



Visite du Vitromusée de Romont.

- 32 CINÉMA
- 33 MARDI-IMMO
- 38 RADIO-TV
- 39 SUDOKU
- 39 FESTIVAL DE CANNES
- 40 MÉTÉO

Un univers parallèle où tout est possible

PHÉNOMÈNE • «Second Life» est un monde numérique dans lequel il est possible d'évoluer à l'aide d'un personnage virtuel appelé avatar. Un monde qui permet de faire des rencontres mais aussi du business.

STÉPHANE GOBBO

Depuis deux mois, le monde virtuel *Second Life* bénéficie d'une forte médiatisation qui, logiquement, a des répercussions sur le nombre de joueurs inscrits. A l'heure actuelle, plus de 3,7 millions de personnes se sont en effet créé un personnage virtuel – un avatar – leur permettant de se promener dans cet univers numérique. Un chiffre qui augmente de 20% chaque mois.

Un monde virtuel est un monde conçu par ordinateur. Il en existe d'innombrables qui drainent des millions de joueurs. Le plus connu est le jeu d'heroic-fantasy *World of Warcraft*, qui compte à lui seul huit millions d'abonnés. L'entreprise qui en gère les droits, Vivendi Games, empoche ainsi près de 120 millions de francs par mois rien qu'avec le prix des abonnements. Autant dire que le virtuel est un marché des plus lucratifs.

Terrains à bâtir

La particularité première de *Second Life*, celle qui fait que son succès est exponentiel, c'est que ce n'est pas un jeu au sens premier du terme, avec ses missions, ses ennemis et ses combats. C'est plutôt un univers relationnel, un monde virtuel qui permet de faire des rencontres, de discuter, mais aussi de visiter et d'acheter. Autre particularité, *Second Life* est un monde entièrement construit par ses habitants, ou plus précisément par les personnes physiques qui contrôlent les avatars. Linden Lab, l'entreprise qui est à l'origine du jeu, se contente en effet de mettre à disposition des terrains et des îles, des espaces libres sur des serveurs informatiques, que n'importe qui peut acheter. A ces acheteurs ensuite de construire ou faire construire ce qu'ils veulent en utilisant



Dans «Second Life», on peut visiter de nombreuses régions et s'adonner à de nombreuses activités. Même prendre des photos. LDD

des outils de création 3D.

«Le but de *Second Life* est tout simplement de pouvoir s'immerger dans un monde permettant de vivre des expériences qui seraient impossibles dans le monde réel», analyse le Vaudois Thierry Weber, blogueur averti et patron de Couleur Prod, société dédiée à la création de contenu vidéo et multimédia. Avis partagé par tous ceux qui se sont penchés sur le phénomène, psychanalystes en tête. Le virtuel permet

de s'affranchir de certaines règles qui dans le monde réel nous rappellent constamment à l'ordre.

Rencontres, discussions

Dans *Second Life*, on peut ainsi tout faire, ou presque. En premier lieu, discuter. A tout moment, il est possible de taper un texte sur son clavier (l'avatar mime alors l'opération), texte qui s'affichera sur l'écran de toutes les personnes dont le double virtuel se trouve



dans les environs. Cette fonction «chat», mais où à la différence d'un forum traditionnel on a face à soi une personne, est la plus utilisée.

Plusieurs avatars abordés dans *Second Life* l'ont d'ailleurs confirmé en insistant sur le nombre de rencontres et de discussions que l'on peut faire. En se téléportant dans un lieu dédié à la philosophie, à l'actualité ou aux sports, on peut de plus converser avec des personnes partageant la même

passion. On peut aussi engager une conversation avec n'importe qui, n'importe où, avec la possibilité de l'abandonner en un clic. Tout n'est d'ailleurs pas permis dans *Second Life*. Pour le sexe virtuel, il existe comme dans la vraie vie des lieux spécifiques. Pas question dès lors de parler de choses osées dans certains lieux publics, sous peine de se faire remettre à l'ordre par des avatars derrière lesquels se cachent des modérateurs!

REPÈRES

Inscription

> Pour pouvoir se promener dans *Second Life*, il faut d'abord se créer un avatar, soit un personnage virtuel. Sur le site secondlife.com, l'opération prend quelques minutes: il suffit de s'inventer un prénom puis de choisir un nom à partir d'une liste à disposition. Après téléchargement d'une application, on peut alors pénétrer dans l'univers virtuel. L'inscription est gratuite.

Statistiques

> La société californienne Linden Lab, basée à San Francisco et à l'origine de *Second Life*, vient de publier ses statistiques. En janvier dernier, les joueurs ont passé près de 11 millions d'heures dans ce monde virtuel d'une superficie de 360 km². Plus de 70% des joueurs sont âgés de plus de 25 ans (39% pour la tranche 25-34 ans). Ils sont majoritairement Américains (31%), Français (13%) et Allemands (10%). La Suisse comptait en janvier 1,29% d'utilisateurs parmi les plus de trois millions et demi d'inscrits.

Economie

> La monnaie utilisée dans *Second Life* est le Linden dollar (L\$). Un dollar réel (1,2 francs) vaut 268 L\$. Pour janvier, le montant des transactions effectuées dans *Second Life* se monte à près de 5 millions de vrais dollars. SGO

L'INTERNET DE DEMAIN

Les mondes virtuels sont devenus tellement tendance qu'une agence de voyage virtuelle organise même des visites guidées dans plusieurs d'entre eux. Pour bénéficier des services de ce «tour operator» d'un genre nouveau, rien de plus simple: il suffit de s'inscrire gratuitement sur le site www.synthravels.com puis de choisir quel univers on souhaite visiter et quand. A l'heure convenue, un joueur vous guidera alors via son avatar. Il faut évidemment s'en être créé un et avoir téléchargé l'application du monde à visiter. Synthravels recherche également des guides.

Si certains utilisateurs ne cherchent que le plaisir et s'amuse par exemple à concevoir des utilitaires qu'ils mettent gratuitement à disposition des autres joueurs, de plus en plus de personnes évoluent dans *Second Life* afin de gagner de l'argent. Ailin Graef, Chinoise installée en Allemagne, a ainsi réussi à devenir la première millionnaire de cet univers parallèle. Elle a commencé, via son avatar Anshe Chung, par acheter des terrains qu'elle a valorisés avant de les revendre. Spécialisée dans l'immobilier, elle est aujourd'hui à la tête d'un véritable empire et emploie plusieurs vrais employés. Anshe Chung a grâce à ce succès été le premier personnage virtuel à faire la une de l'hebdo *Business Week*.

Succès oblige, *Second Life* est donc en pleine expansion. Mais jusqu'où ira cette croissance, comment va évoluer ce monde virtuel? Selon certains spécialistes, *Second Life* préfigure tout simplement ce que sera l'internet de demain. Un monde dans lequel on ne fera pas que surfer de manière passive, mais où l'on se promènera dans des sites entièrement en trois dimensions. SGO

Une banque romande a acheté son île

Il ne se passe pas une semaine sans qu'une entreprise ou une institution annonce qu'elle a acquis un terrain sur *Second Life*. Avec son avatar, s'il est non seulement possible de se promener à Paris, Dublin, Amsterdam, Kyoto ou San Francisco, on peut donc aussi visiter des bâtiments appartenant à IBM, à l'Université d'Harvard, à l'agence de presse Reuters, au festival de cinéma de Sundance ou encore au constructeur automobile Toyota. Mais pourquoi tout le monde semble si intéressé à basculer dans le virtuel? Pour certains, comme Toyota, c'est un moyen de tester de nouveaux produits. Ainsi, les avatars évoluant dans *Second Life* ont eu la primeur de nouveaux modèles, construits virtuellement avant d'être développés dans le monde réel.

Pour d'autres, c'est évidemment le profit qui est au cœur

de leur implantation dans *Second Life*. Car dans le virtuel, on peut soit vendre des produits eux aussi virtuels (Adidas propose des chaussures pour avatar et a provoqué la colère de privés qui avaient créé des baskets en cassant les prix!), soit vendre des produits bien réels que le joueur recevra chez lui après que son avatar les ait commandés.

Selon certains observateurs, *Second Life* est en passe de devenir un passage obligé pour tous ceux qui veulent véhiculer une image moderne et dynamique. Car ce monde virtuel, contrairement à d'autres qui ne sont «que» des jeux de rôles, attire un public plus élitaire. En France, les politiciens ne s'y sont pas trompés et ont ouvert des quartiers généraux de campagne en vue des présidentielles. Tout avatar peut ainsi aller converser avec le comité

virtuel du QG Ségolène Royal ou de Jean-Marie Le Pen. Mais la politique, et qui plus est d'extrême droite, n'est pas du goût de tous les amateurs de *Second Life*. Via leurs avatars, beaucoup ont en effet violemment manifesté devant les locaux virtuels du Front national.

Plus près de chez nous, la Banque cantonale vaudoise (BCV) a annoncé il y a un peu plus d'une semaine avoir acquis une île. Comme les terrains disponibles dans *Second Life* sont vierges et que ce sont les résidents qui doivent concevoir ce qu'ils souhaitent bâtir, la BCV a alors demandé à l'artiste lausannois Ronald Juliet, spécialisé dans le multimédia et la création en deux et trois dimensions, de créer un bâtiment. Mais qu'est-ce qu'une banque romande, alors que seules quelques enseignes

américaines sont pour l'instant présentes, vient faire dans *Second Life*? Elle souhaite tout simplement proposer «un endroit chaleureux et ouvert destiné à informer les visiteurs sur les activités de banque universelle de la BCV», explique un communiqué.

L'île de la BCV espère de plus se profiler comme un lieu de rencontre pour «les entreprises romandes qui souhaitent découvrir et se développer sur *Second Life*». Une preuve de plus que le monde virtuel créé en 2003 par Linden Lab est devenu incontournable si l'on s'intéresse au numérique. Et fascinant aussi puisqu'il permet d'accéder à des lieux qui dans le monde réel sont moins accessibles, tels l'Ambassade de Suède ou le loft de la chanteuse Regina Spekter. De temps à autre, on peut même croiser des célébrités, paraît-il. SGO