNRS :

► **Le métavers au carrefour des illusions** [🔗](#)

● Metaverse, bienvenue dans l'enfer du décor, une vidéo de Jean Marketing

Les metaverses, ces mondes virtuels à l'allure de jeux vidéo s'imposent comme un nouveau petit paradis pour les campagnes marketing des marques. Elles peuvent y tester de nouveaux produits, offrir de nouvelles expériences et surtout recueillir des datas en toute liberté.

Jean Marketing vous montre l'enfer du décor dans une courte vidéo :



Metaverse, bienvenue dans l'enfer du décor virtuel (Video Youtube)



Académie
de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.