

REVUE HYBRIDES (RALSH)

e-ISSN 2959-8079 / ISSN-L 2959-8060

NUMÉRO SPÉCIAL 5, AOÛT 2026



MUTATIONS SOCIO-ENVIRONNEMENTALES ET POLITIQUES DANS LES SOCIÉTÉS AFRICAINES CONTEMPORAINES (TOME 3)

Khadija SABIR, Jamila BELLAMQADDAM, Mas-oudou HOUDHAYFAH, Katiénéffooua Adama OUATTARA, Sinaly SOUMAHORO, Kossia Annick Patricia BOA, Wendgoudi Appolinaire BEYL, Rodolphe MENZAN KOUAKOU, Josephine KOUADIO N'GUESSAN Épse OGOFFOU, Tanoh-kouame N'DIAMOI, Adjé Blaise N'TAYE, Sionfounon Kassoum COULIBALY, Somabe Kokou KOUZOUAHIN, Tièrowè Nadine SOMDA, Irissa YAMEOGO & Toussaint TIEMTORE, Ekoe MIDOHUIN, Marodéguéba BARMA, Nahoua Daouda SEKONGO, N'guessan Julien KOUAMÉ & Niali Armand-Privat PILLAH, Tchao TATANGUE, Antoine-Beauvard ZANGA, Amélie MOGOA BOUSSENGUI, Célestine KOUMBA, Krou Achille Marcel TANO, Zoumana COULIBALY & Doreen Christelle ESSOH NDOBO



© REVUE HYBRIDES (RALSH), AOUT 2026

COUVERTURE : © Revue Hybrides (RALSH)

MISE EN PAGE ET MAQUETTAGE : Revue Hybrides (RALSH)

NUMERO SPECIAL 5, AOUT 2026

PUBLIE LE : 31/08/2026

URL site web: <https://revuehybrides.org/num-special-5-aout-2026/>

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.22239628>

TRADUCTIONS : Joël ÉCHITCHI TEKA (Université de Maroua, Cameroun) & Christian TIAKO
YOUADJEU (MINESEC, Cameroun)

INDEXATION



Licence d'utilisation : Creative Commons Attribution CC-BY

Les publications peuvent être copiées, diffusées, transmises et affichées sur n'importe quel support ou format, à condition de citer l'auteur (BY) et les références de la revue. Cette licence autorise aussi l'utilisation commerciale.

e-ISSN 2959-8079 / ISSN-L 2959-8060

<https://revuehybrides.org/>

infos@revuehybrides.org / revuehybrides@gmail.com

impact factor : 4.002

TIRÉ À PART [TAP]

Revue des Arts, Lettres et Sciences de l'Homme

eISSN: 2959-8079/ISSN-L: 2959-8060

revuehybrides.org / revuehybrides@gmail.com

REVUE HYBRIDES

Version imprimée en France & Cameroun

Printed in France & Cameroon

Impreso en Francia & Camerún

ÉQUIPE ÉDITORIALE

Directeur de publication : Gislain ESSOME, Diplômé de l'Université Jean-Monnet Saint-Étienne, UR ECLLA, France

Rédacteur en chef : Joël ÉCHITCHI TEKA, Université de Maroua, Cameroun

SECRÉTARIAT TECHNIQUE ET DE RÉDACTION

Dr. Alain DJARSOUMNA, M. ARAFAT ABAKAR, M. Bachir Tamsir NIANE, M. Cédric TEGUEDONG NGUEKEU, M. Christian TIAKO YOUADJEU, M. Eugène SAKAME, Dr. Paul BINI KOFFI MOUROUFIE & Dr Simpson Dorothy MBADINGA MBADINGA

COMITÉ SCIENTIFIQUE ET DE LECTURE

Frédéric SPAGNOLI (Professeur des universités, HDR, Université Marie & Louis Pasteur, France), **Georges MOUKOUTI ONGUEDOU** (Professeur Titulaire, Université de Bertoua, Cameroun), **Zacharie HATOLONG BOHO** (Professeur Titulaire, Université de Maroua, Cameroun), **Stéphane KALUDI NDONDJI** (Professeur Associé, Université de Lubumbashi, RD Congo), **Abdelouahid TIOUIDIOUINE** (Maître de conférences, Université de Relizane, Algérie), **Ahlem ROUABHIA** (Maître de conférences, Université de Tebessa, Algérie), **Aimé BANZA ILUNGA** (Maître de conférences, Université de Lubumbashi, RD Congo), **Amos KAMUSU SOUOPTETCHA** (Maître de conférences, Université de Maroua, Cameroun), **Arsène ELONGO** (Maître de conférences, Université Marien Ngouabi, Congo), **Assia MARFOUQ** (Maître de conférences Habileté, Université Hassan Premier de Settat, Maroc), **Brice Arsène MANKOU** (Maître de Conférences, Reims DYSOLAB, Université de Rouen, Normandie, France), **Djedou Martin AMALAMAN** (Maître de conférences CAMES, UPGC de Korhogo, Côte d'Ivoire), **Drissa KONE** (Maître de conférences, Université Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire), **Gilbert ATINDOGBE** (Maître de conférences, Université d'Abomey-Calavi, Bénin), **Ibrahim MALAM MAMANE SANI** (Maître de conférences CAMES, Université Abdou Moumouni, Niger), **Landry Yves FALLE** (Maître de conférences, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire), **Kouakou Laurent ASSOUGA** (Maître de conférences, Université Houphouët-Boigny de Cocody, Côte d'Ivoire), **Patrick TOUMBA HAMAN** (Maître de conférences, Université de Maroua, Cameroun), **Raymond-Bernard AHOUEANDJINOUE** (Maître de conférences, Université d'Abomey-Calavi, Bénin), **Robert MAMADI** (Maître de conférences CAMES, Université Adam Barka d'Abéché, Tchad), **Abraham DAOKA** (Université de Maroua, Cameroun), **Adji Séverin ANGOUE** (Université Félix Houphouët-Boigny d'Abidjan, Côte d'Ivoire), **André Bienvenu MFO** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **Amel FTITA** (Université virtuelle de Tunis, Tunisie), **Anicet DONFACK SOUNNA** (Université d'Alcalá, Espagne), **Appolinaire LOUMGUE** (Université de Maroua, Cameroun), **Arnaud Romaric TENKIEU TENKIEU** (Université de Douala, Cameroun), **Bassirima KONÉ** (Université Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire), **Bertin NGUEFACK** (Université de Yaoundé, Cameroun), **BIRWE GODWE** (ENS, Université de Maroua, Cameroun), **Bougadari DOUMBIA** (Institut Universitaire de Développement Territorial / Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako, Mali), **Destin FEUTSEU DASSI** (Université de Dschang, Cameroun), **Fabrice ONANA NTSA** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **Floribert NOMO FOUA** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **Franck AMOUSSOU** (Université André Salifou (UAS) de Zinder, Niger), **Franck Rostov TSAMO DONGMO** (Université de Dschang, Cameroun), **Fridolin OMGBA OWONO** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **Gabin KENKO DJOMENI** (Institut Universitaire de la Côte, Cameroun), **Harold Gael NJOUONANG DJOMO** (Laboratoire GREVA, Cameroun), **HASSANA** (DGSN, Cameroun), **Issa AHAMADOU HAMAGE** (Université Abdou Moumouni, Niger), **Joseph Yannick MBATCHOU** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **José Alejandro MORALES SOTO** (Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México),

Karima ZEROUALI (Université de Biskra, Algérie), **Liliane KOUASSI AMOIN** (Institut National Supérieur des Arts et de l'action Culturelle, Côte d'Ivoire), **Magloire NISSIMAISSOU** (Université de Maroua, Cameroun), **Malek KHALDI** (Chercheuse indépendante, Tunisie), **MFOUAPON ALASSA** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **Oscar KEM-MEKAH KADZUE** (Escuela Normal Superior de Yaoundé 1, Cameroun), **Pierre Ledoux NDII** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **Régine Mireille ESSAMA** (Université de Bertoua, Cameroun), **Rodrigue WOUASSI LADJINO** (Université de Yaoundé 1, Cameroun), **Saidi HICHAM** (Université Moulay Ismail, Maroc), **Samira BERDJI BESSEGHIR MUSTAPHA** (Université de Relizane, Algérie), **Sidbéné-Wendé Brigitte SAWADOGO/ZONGO** (Université Norbert ZONGO, Burkina Faso), **Tamboura AMADOU** (ENS Burkina Faso), **Thierry Martin FOUTEM** (Université de Dschang, Cameroun), **Thierry Benoît BIDIAS** (Chercheur indépendant, Cameroun), **Thomas FONE** (Université de Douala, Cameroun), **Wendnonga Gilbert KAFANDO** (Université Joseph Kizerbo (UJKZ), Burkina Faso), **Winnie NYANGON** (Université de Ngaoundéré, Cameroun), **Yacouba TENGUERI** (Université Daniel Ouezzin Coulibaly, Burkina Faso), **Yao Saturnin Davy AKAFFOU** (Université Félix Houphouët Boigny, Côte d'Ivoire) & **Zoulkoufoulou OURO-GBELE** (Université de Lomé, Togo).

SOMMAIRE

{SECTION 1}	1
SCIENCES DU LANGAGE & LITTÉRATURE	1
<i>Éthique de la transposition algorithmique des œuvres patrimoniales : une analyse sémiotique des vidéos générées par PixVerse à partir de Candide ou l'Optimisme de Voltaire</i>	2
<i>The Ethics of Algorithmic Adaptations of Cultural Heritage Works: A Semiotic Analysis of Videos Generated by PixVerse Based on Chapter VI of Voltaire's Candide or Optimism</i>	2
Khadija SABIR	2
Jamila BELLAMQADDAM	2
<i>Crise sécuritaire au Burkina Faso : La musique comme outil de résilience et de souveraineté</i>	16
<i>Security Crisis in Burkina Faso : Music as a Tool for Resilience and Sovereignty</i>	16
Tièrowè Nadine SOMDA	16
Irissa YAMEOGO	16
Toussaint TIEMTORE	16
<i>Jalons pour une théorie de la grammaire discursive de l'indéfinition</i>	34
<i>Milestones towards a theory of the discursive grammar of indefiniteness</i>	34
Antoine-Beauvard ZANGA	34
<i>Construction de stimuli pour l'évaluation des troubles des sons de la parole en contexte multilingue camerounais : un cadre méthodologique fondé sur l'Alphabet Général des Langues Camerounaises</i> 50	
<i>Development of stimuli for the assessment of speech sound disorders in a multilingual Cameroonian context: a methodological framework based on the General Alphabet of Cameroonian Languages ...</i> 50	
Doreen Christelle ESSOH NDOBO	50
{SECTION 2}	68
SCIENCES HUMAINES	68
<i>Crise énergétique et identité énergétique urbaine à Maroua : sociostyles, habitus et fonctions sociales de la consommation d'énergie domestique</i>	69
<i>Energy Crisis and Urban Energy Identity in Maroua : Sociostyles, Habitus and Social Functions of Domestic Energy Consumption</i>	69
Mas-oudou HOUDHAYFAH	69
<i>La contribution de l'Union Européenne au processus de démocratisation en Côte d'Ivoire entre 1999 et 2010</i>	85
<i>The European Union's contribution to the democratisation process in Côte d'Ivoire between 1999 and 2010</i>	85
Katiénéffooua Adama OUATTARA	85
Sinaly SOUMAHORO	85

