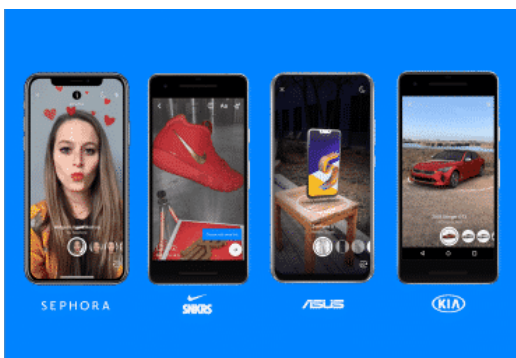


F8 : réalité augmentée, IA et traduction pour Facebook Messenger

Facebook continue de faire de Messenger, sa messagerie instantanée qui compte 1,3 milliard d'utilisateurs, [un terrain de jeu d'innovation pour les marques](#). A l'occasion de F8, sa conférence développeurs, le réseau social a lancé la possibilité pour les enseignes d'intégrer des filtres préchargés ou des effets de réalité augmentée en faisant appel à la fonction caméra de Messenger.

Facebook joue sur l'effet wahoo ! et le potentiel viral de ce type d'expérience. L'utilisateur peut prendre une photo ou enregistrer une vidéo intégrant ces effets de réalité augmentée pour la partager dans une conversation privée ou de groupe voire l'ajouter à sa « story ».



Quelques marques dont Asus, KIA, Nike et Sephora participent à ce programme qui reste pour l'heure en version bêta fermée ([formulaire d'inscription en ligne](#)).

Dans le cas de Sephora, une utilisatrice pourra tester différents maquillages puis demander l'avis de ses amies sur Facebook. Pour la modélisation en 3D et le suivi des formes ou des visages, le groupe américain fait appel à son outil pour développeurs, [AR Studio](#).

Des chabots davantage personnalisés

Autre nouveauté : l'intégration en mode natif du module de traitement du langage naturel (natural language processing, NLP) dans la boîte de réception de Messenger. Elle doit permettre aux développeurs d'améliorer la capacité de compréhension d'un chatbot et sa personnalisation. Si les utilisateurs posent fréquemment les questions « quelles sont vos heures d'ouverture ? » et « quand êtes-vous ouvert », ils pourront introduire un item « heures de magasin ».

Enfin, Facebook fait de M, l'assistant personnel de Messenger, un polyglotte. Si un utilisateur reçoit un message dans une langue différente de la sienne, M lui proposera de traduire le message. En choisissant cette option, la traduction automatique sera activée par défaut.

Au lancement, M ne traduira qu'une paire de langues, anglais-espagnol, et uniquement dans les conversations entre les acheteurs et les vendeurs de sa [marketplace](#) aux États-Unis. Facebook prévoit d'étendre progressivement cette fonctionnalité dans les semaines à venir, du moins sur le sol américain dans un premier temps.