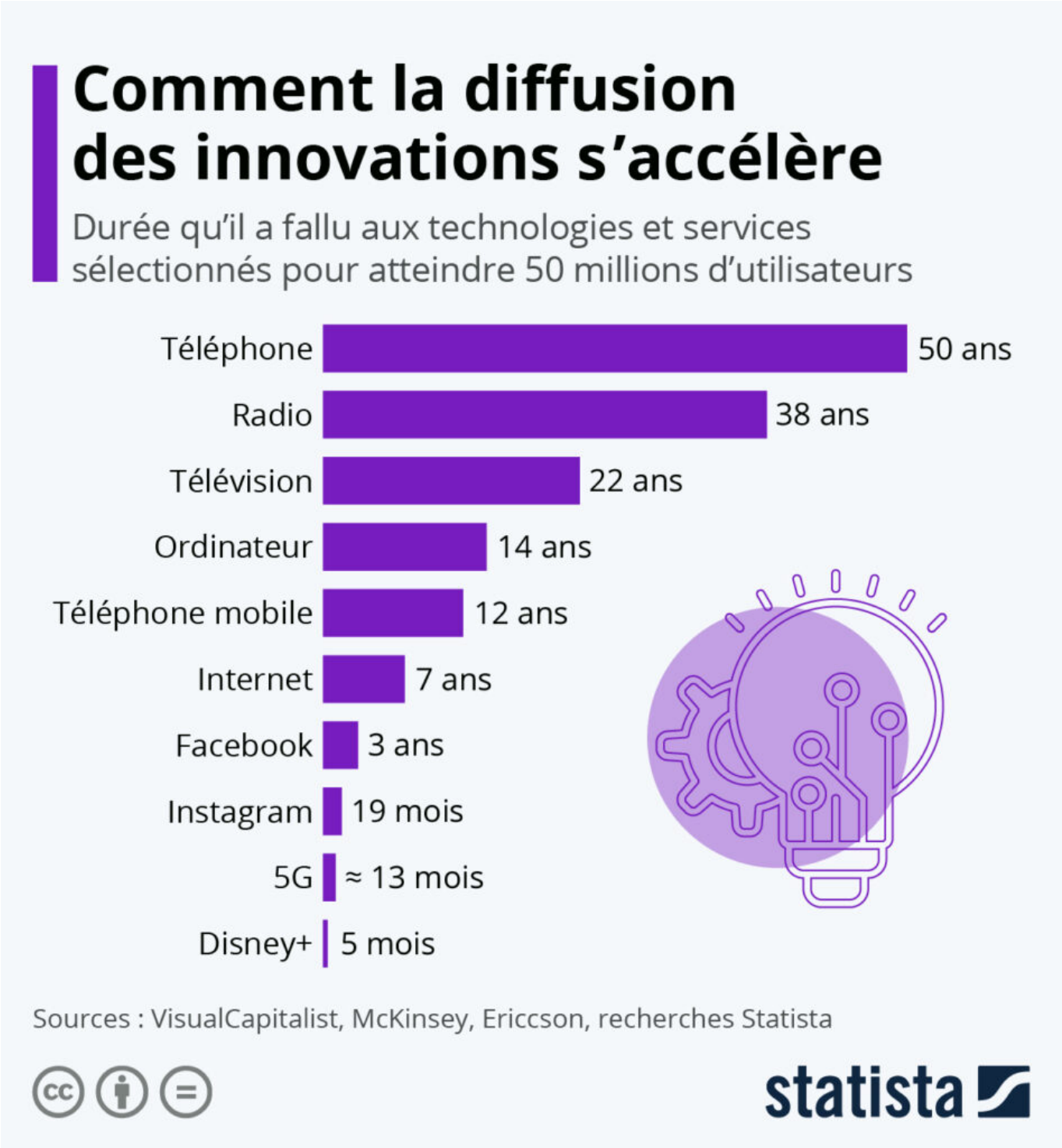
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Comment la diffusion des innovations s’accélère

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Avant l'ère d'Internet et la « digitalisation » de l'économie, la vitesse d'adoption d'une innovation se heurtait aux contraintes physiques liées à sa production et distribution à grande échelle. Il était d'abord

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

nécessaire de réunir plusieurs millions de fonds en capital, une usine, de la main-d'œuvre et des stocks de matières premières. Ensuite, une fois le produit prêt à être vendu, il fallait encore investir dans la publicité et développer les canaux de vente, afin d'avoir une chance de le voir un jour se démocratiser.

Même pour le cas des innovations les plus révolutionnaires, l'adoption auprès d'une large frange de la population nécessitait plus d'une dizaine d'années. Il a par exemple fallu un demi-siècle pour que le téléphone fixe soit utilisé par 50 millions de personnes, 22 ans pour la télévision ou encore 12 ans pour le téléphone portable, selon des données rapportées par Visual Capitalist.

Mais à l'ère du numérique, la production de biens et de services ne tient parfois qu'à un simple morceau de code informatique pouvant être répliqué ou réutilisé indéfiniment à un coût marginal proche de zéro. Dans ce nouveau monde, l'innovation peut se propager comme une trainée de poudre. Facebook a par exemple atteint le seuil des 50 millions d'utilisateurs 3 ans après son lancement, Instagram moins de 2 ans et le service de streaming vidéo Disney+ seulement 5 mois.