<i>Représentations religieuses de la sexualité et recours aux services de santé sexuelle et reproductive chez les jeunes à Bouaké : une analyse genrée</i>	99
<i>Religious Views on Sexuality and Using Sexual and Reproductive Health Services Among Youth in Bouaké: A Gendered Analysis</i>	99
Nochiami Affou KONÉ	99
Drissa KONÉ	99
<i>Adoption de la Couverture Maladie Universelle dans les pratiques des entrepreneurs du secteur informel à Abidjan, Côte d'Ivoire</i>	112
<i>Adoption of Universal Health Coverage among entrepreneurs in the informal sector in Abidjan, Côte d'Ivoire</i>	112
Kossia Annick Patricia BOA	112
<i>La crise des valeurs contretemps et la résilience au Burkina Faso</i>	127
<i>The Crisis of Values in Times of Adversity and Resilience in Burkina Faso</i>	127
Wendgoudi Appolinaire BEYI	127
<i>Coopération internationale environnementale et conflits d'intérêt : enjeux éthiques d'une justice environnementale post-souverainiste</i>	143
<i>International Environmental Cooperation and Conflicts of Interest: Ethical Challenges of a Post-Sovereignist Environmental Justice</i>	143
Sionfoungon Kassoum COULIBALY	143
Somabe Kokou KOUZOUAHIN	143
<i>Traumatisme psychique et troubles anxieux chez les enfants déplacés internes au nord du Togo</i> ...	159
<i>Psychological trauma and anxiety disorders among internally displaced children in northern Togo</i>	159
Ekoe MIDOHUIN	159
Marodéguéba BARMA	159
<i>John Locke et la question de la justice sociale : repenser l'État libéral à l'ère des inégalités</i>	174
<i>John Locke and the question of social justice: rethinking the liberal state in the age of inequality</i> ...	174
Nahoua Daouda SEKONGO	174
N'guessan Julien KOUAMÉ	174
Niali Armand-Privat PILLAH	174
<i>Stabilité électorale de la région de la Kara : facteurs explicatifs du fait et perspectives pour un renforcement de la cohésion nationale</i>	190
<i>Electoral Stability in the Kara Region: Factors Explaining This Phenomenon and Prospects for Strengthening National Cohesion</i>	190
Tchao TATANGUE	190
<i>Pemba-a-motètè : le fétiche de la richesse, et de la prospérité et du pouvoir de la femme chez les Mitsogho</i>	208

<i>Pemba-a-motètè: the fetish of wealth, prosperity, and women's power among the Mitsogho</i>	208
Amélie MOGOA BOUSSENGUI	208
Célestine KOUMBA	208
<i>Pratiques alimentaires et malnutrition : l'agropastoralisme dans la lutte contre la malnutrition infantile dans le département de Ferkessédougou, région du Tchologo (Côte d'Ivoire).....</i>	226
<i>Dietary practices and malnutrition : agro-pastoralism in the fight against child malnutrition in the Ferkessédougou département, Tchologo region (Ivory Coast)</i>	226
Krou Achille Marcel TANO.....	226
Zoumana COULIBALY	226
{SECTION 3}	241
SCIENCES DE L'ÉDUCATION	241
<i>Projet scolaire en classe de troisième au lycée municipal de Brobo : collaboration entre inspecteurs d'orientation et parents</i>	242
<i>School project in the third year of high school at Brobo municipal high school: collaboration between guidance advisors and parents.....</i>	242
Rodolphe MENZAN KOUAKOU	242
Josephine KOUADIO N'GUESSAN Épse OGOFPOU	242
Tanoh-kouame N'DIAMOI	242
{SECTION 4}	255
ARTS	255
<i>Promotion du métavers en Côte d'Ivoire : freins et leviers de son adoption dans le milieu de l'infographie 3D.....</i>	256
<i>Promotion of the metaverse in ivory coast: barriers and levers of its adoption in the field of 3d graphic design.....</i>	256
Adjé Blaise N'TAYE	256



Promotion du métavers en Côte d'Ivoire : freins et leviers de son adoption dans le milieu de l'infographie 3D

Promotion of the metaverse in ivory coast: barriers and levers of its adoption in the field of 3d graphic design

Adjé Blaise N'TAYE

Institut des Sciences et Techniques de la Communication (ISTC), Côte d'Ivoire

Email: ntayes@yahoo.fr

Orcid id: <https://orcid.org/0009-0003-3303-4901>

Résumé: Le métavers est une technologie innovante qui représente une extension naturelle du champ de l'infographie 3D vers un espace immersif. Pour permettre aux différents secteurs d'activité de l'adopter et de l'utiliser afin de tirer profit de ses opportunités, des actions promotionnelles qui se sont heurtées à des obstacles divers ont été entreprises en Côte d'Ivoire depuis l'année 2023. C'est dans le but de mettre en évidence ces actions communicationnelles, les obstacles auxquels elles continuent de se heurter ainsi que les pistes de solution proposées pour y remédier que la présente étude a été réalisée. Pour ce faire, la méthode mixte a été mobilisée, avec le District autonome d'Abidjan comme milieu d'étude. La population cible se compose d'infographistes professionnels (enseignants et non enseignants) utilisant la 3D dans leur pratique professionnelle et d'étudiants en infographie, en Côte d'Ivoire. Un échantillon non probabiliste de convenance de deux-cent-dix (210) personnes de cette population a été retenu pour la recherche. La collecte des informations auprès de cet échantillon a été effectuée grâce à la recherche documentaire, des entretiens semi-directifs et une enquête par questionnaire. Il ressort des résultats de l'étude que les actions promotionnelles du métavers en Côte d'Ivoire s'articulent autour de l'organisation d'événements professionnel et scientifique relayés par la presse locale en ligne ; quant aux freins liés à son adoption en Côte d'Ivoire, ils sont d'ordre promotionnel, pédagogique, technique et économique. Bien que des contraintes méthodologiques (choix de l'échantillonnage non probabiliste de convenance et restriction du champ géographique de l'étude) soient à noter, la recherche rappelle la nécessité de l'intensification des actions promotionnelles du métavers, la formation de ses acteurs et le développement de l'appui institutionnel technique et financier au profit des structures professionnelles et de formation.

Mots-clé: Promotion, Métavers, Freins, Leviers, Infographie 3D.

Abstract: The metaverse is an innovative technology that represents a natural extension of the field of 3D computer graphics into an immersive space. To enable various sectors to adopt and utilise it in order to capitalise on its opportunities, promotional initiatives—which have encountered various obstacles—have been undertaken in Côte d'Ivoire since 2023. This study was conducted with the aim of highlighting these communication initiatives, the obstacles they continue to face, and the proposed solutions to address them. To this end, a mixed-methods approach was employed, with the Autonomous District of Abidjan serving as the study area. The target population consists of professional computer graphics designers (both teachers and non-teachers) who use 3D technology in their professional practice, and computer graphics students in Côte d'Ivoire. A non-probabilistic convenience sample of two hundred and ten (210) individuals from this population was selected for the research. Data was collected from this sample through literature reviews, semi-structured interviews and a questionnaire survey. The study's findings show that promotional activities for the metaverse in Côte d'Ivoire centre on the organisation of professional and scientific events covered by the local online press; as for the barriers to its adoption in Côte d'Ivoire, these are promotional, educational, technical and economic in nature. Although methodological constraints (the choice of non-probabilistic convenience sampling and the geographical scope of the study) should be noted, the research highlights the need to step up promotional activities for the metaverse, to train its stakeholders, and to develop institutional technical and financial support for professional and training organisations.

Keywords: Promotion, Metavers, Obstacles, Drivers, 3D Graphics.

Reçu le : 02/04/2026 • Publié le : 31/08/2026

Introduction

Dans un monde en constante évolution numérique, surgit au titre des technologies émergentes, le métavers, concept issu de la combinaison des mots « meta » et « universe » en anglais. Il est défini par Bendifallah et Djerrari (2022, p. 14) comme « un espace où l'utilisateur se connecte à l'aide d'un avatar et où il peut interagir avec des personnes et vivre des expériences ». Réinventant les interactions entre le monde réel et les environnements virtuels, le métavers suscite, au regard de son innovation technologique, un intérêt croissant pour différents secteurs d'activité y compris celui de la recherche où elle a inspiré des auteurs avec des approches diverses. Ainsi, Mystakidis (2022, p. 493) qui a axé son approche sur l'évolution du métavers, la lie à l'essor des technologies émergentes sous-jacentes que sont la Réalité virtuelle (VR) et la Réalité augmentée (AR) et dont « le coût élevé des équipements constitue un frein à son adoption de masse ». Quant à Ichbiah et Lefranc qui se sont intéressés aux opportunités inédites qu'offre le métavers, ils soulignent qu'avec cette technologie, « la plupart des activités humaines et sociales sont à disposition, avec le bonus de pouvoir aisément rencontrer d'autres internautes partageant nos affinités » (2023, p. 225). Parmi ces activités, l'on peut distinguer la participation à une réunion entre collègues, la visite d'une exposition artistique et la création de la maquette d'un immeuble. Pour enrichir ces interactions qui font partie des opportunités qu'il offre, le métavers s'appuie sur l'infographie 3D qui constitue l'un de ses piliers fondamentaux en matière de création d'environnements immersifs, d'avatars et d'objets numériques. C'est ce que Wright, Ekeus, Coyne, Stewart, Travlou & Williams (2008, p. 263) mettent en évidence en assimilant le métavers à « un vaste monde virtuel en 3D, réseau et interconnecté, capable de supporter simultanément un grand nombre de personnes pour des interactions sociales. »

L'examen des approches diverses des auteurs qui précèdent sur le métavers permet entre autres, d'être éclairé sur les opportunités qu'il offre. Ce sont d'ailleurs ces opportunités qui ont été notamment mises en avant dans le cadre des actions communicationnelles entreprises en Côte d'Ivoire, depuis l'année 2023, en vue de sa promotion. Ces actions incluent l'organisation de différents événements dont le forum sur le métavers organisé en 2023 à Abidjan (Côte d'Ivoire) par Meta, la société mère de Facebook, Instagram et WhatsApp (Kam, 2023). Malgré l'ampleur de ses opportunités en matière de création et de diffusion de contenus médiatiques et des actions menées depuis l'année 2023 en Côte d'Ivoire notamment à Abidjan en vue de sa vulgarisation, de nombreux freins à l'intégration du métavers dans les projets infographiques 3D subsistent. De plus, jusqu'à preuve du contraire, une insuffisance criarde de productions scientifiques sur le métavers en Côte d'Ivoire a été également constatée. Ce sont ces différentes préoccupations qui motivent la présente recherche consacrée à l'étude des freins et leviers liés à l'adoption du métavers dans le milieu de l'infographie 3D en Côte d'Ivoire et qui revêt également une pertinence scientifique. Elle est due à l'originalité de l'étude d'avec les approches précédentes et à l'actualité du sujet traité avec le métavers qui constitue une composante clé des technologies émergentes qui façonnent la société contemporaine, pilotent la transition numérique des différents secteurs d'activité et l'opérationnalisation de leur compétitivité.

