



# Metaverse & NFT

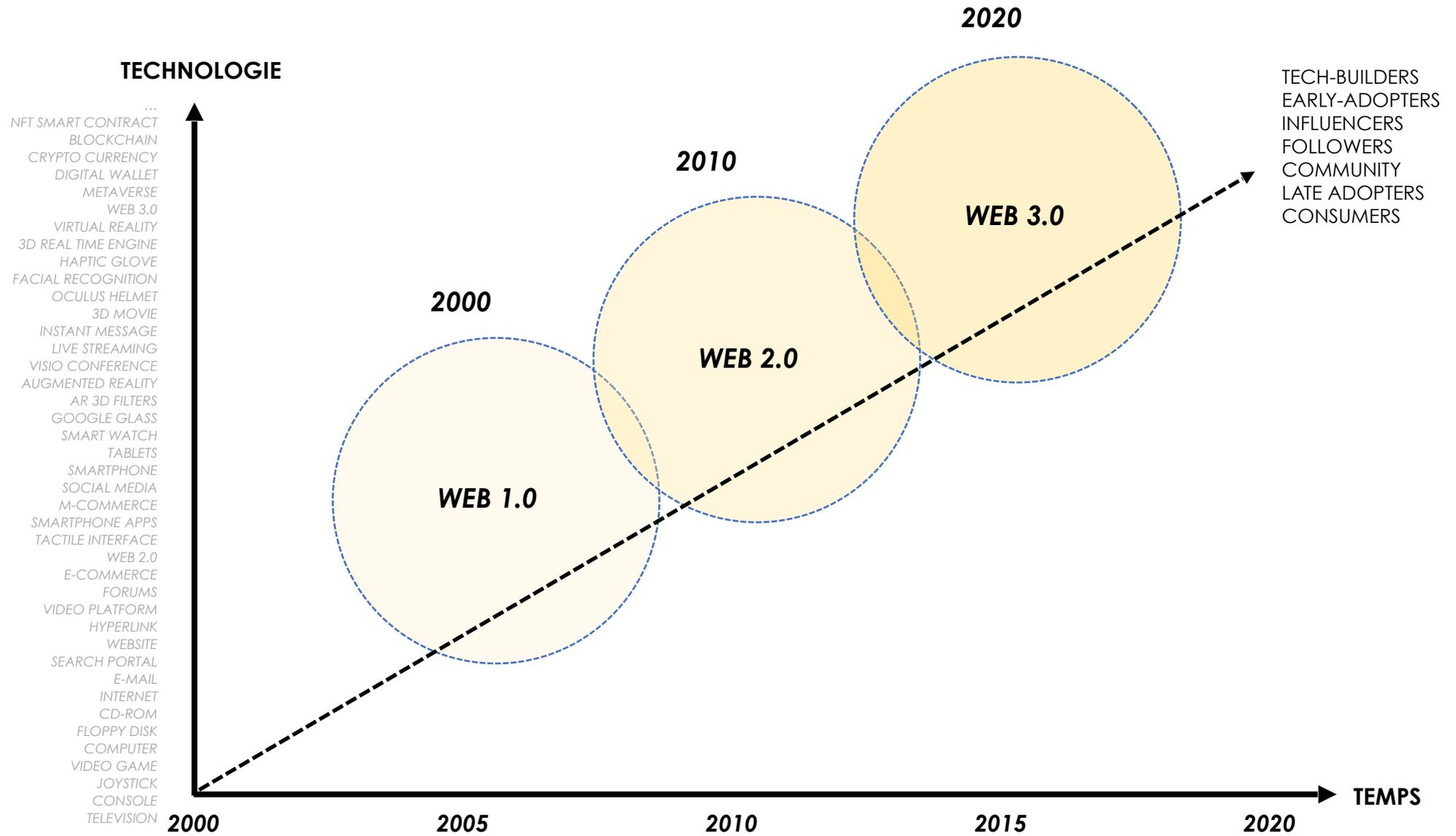
*Quelles opportunités  
business?*

*Keynote d'Emmanuel Vivier,  
HUB Institute*

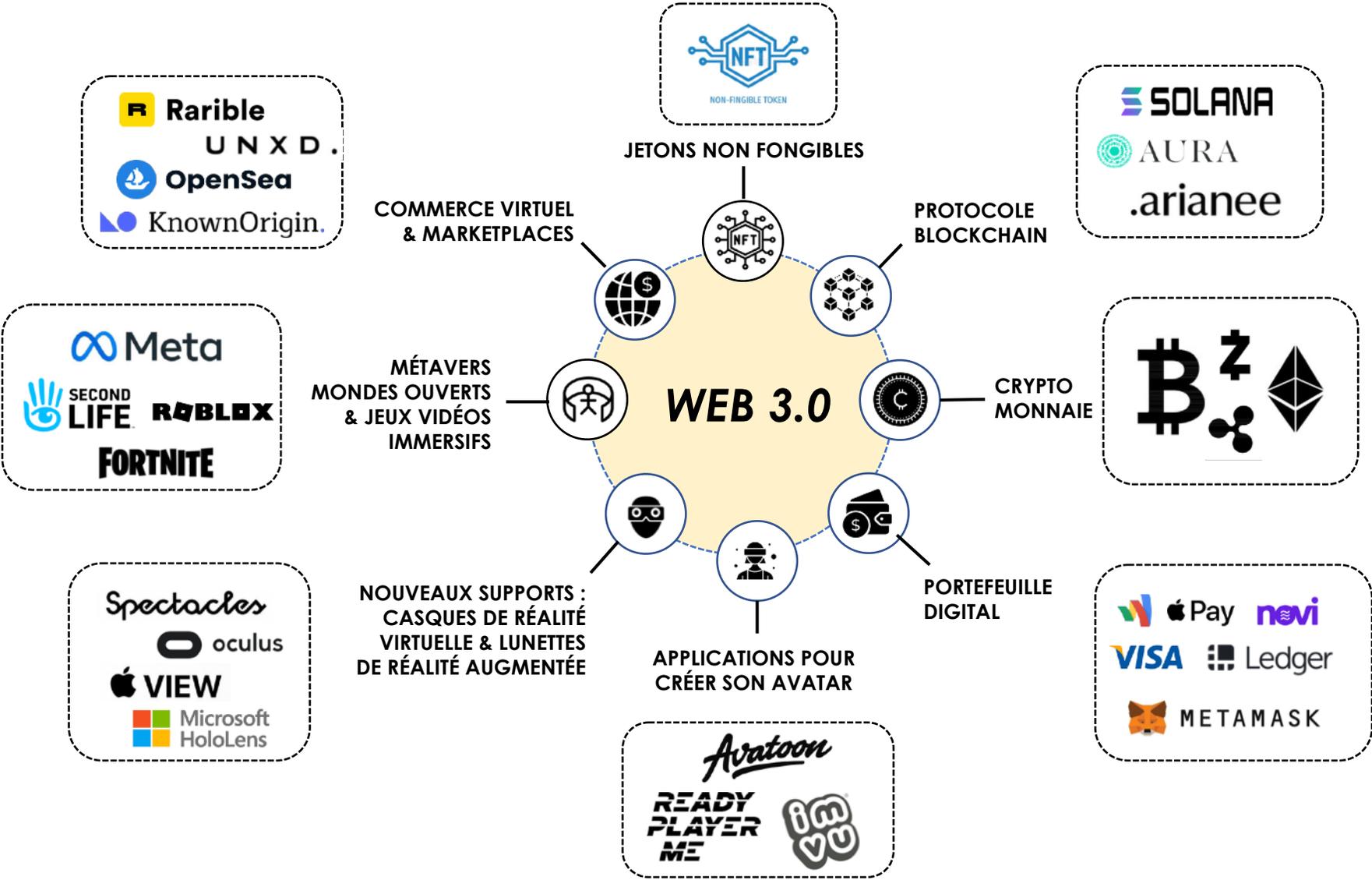
www.hubinstitute.com



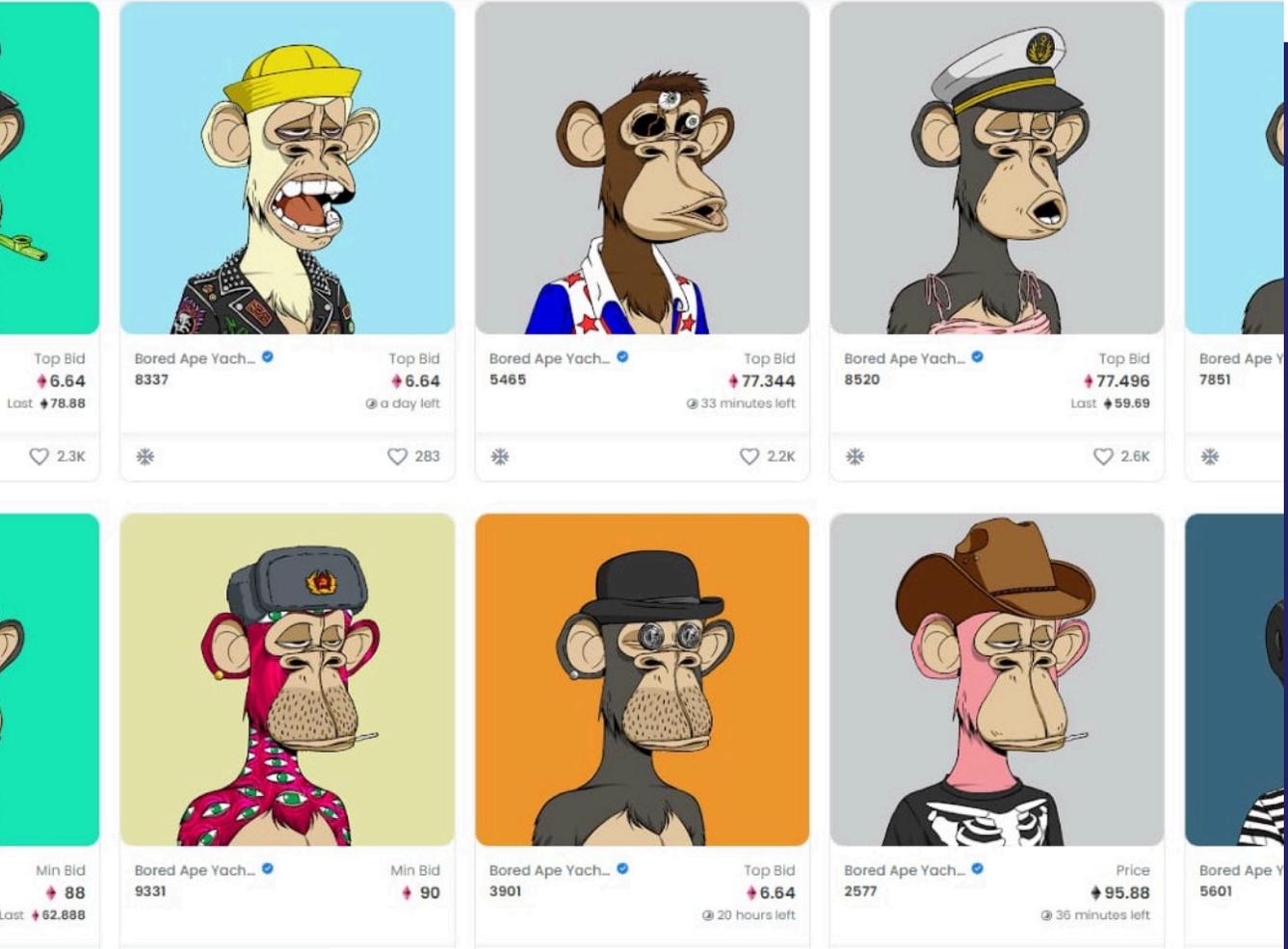
# BIENVENUE DANS L'ÈRE DU WEB3.0



# LE WEB3 ET SES COMPOSANTES TECHNOLOGIQUES (COMBINABLES OU NON)



# FOCUS SUR LES **NFT**, NON FUNGIBLE TOKEN



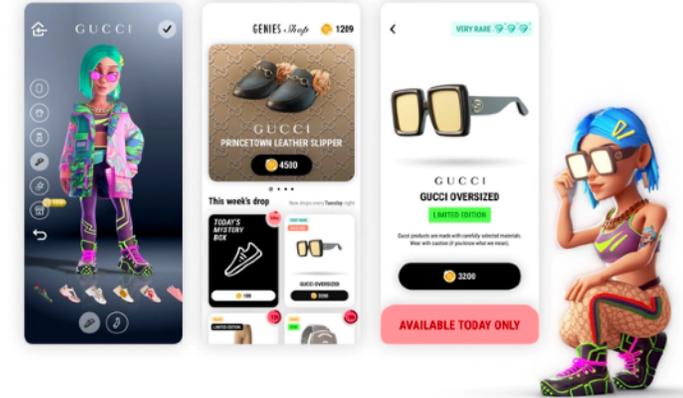
# NFT : QUAND LE VIRTUEL PREND UNE VALEUR RÉELLE

MAIS UNE VALEUR DOUBLEMENT FLUCTUANTE : VARIATION DE LA VALEUR DE L'ASSET ET VARIATION DE LA CRYPTO

Rolex Submariner  
(approx. €9000)



TAG Heuer Connected Calibre E4  
(approx. €1800 + 73 ETH)

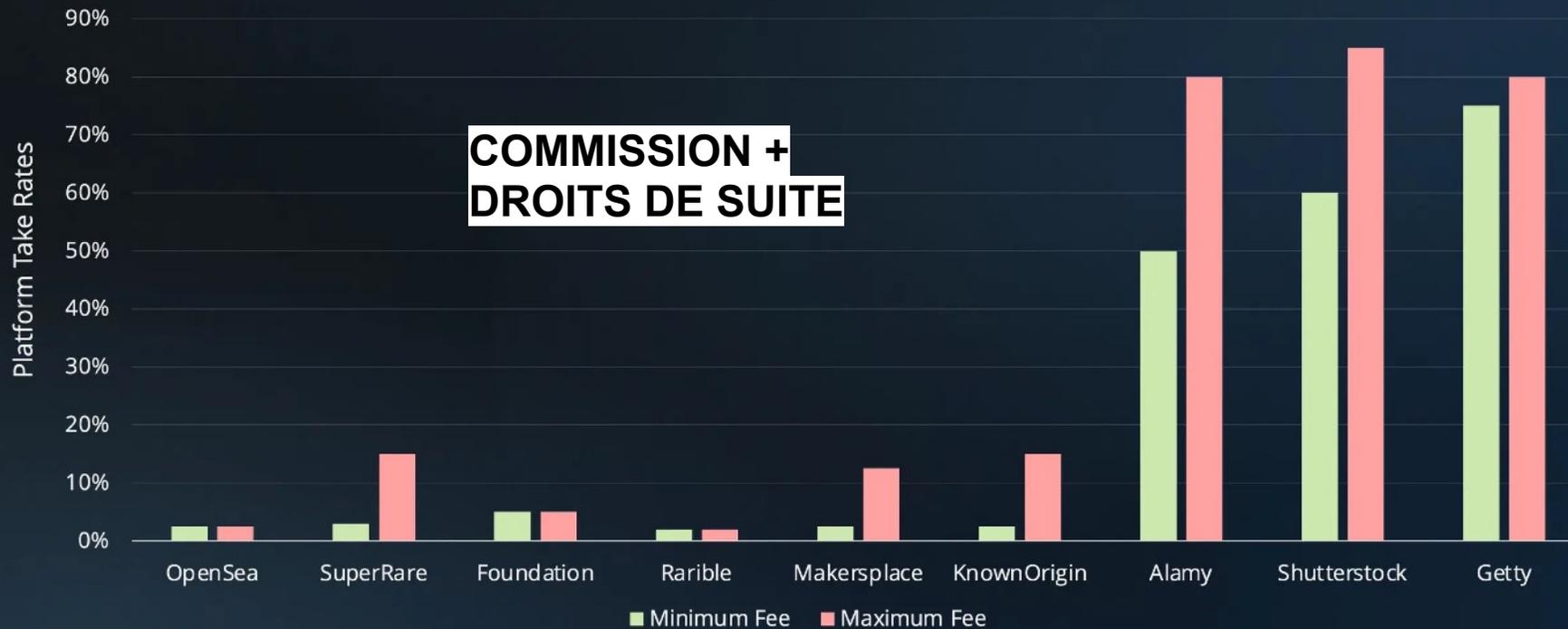


# NFT : UN MEILLEUR PARTAGE DE LA VALEUR AVEC LES CRÉATEURS?



## NFT Marketplace V. Stock Site Take Rates

NFT Marketplaces tend to credit the creator over 80% of the sale price while stock sites tend to take up to 85% of each transaction's sale price.



Source: Messari, OpenSea, SuperRare, Foundation, Rarible, Makersplace, KnownOrigin, Alamy, Shutterstock, Getty

Note: NFT marketplace maximum fees tend to come from primary sales while minimums encompass all transactions.



Data as of  
July 05, 2022