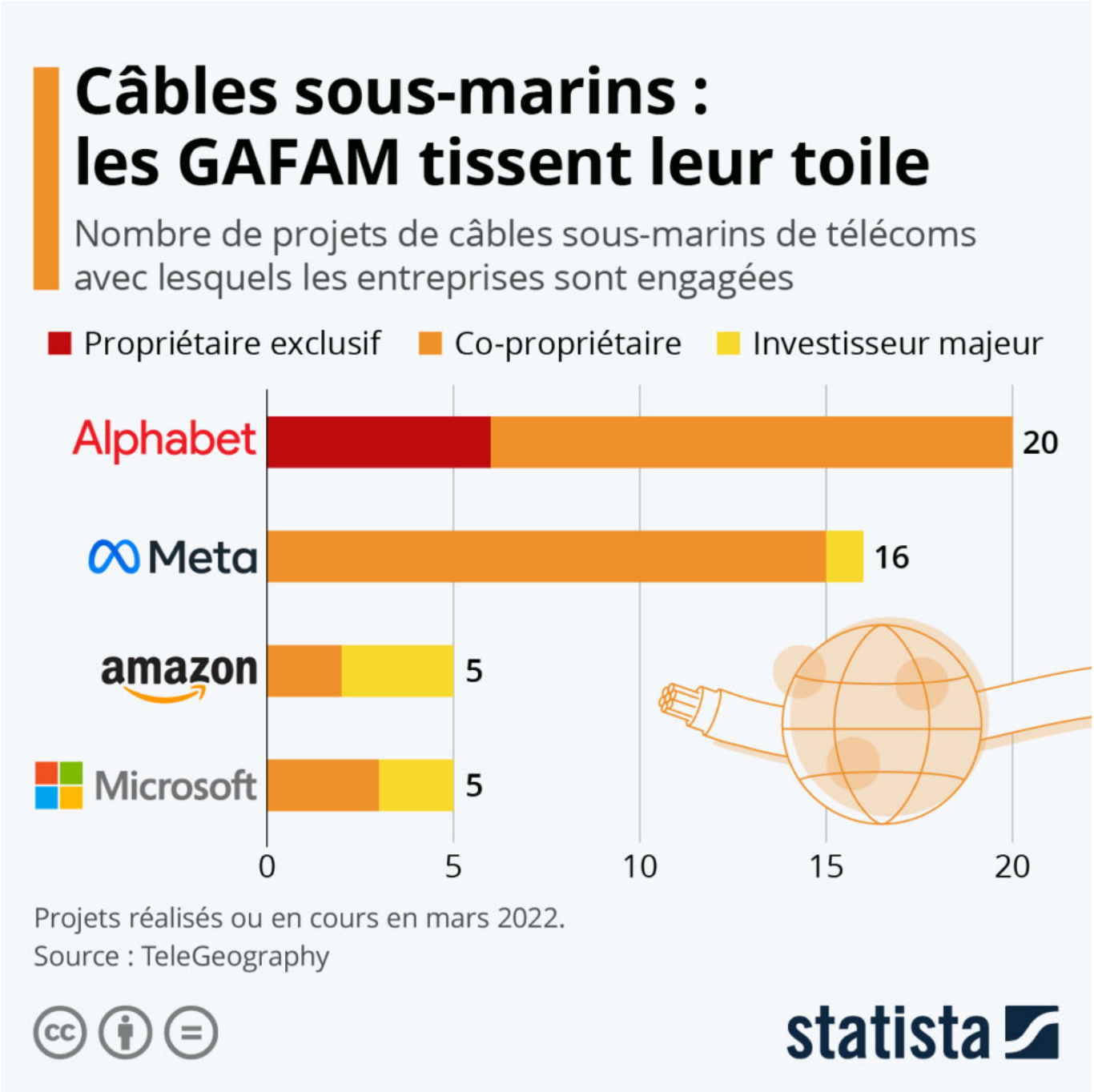
Le record mondial de vitesse d'adoption revient à l'application indienne de traçage du Covid-19, Aarogya Setu, qui a atteint 50 millions d'utilisateurs en l'espace de 13 jours en 2020, battant le précédent record établi par Pokémon Go en 2016 (19 jours).

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Câbles sous-marins : les géants de la tech tissent leur toile

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Plus de 95 % des données numériques mondiales transitent aujourd'hui par des câbles sous-marins de télécommunications. Il n'est donc guère surprenant de voir les géants de la tech se lancer à l'assaut de ces infrastructures stratégiques. Comme le détaille le recensement actualisé de TeleGeography, Alphabet, Meta, Microsoft et Amazon sont tous propriétaires ou copropriétaires et investisseurs majeurs de plusieurs câbles sous-marins déployés ou en cours de réalisation autour du globe.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Comme le montre notre graphique, c'est pour le moment Alphabet, la maison-mère de Google, qui mène la course devant Meta, ayant investi dans un total de 20 projets de câbles sous-marins contre 16 pour le groupe de Mark Zuckerberg. De plus, Alphabet est également la seule des quatre entreprises à disposer de câbles exclusivement pour son propre usage, au nombre de 6. Parmi ces derniers, on peut citer « Dunant » qui connecte la côte Est des États-Unis à la côte atlantique française, ou encore « Grace Hopper », qui devrait être mis en ligne cette année et qui reliera les États-Unis, le Royaume-Uni et l'Espagne.