Au regard de ce qui précède, le problème que pose l'article est relatif à la non-adoption massive du métavers par les infographistes de Côte d'Ivoire dans le domaine de la 3D alors celui-ci est naturellement lié à cette technologie émergente. Ainsi, nous nous posons la question de recherche suivante : Quels sont les facteurs explicatifs de la persistance des freins à l'adoption du métavers en infographie 3D en Côte d'Ivoire? L'objectif général de l'article est d'analyser les freins à l'adoption du métavers en infographie 3D en Côte d'Ivoire, afin de proposer des pistes de solutions pour y remédier. De façon spécifique, il s'agit de déterminer les actions de communication entreprises pour la promotion du métavers en Côte d'Ivoire,

d'identifier les freins à son adoption dans les projets d'infographie 3D et de proposer des pistes de solutions en vue de son adoption massive.

Pour répondre à l'objectif général et aux objectifs spécifiques qui en découlent, l'approche méthodologique mixte, qui « combine justement la recherche qualitative et la recherche quantitative » a été adoptée (N'da, 2025, p. 162). L'intérêt du choix de cette méthode est de maximiser la compréhension des freins et leviers à l'adoption du métavers dans les projets infographiques 3D en Côte d'Ivoire en exploitant la complémentarité des données qualitatives et quantitatives collectées. Pour soutenir cette démarche, la théorie de la diffusion de l'innovation de Rogers (1995) et celle de l'acceptation technologique développée par Davis (1989, pp.319-340) ont été mobilisées. Les résultats de recherche auxquels nous sommes parvenu font état de ce que les freins entravant le développement des projets infographiques 3D axés sur le métavers sont d'ordre promotionnel, pédagogique, technique et financier. Pour y remédier, une stratégie de sensibilisation intensive de formation des acteurs et de soutien institutionnel a été proposée.

Pour aboutir à ces résultats, l'article est organisé autour de trois points que sont l'approche méthodologique, les résultats et la discussion. Si l'approche méthodologique décrit le temps et l'espace de l'étude, la population d'étude ainsi que les techniques de collecte, de traitement et d'analyse des données, les résultats mettent en évidence les actions promotionnelles du métavers en Côte d'Ivoire, les freins à son adoption dans les projets infographiques 3D ainsi que les stratégies à mettre en œuvre en termes de leviers pour assurer sa large adoption. Quant à la discussion, elle expose de façon succincte les principales conclusions de l'étude, les confronte aux théories convoquées et à d'autres études tout en indiquant la pertinence, la généralisabilité et les limites desdits résultats.

1. Méthodes

Ce travail de recherche de terrain qui repose sur des études qualitative et quantitative, présente ici le temps et l'espace de l'étude, la population cible, les techniques de collecte, de traitement et d'analyse des données ainsi que les limites de l'étude.

1.1. Temps et espace de l'étude

L'étude a été réalisée du 03 janvier 2026 au 13 mars 2026 dans le District autonome d'Abidjan, capitale économique de la Côte d'Ivoire. Bordé au sud par l'océan atlantique, au nord par la région de l'Agnéby, à l'ouest par la commune de Dabou, à l'est par celle de Grand-Bassam, cette agglomération compte 6 321 017 habitants au recensement général de la population de 2021 (INS¹, 2022, p.59). Elle connaît une perpétuelle croissance caractérisée par une urbanisation galopante et une forte industrialisation. Son choix comme milieu d'étude s'explique par son rôle de carrefour technologique national, abritant la plupart des infrastructures numériques modernes du pays et accueillant un nombre croissant d'initiatives d'innovations technologiques telles que Africa Gate to Growth Forum et Africa Web Festival.

¹ Institut National de la Statistique de la Côte d'Ivoire

Structures privées (Agences de communication, studios de création...) et publiques	Infographistes non enseignants	5
Total		10

Tableau 1. Répartition des personnes ressources interviewées

(Source : N'tayé Adjé Blaise, données de l'enquête sur le terrain, 03 janvier 2026-13 mars 2026).

Si les dix (10) personnes ressources interviewées ont été réparties par institution de rattachement, les deux-cents enquêtés soumis au questionnaire, ont été répartis en fonction de leur statut, à savoir les étudiants d'une part et les infographistes professionnels d'autre part.

Statut	Effectif	%
Étudiants en infographie	100	100 %
Infographistes professionnels (salariés et indépendants)	100	100 %
Total	200	100 %

Tableau 2. Répartition des enquêtés (Source : N'tayé Adjé Blaise, données de l'enquête sur le terrain, 03 janvier 2026-13 mars 2026)

1.3. Collecte des données

La présente étude a débuté par une recherche documentaire qui a rendu possible la collecte d'informations sur l'objet d'étude grâce à la consultation de documents textuels issus de différentes bibliothèques du District autonome d'Abidjan et de ressources numériques consultées sur Internet. Elle a été ensuite appuyée par des entretiens semi-directifs qui ont permis de recueillir, à l'aide de guides d'entretien, des données qualitatives auprès des dix (10) personnes ressources interviewées. Les informations recueillies ont été enregistrées à l'aide d'un dictaphone. L'enquête par questionnaire a été enfin utilisée pour collecter auprès de l'échantillon non probabiliste de convenance de deux-cents (200) enquêtés retenus, des données quantifiables sur l'objet d'étude.

1.4. Traitement et analyse des données

Après les interviews, nous avons procédé à une transcription de tous les entretiens et chaque interviewé a bénéficié d'un code identifiant composé de ses initiales et du numéro d'ordre de l'entretien. Au niveau de l'analyse, nous avons fait le croisement des données en mettant en relation les différentes informations, en regroupant les données convergentes et les données divergentes. Après avoir ressorti les informations saillantes à l'issue de la mise à plat, nous avons utilisé les verbatim pertinents (qui vont dans le sens de l'idée maitresse de l'analyse des résultats des données) pour étayer l'analyse qui est en ressortie. A chaque verbatim est associé le code identifiant du répondant.

Si les données qualitatives recueillies auprès des personnes ressources interviewées ont été soumises à une analyse de contenu, les données quantitatives émanant de l'enquête par questionnaire ont fait l'objet d'une analyse descriptive visant à quantifier les variables explicatives des freins et leviers à l'adoption du métavers en infographie 3D en Côte d'Ivoire. Pour ce faire, les données quantitatives issues des deux-cents questionnaires collectés et identifiés par des codes numériques, ont fait l'objet d'un traitement sur le logiciel Sphinx, qui a permis de faire le croisement des variables pour en ressortir les pourcentages. Les données ont été ensuite exportées sur Excel pour être représentées graphiquement afin de visualiser rapidement les points essentiels des tendances mises en évidence et faciliter leur interprétation.

1.5. Limites de l'étude

La recherche comporte des limites méthodologiques dues à la restriction du champ géographique de l'étude au District autonome d'Abidjan et aux enquêtés de cette agglomération alors que celle-ci concerne toute la Côte d'Ivoire (car les conclusions tirées risquent d'être spécifiques au groupe étudié et non applicable à l'ensemble du territoire national) ainsi qu'au recours à la méthode d'échantillonnage non probabiliste de convenance où le choix des enquêtés reste exposé à la subjectivité ou au biais de leur sélection. Ce qui pose de manière stricte, le problème de la généralisabilité des résultats de la recherche. Toutefois, la taille significative de l'échantillon correspondant approximativement à 20 % de la base de sondage (soit un effectif de deux-cent-dix individus pour une population de base estimée au millier) et la proximité des caractéristiques sociodémographiques de cet échantillon résidant à Abidjan d'avec celles des infographistes exerçant sur toute l'étendue du territoire de la Côte d'Ivoire. Ce qui permet d'apporter une certaine crédibilité aux résultats de l'article et de leur conférer une généralisabilité limitée. Les informations collectées et traitées du point de vue qualitatif et quantitatif permettent de mettre en évidence les résultats de recherche obtenus.

2. Résultats

Les données recueillies se concentrent sur les actions promotionnelles du métavers en Côte d'Ivoire, les freins qui entravent particulièrement son adoption dans les projets infographiques 3D et les pistes de solutions proposées en termes de leviers pour assurer son adoption massive dans les projets de la 3D.

2.1. Stratégies promotionnelles du métavers en Côte d'Ivoire

Dans le cadre de la promotion du métavers en Côte d'Ivoire, des événements incluant un forum dédié à cette technologie et un colloque scientifique international ayant axé l'une de ses sous-thématiques sur le métavers de même que des actions médiatiques ont été organisés.

2.1.1. Organisation du forum de l'année 2023 sur le métavers à Abidjan

À l'initiative du groupe technologique américain « Meta », société mère ou propriétaire de Facebook, Instagram et WhatsApp, et de concert avec ses partenaires, un forum sur le métavers s'est tenu le 19 mai 2023 au Noom Hôtel d'Abidjan Plateau. Ce forum entendait promouvoir l'utilisation de cette technologie en Côte d'Ivoire et valoriser la co-construction d'un métavers made in Côte d'Ivoire (Kam, 2023). Ce fut l'occasion pour les organisateurs de cet événement de réunir un parterre de participants issus de secteurs d'activités divers, de leur expliquer les opportunités du métavers ainsi que les perspectives de son développement dans le pays. Il s'agit selon Koudou (2023) d'une centaine de dirigeants d'entreprises des secteurs de la technologie, de la publicité, de professionnels du marketing digital, de créateurs de contenus digitaux, de développeurs ainsi que des gouvernants et des décideurs présents, pour explorer un nouveau monde virtuel qu'est le métavers.

La diversité des parties prenantes au forum suppose que cette technologie émergente est considérée non seulement comme une innovation technologique attractive, mais également un sujet suffisamment important, un enjeu stratégique majeur d'intérêt transversal que chacun cherche à comprendre afin de tirer profit de ses opportunités et implications spécifiques pour son domaine d'activité.

Relativement au caractère hétérogène des parties prenantes, les thématiques abordées pour les instruire étaient également de divers ordres. La diversité de ces thématiques traduit non seulement la richesse des informations partagées, mais révèle également l'ampleur des domaines couverts qui englobent, au-delà de la technologie, d'autres aspects tels que les dimensions sociales, économiques et réglementaires du métavers.

À la suite du forum promotionnel du métavers de mai 2023 en Côte d'Ivoire, un colloque scientifique international ayant consacré une de ses sous-thématiques au métavers a été également organisé dans le pays.

2.1.2. Organisation de colloque scientifique promotionnel du métavers

L'Université Virtuelle de Côte d'Ivoire (UVCI) a abrité du jeudi 29 au vendredi 30 juin 2023, un Colloque scientifique international portant sur le thème : « Intelligence artificielle et Métaverse² : enjeux techniques, éthiques et impacts sociétaux ». Cet événement scientifique a été organisé par cette institution universitaire en partenariat avec le Programme Thématique de Recherche du CAMES Technologie de l'Information et de la Communication (PTR TIC) et la Délégation Permanente de la Côte d'Ivoire auprès de l'UNESCO à Paris, en collaboration avec plusieurs autres partenaires. Il a réuni des décideurs, des universitaires et des professionnels de l'industrie et de la documentation, nationaux et internationaux, pour partager, leurs expériences et leurs expertises sur le potentiel et les nouvelles opportunités qu'offrent l'intelligence artificielle (IA) et le métavers pour la recherche et le développement (JD Magazine et Télévision³, 2023). Autrement dit, ces communications s'étaient articulées autour de deux (2) sous-thèmes dont le deuxième était axé sur le métavers et intitulé : « Le métaverse dans l'économie virtuelle et son impact dans le monde réel ».

En termes de contribution à la promotion du métavers en Côte d'Ivoire, ce colloque scientifique international a joué un rôle significatif en lui donnant une visibilité scientifique et institutionnelle. Sur le plan scientifique, la visibilité du métavers s'est traduite par son positionnement comme double objet de communications et de publications dans les actes du colloque. Sur le plan institutionnel, la visibilité de cette technologie émergente réside dans le soutien apporté aux deux sous-thèmes du colloque (dont l'un consacré au métavers) par des universités, ministères et institutions locales (publiques et privées) et internationales au colloque, de par leur forte présence et le relais qu'ils feront des contenus informationnels reçus. En plus des événements organisés, les plateformes numériques, incluant la presse locale en ligne, ont contribué et continuent d'intervenir à leur manière, dans la promotion du métavers en Côte d'Ivoire.

2.1.3. Actions promotionnelles via des plateformes numériques

Concernant la contribution des plateformes numériques (incluant la presse locale en ligne) à la promotion du métavers en Côte d'Ivoire, elle s'est matérialisée par la couverture médiatique du forum et du colloque scientifique international organisés respectivement en mai et juin 2023 ainsi qu'à la diffusion de contenus médiatiques relatifs à ces événements sur leurs différents supports numériques. L'objectif visé était d'accroître la visibilité de ces événements ainsi que des contenus informationnels partagés sur le métavers auprès du grand public qui n'a pu participer ni au forum ni au colloque. Cela était beaucoup perceptible sur les plateformes des médias locaux en ligne tels que JD Magazine et Télévision, Digital Mag⁴ et Fratmat.info⁵ comme l'attestent respectivement JD Magazine et Télévision (2023), Kam (2023) et Koudou (2023).

² C'est le terme anglais d'origine du mot et dont « métavers » est la francisation officielle en français

³ Une Agence de Communication et un Organe de Presse spécialisé dans la Collecte, le Traitement, la Vérification,

le Regroupement et la Diffusion des informations et des actualités sur l'éducation et la formation.

⁴ Un media 100% digital dédié au secteur de l'économie numérique en Côte d'Ivoire, en Afrique et dans le monde

⁵ Journal en ligne du groupe Fraternité Matin, propriétaire du quotidien gouvernemental de l'Etat de Côte d'Ivoire (Fraternité Matin) ainsi que d'autres journaux et magazines ivoiriens.

Malgré les actions médias et hors-médias entreprises depuis 2023 pour la promotion du métavers en Côte d'Ivoire, des obstacles entravant son adoption dans les projets de création tridimensionnelle des infographistes exerçant dans le pays, subsistent.

2.2. Freins entravant l'adoption du métavers en infographie 3D en Côte d'Ivoire

Les freins à la réalisation de projets infographiques 3D immersifs en Côte d'Ivoire identifiés dans le cadre de la présente étude sont multiples. Ils s'articulent autour de l'insuffisance de promotion du métavers dans le pays, du déficit de compétences techniques et créatives en modélisation 3D pour le métavers et du coût élevé des ressources technologiques.

2.2.1. Insuffisance d'actions promotionnelles du métavers

L'insuffisance de promotion d'un concept ou d'un produit, accroît difficilement sa notoriété. C'est le cas du métavers qui a certes bénéficié de quelques actions promotionnelles en Côte d'Ivoire mais qui reste tout de même peu adopté par les technophiles en général et les infographistes 3D en particulier, dont le domaine entretient pourtant un lien étroit avec le métavers. Autrement dit, une faible promotion du métavers peut freiner son adoption comme l'indiquent les personnes ressources interviewées. C'est le cas de Y. B. F.1 (2026), enseignant professionnel d'infographie 3D interviewé à l'ESAPAD⁶ de l'INSAAC⁷ où il intervient: « Si les étudiants en infographie comme les professionnels en activité n'intègrent pas le métavers dans leurs projets infographiques 3D, c'est parce qu'ils ont des connaissances limitées de cette technologie. ». Son propos est partagé par T. G.2 (2026), enseignant-chercheur et spécialiste de la 3D, rencontré à l'IUA⁸: « Pour ma part, si les étudiants en formation et les infographistes 3D en activité réalisent peu de projets de 3D intégrant le métavers, c'est parce qu'ils ne manifestent pas assez d'intérêt pour cette technologie et ce pour insuffisance d'informations et de connaissances ». Les arguments avancés par les enseignants interviewés pour justifier le faible taux d'adoption du métavers par les étudiants et les professionnels en infographie 3D sont également partagés par les enquêtés, comme l'indique la figure ci-après.

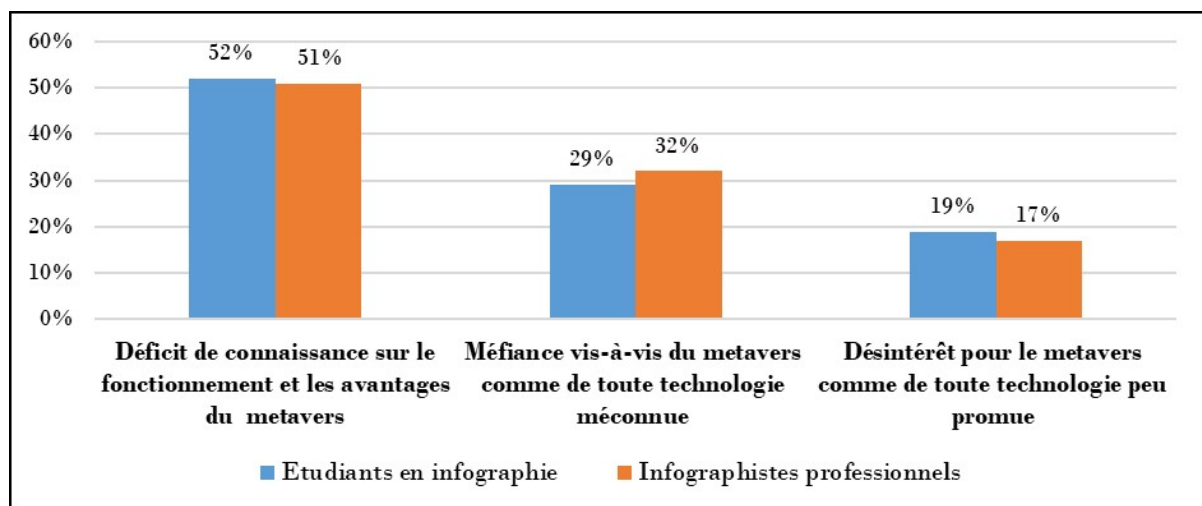


Figure 2. Justifications par les enquêtés de l'insuffisance de promotion du métavers comme frein à son adoption

(Source : N'tayé Adjé Blaise, données de l'enquête sur le terrain, 03 janvier 2026-13 mars 2026).

⁶ Ecole Supérieure des Arts Plastiques, d'Architecture et de Design, l'une des écoles de l'INSAAC

⁷ Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle

⁸ Institut Universitaire d'Abidjan

Selon les données de la figure, la principale raison évoquée par la majorité des deux types d'enquêtés pour qualifier l'insuffisance de promotion du métavers comme un frein à son adoption est relative au déficit de connaissance sur le fonctionnement et les avantages du métavers qu'elle entraîne chez les infographistes 3D. De façon précise, ce déficit a été mentionné par 52 % de la base de sondage des étudiants en infographie interrogés et 51 % des infographistes professionnels enquêtés selon leur base de sondage respective, également.

2.2.2. Déficit de compétences techniques et créatives des infographistes en modélisation 3D pour le métavers

Les compétences techniques et créatives sollicitées pour la réussite de tout projet comme celui de la 3D orientée métavers, restent tout de même distinctives les unes des autres, comme l'indique N. D.3 (2026), infographiste expert en 3D interviewé dans la commune de Marcory en ces termes : « Si les compétences techniques font référence aux savoir-faire attendus des infographistes 3D en modélisation et animation 3D, en UX/UI immersif, en programmation liée aux moteurs de jeu, en Réalité virtuelle (VR) et augmentée (AR) par exemple, les compétences créatives renvoient quant à elles, à leur capacité d'imagination apportée à un projet 3D afin de transformer son espace virtuel, en une expérience émotionnelle et esthétique ».

Vu leur force d'impact, le déficit de compétences techniques et créatives en modélisation 3D orientée métavers constitue un frein majeur pour les infographistes de réaliser des projets 3D immersifs impactants comme le souligne A. A. C.4 (2026), infographiste senior 3D indépendant rencontré à Abidjan Cocody: « La création d'environnements 3D immersifs intégrés au métavers nécessite de la part des infographistes, des compétences techniques et créatives aiguisées en modélisation 3D, sans lesquelles aucun projet en la matière ne peut aboutir ». Intervenant dans le même ordre d'idées, l'enseignant Y. B. F.1 renchérit en ces termes : « Sans compétences techniques et créatives en 3D orientées métavers, il est autant difficile de réaliser des projets 3D intégrant cette technologie émergente que de les enseigner ». Si les déficits de compétences techniques et créatives en modélisation 3D ont été relevés par les personnes ressources interviewées comme un frein à l'adoption du métavers par les infographistes 3D en Côte d'Ivoire, il en est de même pour les enquêtés interrogés, comme l'indique la figure ci-dessous.

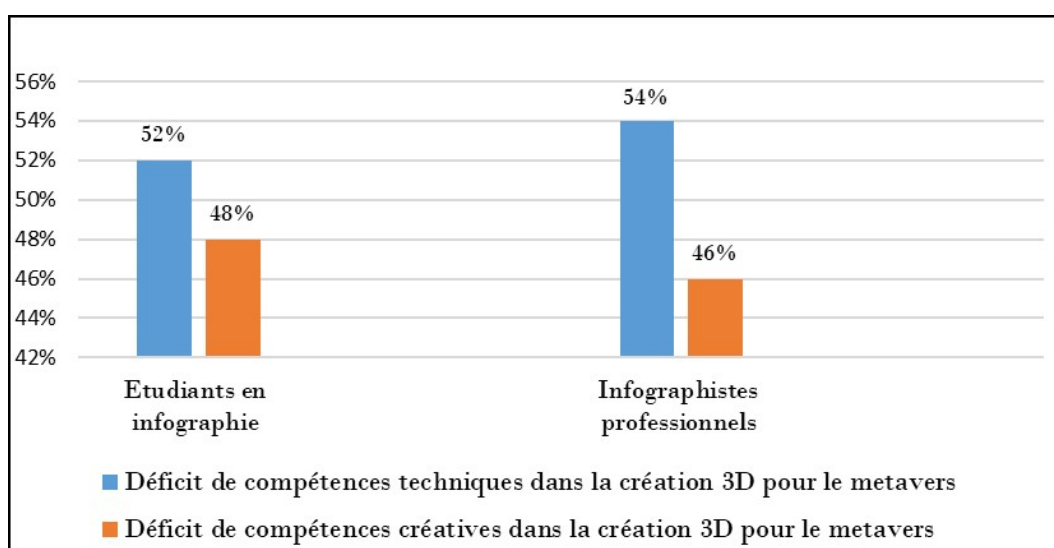


Figure 3. Proportion d'enquêtés reconnaissant le déficit de compétences techniques et créatives en modélisation 3D comme frein à son adoption
(Source : N'tayé Adjé Blaise, données de l'enquête sur le terrain, 03 janvier 2026-13 mars 2026).

Au vu des données de la figure, le déficit des compétences techniques en modélisation 3D orientée métavers a été reconnu comme un frein à son adoption par la majorité des enquêtés, soit 54 % des infographistes professionnels et 52 % des étudiants infographie conformément à leurs bases de sondage respectives. Le déficit des compétences créatives dans la création 3D pour le métavers est aussi relevé à un degré moindre, par 48 % des étudiants en infographie et 46 % des infographistes professionnels selon leur base de sondage respective également. Les réponses des enquêtés permettent de mettre en exergue, le rôle déterminant des compétences techniques et créatives pour la réalisation de projets d'infographie 3D immersifs, par les créatifs. En plus du déficit de compétences techniques et créatives relevé par les enquêtés comme frein à l'adoption du métavers par les infographistes, ceux-ci ont également déploré le coût des ressources technologiques à mobiliser pour l'exécution des projets 3D immersifs.

2.2.3. Coût élevé des ressources technologiques

Les ressources technologiques font référence aux équipements (ordinateurs performants de dernière génération, casques de Réalité virtuelle), aux logiciels spécialisés payants et à la connexion Internet haut débit recommandés pour des expériences immersives stables. L'acquisition de ces outils spécialisés de travail nécessite un investissement lourd qui reste hors de portée pour tous les infographistes ; d'où leur considération par les créatifs 3D comme un frein à l'adoption massive du métavers. C'est ce que confie O.M.8 (2026), enseignant à l'ISTC polytechnique, en ces termes : « En plus d'un ordinateur hautement performant dont un infographiste a besoin pour des créations 3D orientées métavers, il lui faut également un casque de Réalité virtuelle qui coûte au minimum 200 000 Francs CFA et une bonne connexion internet, c'est-à-dire rapide et stable. S'il est facile pour certaines entreprises et studios de création de se doter facilement de ces outils de travail malgré leur coût élevé, cela n'est surtout pas le cas pour les créatifs indépendants et ceux qui sont en formation ».

Le coût élevé des outils de travail de l'infographie 3D pour le métavers est une réalité évoquée par O.M.8 (2026) et partagée par K. K.6 (2026), enseignant d'infographie 3D rencontré à l'ISTC polytechnique où il intervient : « L'absence de casques de Réalité virtuelle au niveau de l'établissement et la difficulté pour les étudiants d'en acquérir, rendent difficile l'atteinte des objectifs de mes cours de 3D puisque je n'y arrive pas à faire des démonstrations en termes d'expériences immersives avec les apprenants ». Le coût élevé des outils de travail et de formation en infographie 3D pour le métavers confère aux projets du domaine, une image de spécialité élitiste réservée à une catégorie de personnes. La réalité du coût élevé de ces outils de travail évoquée par les personnes ressources interviewées, est aussi relevée par les enquêtés interrogés, comme l'indique la figure ci-après.

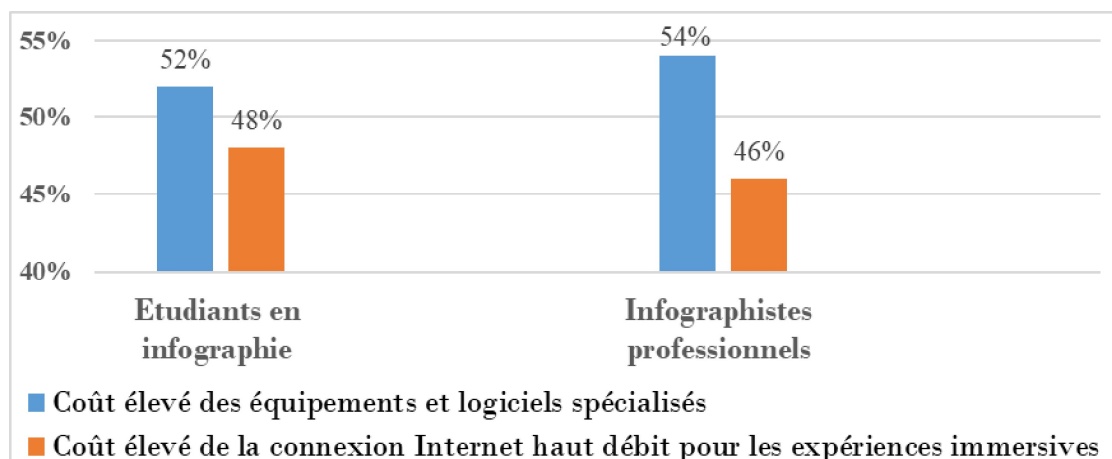


Figure 4. Reconnaissance par les enquêtés du coût élevé des ressources

technologiques d'infographie 3D orientée métavers

(Source : N'tayé Adjé Blaise, données de l'enquête sur le terrain, 03 janvier 2026 -13 mars 2026).

Invités à donner leur avis sur le coût élevé ou pas des ressources technologiques (équipements et logiciels spécialisés ainsi que la connexion Internet haut débit) à mobiliser pour l'exécution de projets d'infographie 3D immersifs, la majorité des enquêtés, soit 54 % des infographistes professionnels et 52 % des étudiants en infographie conformément à leur base de sondage respective, ont évoqué en premier lieu, le coût élevé des équipements et logiciels spécialisés. La ressource technologique qui a été reconnue en second lieu par 48 % des étudiants en formation infographique et 46 % des infographistes professionnels pour son coût élevé, est la connexion Internet haut débit recommandée pour les expériences immersives.

En somme, l'on retient que le coût élevé des ressources technologiques (casques de Réalité virtuelle, serveurs puissants, logiciels spécialisés) reconnu par la majorité des enquêtés, limite l'accès des créatifs à ces ressources et par ricochet, l'adoption du métavers dans leurs projets de 3D ; d'où la formulation de propositions en termes de leviers, pour y remédier.

2.3. Leviers pour l'adoption massif du métavers en infographie 3D en Côte d'Ivoire

Pour favoriser en perspective l'adoption et l'exploitation massives du métavers dans le secteur de l'infographie 3D en Côte d'Ivoire, des actions de grande envergure doivent être menées tant au niveau de la promotion, de la formation et du renforcement des capacités des acteurs infographistes que de leur appui institutionnel.

2.3.1. Intensification de la promotion du métavers en Côte d'Ivoire

Afin de permettre au grand public de Côte d'Ivoire et en particulier aux infographistes en activité et aux étudiants en infographie de tirer meilleur profit des opportunités offertes par le métavers pour réaliser des projets créatifs 3D intégrant cette technologie, des actions promotionnelles intensives doivent être menées pour renforcer celles qui ont été déjà entreprises dans le pays depuis l'année 2023. Ces actions peuvent se faire à travers des campagnes médiatiques ou hors médias comme le propose A.J-F.9 (2026), Directeur des Animations Graphiques chez NCI⁹ rencontré dans la commune de Cocody: « A mon avis, une promotion efficace du métavers en Côte d'Ivoire doit impliquer l'adoption d'une stratégie multicanale axée sur la réalisation et la diffusion d'émissions portant sur cette technologie dans les médias ivoiriens à forte audience, l'organisation de conférences et salons au profit du grand public, des étudiants et professionnels de l'infographie et autres technophiles, ainsi que la création d'incubateurs dans les institutions de formation en vue du développement de projets créatifs 3D immersifs ». La proposition de cette personne ressource rejoint les avis des enquêtés comme l'indique la figure ci-après.

⁹ Qui signifie Nouvelle Chaîne Ivoirienne, est une chaîne TV généraliste qui propose des programmes majoritairement produits en Côte d'Ivoire et traite de tous les sujets de façon moderne.

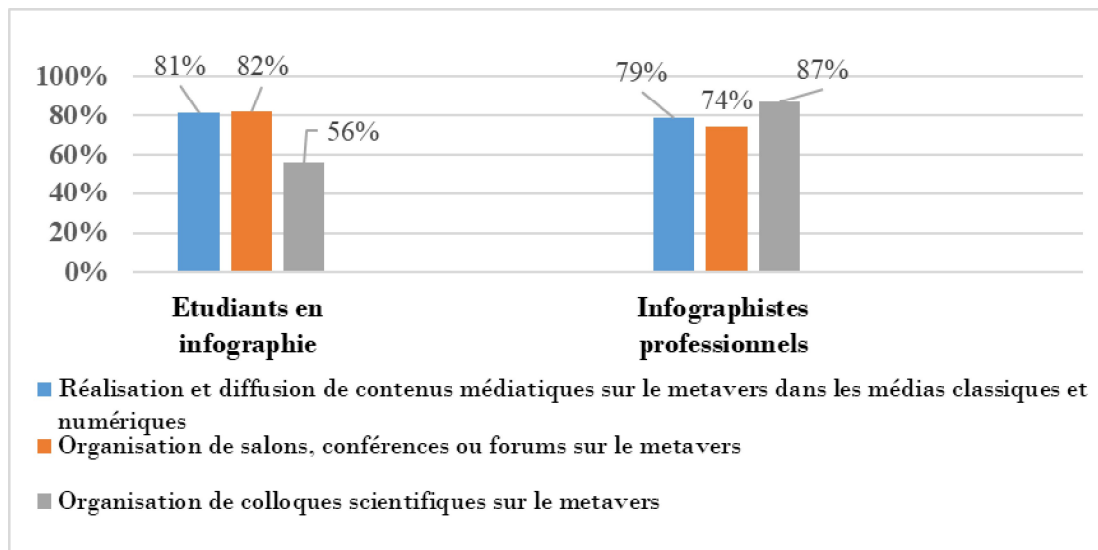


Figure 5. Propositions des enquêtés pour la promotion du métavers
(Source : N'tayé Adjé Blaise, données de l'enquête sur le terrain, 03 janvier 2026-13 mars 2026).

Au titre des propositions formulées par les enquêtés pour la promotion du métavers en Côte d'Ivoire, figure en premier lieu, l'organisation de salons, de conférences ou de forums citée à 88 % par les infographistes professionnels et à 82 % par les Etudiants en infographie conformément à leur base de sondage respective. En second lieu, les étudiants en infographie et les infographistes professionnels ont respectivement cité à 81 % et à 62 %, la réalisation et la diffusion de contenus médiatiques sur le métavers dans les médias classiques et numériques. Quant à l'organisation de colloques scientifiques sur le métavers qui constitue la troisième proposition, elle a été mentionnée à 56 % par les Etudiants en infographie et à 53 % par les Infographistes professionnels conformément à leur base de sondage respective également.

Les taux de citation élevés (oscillant entre 53 % et 88 %) des trois propositions d'actions promotionnelles dénotent de leur contribution significative dans l'accroissement de la promotion du métavers en Côte d'Ivoire. Si la promotion du métavers en Côte d'Ivoire par la mobilisation de moyens médias et hors-médias est censée jouer un rôle déterminant dans l'adoption et l'exploitation massives de cette technologie émergente dans le secteur de l'infographie 3D en Côte d'Ivoire, d'autres stratégies telles que la formation des acteurs impliqués dans le secteur se veut également un moyen clé pour favoriser l'utilisation de cette technologie.

2.3.2. Formation des apprenants et renforcement des capacités des formateurs et professionnels non formateurs

Toute formation agit comme un levier de développement de compétences professionnelles. Celle relative à la modélisation 3D orientée métavers est conseillée aux infographistes, dans le but de leur permettre d'acquérir des compétences professionnelles techniques et créatives en la matière et d'adopter massivement cette technologie. Cela passe par plusieurs moyens, dont l'intégration de modules sur le métavers dans la formation des étudiants en infographie et le renforcement des capacités des professionnels dans le domaine. C'est ce que recommande B.J.J.10 (2026), infographiste expert rencontré dans la commune de Yopougon à Abidjan, qui s'est exprimé en ces termes : « Pour permettre aux infographistes de développer leurs compétences professionnelles afin de s'investir massivement dans les projets 3D orientés métavers, je recommande l'intégration de modules sur cette technologie dans la formation des étudiants en infographie ainsi que le renforcement des capacités des professionnels dans les technologies du métavers ». Emboitant le pas à B.J.-J.10 (2026), Z.V.7

(2026), enseignant d'infographie 3D interviewé à l'UCAO¹⁰ à Cocody, ajoute : « La formation destinée aux acteurs clés de l'infographie, doit , entre autres, inclure les apprentissages sur les principes de modélisation des environnements 3D immersifs intégrés au métavers, la maîtrise des outils et des langages liés au métavers et à la création d'avatars ». L'encouragement des infographistes à se former et à renforcer leurs capacités sur le métavers, trouve un écho favorable auprès des enquêtés, comme l'indique la figure ci-après.

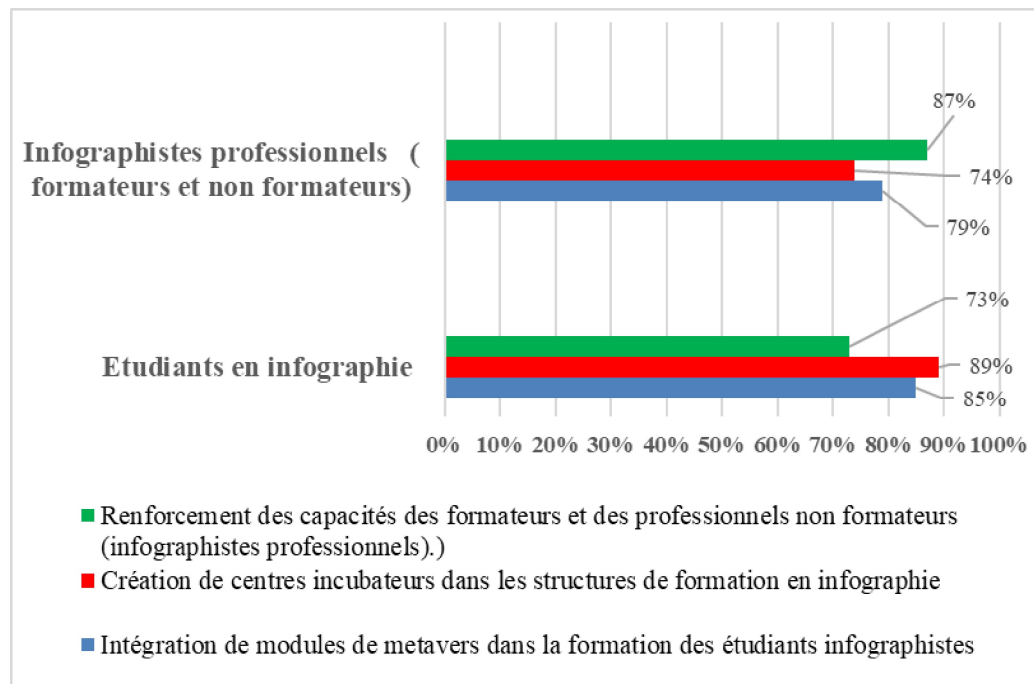


Figure 6. Propositions des enquêtés pour la formation des apprenants et le renforcement des capacités des formateurs

(Source : N'tayé Adjé Blaise, données de l'enquête sur le terrain, 03 janvier 2026-13 mars 2026).

Selon les données de la figure, les trois propositions formulées par les enquêtés pour renforcer les compétences techniques et créatives des infographistes, ont tous bénéficié de taux de citations élevés. Au niveau des étudiants en infographie, il s'agit dans l'ordre décroissant, de la création de centres incubateurs dans les structures de formation en infographie citée à 89 %, de l'intégration de modules de métavers dans la formation des étudiants en infographie citée à 85 %, et du renforcement des capacités des formateurs et professionnels non formateurs mentionnée à 73%. Au niveau des infographistes professionnels, il s'agit dans l'ordre décroissant, du renforcement des capacités des formateurs et professionnels non formateurs mentionné à 87 %, de l'intégration de modules de métavers dans la formation des étudiants infographistes citée à 79 % et de la création de centres incubateurs dans les structures de formation en infographie citée à 74 %. Les taux élevés des trois propositions formulées par les enquêtés, dénotent de leur apport significatif dans la formation et le renforcement des capacités de ces derniers.

2.3.3. Appuis institutionnels pour l'accès des infographistes aux ressources technologiques onéreuses

Les appuis institutionnels au profit des infographistes 3D intéressés par le métavers, peuvent provenir de l'Etat ivoirien, de partenaires technologiques ou encore du partenariat Etat et privé. Ces appuis peuvent se matérialiser par des subventions apportées aux créatifs pour

¹⁰ Université Catholique de l'Afrique de l'Ouest, Unité Universitaire d'Abidjan (UCAO/ UUA)

l'acquisition de ressources technologiques (ordinateurs de dernière génération, logiciels spécialisés, casques de Réalité virtuelle / augmentée, capteurs, connexion internet haut débit recommandée pour les environnements de métavers très gourmands en ressources informatiques) dont les coûts sont jugés onéreux, des soutiens dans la création d'incubateurs spécialisés en Réalité virtuelle / Réalité augmentée ou des laboratoires d'expérimentation immersive dans les institutions de formation en infographie, ainsi que dans la création de startups spécialisées dans le développement d'applications 3D pour le métavers.

Reconnaissant le coût élevé des ressources technologiques de l'infographie 3D orientée métavers et militant en faveur du soutien de l'Etat et des partenaires au développement pour l'accès des créatifs numériques à ces ressources et le financement de projets d'innovation créative tridimensionnelle orientés métavers, C. M.5 (2026), infographiste senior et Directeur général de l'agence le *Canari Communication*, interviewé dans la commune de Yopougon à Abidjan, s'est exprimé en ces termes : « Malgré le coût élevé des outils de travail recommandés pour des travaux d'infographie 3D orientés métavers, je conseille aux étudiants en infographie ainsi qu'aux professionnels, de commencer par se prendre eux-mêmes en charge avant de solliciter un quelconque appui de l'Etat ou d'autres structures d'aide. Ce qui faciliterait leur assistance en termes de subventions pour l'acquisition d'équipements de pointe, de logiciels professionnels ou même de financement de projets de création de salles spécialisées pour les institutions de formation ».

Le propos de cette personne ressource est également partagé par les enquêtés comme le souligne la figure ci-dessous.

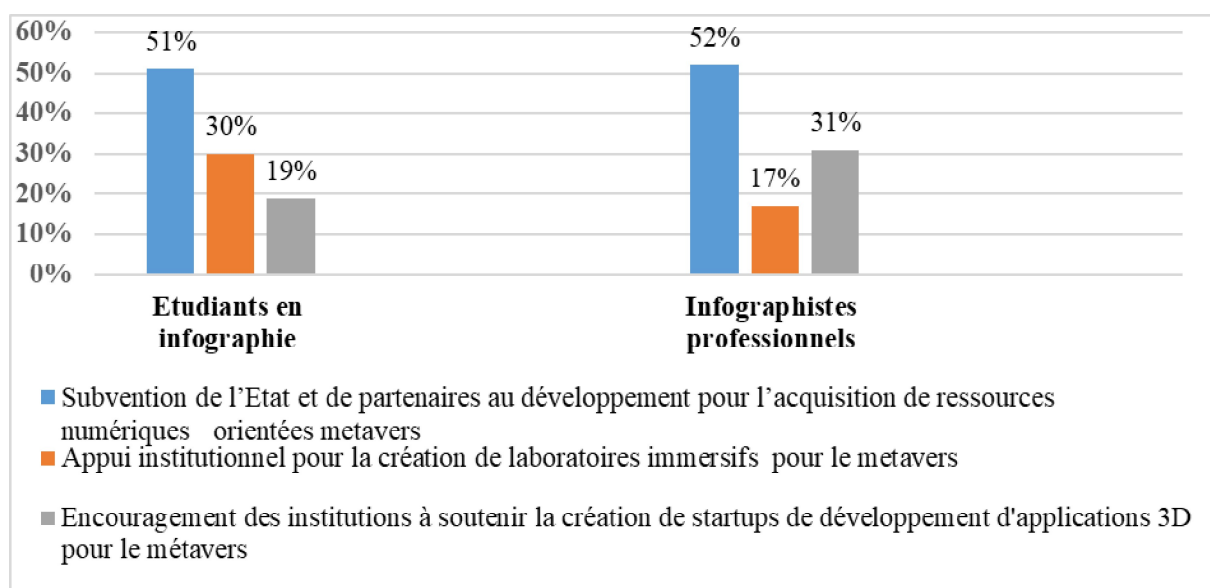


Figure 7. Propositions des enquêtés pour l'accès des infographistes aux ressources technologiques (Source : N'tayé Adjé Blaise, données de l'enquête sur le terrain, 03 janvier 2025-13 mars 2026).

L'analyse des données de la figure révèle que trois propositions majeures ont été formulées par les enquêtés, étudiants comme professionnels, pour soutenir les infographistes dans leur accès aux ressources technologiques jugées onéreuses. Celle qui a été majoritairement citée par les enquêtés, qu'il s'agisse des étudiants (51 %) ou des professionnels infographistes (52 %), concerne la subvention de l'Etat et de partenaires au développement, pour l'acquisition de ressources numériques pour le métavers. Cette proposition est suivie, selon 31 % des infographistes professionnels, conformément à leur base de sondage, par la sollicitation des institutions (publiques et partenaires au développement) à soutenir la création de startups de développement d'applications 3D pour le

métavers et enfin l'appui institutionnel souhaité par 30 % des étudiants en infographie selon leur base de sondage respective, pour la création de laboratoires immersifs pour le métavers dans les structures de formation en arts numériques.

3. Discussion

Depuis l'année 2023, le métavers a fait l'objet de quelques actions promotionnelles en Côte d'Ivoire. Il s'agit notamment, à l'issue des résultats de l'article, de la tenue d'un forum sur cette technologie en mai 2023 à Abidjan, de l'organisation d'un colloque scientifique en juin 2023 à l'Université Virtuelle de Côte d'Ivoire (UVCI) et de la publication de contenus médiatiques concernant ces événements sur des médias locaux en ligne (Fratmat.info, JD Magazine et Télévision, Digital Mag) ainsi que des réseaux sociaux. Malgré ces actions promotionnelles, l'adoption et l'usage du métavers restent encore très limités jusqu'à ce jour de façon générale et de façon particulière dans le domaine de l'infographie 3D avec lequel il est pourtant lié naturellement. Les principaux freins identifiés, à la lumière des résultats de l'article, résident dans l'insuffisance de promotion de cette technologie émergente en Côte d'Ivoire, le déficit de compétences techniques et créatives des infographistes professionnels (enseignants et non enseignants) et des étudiants en modélisation 3D orientée métavers ainsi que le coût élevé des ressources technologiques. Ces différents freins sont mis en évidence par les données qualitatives et les données quantitatives perceptibles particulièrement au niveau des figures 1, 2, 3, 4 et 5.

La confrontation des données empiriques des résultats obtenus aux modèles théoriques de la diffusion des innovations de Rogers (1995) et de l'acceptation technologique de Davis (1989, pp.319-340) mobilisés, permet de mieux cerner les facteurs explicatifs de la faible adoption du métavers dans le secteur de l'infographie 3D en Côte d'Ivoire malgré les actions promotionnelles entreprises.

En effet, la théorie de la diffusion des innovations de Rogers, appliquée à la situation du métavers en Côte d'Ivoire, permet de comprendre que le métavers est promu ou diffusé par des actions de communication hors-médias et médias. Quant à son adoption dans le pays, elle est limitée pour le moment au niveau de groupes restreints d'innovateurs et d'adopteurs précoces tels que des chercheurs et enseignants-chercheurs, des responsables de start-ups et des leaders d'opinion. Ce qui confère actuellement à cette technologie émergente, en termes d'image, un caractère élitique.

Pour amener la grande majorité des technophiles, notamment les infographistes, à adopter le métavers en vue de la réalisation de projets 3D immersifs, des actions visant l'accroissement de sa visibilité, la simplification de son usage et la réduction des coûts de ses ressources technologiques doivent être menées. Ce qui contribuera à la réduction des différents freins à son adoption tels que les difficultés de perception de son utilité et la facilité de son utilisation qu'évoque la théorie de l'acceptation technologique de Davis¹¹ (1989, pp.319-340) qui postule que l'adoption d'une technologie est déterminée par deux éléments, à savoir l'utilité et la facilité d'utilisation perçues. Autrement dit, la faible adoption du métavers par les créateurs numériques en Côte d'Ivoire est liée, au regard de cette théorie, aux freins ayant empêché la perception de son utilité et de sa facilité d'utilisation notamment l'insuffisance d'actions promotionnelles et par ricochet, de connaissances sur cette technologie. Si les résultats de l'article ont permis d'être éclairé, à la lumière des modèles théoriques convoqués, sur les freins et les leviers à l'adoption du métavers, ceux-ci sont également discutés au regard d'autres études.

Ainsi, au niveau des freins entravant l'adoption de cette technologie émergente, le déficit de compétences techniques et créatives en modélisation 3D orientée métavers a été

¹¹ Technology Acceptance Model (TAM)

aussi identifié comme l'un des obstacles majeurs que Tanoh (2019, p.25) met en exergue : « Que ce soit pour le cinéma, la presse, le monde du multimédia ou les jeux vidéo, l'infographiste est amené à être polyvalent et très créatif. Il lui faut en plus des compétences techniques, des compétences artistiques, culturelles et créatives. Un bon infographiste réunissant ces critères, est en mesure de travailler dans n'importe quel domaine ». Autrement dit, sans compétences techniques et créatives élargies à l'animation 3D orientée métavers, l'infographiste ne pourra pas concevoir et réaliser de véritables projets dans ce domaine. Une idée que partagent Waterman, Bonnet et McAfee (2016, p.97) à partir des conclusions d'études menées sur des structures intervenant dans le domaine du numérique: « [...]77% des entreprises que nous avons étudiées au début de nos recherches ont mentionné le manque de compétences numériques comme le premier frein à leur transformation numérique ». Ce qui confirme ainsi la nécessité pour les créatifs numériques d'avoir des compétences nécessaires dans un domaine innovant comme celui du métavers et sans lesquelles il leur serait difficile de réaliser des projets 3D immersifs impactants.

Si le déficit de compétences techniques et créatives constitue un frein à l'adoption du métavers par les infographistes, cet obstacle est accentué par le coût élevé des ressources technologiques notamment celui des équipements de la Réalité virtuelle (VR) et de la Réalité augmentée (AR) considérées comme les technologies émergentes sous-jacentes du métavers. C'est ce que confirme Mystakidis (2022, p. 493) en soulignant que « le coût élevé des équipements constitue un frein à son adoption de masse ». Ce coût peut être dû à plusieurs facteurs dont l'obsolescence rapide des équipements liée à l'évolution rapide des technologies nouvelles. Couchot et Hilaire (2003, 189, p. 203) évoquent cela lorsqu'ils affirment que « l'art numérique est soumis à une incessante obsolescence technique ».

Pour remédier aux différents freins à l'adoption du métavers, des auteurs sont également intervenus avec des propositions diverses en termes de leviers. Ainsi, au niveau de la promotion du métavers, une communication multicanale est conseillée pour accroître la notoriété de cette technologie émergente et optimiser son impact social. Il s'agit de « l'utilisation sélective, conjointe et complémentaire de plusieurs canaux de communication afin de parler d'une même voix avec le maximum d'efficacité » (Lendrevie & De Baynast, 2008, p. 537).

Pour le développement des compétences techniques et créatives des infographistes relatives au métavers, des programmes de formation et de renforcement des capacités des infographistes sont préconisés. En raison du coût élevé de ces formations, accentué par celui des ressources technologiques à mobiliser, les apprenants peuvent solliciter, en cas de nécessité, des prises en charge auprès d'organismes privés ou publics de soutien aux créatifs comme le Fond de Soutien à la Culture et à la Création Artistique (FSCCA) en Côte d'Ivoire. C'est ce dont parle Henon (1993, p.3) en faisant référence au cas des créateurs graphiques en France : « Les formations peuvent être soutenues par différents organismes. C'est le cas de l'AFDAS¹² qui a pour mission de gérer des fonds de la formation professionnelle, et qui assure le financement de la formation en alternance ou des congés individuels de formation [...]. C'est aussi le cas de la mission Nouvelles Technologies du Centre National des Arts Plastiques (CNAP) qui soutient les artistes et les créateurs qui ne peuvent pas obtenir de financement par des mécanismes de formation continue ».

De par leurs richesses, les résultats de recherche de l'article lui confèrent une pertinence à la fois scientifique et professionnelle. La pertinence scientifique s'explique par

¹²Signifiant historiquement Assurance Formation des Activités du Spectacle, AFDAS est un opérateur de compétences (OPCO) agréé par l'Etat français qui accompagne aujourd'hui en France, des secteurs très variés, dont les industries créatives dans leurs démarches de formation professionnelle, de développement des compétences, et d'accès à l'alternance.

l'originalité du sujet traité, son actualité, sa démarcation d'avec les études antérieures ou existantes relativement à l'angle choisi. De plus, les résultats de l'étude corroborent les deux modèles théoriques de la diffusion des innovations de Rogers (1995) et de l'acceptation technologique de Davis (1989, pp.319-340) mobilisés et qui leur ont d'ailleurs apporté un éclairage en termes de compréhension. Enfin ces résultats contribuent de façon générale à enrichir les connaissances existantes sur le métavers et ses domaines connexes comme l'infographie 3D, et de façon particulière, à pallier l'insuffisance de productions scientifiques sur la création infographique 3D orientée métavers en Côte d'Ivoire. Ainsi, les données de ce travail pourront servir de référence ou de base scientifique à d'autres recherches futures.

Sur plan professionnel, ce travail de recherche offre aux étudiants en infographie 3D et aux professionnels du domaine en Côte d'Ivoire, des pistes de solutions concrètes, en termes de leviers, qui leur permettront de contribuer à la réduction des freins à l'exploitation du métavers dans leur pratique professionnelle ainsi qu'à son adoption massive. Malgré sa pertinence scientifique et professionnelle ainsi que l'importance de la taille de l'échantillon de la population estimée à 20% de la base de sondage, il est à noter que l'étude comporte des limites méthodologiques. Elles sont dues à la restriction du champ géographique de l'étude au District autonome d'Abidjan et aux enquêtés de cette agglomération alors que l'étude concerne toute la Côte d'Ivoire, au choix de la méthode d'échantillonnage non probabiliste de convenance où la sélection des enquêtés reste exposée à la subjectivité. Ce qui confère en conséquence aux résultats de l'étude, une généralisabilité limitée.

Conclusion

Le métavers représente une extension naturelle du champ de l'infographie 3D. En Côte d'Ivoire, son adoption et son usage restent encore limités de façon générale et de façon particulière dans le domaine de l'infographie 3D malgré les actions promotionnelles entreprises depuis l'année 2023. Les résultats de la recherche menée auprès d'un échantillon non probabiliste de convenance de deux-cent dix personnes (dont dix personnes ressources interviewées via un guide d'entretien et deux-cent enquêtés interrogés par le biais d'un questionnaire) révèlent que les freins à l'adoption du métavers sont dûs à l'insuffisance de promotion de cette technologie émergente (selon 52 % des étudiants et 51 % des professionnels enquêtés), au déficit de compétences techniques et créatives des professionnels et des apprenants (selon 54 % des professionnels et 52 % des étudiants interrogés) ainsi qu'à leurs difficultés d'accès aux ressources technologiques numériques au coût jugé élevé (selon 54 % des professionnels et 52 % des étudiants enquêtés).

Pour remédier à ces contraintes fortement relevées par les enquêtés et favoriser l'adoption massive du métavers dans les projets d'infographie 3D, l'intensification des actions promotionnelles s'impose ; à cela doit s'ajouter la formation des apprenants par l'adaptation de leurs curricula, le renforcement des capacités des professionnels enseignants et non enseignants ainsi que l'appui de l'Etat de Côte d'Ivoire et des partenaires au développement pour l'accessibilité des institutions de formation, des start-ups , des professionnels et des étudiants en infographie aux ressources numériques du métavers .

Cette étude qui investit sur les freins et les leviers liés à l'adoption du métavers dans le domaine de la 3D en Côte d'Ivoire, a permis de mettre en lumière un domaine très peu documenté, eu égard à l'insuffisance de productions scientifiques locales constatées, jusqu'à preuve du contraire, dans ce domaine. Ainsi, en traitant ce sujet, cet article contribue à la mise en place de productions locales scientifiques portant sur la création infographique 3D ouverte sur le métavers. Toutefois, il comporte des limites méthodologiques dues à la restriction du champ de l'étude au District autonome d'Abidjan et aux enquêtés de cette agglomération alors qu'il concerne toute la Côte d'Ivoire, et au choix de la méthode d'échantillonnage non probabiliste de convenance utilisée dans le cadre de cette étude. Ce qui confère aux résultats de

l'étude, une généralisabilité limitée eu égard à la taille significative de l'échantillon estimée approximativement à 20 % de la base de sondage et au fait que la plupart des infographistes exercent à Abidjan. À partir des conclusions de cette étude, les perspectives envisagées, porteront sur une étude comparative entre les enjeux de l'adoption du métavers dans le District autonome d'Abidjan et les autres grandes régions de la Côte d'Ivoire, en combinant les méthodes qualitatives et quantitatives afin de mieux apprécier les points de convergence et de divergence.

Références bibliographiques

- ANSTAT (2022). Carte du district autonome d'Abidjan.<https://geoportail2.anstat.ci/details-cartes/32> (consulté le 12 février 2026).
- Bendifallah, L. & Djerrari, Z. (2022). *Introduction au métavers*. Square Management.
- Couchot, E. & Hillaire, N. (2003). *L'art numérique*. Flammarion.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, Vol. 13, (N° 3), pp.319-340. https://www.researchgate.net/publication/200085965_Perceived_Usefulness_Perceived_Ease_of_Use_and_User_Acceptance_of_Information_Technology.(consulté le 06 février 2026).
- Ichbiah, D. & Lefranc, J. M. (2023). *Bitcoin et cryptomonnaies pour les nuls*. Edition First.
- INS (2022). Recensement Général de la Population et de l'Habitat : Résultats globaux RGPH 2021. https://www.plan.gouv.ci/assets/fichier/RGPH2021-RESULTATS_GLOBAUX_VF.pdf. (consulté le 10 février 2026).
- JD Magazine et Télévision. (2023). Côte d'Ivoire / Intelligence artificielle et Métaverse. *JD Magazine et Télévision*. <https://jdmagazinetv.net/cote-divoire-intelligence-artificielle-et-metaverse/>(consulté le 24 /02/ 2026).
- Kam, A. (2023). Le Forum sur le métavers en Côte d'Ivoire, les détails du contenu de l'évènement. <https://digitalmag.ci/le-forum-sur-le-metavers-en-cote-divoire-les-detaills-du-contenu-de-levenement> (consulté le 20 /01/ 2026).
- Koudou, E. (2023). Digital/Développement du Métaverse en CI: Un impact économique immense.*Fratmat.info*.<https://www.fratmat.info/article/228828/economie/digitaldeveloppement-du-metaverse-en-ci-un-impact-economique-immense-pour-le-pays> (consulté le 03 /02/ 2026)
- Lendrevie, J. , De Baynast, A. (2008). *Publicitor*. Dunod. Mèredieu, F. D. (2003). *Arts et nouvelles technologies: art vidéo, art numérique*. Larousse.
- Mystakidis, S. (2022). *Metaverse: A review of current technological trends and future directions*.Journal of Futures Studies.
- N'da, P. (2015). *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article*. L'Harmattan.
- Rogers, E. (1995). *Diffusion of innovation*. Free Press.
- Tanoh, K. L. (2019). *Les métiers de l'infographie*. Groupe Médias Editions.
- Westerman, G., Bonnet, D. & McAfee, A. (2016). *Réussir la mutation numérique. Comment les technologies numériques transforment les entreprises*. Nouveaux Horizons.
- Wright, M., Ekeus, H., Coyne, R., Stewart, J., Travlou, P. & Williams, R. (2008, Décembre). Augmented duality: overlapping a metaverse with the real world. In Proceedings of 61 the 2008 International Conference on Advances in Computer Entertainment Technology (pp. 263-266).

Annexes

Annexe 1 : Noms des infographistes, personnes ressources interviewées

N°	Nom de la personne interviewée	Date (année, mois, jour)	Titre de l'interview
1	YAO Boka Fabrice	2026, janvier 10	Entretien sur les freins et leviers de l'adoption du métavers dans les projets infographiques 3D en Côte d'Ivoire
2	TAYORO Gérard	2026, janvier 15	
3	NGUESSAN Denzel	2026, Janvier 09	
4	AKA Alain Claude	2026, février 02	
5	OCHO Malick	2026, mars 06	
6	KOUAKOU Kouakou	2026, février 25	
7	ACHI Joël Fabrice	2026, mars 18	
8	BONI Jean Joseph	2026, mars 19	
9	ZOH Vénance	2026, mars 04	
10	COULIBALI Mefum	2026, février 15	

Annexe 2 : guide d'entretien adressé aux personnes ressources infographistes

Consignes de départ : Bonjour Madame/monsieur. Nous nommes enseignant-chercheur et nous réalisons une étude intitulée « Promotion du metavers en Côte d'Ivoire : freins et leviers de son adoption dans le milieu de l'infographie 3D ». Nous vous saurions gré, en tant que personne ressource, de vous accorder un entretien à ce sujet. L'objectif visé est de cerner les variables explicatives des freins à l'adoption du métavers dans les projets infographiques 3D en Côte d'Ivoire afin d'obtenir des propositions de solutions pour y remédier.

Thème	Sous-Thèmes
Thème 1 : Connaissance du metavers et sa promotion en Côte d'Ivoire	1. Connaissances sur le métavers et ses rapports avec l'infographie 3D 2. Moyens promotionnels hors-medias du métavers en Côte d'Ivoire 3. Moyens promotionnels médiatiques du métavers en Côte d'Ivoire
Thème 2 : Freins à l'adoption du métavers en infographie 3D en Côte d'Ivoire	1. Typologie des freins à l'adoption du métavers en infographie 3D en Côte d'Ivoire 2. Origine de ses freins
Thème 3 : Propositions de solutions pour l'adoption massif du métavers en infographie 3D en Côte d'Ivoire	1. Au niveau de la communication 2. Au niveau des acteurs : Formateurs, apprenants et structures éducatives 3. A l'endroit de l'Etat et de ses partenaires au développement

Annexe 3 : Questionnaire d'enquête



QUESTIONNAIRE DESTINÉ AUX INFOGRAPHISTES

Bonjour Madame / Monsieur, Nous menons une étude intitulée : Promotion du métavers en Côte d'Ivoire : freins et leviers de son adoption dans le milieu de l'infographie 3D. A cet effet, nous aimerions recueillir votre avis sur ce sujet en renseignant le questionnaire qui vous est soumis. Nous vous assurons que l'enquête est menée est le strict anonymat.

1 Quels sont les facteurs explicatifs de l'insuffisance de promotion du métavers comme frein à son adoption?	
☐ 1.Déficit de connaissance sur le fonctionnement et les avantages du métavers	☐ 2.Méfiance vis-à-vis du métavers comme de toute technologie méconnue
☐ 3.Désintérêt pour le métavers comme de toute technologie peu promue	
2 Combien d'entre-vous selon votre statut, pensent que le déficit de compétences techniques et créatives en modélisation 3D constitue u frein à son adoption ?	
☐ 1.Etudiants en infographie	☐ 2.Infographistes professionnels
3-Que pensez-vous du coût des ressources technologiques d'infographie 3D orientées métavers ?	
☐ 1.Coût élevé des équipements et logiciels spécialisés	☐ 2.Coût élevé de la connexion Internet haut débit pour les expériences immersives
4 Que proposez-vous pour améliorer la promotion du métavers en Côte d'Ivoire ?	
☐ 1.Réalisation et diffusion de contenus médiatiques sur le métavers dans les médias classiques et numériques	☐ 2.Organisation de salons, conférences ou forums sur le métavers
☐ 3.Organisation de colloques scientifiques sur le métavers	
5 Que proposez-vous pour la formation des apprenants et le renforcement des capacités des formateurs	
☐ 1.Renforcement des capacités des formateurs et professionnels non formateurs	☐ 2.Création de centres incubateurs dans les structures de formation en infographie
☐ 3.Intégration de modules de métavers dans la formation des étudiants en infographie	
6 Que proposez-vous pour l'accès des infographistes aux ressources technologiques ?	
☐ 1.Subvention de l'Etat et de partenaires au développement pour l'acquisition de ressources numériques orientées métavers	☐ 2.Appui institutionnel pour la création de laboratoires immersifs pour le métavers
☐ 3.Encouragement des institutions à soutenir la création de startups de développement d'applications 3D pour le métavers.	
Age	
☐ 1.21-25	☐ 2.26 - 35
☐ 3.36 - 45	☐ 4.Plus de 46 ans
Sexe	
☐ 1.Masculin	☐ 2.Féminin
Niveau d'étude	
☐ 1.Bac	☐ 2.Bac+2- Bac+3
☐ 3.Bac+4 - Bac+5	☐ 4.A u-delà du Bac+5
Statut	
☐ 1.Infographistes professionnels (salariés et indépendants)	☐ 2.Etudiants en infographie