### A War on Developers? Meta Wants Nearly 50% of Metaverse Sales

Updated: April 16, 2022 Published: April 16, 2022 by Emory Craig



## PARTAGE DE LA VALEUR : UN DÉBUT RATÉ POUR META...

You'll  
Get your  
Item  
via eMail

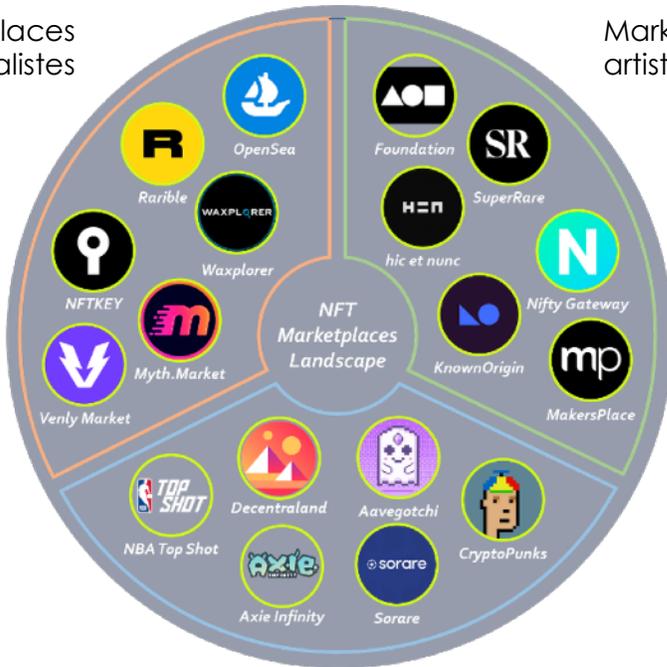


# MARKETPLACES NFT : POUR SIMPLIFIER LA VENTE

DE NOMBREUSES MARKETPLACES NFT  
DÉJÀ PRÉSENTES EN 2021

Marketplaces  
généralistes

Marketplaces  
artistiques



Marketplaces  
métavers / jeux vidéo / collectibles

Rakuten



LE GÉANT DU E-COMMERCE RAKUTEN  
LANCE SA PROPRE MARKETPLACE NFT

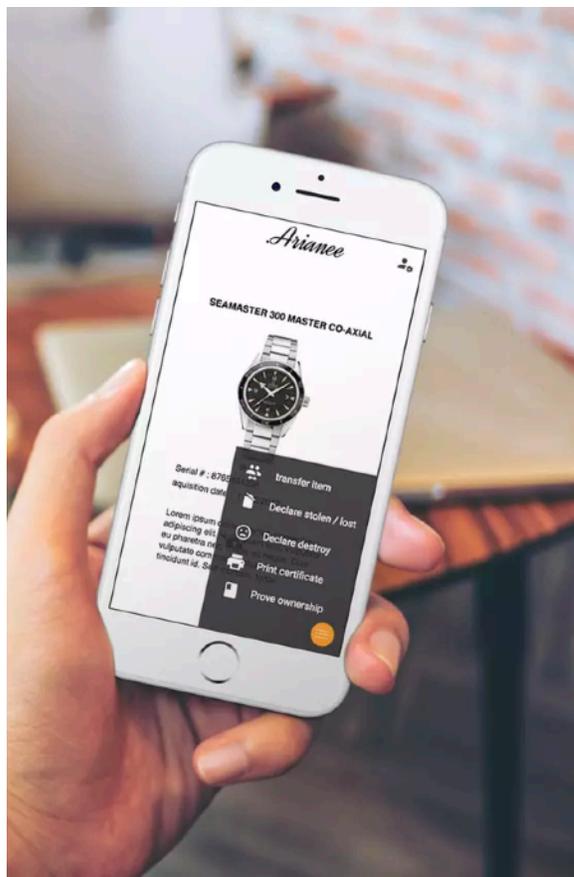
Le géant du e-commerce Rakuten, considéré comme « l'Amazon du Japon », va lancer sa propre place de marché dédiée aux tokens non fongibles (NFTs). À l'heure actuelle, l'entreprise compte plus de 125 millions de clients à travers le monde.

Source et lien vers l'article :

<https://cryptoast.fr/geant-rakuten-integre-cryptomonnaies-application-paiement/>

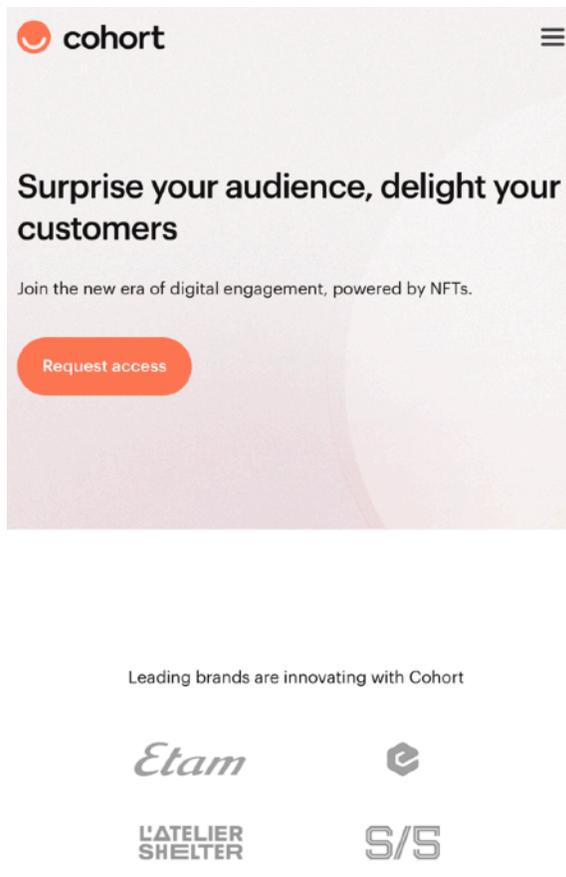
# WALLET NFT : STOCKER ET SÉCURISER SES NFT (ET CRYPTO)

## ARIANEE



La start-up parisienne a développé une plateforme de gestion des NFT pour les marques de mode et du luxe, qui peuvent ainsi associer leurs produits à des certificats d'authenticité et de traçabilité sur la blockchain.