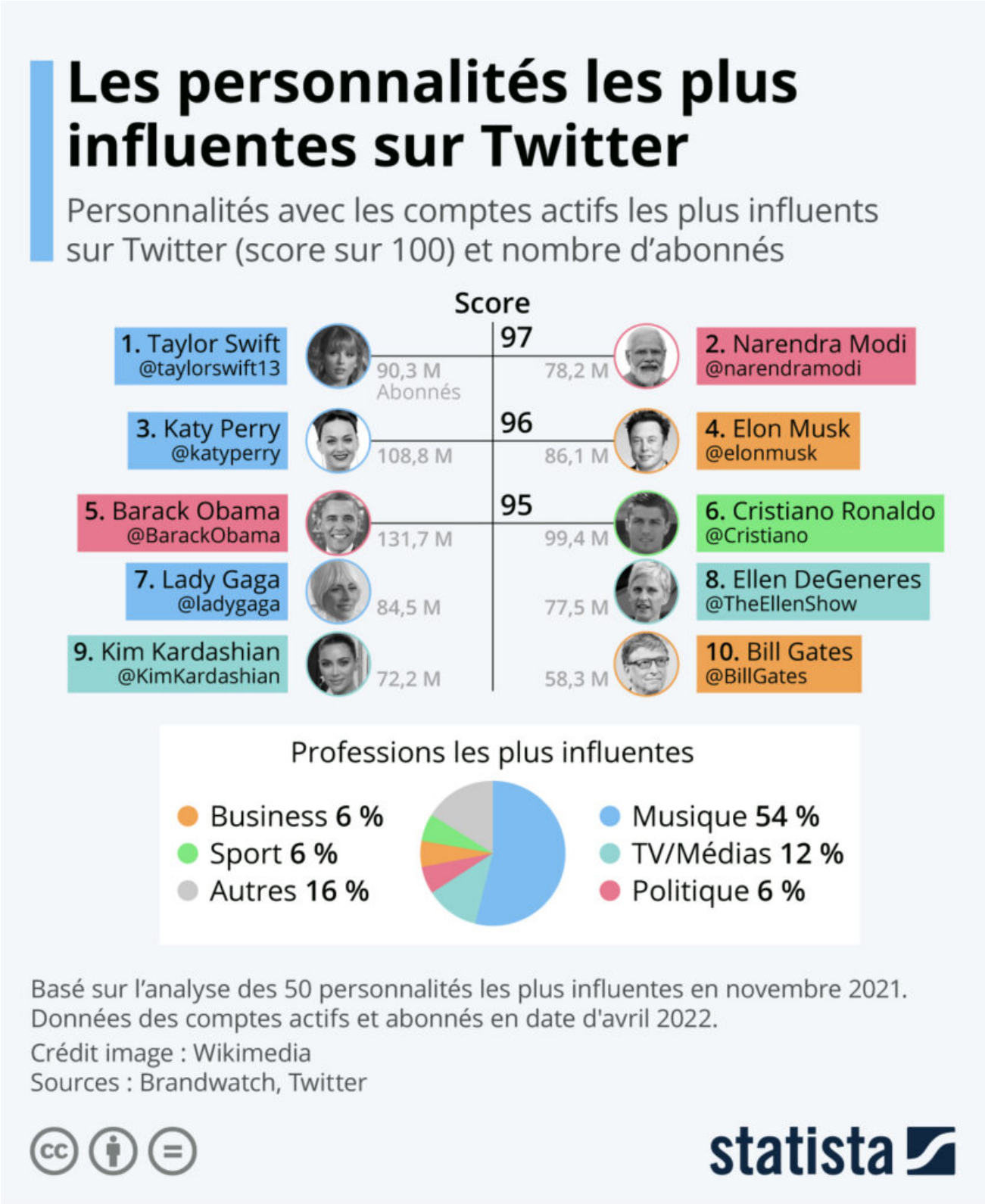
Sur le même sujet : notre carte des principaux câbles sous-marins en service dans le monde.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Les personnalités les plus influentes de la Twittosphère

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

Le patron de Tesla et plus grande fortune mondiale, Elon Musk, a racheté le réseau social Twitter pour 44 milliards de dollars cette semaine. L'homme d'affaires prévoit d'améliorer la plateforme avec de nouvelles fonctionnalités, mais il envisage surtout d'en faire un espace de liberté totale d'expression. « La liberté d'expression est le socle d'une démocratie qui fonctionne, et Twitter est la place publique numérique où les sujets vitaux pour le futur de l'humanité sont débattus », a expliqué Elon Musk dans un communiqué. La politique de modération de la plateforme pourrait donc être amenée à évoluer sous l'impulsion de son nouveau propriétaire.

À travers ce rachat, il est évident qu'Elon Musk s'offre aussi un puissant outil d'influence. Suivi par plus de 86 millions d'abonnés sur Twitter fin avril, le milliardaire américain est l'une des cinq personnalités les plus influentes sur cette plateforme, selon une étude de Brandwatch prenant en compte plusieurs critères.

