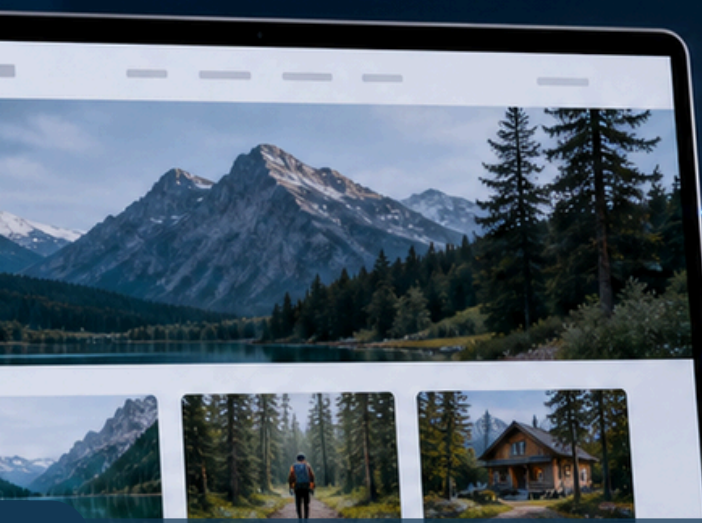


7 Days Tech *By Lodi*

05-05-2026

WebMCP

le web pour les agents IA



WebMCP : le nouveau langage entre sites web et intelligences artificielles

iPhone 17 : la génération d'iPhone qui fait exploser tous les compteurs

Rokab Al Hajj : le pèlerinage à l'ère du smartphone

LODJ

LE KIOSQUE 2.0 DE L'ODJ MÉDIA



By Lodj

LE KIOSQUE 2.0 DE L'ODJ MÉDIA

Pressplus est le kiosque 100% digital & augmenté
de L'ODJ Média, groupe de presse Arrissala SA
magazines, hebdomadaires & quotidiens...

www.pressplus.ma

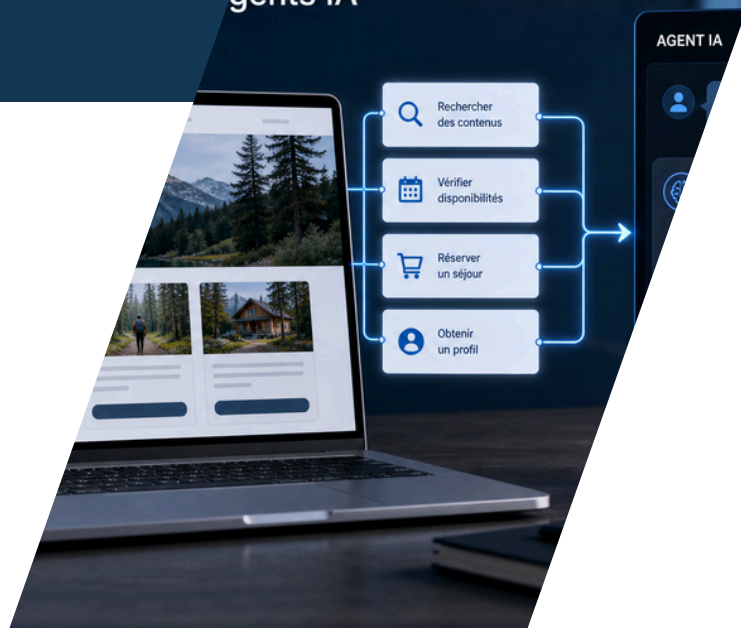


WebMCP : le nouveau langage entre sites web et intelligences artificielles

MCP
agents IA

DIGITAL

Le WebMCP, ou Web Model Context Protocol, est une proposition de standard destinée à rendre les sites web plus facilement utilisables par les agents d'intelligence artificielle. Dit simplement : au lieu qu'un agent IA "regarde" une page web comme un humain – en analysant les boutons, les menus, les formulaires ou des captures d'écran – le site lui expose directement une liste d'actions compréhensibles, structurées et sécurisées.