## COHORT



Create unique experiences, digital and physical, that can only be unlocked via NFTs. Think limited edition products, exclusive event, private content, and so much more.

## NIKE SWOOSH



Nike a lancé une plateforme NFT visant à réunir toutes ses créations virtuelles. Actuellement en beta, .SWOOSH proposera bientôt une première collection de tokens.

## LES WALLETS MARCHÉ

Metamask



TrustWallet



MathWallet



TokenPocket



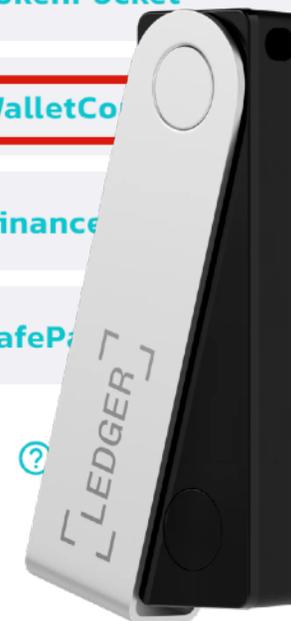
WalletConnect



Binance



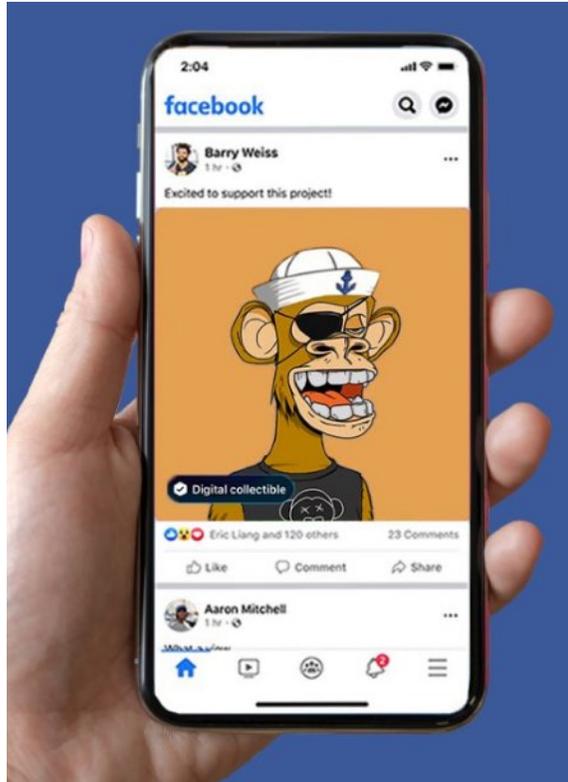
SafePal



connect

# LES RÉSEAUX SOCIAUX INTÈGRENT LES NFTs DANS LEUR STRATÉGIE

## FACEBOOK



Sur Facebook et Instagram, les utilisateurs peuvent accéder à l'onglet « Digital Collectibles » afin de partager les NFTs qu'ils possèdent en publication sur leur fil d'actualité. En cliquant sur la publication il sera possible de connaître la collection et l'auteur du NFT.

## INSTAGRAM

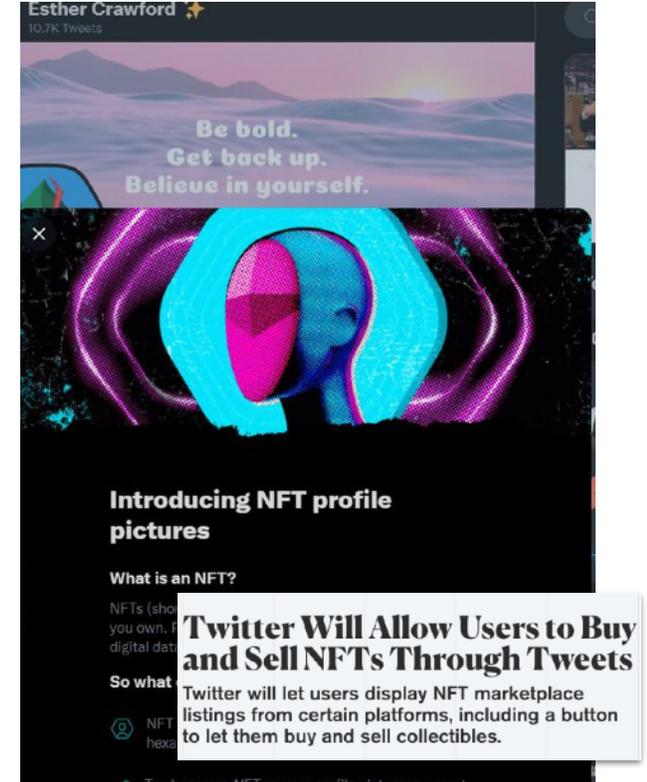


## SNAPCHAT



Snapchat est en train de travailler sur une fonctionnalité qui permettrait à ses utilisateurs de transformer leurs NFTs en filtres utilisables sur la plateforme.

## TWITTER



Les abonnés de Twitter Blue, l'abonnement premium de Twitter, peuvent utiliser leurs NFTs en tant que photo de profil sur le réseau social.

Twitter va aussi permettre aux utilisateurs de vendre et acheter les NFTs via leurs tweets.

# NFT : 6 GRANDES FAMILLES D'USAGES

LES JETONS NON FONGIBLES : SÉCURITÉ ET RÉVOLUTION DES **DROITS DE SUITE** / ROYALTIES



**1. OEUVRES NUMÉRIQUES À COLLECTIONNER** : Art, Timbre, Spéculation, vêtement ou accessoire virtuel (mode / jeux vidéos)



**4. PREUVE DE PRÉSENCE** : Proof of Attendance Protocol (POAP) ou attestation de présence



**2. CERTIFICAT D'AUTHENTICITÉ / PROPRIÉTÉ** : Traçabilité d'un produit, carnet d'entretien, authentification pour la vente et la seconde main, smart contract



**5. MEMBERSHIP ou TOKENGATING / UTILITIES:** Le détenteur a accès à des bonus, exclusivités, avantages , privilèges, évènements VIP.. d'une marque, dans l'esprit d'un club / carte de fidélité.



**3. TICKET POUR UN ÉVÈNEMENT** : Concert, sport, entrée de musée,... pratique pour la revente (avec royalties)



**6. AFFICHER SON STATUT** Le montant ou de l'exclusivité de certaines NFT en font un signe de reconnaissance/appartenance. Ex les PFP/Profile Picture sur Twitter

# NFT & CRYPTOS : LE PARI GAGNANT DU SECTEUR DU LUXE ?

MARQUES DE LUXE ET LE CA GÉNÉRÉ GRÂCE À DES PROJETS AUTOUR DES NFTs ET DE LA CRYPTO



**\$185,2M**



**\$25,6M**



**\$12,6M**

GUCCI



**\$11,5M**



**\$10,9M**



**\$1,1M**



**\$332,9K**

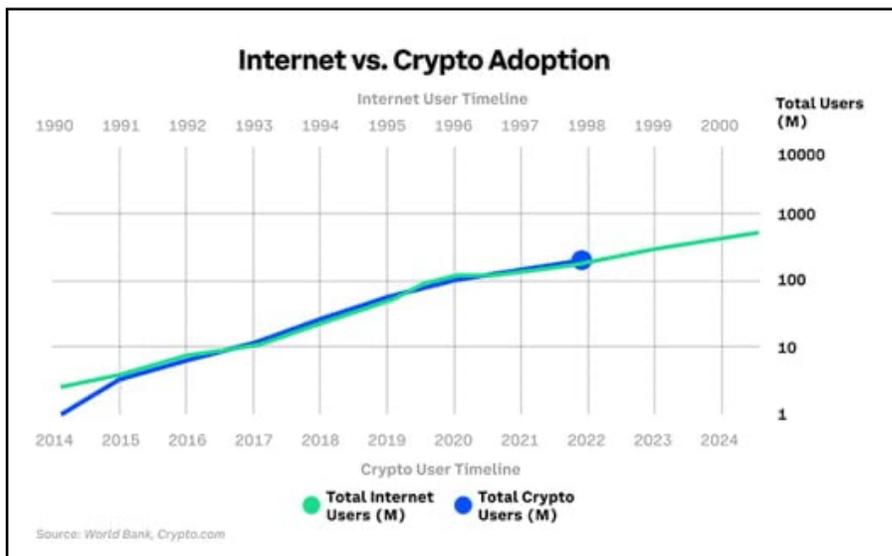


PHILIPP PLEIN

**+187% de dépenses**  
par les acheteurs utilisant les cryptos

Selon une étude Bain & Company portant sur 75 maisons de luxe françaises, **51% d'entre elles sont en phase de test d'un projet NFT** ou planifient un lancement avant 2025.

# NFT : UNE ADOPTION/VALEUR ENCORE FRAGILE

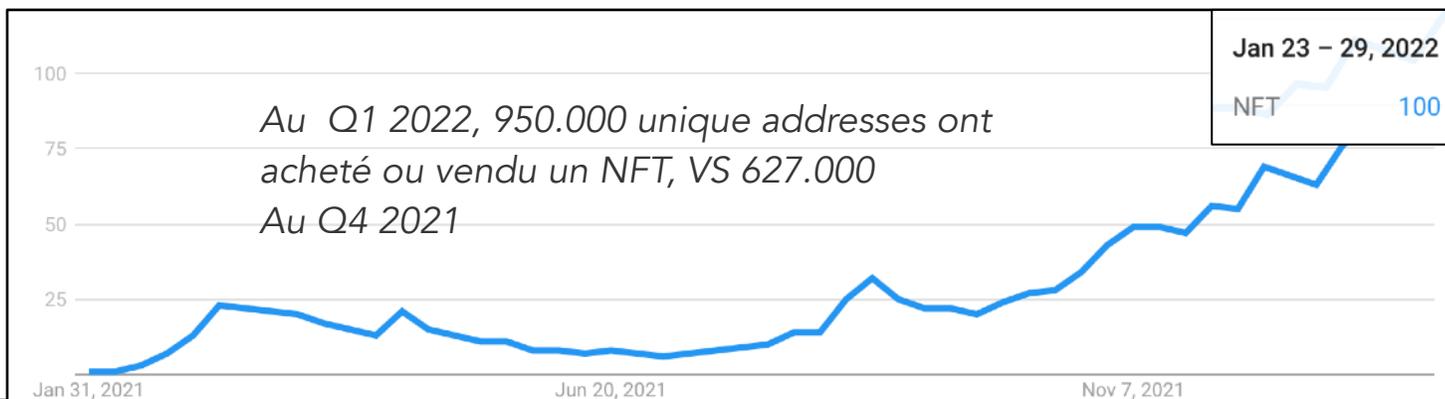


La courbe ci-dessus (source : World Bank, crypto.com) démontre que l'adoption de l'usage des crypto-monnaies entre 2014 et 2022 et similaires à l'adoption de l'Internet entre 1990 et 1998.