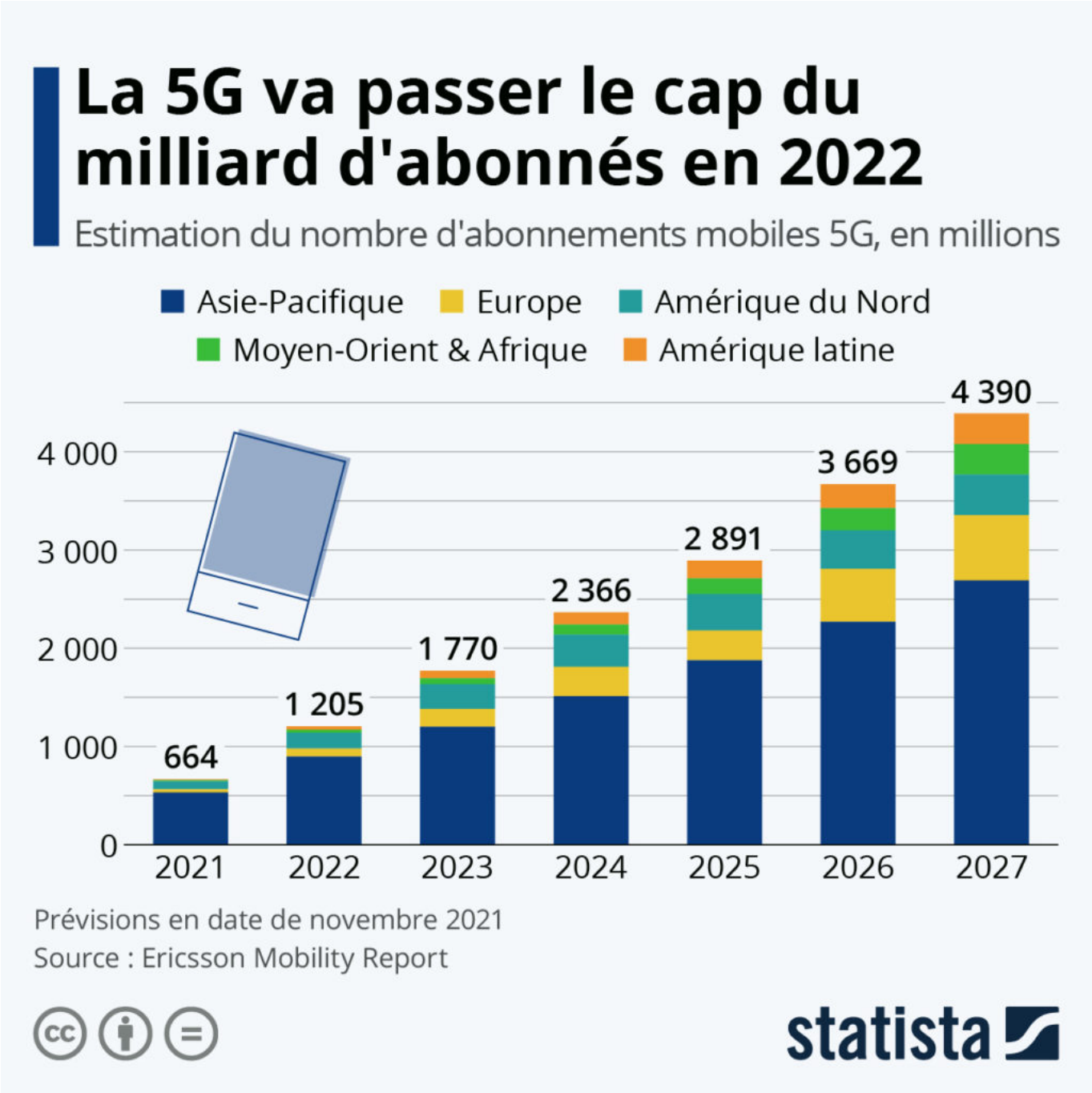
Bien que Twitter rassemble beaucoup moins d'utilisateurs que Facebook ou Instagram, il reste le réseau social privilégié des médias d'information et de l'influence politique. Les animateurs et personnalités de télévision sont par exemple le deuxième groupe le plus influent sur la plateforme : ils représentent 12 % du top 50 des influenceurs. En troisième position, les chefs d'entreprise et les politiques (à égalité avec les sportifs) représentent respectivement 6 % des personnalités de cette liste.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

La 5G va passer le cap du milliard d'abonnés en 2022

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Selon les dernières prévisions d'Ericsson, le marché mondial de la 5G devrait compter un peu plus de 1,2 milliard d'abonnements à la fin de l'année 2022, dont les trois quarts rien que dans la région Asie-Pacifique (environ 900 millions). Avec le déploiement progressif de cette technologie à travers le monde, le nombre d'utilisateurs va continuer d'exploser au cours des prochaines années et le cap des 4 milliards d'abonnements est attendu à l'horizon 2027. À cette date, la 5G devrait être la norme d'accès mobile

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

dominante dans plusieurs régions du monde : économies développées d'Asie (Corée du Sud, Chine,...), Amérique du Nord et Europe.

