

[MIP-TV/Milia]

Le fondateur de **SECOND LIFE**, Philip Rosedale, préfère sa vie virtuelle

Photo: Missioning / MIP-TV milia 2007

Occupant dans le cyberspace l'équivalent de trois fois la taille de San Francisco, l'univers virtuel 3D Second Life croît à une vitesse exponentielle et s'étend à un rythme de 10 % par mois. Chaque jour, 30 000 nouveaux citoyens s'y brancheraient. Chaque instant du jour ou de la nuit, 40 000 individus mèneraient leur seconde vie dans cet univers parallèle. Lors d'une conférence au MIP-TV featuring Milia, Philip Rosedale, CEO de Linden Lab et concepteur de Second Life, s'est en partie caché derrière son avatar pour démontrer l'univers virtuel qui l'a rendu célèbre (et riche) dans le monde réel.

«Second Life, contrairement à ce que certains pourraient croire, n'est ni un outil de marketing, ni un nouveau canal de diffusion. lance Philip Rosedale. C'est un monde virtuel, une plateforme qui reproduit numériquement l'univers physique dans lequel nous évoluons.» Philip Rosedale souligne que l'âge moyen des cybercitoyens de Second Life serait de 32 ans, qu'il y aurait presque autant de femmes que d'hommes abonnés, et que plus les utilisateurs sont âgés, plus ils tendent à y investir du temps. «Les utilisateurs de plus de 60 ans consacraient 40 % plus de temps dans Second Life que les plus jeunes», a-t-il souligné.

Incrovable machine à fric, Second Life a facilité l'an dernier des transactions entre cybercitoyens totalisant 50 000 millions \$ US (la moyenne des transactions virtuelles s'élevait à 1 \$ US). Second Life utilise sa propre monnaie virtuelle (le dollar Linden), échangeable en argent sonnante et trébuchant via un service de type PayPal.

Linden Labs ne perçoit aucun pourcentage sur les transactions. L'entreprise, localisée à San Francisco, tire le plus clair de ses revenus des abonnements (9,95 \$ US pour un abonnement premium, l'abonnement de base étant gratuit), des «loyers» mensuels et des taxes exigées aux propriétaires de cyberterrains et de cyberîles. Par exemple, il en coûte 9,95 \$ US / mois pour maintenir le statut de propriétaire d'un espace de 512 m² de terrain auquel montant s'ajoutent des frais mensuels variant selon l'espace que vous possédez (allant de 5 \$ US pour doubler cet espace jusqu'à 195 \$ US pour une région entière).

«Les gens pensent qu'on est une incroyable machine de relations publiques. Ça me fait toujours sourire d'entendre ça, lance Philip Rosedale. C'est dans Google News, que j'ai appris que la Suède avait créé une ambassade dans Second Life. Les entreprises et organisations

s'installent dans Second Life parce qu'elles en reconnaissent les bénéfices. [...] Le fabricant de t-shirt America Apparel, par exemple, a été l'une des premières entreprises à s'installer. Au lieu d'ouvrir une cyberboutique, le fabricant profite de sa présence dans Second Life pour échanger avec les consommateurs au sujet du design de vêtement. Ils n'essaient pas de vendre. Ils discutent avec leurs clients.»

Philip Rosedale affirme n'avoir aucune intention de vendre Linden Labs, grâce auquel il réalise un rêve d'enfant. Il soutient par ailleurs que l'univers de Second Life restera libre de publicités. «Ça serait complètement aller à l'encontre de nos principes fondamentaux, répond-il, lorsqu'interrogé à ce sujet. Les gens sont propriétaires de leurs terrains. Je me vois mal aller placer des panneaux publicitaires chez eux. Cela dit, oui, il y a aura éventuellement de la publicité dans Second Life, même si nous n'en avons pas nécessairement besoin pour fonctionner. Je n'ai pas encore la solution, mais je m'attends à ce que la publicité passe par le biais d'une fonction de recherche, suivant le modèle éprouvé par le Web. Pour l'instant, l'absence d'une fonction de recherche efficace constitue, à mon avis, l'une de nos principales lacunes.»