## Number of active NFT buyers and sellers



La vente de NFTs en 2021 a été spectaculaire, comme le montre le graphique ci-dessus, puis vient de crasher en 2022



## - 97% : L'EFFONDREMENT DES NFT SE POURSUIT

29 septembre 2022 à 15h00 par Ben Canton

## Deux rapports américain et français convergent : acheter un NFT, c'est acheter du vent

Que possède réellement l'acheteur d'un NFT ? Un jeton sur la blockchain. A celui-ci peuvent être attachés des accords de licence... ou pas, au bon vouloir du vrai détenteur des droits de propriété intellectuelle de l'œuvre sous-jacente.

RAPHAËLE KARAYAN | PUBLIÉ LE 24 AOÛT 2022 À 14H56

NON-FUNGIBLE TOKEN (NFT), BLOCKCHAIN, JURIDIQUE

# LE RETAIL TRANSFORME LES NFTs EN EXPÉRIENCES PHYSIQUES

L'ORÉAL



Lors de l'édition 2022 de Vivatech, L'Oréal proposait aux visiteurs de venir récupérer des NFTs gratuitement à un distributeur de NFT.

MONOPRIX



Du 8 au 21 juillet 2022, 3 magasins Monoprix à Paris ont été équipés de corner NFT dans lesquels les clients pouvaient acheter un NFT Rude Kidz pour 249€.

FERRAGAMO



Un magasin Ferragamo de Soho a créé une salle en miroir avec un écran pour permettre à ses clients d'acheter des NFTs dans une expérience totalement immersive.

M&M'S



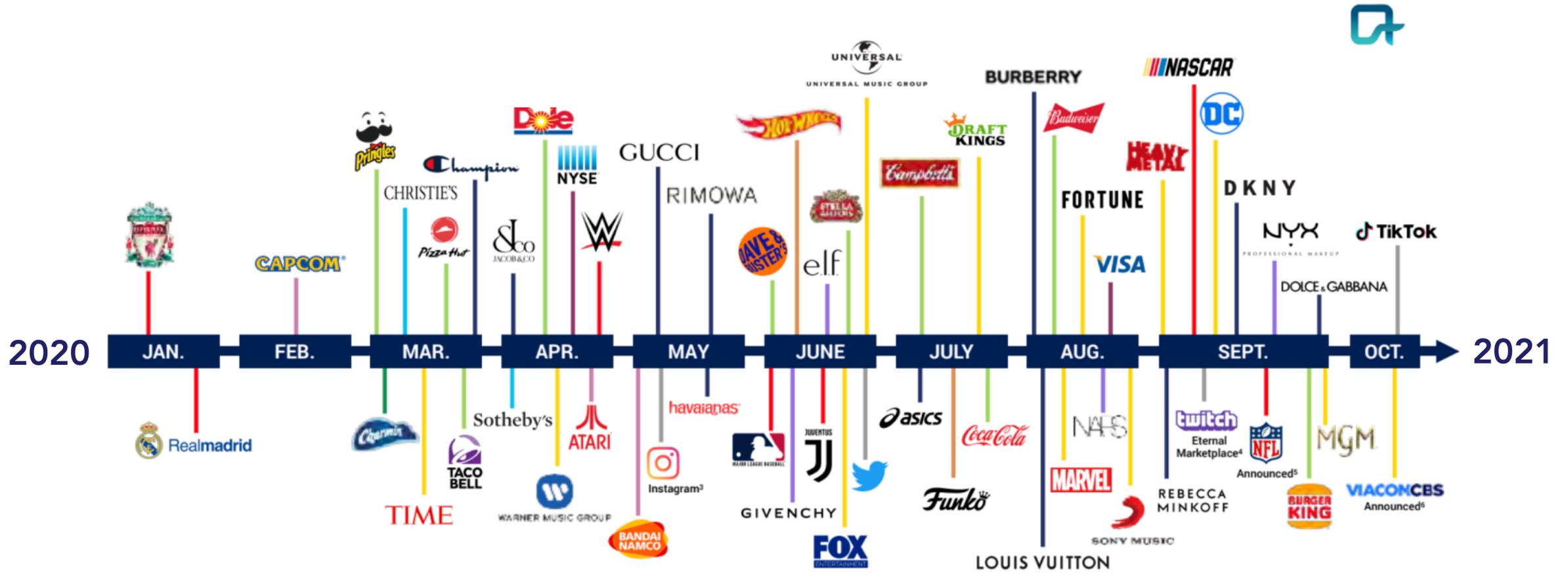
En août 2022, un contrat de licence a été signé entre Mars et le label UMG pour permettre à M&M's d'imprimer des Bored Apes NFT sur ses bonbons. Une autre manière de consommer les NFTs !

TIFFANY & CO



Tiffany & Co rend les NFTs plus tangibles en vendant 250 NFTs exclusifs aux détenteurs des NFTs CryptoPunk. Chaque NFT permettra à son détenteur de faire frapper un pendentif en pierres précieuses inspiré de CryptoPunk.

# LES EXPÉRIMENTATIONS DE MARQUES SE MULTIPLIENT AUTOUR DES NFT



- Art
- Beauty
- CPG (Consumer Packaged Goods)
- Fashion & Apparel
- Finance
- Food & Beverage
- Video Gaming
- Media & Entertainment
- Social Media
- Sports
- Toys

# LE RETOUR DU METAVERSE



02

# LE SUJET DU METAVERSE A EXPLOSÉ À NOUVEAU AVEC L'ANNONCE DE FACEBOOK



 Meta

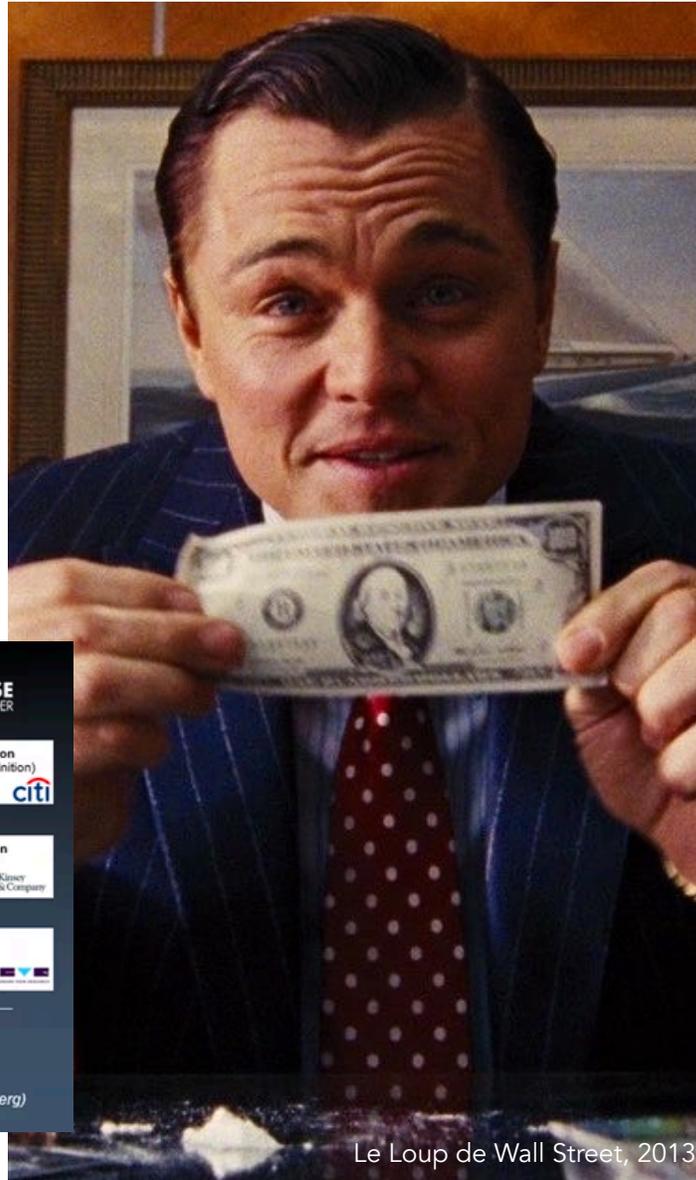
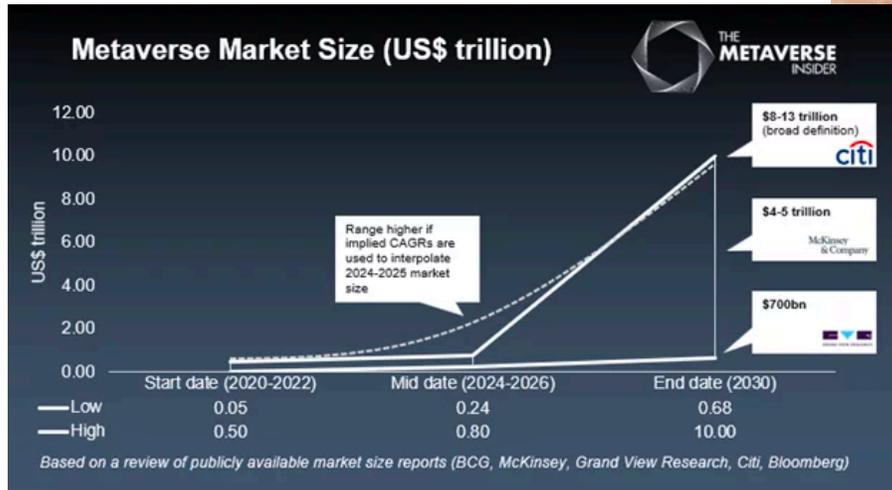


*Ceci n'est pas le Métavers*

# LES CHIFFRES AUTOUR DU METAVERSE, BEAUCOUP D'EXCITATIONS ET DE BULLSHIT

DES ESTIMATIONS ÉNORMES  
SOUVENT FLOUES ET DISCUTABLES

- [CITI](#) : un marché de 8 à 13 trilliards de \$ en 2030, mais 5 pour [Mc Kinsey](#)
- [Bloomberg](#) : 800B\$ en 2024
- [Gartner](#) : 25% de la pop. mondiale passerait au moins 1h / jour dans le metaverse en 2026