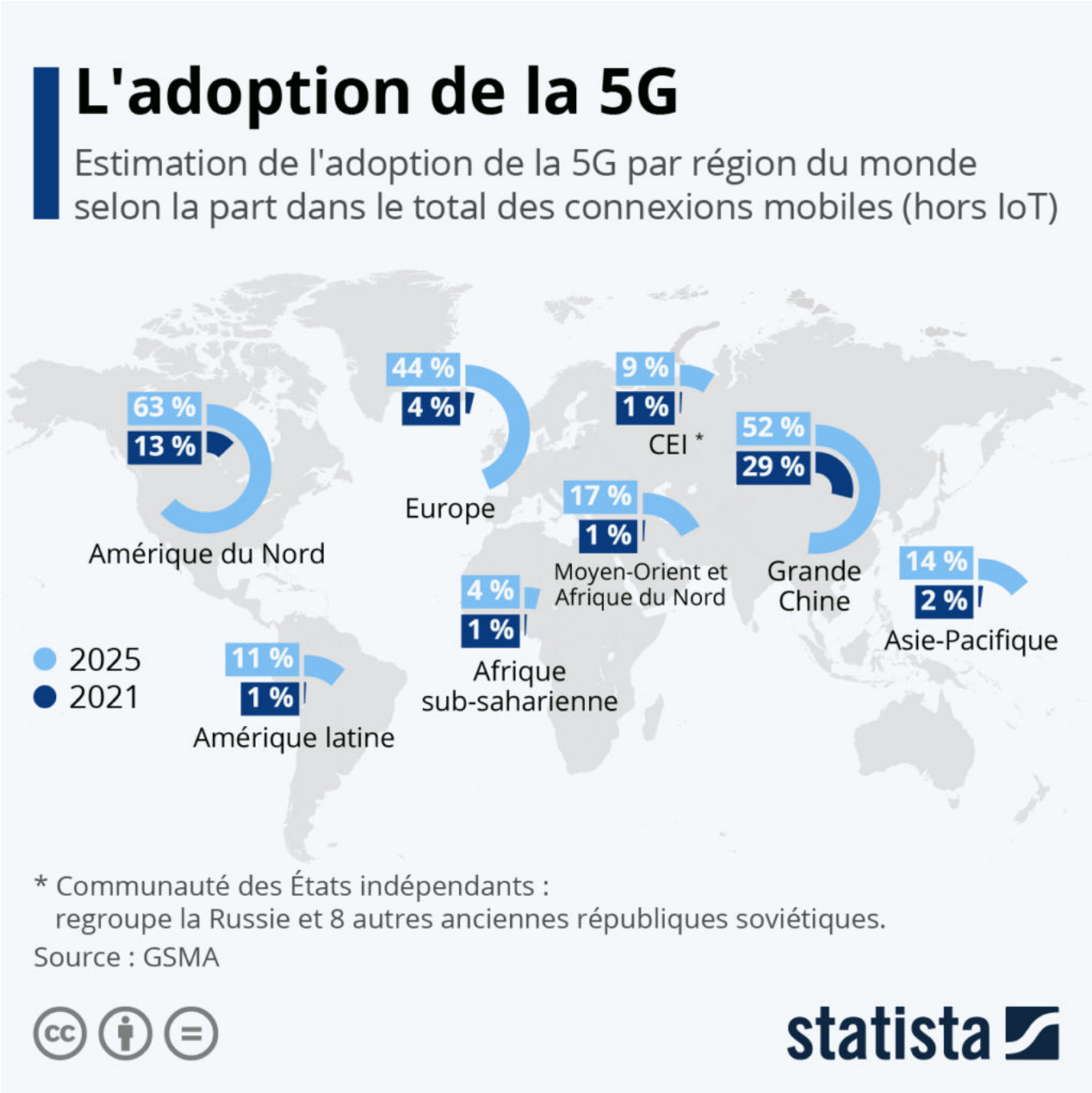
De Tristan Gaudiaut pour Statista

Sur le même sujet : l'adoption de la 5G par région (en % des connexions mobiles).

L'adoption de la 5G à travers le monde

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Alors que le marché des smartphones est arrivé à maturité et que les innovations du secteur attirent de moins en moins, le passage à la 5G promet d'être le plus grand moteur de croissance de la téléphonie mobile dans les années à venir. Selon les estimations de la GSMA, la 5G représentait 8 % des connexions mobiles dans le monde en 2021. Si cette technologie a encore une belle marge de progression, il lui faudra toutefois encore plusieurs années avant de dépasser la 4G. Les experts prévoient ainsi qu'une

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

connexion mobile sur quatre se fera sur le réseau 5G en 2025. La 4G devrait donc conserver une longueur d'avance d'ici là, avec 55 % des connexions à l'échelle mondiale.

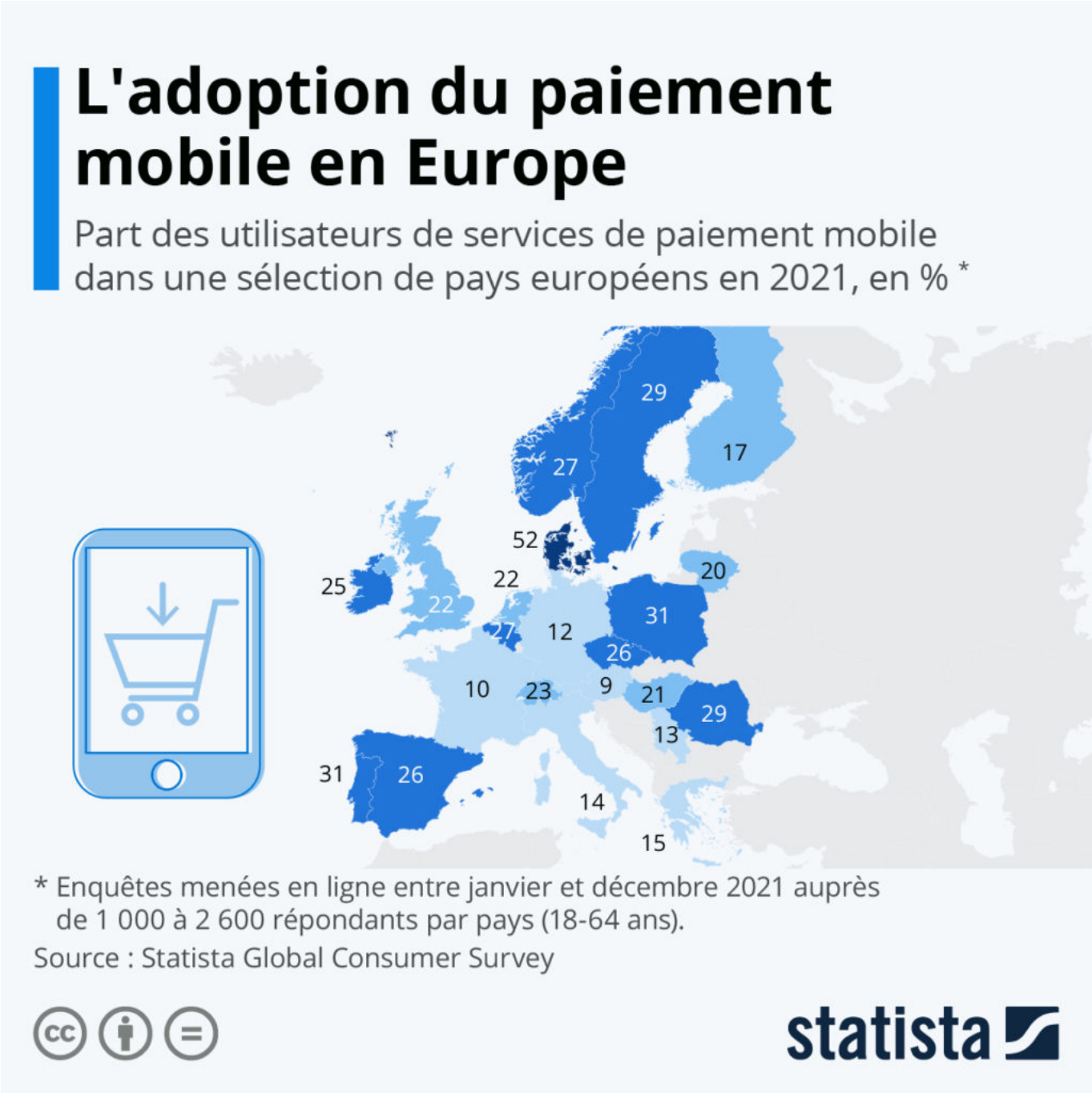
Comme le montre notre graphique, la région Grande Chine (incluant Hong Kong, Macao et Taïwan) mène la course à l'adoption avec déjà 29 % de connexions 5G sur son réseau mobile. L'Amérique du Nord arrive loin derrière avec un taux d'adoption de 13 %, alors que l'Europe accuse un retard encore plus important : seulement 4 % de connexions 5G pour le moment. À l'horizon 2025, la 5G devrait devenir la norme prédominante en Chine et en Amérique du Nord, tandis que le reste du monde devrait continuer à utiliser majoritairement la 4G.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Le paiement mobile peine à convaincre les Français

