

Meta enterre son « métavers »



La maison-mère de Facebook et Instagram croyait si fort à son univers virtuel interconnecté qu'il en a fait son nom et son identité. Quatre ans plus tard, il ne reste plus rien du métavers.

THOMAS CASAVECCHIA

Il devait tout changer : la manière dont on communique en ligne, nos habitudes de consommation médiatique, etc. C'était même là que la plupart des réunions pros allaient se tenir. Le groupe Facebook croyait dur comme fer dans le métavers, cet univers en réalité virtuelle (VR) accessible depuis un casque dédié. Toutes les marques voulaient en être. On ne comptait plus les banques qui ouvraient une succursale dans cet espace numérique vaporeux. Les enseignes de mode rêvaient d'y écouler des stocks de baskets et de t-shirts numériques pour habiller les avatars des internautes qui allaient – c'est sûr – se presser par centaines de millions.

Finalement, quatre ans plus tard, ce rêve meurt dans l'indifférence générale. Du métavers, il ne reste plus rien si ce n'est le nom du groupe : « Meta », symbole de l'échec cuisant.

Meta s'apprête en effet à réaliser des coupes franches dans ses effectifs travaillant dans le développement de ce monde numérique. Cette restructuration, révélée par le *New York Times* et Bloomberg, implique la mise à la porte de plus de mille employés de la division « Reality Labs » du groupe. Cette branche *hardware* est responsable du travail sur les casques de réalité virtuelle, les Meta Quest, mais aussi des lunettes connectées Ray-Ban Meta. Trois studios de développement d'expériences de réalité virtuelle passent également à la trappe.

Pari risqué

Il fallait bien arrêter les frais un jour. Depuis 2020, cette division a fait perdre 70 milliards de dollars au géant californien. Une hémorragie qui n'est pas seulement due aux investissements de recherche et de développement des premiers temps. Au dernier trimestre 2025, cette division enregistrait un chiffre

d'affaires de 470 millions de dollars et une perte de 4,4 milliards.

Car si les entreprises ont cru, au moins partiellement, aux promesses du métavers, on ne peut pas dire la même chose du grand public. « A l'apogée de son succès, Horizon World, l'incarnation la plus aboutie de cette idée de métavers, accueillait entre 200.000 et 300.000 utilisateurs par mois. C'est vraiment très peu », note Nicolas Neysen, professeur-assistant en transformation digitale à HEC Liège (ULiège). « Je pense que Meta a voulu pousser un concept sans prendre en compte l'avis du marché, sans chercher à valider son intérêt auprès des consommateurs. Le groupe cherchait à tout prix à imposer sa technologie. C'était un pari risqué et qui s'est transformé en échec cuisant. Mais l'idée n'est pourtant pas dénuée de sens. L'objectif de tous les gros acteurs des nouvelles technologies de l'information est

de trouver la nouvelle modalité du web, la nouvelle manière de naviguer sur internet. Pour les équipes de Zuckerberg, le casque de VR allait remplacer le combo clavier/souris/écran et le smartphone. Et si le pari s'avérait être le bon, Meta aurait bénéficié de l'avantage du premier arrivé. Il se rêvait déjà en Apple du XXI^e siècle. »

« Jumeaux numériques »

Pour donner un peu de substance à ce rêve, Meta a massivement investi dans les casques de VR. Notamment avec le rachat de la start-up Oculus en 2014. A tel point que le groupe est devenu le premier producteur de casques VR. Aujourd'hui, les Meta Quest 3 restent ce qui se fait de plus accessible et de plus polyvalent. En revanche, leur usage peine à dépasser celui du jeu vidéo. Un gadget un peu onéreux qui se destine donc surtout aux geeks les plus passion-

nés. En faisant une croix sur ce département, Meta semble condamner le marché des casques, qui risque bien de s'écrouler dans les prochaines années.