Le Loup de Wall Street, 2013

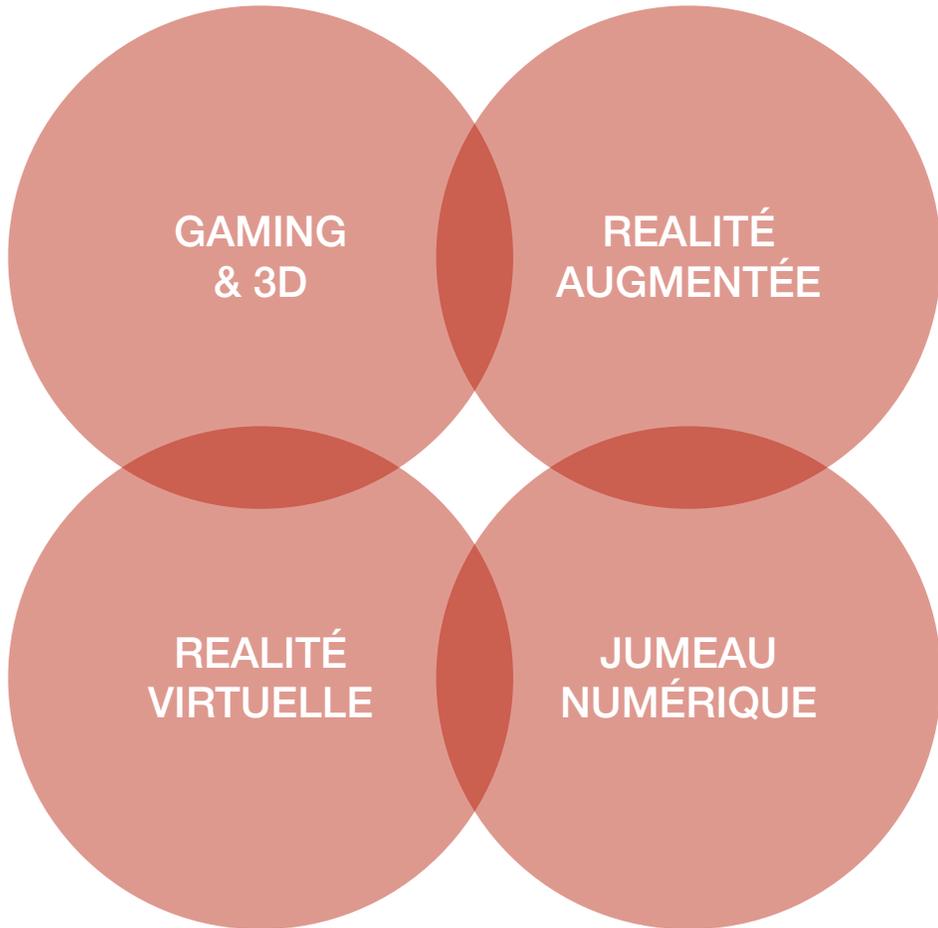
DES COMPARAISONS RÉALISTES  
QUI DONNENT À RÉFLÉCHIR

- Le secteur du jeu vidéo pèse 184.4 Mards de \$ en 2022 (4X le cinéma et 9x la musique)
- Il y a 3,2 Mards de gamers dans le monde
- La vente de produits digitaux a atteint 67,5 mards de \$ en 2022

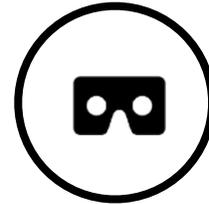
# SELON META, IL Y A ENCORE 13 BARRIÈRES TECHNOLOGIQUES À FRANCHIR

100% ONLINE

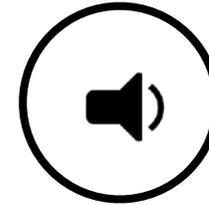
RÉALITÉ MIXÉE  
AVEC LE VIRTUEL



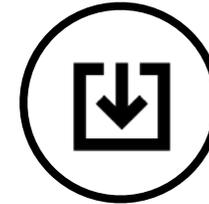
## 13 BARRIÈRES TECHNOLOGIQUES À RÉSOUDRE



1. ÉCRANS



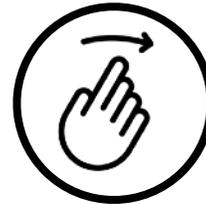
2. AUDIO



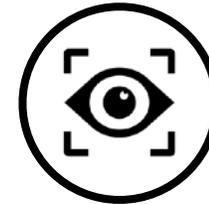
3. CONNECTIQUE



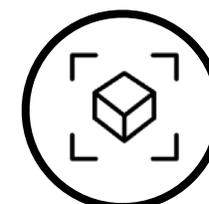
4. HAPTIQUE



5. HAND TRACKING



6. EYE TRACKING



7. MIXED REALITY



8. CAPTEURS



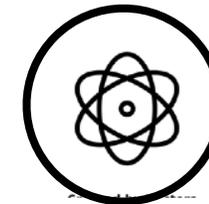
9. GRAPHISME



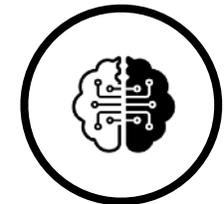
10. COMPUTER VISION



11. AVATARS



12. PERCEPTUAL SCIENCE



13. IA

# META EN AURA T-IL LE TEMPS? VU LE COÛT ET LES ATTENTES DE LA BOURSE

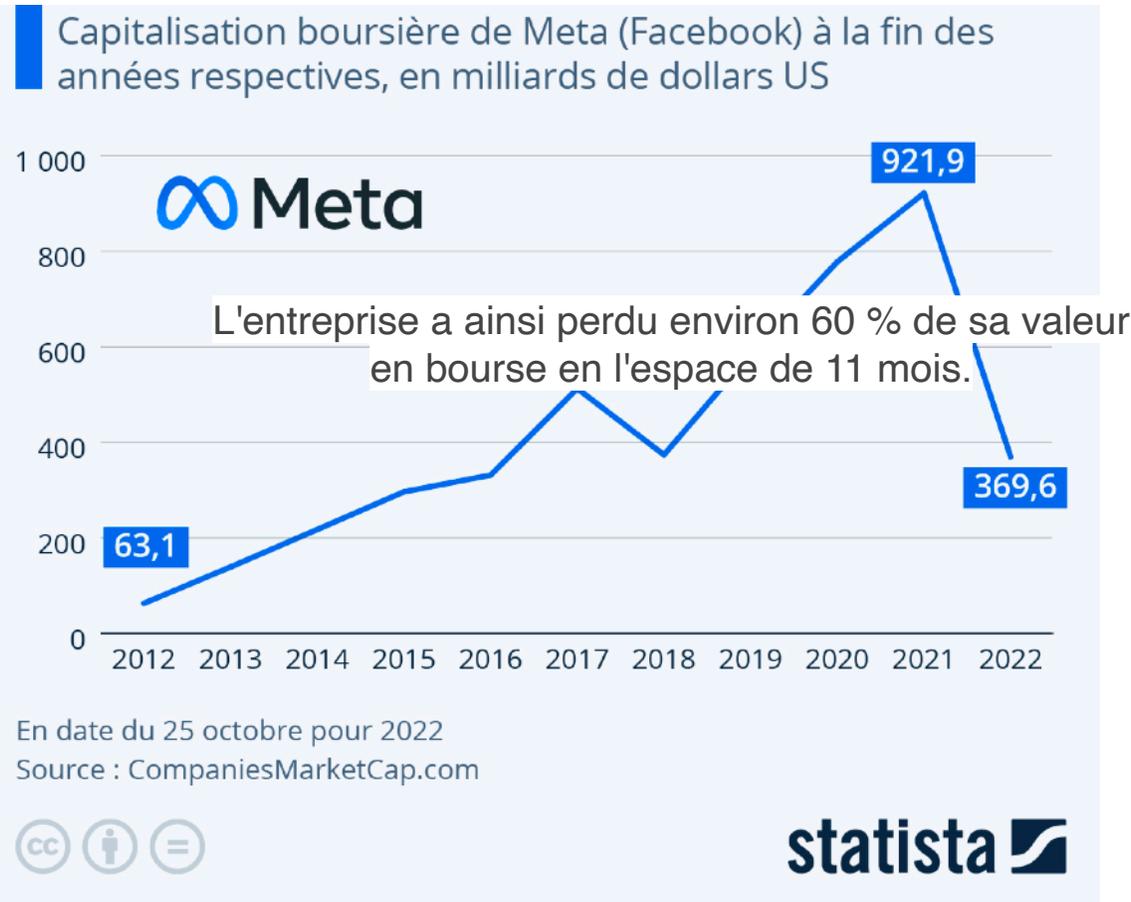
## Meta licencie plus de 11 000 employés, soit 13 % de l'entreprise

« J'assume la responsabilité de ces décisions », a déclaré le PDG Mark Zuckerberg dans une lettre adressée aux travailleurs.

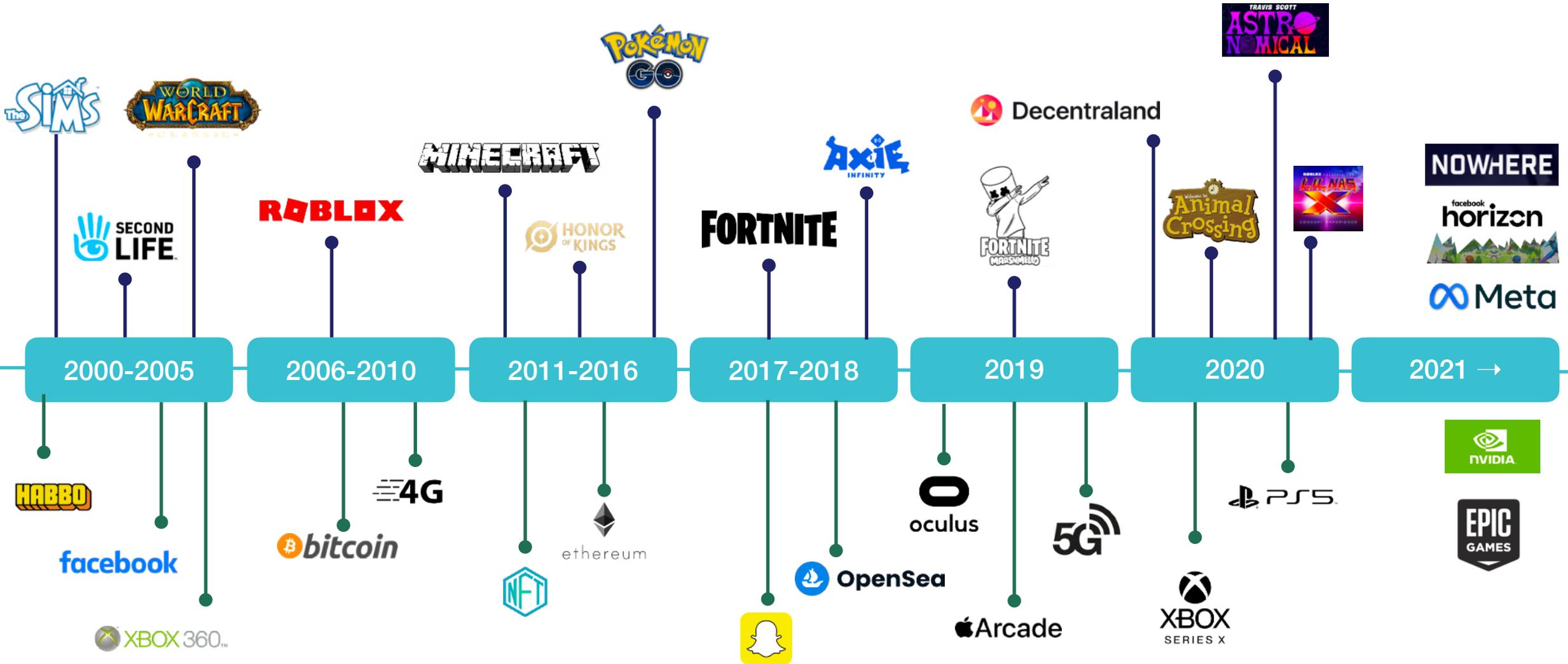
Par **L'équipe CNET France** @cnetfrance / mercredi 09 novembre 2022 à 18:30