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



La pandémie et les mesures de distanciation physique ont accentué l'essor des applications de paiement mobile un peu partout dans le monde. Pourtant, malgré une hausse des utilisateurs ces dernières années, payer avec son smartphone reste encore relativement peu répandu en France en comparaison au reste de l'Europe. Selon les dernières enquêtes du Global Consumer Survey menées en 2021, seul un Français interrogé sur dix déclarait utiliser un moyen de paiement mobile. Un taux d'adoption très loin derrière

Ecrit par le 19 novembre 2026

celui du Danemark (52 %), du Portugal (31 %), de la Pologne (29 %), ou encore de la Belgique (27 %). Parmi les pays étudiés, seule l'Autriche se place derrière la France avec 9 % d'utilisateurs. La faible adoption de ce moyen de paiement par les Français peut notamment s'expliquer par la popularité du paiement par carte sans contact dans l'Hexagone.

Différentes technologies sont associées au paiement mobile. Parmi les modes les plus utilisés, on retrouve les applications utilisant le protocole NFC pour les lecteurs de carte, les portemonnaies électroniques, ou encore le paiement via un QR code. Les applis de paiement mobile actuellement les plus populaires en France sont Apple Pay, Google Pay et Paylib.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Holoboost réinvente l'homme-sandwich en version 3D

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Julien Chatton et Boris Delécluse, deux entrepreneurs gardois du Grand Avignon, viennent de lancer Holoboost, un outil portable de 'street marketing' reposant sur la technologie des hologrammes et de la 3D.

Tout le monde a déjà vu ces hommes-sandwiches, un support de publicité délicieusement suranné rappelant davantage la grande époque de la réclame que celle des campagnes 'de com' numérique conçu par des agences désormais connectées à la planète entière.
« En matière de communication on a parfois l'impression que tout a déjà été fait, reconnaît Boris Delécluse, créateur de Cap affaires mais aussi de Photoboost, qui permet de louer une machine à selfie afin d'animer les événements privés ou professionnels. Il y a pourtant de nouvelles solutions qui existent dont le potentiel n'est pas utilisé. »
« Effectivement, la technologie des hologrammes n'est pas suffisamment exploitée, complète Julien Chatton. Nous avons donc fait développer un sac portatif où les hologrammes apparaissent dans le dos de celui qui le porte. »

Créer le 'buzz' en matière de 'street marketing'
Une version mobile qui, après une phase de test et de mise au point, devrait être très prochainement déployée pour le compte de plusieurs clients sur la zone du Grand Avignon.
Ressemblant à une sorte de gros ventilateur dont la 'coque' protectrice serait transparente, ce dispositif