Par exemple, un site pourrait dire à l'agent IA : Voici mes actions disponibles : rechercher un produit, réserver un billet, remplir un formulaire, comparer des offres, télécharger une facture, modifier une commande. Ces actions seraient décrites avec leurs paramètres : date, ville de départ, nom du produit, quantité, identifiant client, etc.

Pourquoi c'est important ?

Aujourd'hui, beaucoup d'agents IA naviguent sur le web de façon assez fragile. Ils interprètent l'interface visuelle, cliquent sur des boutons, lisent du HTML, remplissent des champs. Cela peut marcher, mais c'est lent, instable et risqué : un changement de design peut casser toute l'action.

Le WebMCP propose une autre logique : le site ne se contente plus d'être lisible par un humain, il devient aussi "actionnable" par une IA. Google explique que WebMCP vise à fournir une manière standard d'exposer des outils structurés pour permettre aux agents d'agir plus vite, plus précisément et plus fiablement sur les sites.

Comment ça fonctionne ?

Techniquement, WebMCP s'appuie sur une interface JavaScript côté navigateur, notamment `navigator.modelContext`. Un site peut déclarer des "tools", c'est-à-dire des fonctions que l'agent IA peut découvrir et appeler. La spécification indique que l'API WebMCP permet aux applications web de fournir des outils JavaScript aux agents IA.

Cela veut dire que l'agent n'a plus besoin de deviner :

"Ce bouton bleu sert-il à valider ?"

"Ce champ correspond-il à l'adresse ?"

"Ce menu contient-il les options de livraison ?"

Le site lui fournit directement une interface structurée.

Le MCP, Model Context Protocol, est déjà connu comme un standard permettant aux applications IA de se connecter à des outils, bases de données, fichiers ou services externes. La documentation officielle le présente comme un standard ouvert pour connecter les applications IA à des systèmes externes.

Le WebMCP, lui, adapte cette idée au navigateur et aux sites web. On peut le voir comme une version "web native" : le site devient lui-même une surface d'action pour les agents IA, dans la session de l'utilisateur, avec son contexte et ses droits déjà ouverts dans le navigateur. Le dépôt GitHub du projet résume l'idée ainsi : les pages utilisant WebMCP peuvent être vues comme des serveurs MCP dont les outils sont implémentés côté client, en JavaScript, plutôt que côté backend.

Ce que ça change pour les médias et les sites web

Pour un média, un e-commerce, une banque, une plateforme administrative ou un portail de services, l'enjeu est considérable.

Le WebMCP veut faire passer le web d'un espace seulement visible à un espace compréhensible et opérable par les IA.

C'est potentiellement une brique majeure du "web agentique" : un web où les agents IA ne se contentent plus de lire les pages, mais peuvent interagir avec elles de manière structurée, traçable et plus fiable.

Brèves digitales



Apple prépare un nouvel appareil photo intelligent sur iOS 27

La firme Apple prépare une nouveauté majeure pour l'appareil photo de l'iPhone avec iOS 27. Cette fonctionnalité intégrerait une IA inspirée de la recherche visuelle, similaire à Google Lens.

Elle permettrait d'analyser des objets en temps réel ou de scanner des informations comme des étiquettes nutritionnelles. Une section dédiée, liée à Siri, serait intégrée directement dans l'appareil photo.

Ce changement vise à rendre l'IA plus accessible au quotidien. Il s'inscrit dans une stratégie plus large d'Apple pour rattraper son retard en intelligence artificielle.

Netflix se "tiktokise" : un fil vidéo vertical inspiré de TikTok

La plateforme Netflix déploie une refonte majeure de son application mobile avec un fil vertical baptisé "Extraits". Inspiré de TikTok, ce format propose des clips courts menant directement aux contenus complets.

L'objectif est de capter l'attention des utilisateurs, notamment les plus jeunes, habitués au scroll rapide. L'intelligence artificielle sera aussi utilisée pour affiner les recommandations.

Cette transformation marque un virage stratégique face à la concurrence des formats courts. Netflix amorce ainsi une évolution profonde de l'expérience utilisateur sur mobile.