## Meta s'effondre en bourse, « une véritable catastrophe » selon Wall Street



# LE DÉVELOPPEMENT DE TECHNOLOGIES, D'EXPÉRIENCES ET D'ACTIVITÉS CONDUISANT AU METAVERSE EST EN COURS DEPUIS 20 ANS



# ON DEVRAIT PARLER **DES** METAVERSE**S** ET PAS **DU** METAVERSE



**MINECRAFT**

TYPOLOGIE : BAC À SABLE  
140 MILLIONS MAU  
(Millions d'utilisateurs actifs mensuels estimés  
(DONT + 70% ONT ENTRE 6 ET 8 ANS))



**SECOND LIFE**

TYPOLOGIE : BAC À SABLE  
CRYPTO-MONNAIE : MANA  
70 MILLIONS D'INSCRITS  
6 MILLIONS MAU



**ROBLOX**

TYPOLOGIE : BAC À SABLE  
202 MILLIONS MAU  
(DONT + 50% ONT MOINS DE 13 ANS)



**FORNITE**

TYPOLOGIE : BATTLE ROYAL  
350 MILLIONS D'INSCRITS  
80 MILLIONS MAU  
(DONT + 60% ONT ENTRE 18 ET 24 ANS)



**THE SANDBOX**

TYPOLOGIE : MONDE VIRTUEL / NFT  
CRYPTO-MONNAIE : SAND  
500K WALLET INSCRITS  
30K MAU



**DECENTRALAND**

TYPOLOGIE : MONDE VIRTUEL / NFT  
CRYPTO-MONNAIE : MANA  
800K WALLET INSCRITS  
300K MAU



**ZEPETO**

TYPOLOGIE : RÉSEAUX SOCIAUX VR  
300 MILLIONS D'INSCRITS  
20 MILLIONS MAU



**HORIZON WORLDS**

TYPOLOGIE : RÉSEAUX SOCIAUX VR  
300K MAU VOIR 180K AU FINAL

# DE NOMBREUX GRANDS ACTEURS TECH/ENTERTAINMENT SONT SUR LE SUJET AUSSI



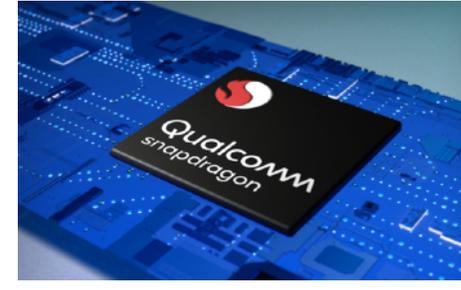
UNREAL ENGINE



UNITY



NVIDIA



QUALCOMM



INTEL



EPIC GAMES



DISNEY



NIANTIC



DASSAULT SYSTEM



AUTODESK



ADOBE



TENCENT



NAVER (ZEPETO)



PLAYSTATION



ALIBABA



# METAVVERSE/ NFT : QUELS USAGES?

DU DIVERTISSEMENT,  
AU COMMERCE  
BEAUCOUP D'ENVIES  
MAIS AUSSI D'ÉCHECS  
DANS UN UNIVERS PEU  
MATURE

04

# METaverse : QUELS USAGES ET OPPORTUNITÉS B2C?

DE MULTIPLES PLATEFORMES POUR UNE GRANDE VARIÉTÉ D'USAGES POSSIBLES

METaverse  
FOR FUN

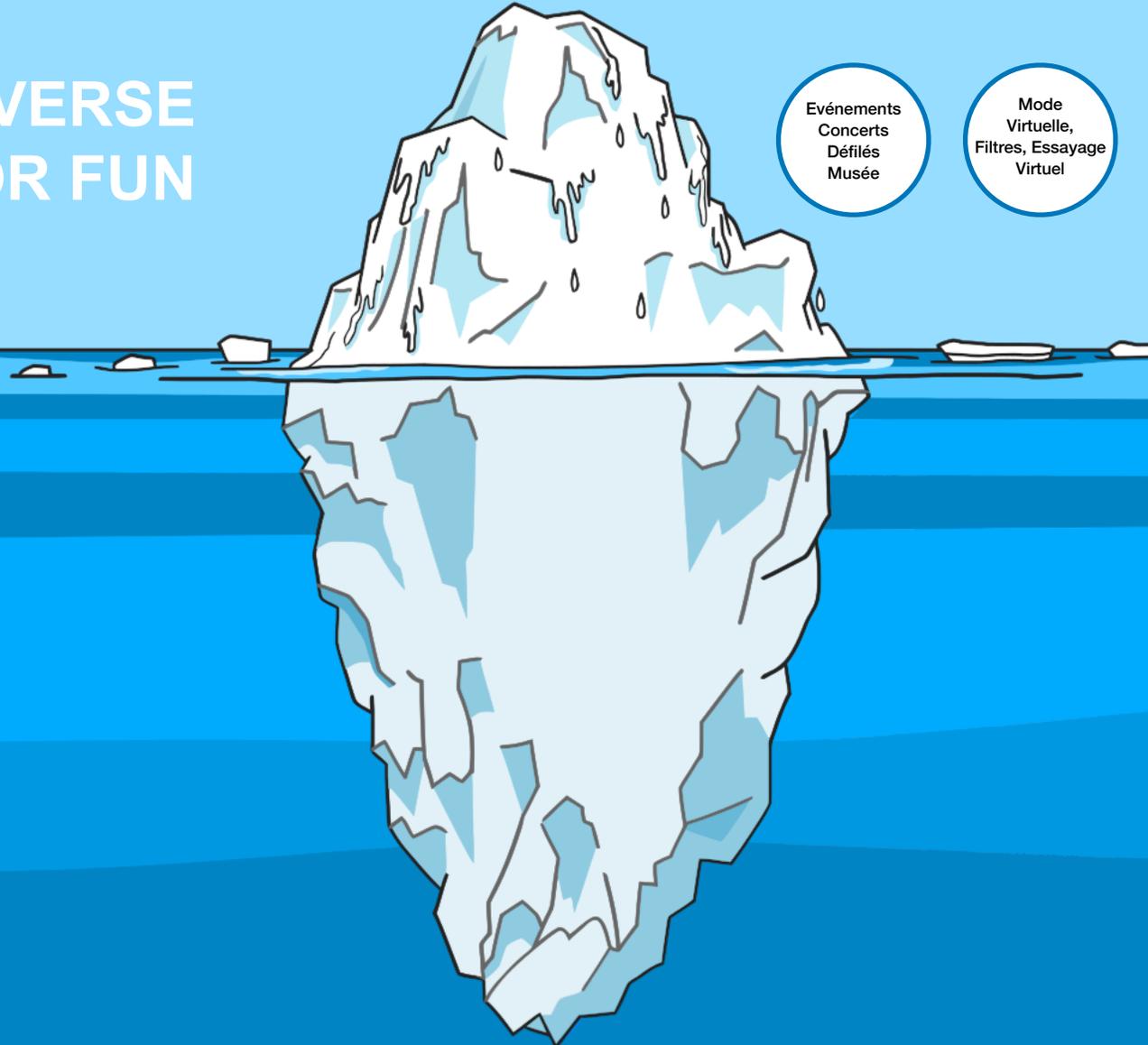
Événements  
Concerts  
Défilés  
Musée

Mode  
Virtuelle,  
Filtres, Essayage  
Virtuel

Jeux  
Vidéos &  
Virtual Worlds

NFT, Art  
V-Commerce  
& Paiement

Voyage  
Tourisme



# RÉINVENTER LE DIVERTISSEMENT : CONCERTS, MUSÉE, DÉFILÉS, JEUX VIDÉOS

## CONCERTS



En avril 2020, le rappeur américain Tony Scott réunit 12M de participants pour un concert de 10 minutes dans Fortnite. Les 5 dates ont rapporté 25M\$ de CA!

## MUSÉES & EXPOSITIONS



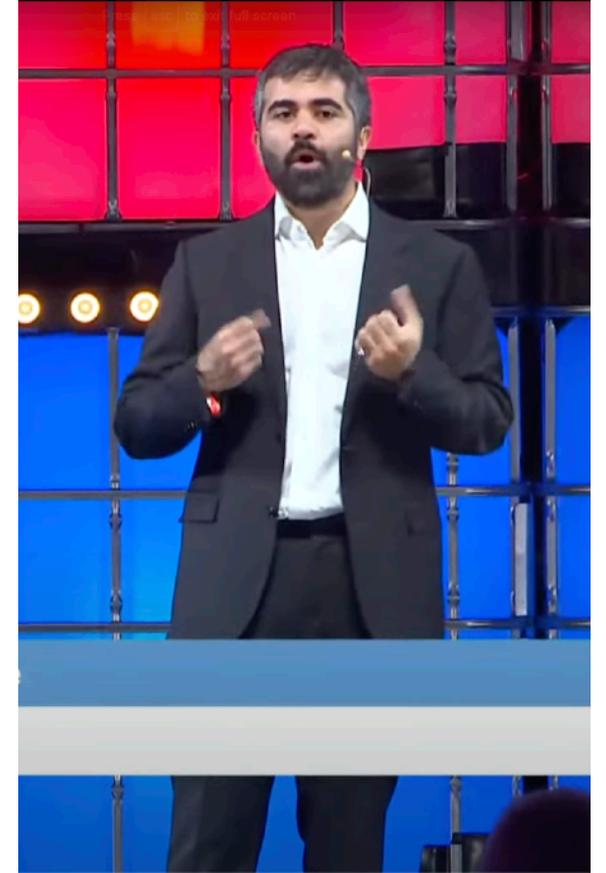
Le musée national d'histoire naturelle a lancé plusieurs expériences d'expositions virtuelles (depuis internet ou sur place avec un casque). Par exemple, "voyage au cours de l'évolution : une expérience en réalité virtuelle autour de l'Évolution et de la classification des espèces.

## DÉFILÉS DE MODE



Tommy Hilfiger travaille sur des défilés virtuels en temps réel grâce au motion capture. La marque de mode, travaille aussi avec Elite World Group (EWG) Virtual pour modéliser des mannequins et des athlètes en double virtuel.

## JEUX VIDÉOS



Herman Narula PDG d'Improbable pense que les solutions actuelles de metaverse dont Meta sont ennuyeuses et décevantes par rapport aux jeux vidéos vidéos massivement multi joueurs. Sa solution permettrait résoudre cela.