Linden Labs embrasse le mouvement du logiciel libre, ce qui fait que de tierces parties peuvent dorénavant contribuer à l'amélioration de la plateforme en intégrant de nouvelles fonctions et de nouveaux services. Au chapitre des projets, Linden Labs a fait savoir son intention d'ajouter sous peu la possibilité de communiquer de vive voix. Philip Rosedale s'attend à ce que cela suscite la création d'une nouvelle génération de services, notamment du côté de la formation.

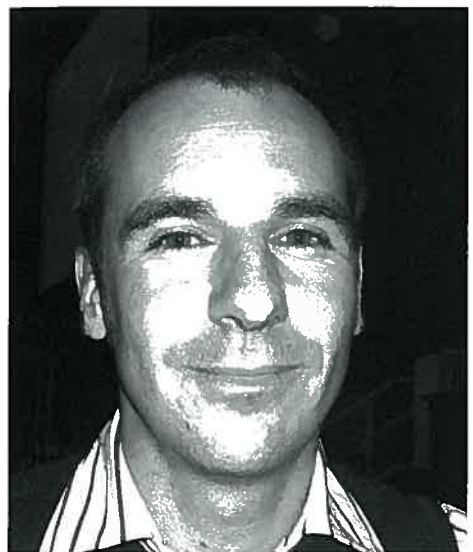
Le jeune homme d'affaires cherche à confondre les sceptiques qui imaginent les environnements virtuels comme des lieux rébarbatifs et complexes. «Nos cerveaux sont

conçus pour évoluer dans l'univers physique qui nous entoure, explique-t-il. Faire ses premiers pas dans un univers virtuel nécessite un petit moment d'adaptation. Mais une fois cette étape passée, la navigation y est beaucoup plus fluide et facile que sur le Web. Demandez, par exemple, à quelqu'un qui n'a jamais navigué sur le Web de se trouver une job... Avant qu'il s'y retrouve dans l'univers textuel du Web, les moteurs de recherche, les sites d'emploi, etc., il risque de se décourager. Dans Second Life, cette personne s'y prend exactement de la même façon que dans l'univers réel: elle entre dans une salle, s'approche de quelqu'un et demande: "Hey, sais-tu où est-ce que je pourrais me trouver un job ?".»

Second Life remet en cause certaines idées préconçues. «La télévision et les médias traditionnels nous ont fait croire pendant des années que les consommateurs veulent être divertis passivement, soulève Philip Rosedale. Comme si cela faisait partie de la nature humaine de consommer passivement. On était tous dans l'erreur. Quand on a lancé Second Life, tout était à construire, à créer. La création, la construction des environnements, accaparait 100 % du temps consacré par les utilisateurs en ligne. Après deux ans, ce pourcentage est passé à 30 %, ce qui signifie que les utilisateurs passaient 70 % de leur temps à consommer, échanger, participer, se promener. L'an dernier, quand on a refait le calcul, on s'attendait à ce que ça donne 10 %. Erreur: les utilisateurs consacrent encore aujourd'hui 30 % de leur temps à construire. Créer est un besoin fondamental. Les médias traditionnels nous l'ont fait oublier.»

Quand on lui demande si son service Second Life s'inscrit dans le mouvement Web 2.0, Philip Rosedale ne sait trop que répondre. «Ça n'a rien à voir, c'est un monde à part.»