Sony clarifie la vérification en ligne des jeux sur PlayStation 5 après la polémique

La récente mise à jour de la PlayStation 5 a suscité l'inquiétude des joueurs autour d'une vérification en ligne des licences. Certains craignaient une obligation de connexion régulière pour accéder aux jeux dématérialisés.

Face à la polémique, Sony a précisé qu'une seule vérification initiale est nécessaire. Une fois la licence validée, les jeux restent accessibles sans connexion permanente.

Cette mesure vise notamment à lutter contre les abus, sans restreindre l'expérience des joueurs. La clarification met fin à une confusion largement relayée sur les réseaux sociaux.

Brèves digitales



Une percée relie neurones artificiels et cellules cérébrales vivantes

Des chercheurs de l'University of Massachusetts Amherst et de l'Northwestern University ont réussi à connecter des neurones artificiels à des cellules cérébrales vivantes. Pour la première fois, une communication bidirectionnelle stable a été établie entre biologie et technologie.

Cette avancée ouvre des perspectives majeures pour traiter des maladies neurologiques et concevoir des implants intelligents. Elle pourrait aussi inspirer une nouvelle génération d'ordinateurs à très faible consommation d'énergie.

Les expériences restent toutefois limitées au laboratoire et nécessitent encore des années de recherche avant des applications concrètes.

GameStop lance une offre de rachat de eBay pour concurrencer Amazon

Le distributeur de jeux vidéo GameStop a soumis une offre de rachat non sollicitée d'environ 55,5 milliards de dollars pour acquérir eBay. L'objectif affiché est de transformer la plateforme en un concurrent direct de Amazon.

GameStop détient déjà près de 5% du capital d'eBay et propose 125 dollars par action, avec une prime importante. Le financement repose sur un mix de dette et de liquidités, avec le soutien d'une banque canadienne.

Le PDG Ryan Cohen envisage de créer un géant du e-commerce valorisé à plusieurs centaines de milliards. Cette opération marquerait un tournant stratégique majeur pour GameStop, en pleine diversification.



ByteDance mise sur l'IA médicale

Le géant chinois ByteDance, connu pour TikTok, se lance dans la recherche pharmaceutique via son entité Anew Labs. L'objectif est de développer de nouveaux traitements grâce à des modèles d'intelligence artificielle, notamment générative.

L'entreprise a déjà présenté un candidat-médicament ciblant des maladies auto-immunes lors d'un congrès scientifique.

Elle développe aussi des outils avancés pour simuler des molécules et accélérer la recherche.

Cette stratégie s'inscrit dans une diversification massive vers l'IA scientifique. ByteDance ambitionne ainsi de devenir un acteur majeur à l'intersection de la tech, des données et de la santé.

iPhone 17 : la génération d'iPhone qui fait exploser tous les compteurs

DIGITAL

L'iPhone 17 pulvérise tous les records et s'impose comme la génération la plus populaire de l'histoire d'Apple, portée par une demande mondiale impressionnante.

Et si le smartphone dont tout le monde parle en ce moment n'était pas juste un téléphone... mais un vrai phénomène de société ?



L'iPhone 17 n'est plus seulement un objet high-tech : il est devenu le symbole d'une génération qui clique, scrolle, filme et consomme tout à vitesse grand V. Apple vient de confirmer ce que beaucoup pressentaient déjà : cette nouvelle gamme explose tous les records. Mais pourquoi cet engouement quasi collectif ?

Quand l'iPhone 17 devient une star mondiale

Apple n'a pas simplement réussi un lancement, elle a signé un carton historique. Avec des revenus en hausse de 22 % pour l'iPhone et une génération 17 désormais qualifiée de "la plus populaire de tous les temps", la marque à la pomme confirme son statut de machine à désir technologique. Dans les chiffres, c'est presque irréel : 57 milliards de dollars générés par les iPhone en un seul trimestre, et une part de marché qui grimpe à 21,1 %. Derrière ces statistiques, une réalité plus simple : les utilisateurs changent, mais surtout... ils restent fidèles. Et mieux encore, certains passent d'Android à iOS, attirés par cette nouvelle génération présentée comme plus fluide, plus puissante, et surtout plus "indispensable".