Ecrit par le 19 novembre 2026

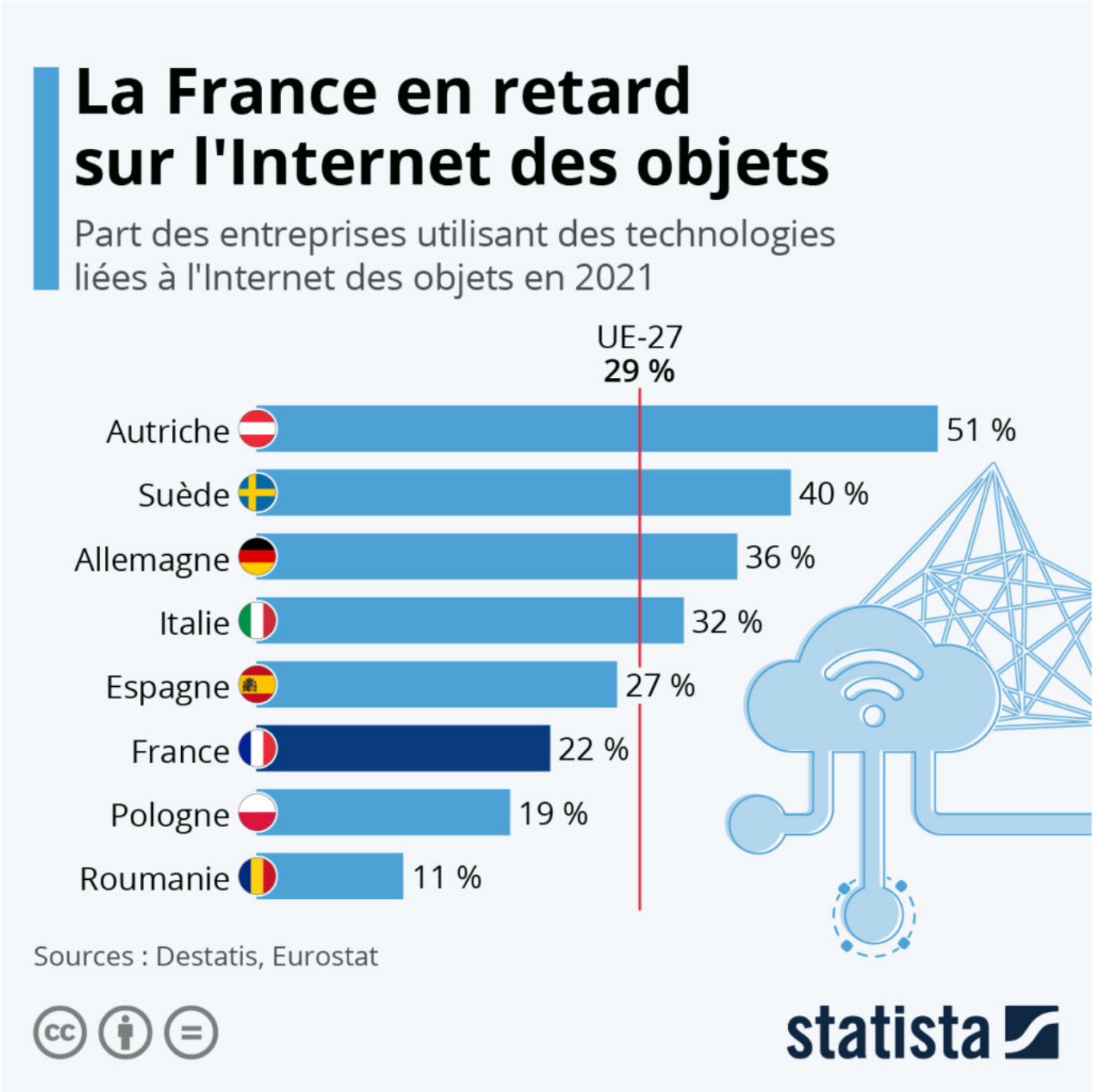
comprend l'équivalent d'une pale qui, en tournant, créé un effet holographique très lumineux afin d'être visible, y compris en plein soleil. Et si visuellement le rendu est difficile à photographier où à filmer, dans la réalité l'effet est assez bluffant.
« Avec Holoboost l'objectif est de créer du buzz en renouvelant les outils de street marketing », insiste Boris Delécluse. Pour cela, les deux compères proposent pour débuter, de louer les appareils et de concevoir le contenu 3D afin de mener des opérations de promotion dans les rues de la cité des papes.

L'enjeu du contenu
Les deux entrepreneurs n'entendent cependant pas se contenter de sillonner les artères des villes lors de campagnes ponctuelles. Ils souhaitent également proposer Holoboost aux commerçants.
« L'idée c'est aussi de permettre aux commerçants d'utiliser leur vitrine comme un média avec une technologie qui attire vraiment le regard, explique Boris Delécluse. Pour cela, nous proposons plusieurs formules dont une solution de location pour un montant de 69€ mensuel comprenant un changement de contenu chaque mois. »
« La clef de ce type de communication c'est le contenu qu'il faut renouveler régulièrement, assure Julien Chatton. C'est pour cela que nos offres comprennent aussi la production régulière des nouveaux messages en 3D. »

La France en retard sur les objets connectés

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



L'expression « Internet des objets » (« Internet of Things », IoT), inventée en 1999 par le technologue britannique Kevin Ashton, décrit un réseau permettant de connecter les objets physiques entre eux : appareils, ordinateurs, machines. À l'époque, ce concept relevait encore du domaine de la science-fiction pour le grand public. Aujourd'hui, avec l'essor des technologies de télécommunication, l'Internet des objets est devenu une réalité. Assistants vocaux, domotique, montres connectées, voitures intelligentes,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026

équipements industriels, etc. : en ce moment même, un vaste réseau d'objets collectent et échangent des données pour exécuter des tâches de manière autonome.

Comme le rapporte Lionel Sujay Vailshery, expert de l'industrie électronique chez Statista, les analystes du marché prévoient que la base installée des appareils connectés à l'Internet des objets atteigne près de 31 milliards d'unités d'ici 2025. « Au fur et à mesure que la technologie progresse, le coût des composants diminue, ce qui favorise le déploiement massif de l'IoT dans l'industrie [...] ». La généralisation de cette technologie laisse entrevoir des gains importants de productivité et de traçabilité dans de nombreux secteurs industriels.

Alors que la transformation digitale représente un enjeu majeur de compétitivité économique, des données d'Eurostat montrent que les entreprises européennes présentent des niveaux très variables de modernisation. Comparées à celles des pays voisins, on constate que les entreprises françaises accusent du retard sur les technologies liées à l'Internet des objets. Avec 22 % des entreprises utilisant des objets connectés en 2021, la France fait moins bien que la moyenne de l'UE (29 %). Les entreprises les mieux équipées d'Europe se trouvent en Autriche (51 %), alors que des pays comme la Suède (40 %) et l'Allemagne (36 %) figurent aussi parmi les plus avancés.