[Steeve Laprise]



«Second Life est un univers virtuel parmi d'autres, lance tout de go Frédéric Cavazza. Telle qu'elle est configurée, la plateforme est limitative en terme de trafic et en terme de modélisation. Il y a beaucoup de liberté, trop de liberté, pas de contrôle et donc beaucoup de déchets.» En fait, Second Life ne trouve pas grâce aux yeux de Frédéric Cavazza: problème de mécanique marchande à cause du troc, prise en main laborieuse, problème de moteur de recherche - essayez de chercher les produits Dior, pour voir - économie extrêmement fragile du fait que le dollar Linden n'est pas reconnu... Second Life irait au devant d'un crash économique. Et si un individu, à la rigueur un entrepreneur a avantage à y aller, les grandes marques doivent s'en tenir loin.

Michel Leblanc, de son côté, est un passionné de Second Life et le clame haut et fort. «Il est vrai que c'est un univers encore difficile pour les néophytes, mais il ouvre la porte à l'univers 3D. Second Life touche toutes les sphères de l'activité humaine. Je suis révolté que le Québec n'ait pas plus de présence dans Second Life alors qu'on y est spécialiste de l'animation 3D.»

Second Life: pour ou contre les pénis volants?

Les organisateurs de la conférence Webcom Montréal 2007 tenue plus tôt cette année n'ont pas hésité à faire venir Frédéric Cavazza (à gauche), consultant marketing Web et blogueur, de France pour 24 heures pour qu'il affronte Michel Leblanc (à droite), associé principal de la firme Analyweb, blogueur et co-fondateur de Yulbiz, dans un débat «pour ou contre Second Life?» Personne n'est resté sur le carreau, l'échange ayant été plutôt poli.



Certes, Second Life ne deviendra pas une plateforme universelle, reconnaît le spécialiste du marketing, mais c'est un laboratoire, et à l'heure actuelle, la plateforme 3D la plus dynamique. Et la preuve que Second Life fonctionne, c'est qu'on y retrouve du sexe. À croire Michel Leblanc, Second Life pourrait résoudre les problèmes des gaz à effet de serre, si toutes les entreprises faisaient travailler leurs employés par avatars interposés. Et les applications pour l'apprentissage à distance pourraient révolutionner l'enseignement.

Un peu agacé, Frédéric Cavazza rappelle que le e-learning existe déjà via le Web. «Nous sommes en train de brouiller le message pédagogique! On n'a pas besoin de Second Life pour faire du e-learning, on ne



l'a pas attendu pour en faire.» Quelle vision de la pédagogie donne-t-on dans un monde virtuel où on peut avoir un pénis volant pour avatar?

Pourtant, des expériences concluantes ont été réalisées en recherche médicale. Ainsi ce spécialiste des troubles mentaux qui a créé un univers dans Second Life pour faire comprendre à ses étudiants ce qu'était le vécu d'un schizophrène lorsqu'il croit que les murs saignent. Cet univers est maintenant utilisé pour expliquer aux familles ce que vit un de leurs membres atteint de schizophrénie. Des expériences avec des autistes atteints du syndrome d'Asperger ont également été concluantes, rappelle Michel Leblanc.

«Il existe effectivement des applications qui sont très bonnes dans Second Life, concède Frédéric Cavazza. Mais l'application pour les entreprises reste complexe.»

Un partout, la balle au centre..

[Sophie Bernard]

ceim "... une expertise unique à votre service"

Le Centre d'entreprises et d'innovation de Montréal (CEIM) est voué à la création et au développement de nouvelles entreprises, et spécialisé notamment en technologies de l'information et en multimédia.

•Le CEIM offre une gamme complète de services conseils en démarrage d'entreprises.

•Le CEIM vous offre une formule d'encadrement sur mesure, adaptée à vos besoins, à des tarifs abordables.

•Le CEIM est constitué d'une équipe multidisciplinaire chevronnée qui saura vous faire profiter de son expérience et de son réseau d'affaires.

•Le CEIM offre des espaces locatifs à des conditions avantageuses.

La direction, département des nouvelles technologies

téléphone : (514) 866-0575 poste 208 ou 209
télécopieur : (514) 866-3591

**33, rue Prince
Montréal (Québec) H3C 2M7
www.ceim.org**