# JEUX VIDÉOS : LA PLATEFORME "IMPROBABLE" EN R&D POUR UN METAVERSE RÉELLEMENT FUN ET MULTIJOUEURS



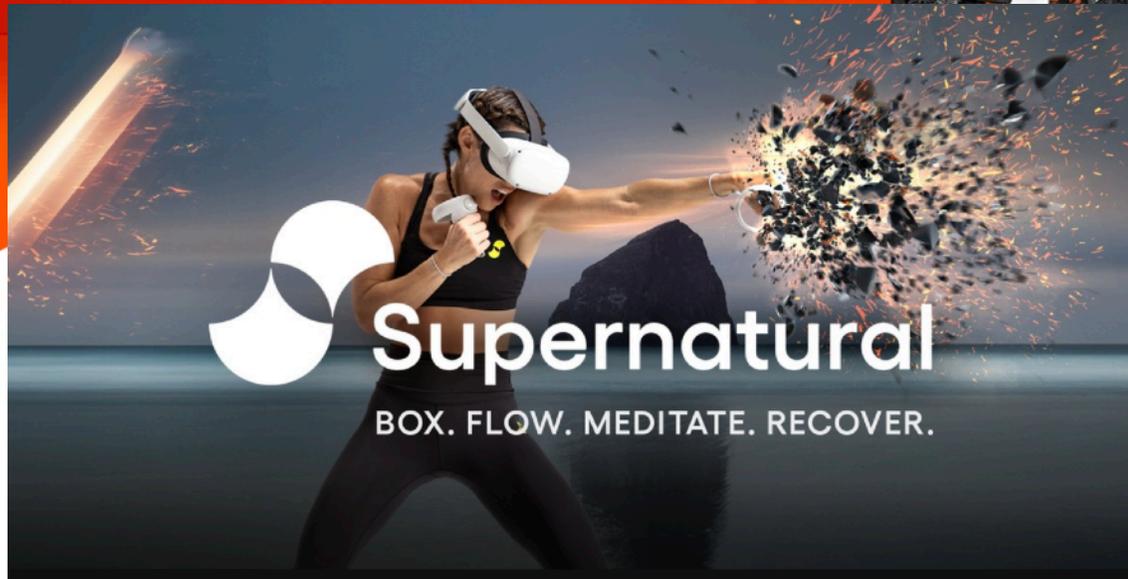
# ZWIFT OU SUPER NATURAL: DU **SPORT CONNECTÉ**, AU METAVERSE SPORTIF IMMERSIF...

## JUMP INTO ZWIFT

Workout anytime, ride with friends & discover training plans for everyone.

JOIN ZWIFT

GET ZWIFT HUB



## Supernatural

BOX. FLOW. MEDITATE. RECOVER.

# AUGMENTER SON MARKETING & SON ECOMMERCE : IMMERSION, EXPÉRIENCE, IMPACT

## FILTRES EN AR



Avec les **filtres en Réalité Augmentée** sur Snapchat, Facebook, TikTok les marques proposent à leurs audiences du fun et de l'inspiration de manière interactive/immersive.

## ESSAYAGE VIRTUEL



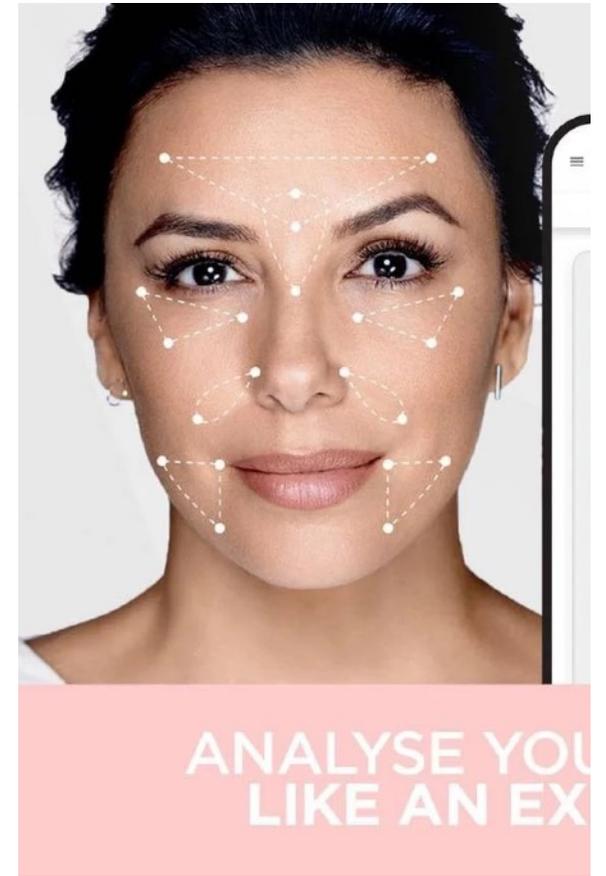
L'horloger Grand Seiko a intégré des essayages virtuels de montres sur Instagram. On retrouve de nombreux autres cas sur Snapchat, Facebook,... [Ikea Place](#) procède de même.

## AVATARS ON/OFFLINE



[Animatico](#), [MINDSLAB](#), [DeepBrain](#),... développent des avatars qui combinent commande vocale, IA et animation virtuelle pour votre site ou sur un écran en point de vente pour assister les clients.

## DIAGNOSTIC LIVE



Du Virtual Tryon de maquillage au Diagnostic avec IA . Ex: Outil d'analyse de la peau L'Oréal Skin Genius

# AUGMENTER SON MARKETING : SIMPLIFIER ET ACCÉLÉRER LA CRÉATION D'ASSETS

## STUDIO PHOTO VIRTUEL



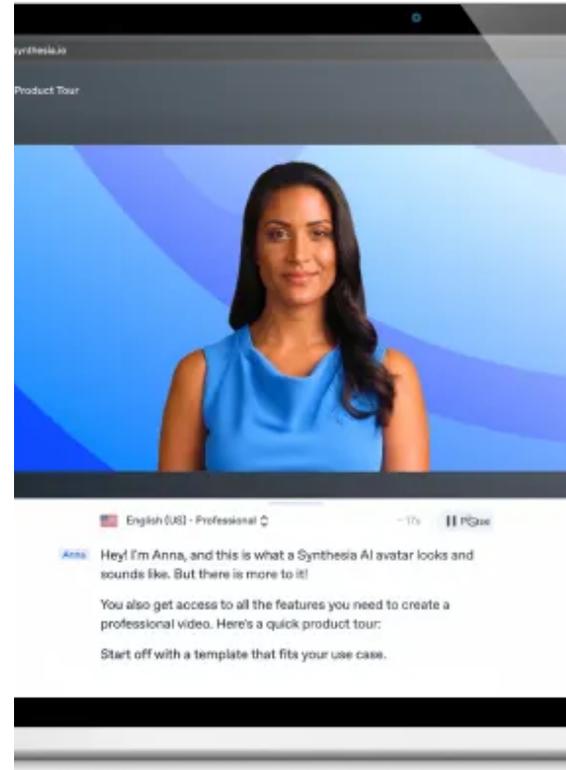
Comme Ikea > créer des visuels produits photoréalistes (site e-commerce, catalogue, banniers,...) à partir de modèles 3D dans un studio photo virtuel. Ex Nfinite / Appasity / Colorful

## CRÉER DES IMAGES VIA IA



MidJourney ou DALL-E : des IA qui créent des images à partir de requêtes texte. Bienvenue dans l'ère de la "[Generative AI](#)"

## TUTOS VIA AVATARS



[Synthesia](#), [movio.la](#), [elai.io](#) ou [Hourone.ai](#) proposent la création de vidéos de formations ou de tutos avec des avatars photoréalistes en 37 langues

## MODÈLES ON DEMAND



[Modelme.tech](#) permet la création de modèles créés artificiellement par l'IA pour accélérer la création de visuels pour la mode dans le e-commerce. Idem avec [Lalaland](#)

# METAVVERSE : CARREFOUR ACCÉLÈRE EN MODE TEST & LEARN

ANIMAL CROSSING, SAND BOX, FORTNITE...

**Carrefour se lance sur Fortnite avec The Healthy Map : la première map créative qui permet aux gamers de regagner de la vie en mangeant bien.**



**Carrefour achète une parcelle dans le métavers The Sandbox**

FOMO ?



Le groupe français aurait déboursé 120 Ethereum (soit 300 000 euros environ) pour se procurer cette parcelle.



**Carrefour s'invite dans Animal Crossing**

Carrefour Taiwan investit le jeu phénomène de Nintendo pour promouvoir son programme de transition alimentaire, Act For Food.

Clotilde Chenevoy

21 Août 2020 | 15h06

🕒 1 min. de lecture



Alexandre Bompard @bompard  
Faire passer un entretien d'embauche face à la mer à Paris : je faisais aujourd'hui mes premiers pas dans le Metavers, sous les traits d'un drôle d'avatar, avec de jeunes candidats data analysts ou data scientists...

Carrefour innove, apprend, surprend !  
YouTube Tweet



Béta-verse

**Entretien d'embauche dans le metaverse : la dernière trouvaille de Carrefour**

# NIKE LANCE NIKELAND SUR ROBLOX

UN MONDE VIRTUEL OÙ TOUT LE MONDE PEUT JOUER ET PORTER SES ÉQUIPEMENTS SPORTIFS



# DANS CERTAINS CAS, ON DEVRAIT PARLER D'EMPTYVERSE...

## Web3

### It's Lonely in the Metaverse: Decentraland's 38 Daily Active Users in a \$1.3B Ecosystem

While metaverse platforms Decentraland and The Sandbox both have below 1,000 daily active users, they each have over \$1 billion in valuation. So who's actually using the metaverse right now?

By Cameron Thompson · Oct 7, 2022 at 7:21 p.m. · Updated Oct 7, 2022 at 9:09 p.m.



## Les mondes virtuels restent peu visités jusqu'à présent

Estimation du nombre d'utilisateurs de casques de réalité virtuelle/augmentée dans le monde, en millions



Source : Statista Advertising & Media Outlook



statista

# METaverse : QUELS USAGES ET OPPORTUNITÉS B2B?

AVANT D'ARRIVER AU METaverse, DE NOMBREUSES TECHNOLOGIES LIÉES SONT DÉJÀ EN USAGE

## METaverse FOR BUSINESS

Jumeau  
Numérique  
Usine /  
production

Blockchain  
Marketplaces  
& Paiement

Essayage Virtuel

Chatbot  
& Avatars  
service client

Spatial  
Computing  
VR, AR  
3D engines,  
Geoloc

Jumeau  
Numérique  
BIM (Bâtiment  
Connecté)

Création  
3D, motion,  
photo, pack  
shot...

Interfaces  
IOT &  
wearables,  
Voice, Geste,  
Haptique

Immobilier  
Virtuel

Publicité

Jumeau  
Numérique  
Santé

Infrastructure  
(5G, cloud,  
IA, web3.0)

Monnaie  
Digitales &  
Crypto

Identité  
numérique  
Digital Wallet

Formation  
& Futur  
du travail

# NT : AURA CONSORTIUM DE LVMH + PRADA + MERCEDES + RICHEMONT + ....

FONCTIONNEMENT ET ENJEUX DES JETONS NON FONCTIONNELS POUR LES MARQUES ET LES ENTREPRISES



[ABOUT](#) [SOLUTIONS](#) [CUSTOMER JOURNEY](#) [MEMBERSHIP](#) [RESOURCES](#) [MEET US](#)

# GLOBAL LUXURY BLOCKCHAIN

# LES MÉTAVERSES SONT ILS LE FUTUR DE NOS ESPACES SOCIAUX ET DE TRAVAIL?



# FORMER SES COLLABORATEURS AVEC DES VISITES VIRTUELLES



## Visites virtuelles, mesures de sécurité... Comment Danone digitalise la formation de ses collaborateurs

**ÉTUDE DE CAS** Le groupe Danone a entrepris de déployer des modules de formation immersifs, à base de vidéo 360° interactive, pour l'ensemble de ses collaborateurs. Visites virtuelles de ses nombreux établissements (aussi bien les sièges que les usines), formations aux mesures de sécurité ou à la vente... Retour sur la genèse de ce projet et sur les choix liés à sa mise en place.