« Le métavers social et ludique semble en effet condamné. En revanche, la recherche s'intéresse encore beaucoup aux expériences de réalité mixte », tempère Nicolas Neysen. « Utiliser ce genre de casque pour lutter contre les phobies, pour se former à parler en public ou à manipuler des machines complexes fonctionne très bien. En médecine, par exemple, on constate une vraie valeur ajoutée de la réalité virtuelle. Aujourd'hui, dans toutes les universités, on parle de jumeaux numériques. Des reproductions de villes, de bâtiments, de machines ou d'êtres vivants qui permettent d'analyser, de modéliser, de s'entraîner, etc. Ce n'est pas le métavers imaginé par Meta, mais la technologie est très similaire et très utile. »

Si les entreprises ont cru, au moins partiellement, aux promesses du métavers, on ne peut pas dire la même chose du grand public. © AFP

l'expert « Le métavers était la promesse irréaliste d'une croissance économique infinie »

ENTRETIEN

TH.CA

Professeur en humanités numériques et cultures vidéoludiques à l'ULiège, Björn-Olav Dozo, est un des cofondateurs du Liège Game Lab de l'ULiège. Pour lui, le métavers est le parfait exemple des attentes économiques plus que déraisonnables qui entourent le secteur de la tech.

Le métavers a été un naufrage. A qui la faute ? A-t-on été trop naïf ?

Ce qui me fascine dans cet emballage, c'est notamment le rôle des cabinets de conseil et d'analyse. Il semble que ces sociétés voient la tech comme le sauveur d'une économie de la croissance infinie. Qu'il s'agisse du métavers, des NFT, de la blockchain, ou de l'IA aujourd'hui, les promesses de croissance sont complètement délirantes. En 2023, on expliquait tranquillement que ce marché allait générer plus de 2.000 milliards de dollars dans les dix ans. On entend le même genre de discours aujourd'hui avec l'IA et les sommes investies dans les centres de données sans que personne ne bronche. Or, les chiffres ne se raccrochent plus à aucune réalité tangible si ce n'est la crédulité des actionnaires gonflés à bloc par les projections de cabinets d'analystes.

Je ne veux pas tenir ici un discours de

pure décroissance, mais plutôt dénoncer cette représentation de facilité. Comme si avec le secteur de la tech, on avait trouvé une formule magique qui permettrait de prendre un raccourci, de générer énormément de valeur sur rien.



Le discours de réussite au sein de la Silicon Valley passe par une cristallisation autour de personnalités phares

”

Cela tient beaucoup à l'image des patrons de la tech qu'on nous vend comme des génies à l'origine de toutes les révolutions...

Oui, la figure classique, c'est évidemment Steve Jobs, l'ancien PDG d'Apple. Mais de nombreux travaux, comme le récent *Le mythe de l'entrepreneur* – *Défaire l'imaginaire de la Silicon Valley* d'Anthony Galluzzo, montrent bien qu'il s'agit de pures constructions. Le discours de réussite au sein de la Silicon Valley passe par une cristallisation autour de personnalités phares alors que son succès peut tout aussi bien être expliqué par l'investissement massif de l'État via l'armée, les filières de l'armement et les institutions universitaires locales. Ce

n'est que par la suite que ces quelques grandes figures ont pu capter cette valeur et devenir le porte-étendard de ces technologies. Et les médias renforcent cette image. Dans le cas du métavers, j'ai l'impression que les médias ont trop souvent été dans un rôle de porte-parole de ces entreprises et de ces cabinets de conseil. Peu de médias ont, comme l'a fait le média alternatif *Imagine*, abordé les questions d'héritage de l'histoire des objets technique ou ont même interrogé le terme *métavers* emprunté à un roman dystopique et que Meta s'est approprié au premier degré comme un avenir désirable.

Le métavers est donc mort. Mais quid de la réalité virtuelle qui est encore beaucoup utilisée par les chercheurs ?

Les études montrent que, pour des cas très spécifiques, comme la formation, le traitement des phobies ou l'entraînement technique, la VR se montre très utile. Mais, effectivement, l'abandon du secteur par Meta laisse planer le risque d'une disparition du matériel qui rend ces utilisations possibles. La recherche et le développement dans le secteur périssent puisque la promesse d'un marché s'est évaporée. Par exemple, la dernière mise à jour de Windows 11 a rendu inutilisables un tas de casques de réalité virtuelle. Cela montre bien le désintérêt pour cette technologie. C'est une forme très violente d'obsolescence.