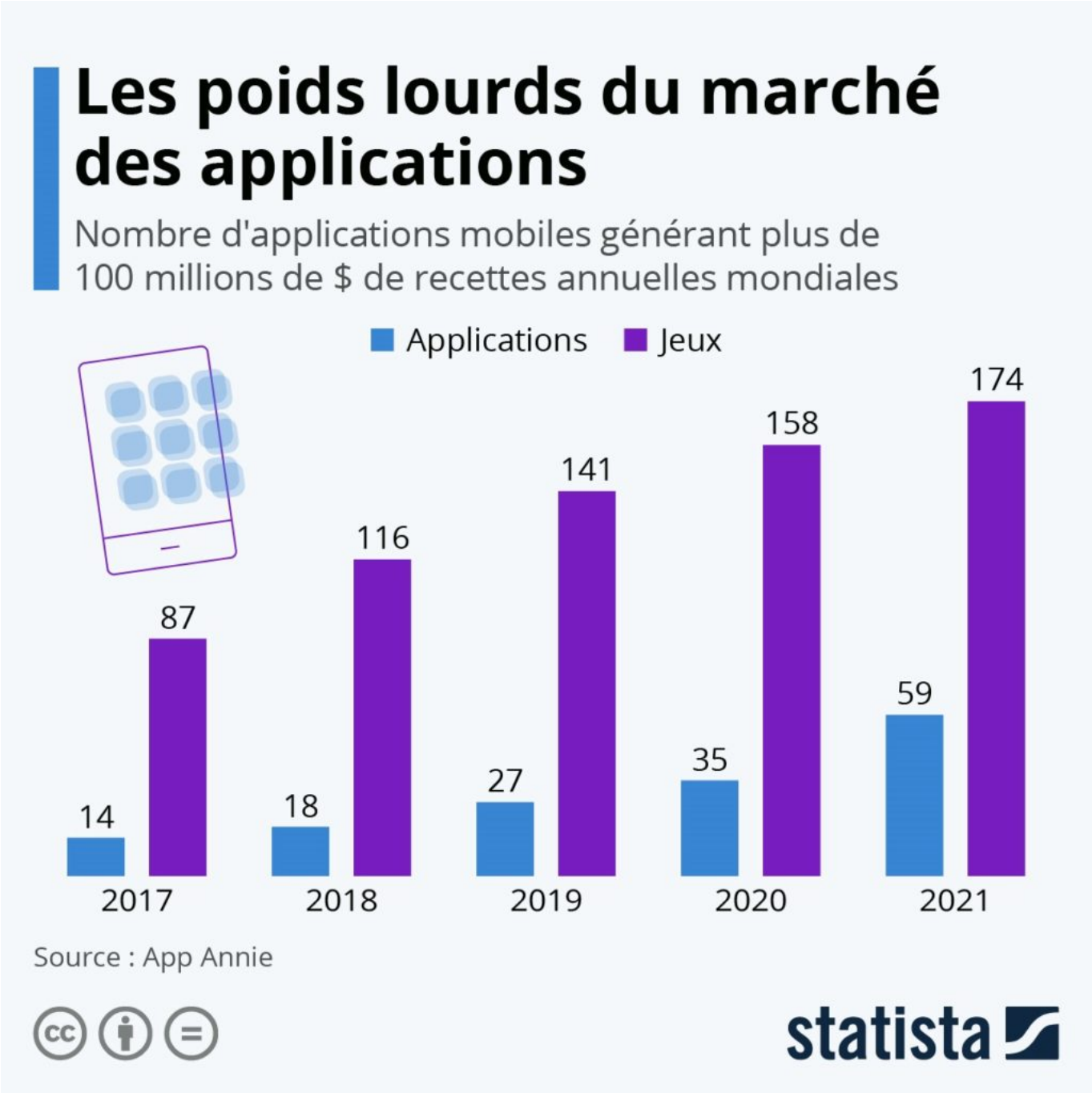
De Tristan Gaudiaut pour Statista

Sur un sujet similaire : les industries les plus robotisées.

Les poids lourds du marché des applications mobiles

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 19 novembre 2026



Si l'App Store a généré plus de 70 milliards de dollars en 2021, tous les développeurs d'applis ne sont pas logés à la même enseigne. D'après le rapport « State of Mobile 2022 » publié par App Annie, sur un total de 21 millions d'applications disponibles, 233 ont généré des recettes de plus de 100 millions de dollars en 2021. Comme le montre notre graphique, ces poids lourds du marché des applis sont de plus en plus nombreux chaque année, avec une croissance annuelle moyenne de 23 % depuis 2017. Les applications

Ecrit par le 19 novembre 2026

les plus rentables sont en très grande majorité des jeux mobiles, qui représentent 75 % des applis dont les revenus annuels sont supérieurs à 100 millions de dollars.

Selon le rapport, 170 milliards de dollars ont été dépensés dans les applications mobiles l'année dernière, ce qui équivaut à plus de 320 000 dollars par minute. Parallèlement à cette croissance des revenus, les annonceurs ont injecté 295 milliards de dollars dans les dépenses publicitaires mobiles mondiales en 2021. Comme l'expliquent les auteurs de l'étude : « l'amélioration de la connectivité, de la taille des écrans et des appareils a rendu plus facile que jamais de profiter d'applications et d'expériences de jeu en déplacement. Les consommateurs ont donc transféré une partie de leurs dépenses vers le mobile, qui est de facto devenu une console de jeu et un outil de gestion de la vie quotidienne ».

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !