



RADAR

Chez Leader Price, le métavers entre en ligne de compte

Pour les enseignes de grande distribution, il est l'heure de mettre un pied dans le métavers. C'est le cas du groupe Casino qui, le 15 février, a annoncé avoir acquis pour le compte de Leader Price, l'une de ses enseignes, plusieurs parcelles de terrain dans The Sandbox, jeu vidéo fonctionnant sur le principe du métavers – une plateforme digitale, présentée comme le futur d'Internet, où il est possible de mener une vie (virtuelle) parallèle.

Pour quoi faire? Permettre, dans le cas de Leader Price, à ses clients de gagner des bons d'achat ou des réductions en y jouant les aventuriers. Le montant de la transaction immobilière n'a pas été communiqué. D'ici au printemps 2022, ces consommateurs pourront donc investir le monde virtuel, développé par le studio de jeux mobiles français Pi-xowl, pour tenter de décrocher des coupons à utiliser sur le site d'e-commerce Club Leader Price.

Le métavers est un monde

virtuel dont le fonctionnement repose également sur la cryptomonnaie. L'internaute peut y gagner sa vie grâce aux Bitcoins et consorts. «Les récompenses sous forme de NFT sont encore à l'étude. Cette technologie permettra notamment de proposer de nouveaux moyens de paiement et des systèmes de fidélisation innovants et expérimentiels», indique un cadre du groupe Casino auprès de Libération.

Rodolphe Bonnasse est le PDG d'Aristid Retail Technology, une entreprise française qui propose aux distributeurs des outils technologiques afin de développer leur offre. Selon ce spécialiste du commerce et de la consommation, la grande distribution s'est intéressée au métavers dès lors que Meta (nouveau nom du groupe Facebook) a commencé à communiquer dessus: «Il faut comprendre que le gaming entre en ligne de compte parce que le métavers rend possible des expériences variées grâce aux technologies du jeu vidéo. On cible

par exemple les populations rurales ou âgées, des personnes isolées qui ont besoin de retrouver du lien social.»

Qui aurait prédit, il y a dix ans, que ce monde mi-virtuel, mi-réel, à l'image de Fortnite ou Roblox, pousserait les géants de la grande distribution française à jouer des coudes? Fin janvier, Carrefour a aussi annoncé, sans plus de détails, être propriétaire de terrains dans The Sandbox.

K. D.-T.

TENDANCE





En échange de leur participation, les clients recevront des bons d'achat. LAURENT HAZGUL DIVERGENCE