Mais ce qui intrigue, c'est aussi le contexte. Le marché des puces mémoire est sous tension, les chaînes de production se compliquent, et pourtant Apple continue d'avancer sans ralentir. Une forme de résistance technologique presque impressionnante, portée par une gestion des stocks et une stratégie bien huilée. Et pendant que l'iPhone 17 attire toute la lumière, d'autres produits suivent le mouvement : les Mac connaissent eux aussi un succès inédit, notamment avec des modèles plus accessibles comme le MacBook Neo, qui séduit une nouvelle génération d'utilisateurs.

Une dépendance mondiale aux écrans toujours plus forte

Ce succès pose aussi une question plus large : pourquoi a-t-on autant besoin de ces nouveaux modèles chaque année ? L'iPhone 17 ne révolutionne pas forcément tout, mais il incarne cette envie permanente de "mieux", de "plus rapide", de "plus beau". Une dynamique où la technologie devient presque émotionnelle. Dans les cafés de Rabat comme dans les open spaces de Casablanca, le smartphone n'est plus un outil : c'est une extension de soi. Photos, réseaux sociaux, travail, IA... tout passe par lui. Et Apple, avec son écosystème fermé mais fluide, a compris comment transformer cette dépendance en fidélité.

Et après ? Vers une saturation ou une nouvelle ère ?

Mais attention, tout n'est pas si simple dans le royaume de la tech. La pénurie de mémoire qui se profile pourrait rebattre les cartes dès les prochains mois. Apple l'admet lui-même : les coûts augmentent, la demande explose, et l'équilibre devient fragile.

Rokab Al Hajj : le pèlerinage à l'ère du smartphone



Une nouvelle application baptisée Rokab Al Hajj vient accompagner les pèlerins marocains dans leur voyage vers les Lieux Saints. Services numériques, géolocalisation, repères pratiques — l'outil ambitionne de fluidifier une expérience que des dizaines de milliers de Marocains vivent chaque année dans des conditions parfois éprouvantes.

Le Hajj, l'un des cinq piliers de l'islam, mobilise en moyenne 31 000 pèlerins marocains par saison, encadrés par le ministère des Habous et des Affaires islamiques. L'organisation logistique relève du défi permanent. Hébergement à La Mecque et Médine, transport entre les sites rituels, repas, encadrement religieux, prise en charge médicale — chaque détail compte, surtout pour une population dont l'âge moyen reste relativement élevé. Les autorités saoudiennes, qui ont modernisé considérablement les infrastructures du pèlerinage ces dernières années, encouragent désormais le recours aux solutions numériques.

L'application marocaine s'inscrit dans cette mouvance. Elle promet d'orienter les pèlerins, de leur fournir des informations religieuses adaptées, de faciliter la communication avec les encadrants, de signaler rapidement les urgences. Pour les familles restées au pays, le suivi devient possible, ce qui rassure et structure les échanges. La numérisation du Hajj n'est donc pas un gadget. Elle répond à une demande concrète, exprimée depuis longtemps par les associations de pèlerins.

Reste à mesurer l'usage réel. Les pèlerins marocains ne forment pas un public homogène. Certains sont familiers du numérique, d'autres beaucoup moins. La fracture digitale, qui structure encore largement la société marocaine, ne disparaît pas aux portes des Lieux Saints. L'accompagnement humain demeure irremplaçable, et les meilleures applications du monde ne suppléeront pas à l'écoute, au conseil personnalisé, à la patience requise par cette expérience spirituelle intense.

By Lodj

L'ODJ MÉDIA N'EST PAS UNE BANQUE,

Mais elle investit
dans votre intelligence.



CHAQUE JOUR, NOUS PLAÇONS L'ESSENTIEL
AU BON ENDROIT : **DANS VOTRE ESPRIT.**

WWW.LODJ.MA