Jungle VR est le leader français du développement de formations en Réalité Virtuelle (VR) et Réalité augmentée (AR) pour les entreprises.



# FORMER SES COLLABORATEURS AVEC DES VISITES VIRTUELLES

## Applications concrètes et ROI

STELLANTIS



150 expériences immersives créées depuis 3 ans

130 créateurs / 3 pays / 20 sites utilisant la VR

100 casques déployés

+161 000 sessions de formation VR

- > Diviser par 6 le temps de formation grâce à la VR
- > Economiser 66.000€ en 1 an sur 1 site (site de Vesoul)

MICHELIN



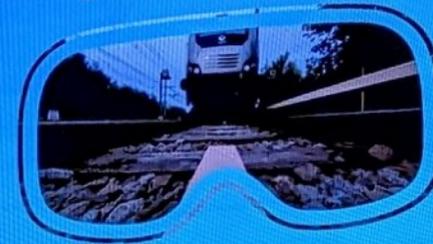
+400 expériences créées depuis 2 ans

Déploiement dans 50 sites à l'international

+40 créateurs en autonomie

- > 300 casques en cours de déploiement

ALSTOM



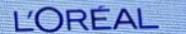
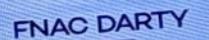
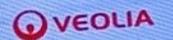
Déploiement international

Intégration LMS

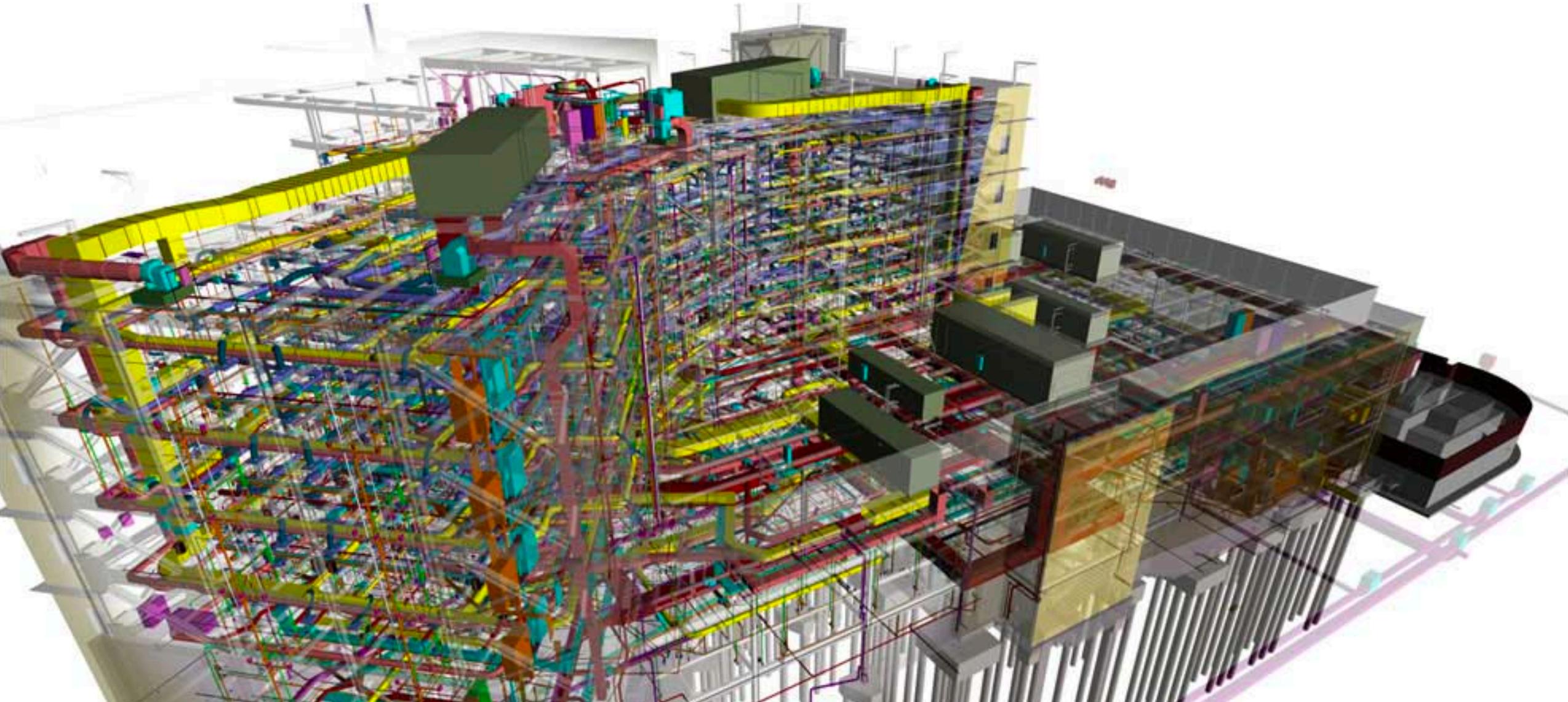
+80 expériences créées (EHS, Visites, Sécurité, Modes opératoire, Ergonomie...)

- > Réduire le coût des accueils sécurité de 16€ vs. 500€/pers

uptale.



# LE BIM EST LE METAVERSE DU BÂTIMENT POUR SA CONSTRUCTION ET SON EXPLOITATION



# VERS UN MONDE SYNTHÉTIQUE MÊLANT VIRTUEL ET RÉALITÉ

IA X RV X RA X 3D X GAMING X STREAMING X AVATAR & DEEPPFAKE X NFT & BLOCKCHAIN = ?

<p><b>Speech &amp; Voice Synthesis</b></p> <p>Alta Voce SpeechKi articulu</p> <p>DataBaker MODULATE DEEZEN Deepsync NEOSAPIENCE BOT TALK III speechmorphing RESEMBLE.AI Spik.AI VOICEMOD supertone WELLSAID Yokeru</p> <p>descript PAPERCUP SONANTIC Speechify Voicery</p> <p>capela group AISPEECH ANIMO CereProc 科大讯飞 Microsoft Azure NUANCE TRINITY AUDIO Qi エーアイ CEPSTRAL portal Speechi NaturalReader ReadSpeaker VONAGE</p>	<p><b>Music &amp; Sound Synthesis</b></p> <p>AMADEUS CODE HumOn boomy Humtap Loudly WAVEAI</p> <p>AIVA Endel HEARD SOUNDS amper Mubert POPGUN</p>	<p><b>Image Synthesis</b></p> <p>dzomo TANGENT GENERATED PHOTOS PRISMA LABS LALALAND DATAGRID Gradient ROSEBUD AI FaceApp</p>	
<p><b>Video Synthesis</b></p> <p>Plagood NIUS.TV COMIXIFY Deepfakes web β Sway Trenario colossyan Rephrase.ai Impressions CANNY AI</p> <p>Embodiment RefaceAI Synthesia CANNY AI</p>	<p><b>Game Content Synthesis</b></p> <p>LATENT SPACE mod.ai unity NVIDIA</p>	<p><b>Avatar Synthesis</b></p> <p>WOLF3D IN3D XOLTAR alethea virbe BIGTHINX Replika codelane brud CARV3D animatico Loom.AI FABLE GENIES auX THE DIGITALS How One hyrsense soul pinscreen HYPERREAL machines twentybn MEO RADICAL UNEEQ AVATAR SDK IP</p>	<p><b>Mixed Reality Synthesis</b></p> <p>WANNABY tetavi Vyking</p> <p>METARSE PERFECT banuba Snapchat Instagram</p>
<p><b>Natural-language Generation</b></p> <p>Narrativa AX SEMANTICS naturaltext narrative science syllabs text-ual phraseo Visual NLG</p> <p>articoolo Contentyze</p> <p>ARRIA yseop articleforge ai AUTOMATED INSIGHTS retresco Phrase</p>	<p><b>Consumer Protection</b></p> <p>SERELAY brighterAI Truepic</p> <p>Peerwise Cyabra Sherlock AI</p> <p>AMBER SENTINEL D-ID Quantum + Integrity</p> <p>deepware syntonym FakeNetAI sensity DESSA</p>	<p><b>Generic</b></p> <p>MONEYBRAIN humans rct DeepNatural RUNWAYML</p> <p>Baidu Research DeepMind interactions addcast OpenAI</p> <p>aws IBM TikTok</p>	



# CONCLUSION

“

**Metaverse, voyages dans l'espace :  
les milliardaires veulent s'échapper du monde  
qu'ils ont détruit.**

*Sam Wolfson, acteur*

TECH EXECS' MIDLIFE CRISES:

“Leave the world”



# LE METAVERSE EST-IL VRAIMENT LA **PRIORITÉ** ?

UN CLIENT NE VA PAS VOUS REPROCHER DE NE PAS ÊTRE SUR LE METAVERSE

**PAR CONTRE ...**

Retard de livraison

Produit indisponible

Délai de réponse

Mauvaise expérience en PDV

Mauvaise info sur le site e-commerce



Agilisation de la supply chain

Gestion des stocks

Support client 24/7 unifié

Formation personnel de vente

PIM/DAM & Omnicanal, mobile

# AVANT D'INVESTIR DANS LE METAVERSE, IL EST ESSENTIEL DE DÉFINIR SA STRATÉGIE

01



**DÉFINITION  
DES OBJECTIFS**

La première étape est de définir ses objectifs car les expériences ne seront pas les mêmes si on veut augmenter sa visibilité ou si on cherche à optimiser la relation client ou à générer plus de CA.

02



**DÉFINITION  
DES CIBLES**

Les utilisateurs qui utilisent le metaverse ne sont pas forcément vos clients dans la vie réelle, il convient donc de redéfinir ses cibles avant de se lancer.

03



**EXPÉRIENCE  
À VIVRE**

Une fois les objectifs établis et les cibles définies, il convient de choisir la ou les expérience.s virtuelle.s à faire vivre aux utilisateurs et qui permettront d'atteindre les objectifs : gaming, live events, commerce, ...

04



**CHOIX DU  
PARTENAIRE**

Choisir le partenaire/plateforme adapté en fonction du budget, des contraintes techniques mais aussi de l'expérience et des objectifs : on privilégiera plutôt Fortnite pour de l'évènementiel ou Journee pour du voyage.

05



**CHOIX DE  
L'EMPLACEMENT**

Tout comme dans la vie réelle, l'emplacement est clé pour assurer sa réussite. Il est à choisir en fonction des zones d'affluence et des expériences à développer afin de s'assurer du trafic.

**MERCI POUR VOTRE  
ATTENTION**



**EMMANUEL VIVIER**  
Co-Founder / HUB Institute  
Digital Transformation Expert

[emmanuel.vivier@hubinstitute.com](mailto:emmanuel.vivier@hubinstitute.com)

Mob. +33 6 11 62 37 94