

Second Life : de l'argent pas si virtuel que ça

01/06/07

C'est le jeu à la mode. Un monde virtuel recrée de toutes pièces et aux ressemblances avec notre quotidien frappantes. Et si, comme le dit le dicton « l'argent n'a pas d'odeur », il en a encore moins sur Second Life. Or sans argent, difficile de se faire une place dans cette dimension parallèle.

Dans Second Life, tout a un prix. Et pour coiffer, habiller, déplacer votre avatar – votre double virtuel – il faudra vous acquitter d'une redevance, bien réelle cette fois. Car ce que vous payez sur Second Life en Linden dollars (270 linden dollar pour 1 dollar américain) est directement débité sur votre compte-chèque tangible.

Acheter un lopin de terrain virtuel - les fondateurs et les 150 salariés de Second Life se rémunèrent sur la vente de la terre et sur les droits de douane -, jouer au casino, boire un verre dans un bar irlandais... les tentations sont nombreuses pour les 20 000 résidents actifs sur les 6 millions d'inscrits, qui se créent une vie de toutes pièces chaque jour sur Second Life. Chaque mois, il s'échangerait 7 millions de dollars dans cet univers en 3D. Face à cette manne financière, les directions marketing des grands groupes internationaux n'ont pas su résister longtemps. Mercedes propose de tester la nouvelle Classe C sur un circuit virtuel.

T-Mobile sponsorise le terrain de la NBA...

Lancôme et Jean Paul Gaultier offrent du parfum pour permettre aux avatars masculins de séduire la gent féminine. Lacoste a organisé un casting pour trouver l'avatar qui sera à l'affiche de sa prochaine campagne de publicité...

Difficile pour les sociétés françaises de rester insensibles à ce phénomène de mode alors que la majorité des visiteurs de ce « métavers » (univers virtuel) est européenne.

Ainsi, notre avatar journaliste y a retrouvé l'avatar de Cetelem, la filiale de BNP Paribas pour le crédit à la consommation, appelé Credito. Pour la banque, « cette présence sur Second Life est un nouvel exemple de la forte volonté de Cetelem d'exploiter au mieux les nouvelles technologies, notamment Internet, dans l'intérêt de ses clients. »

En 2010, on estime que 80 % des 500 plus grandes entreprises mondiales auront une présence virtuelle.

Les entreprises y ont trouvé un formidable créneau publicitaire même s'il semble difficile pour elles de transformer ce buzz en un vrai canal de distribution.

En revanche, elles ont compris l'avantage à s'installer dans cet univers pixellisé en terme de recrutement.

Car Second Life, c'est un moyen de se faire connaître en tant que salarié mais aussi en tant qu'employeur. Ainsi, IBM a ouvert un bureau de recrutement, Vedior France y a placé cinq recruteurs afin de repérer les profils intéressants et de transmettre les CV à leurs clients. La société de conseils Accenture entend mener prochainement une campagne de recrutement, du « speed recruiting » dans Second Life. En juin, Areva, Alstom, L'Oréal, Cap Gemini et Unilog vont y tenir salon et faire passer des entretiens aux recrues potentielles. Chacun de ces groupes a déboursé environ 23 000 euros pour participer à ce salon virtuel.

Et comme le manque d'information nuit parfois à certaines professions en quête de main d'œuvre, la Fédération de la Plasturgie n'a pas hésité à donner naissance à son avatar, Plastine Edman, pour faire découvrir les métiers liés à la fabrication des produits en plastique.

Et comme si Second Life n'était pas assez réaliste par certains aspects, on y retrouve même des administrations internationales. Après les partis politiques - la campagne présidentielle française a vu naître « l'île UMP », transformée depuis en « île Sarkozy » et le comité de campagne virtuel « Désirs d'avenir » - et le gouvernement des îles Maldives, la Suède vient d'ouvrir une ambassade pour promouvoir la culture du pays. A partir du 1er juin, l'établissement numérique ouvrira en permanence et sera géré par l'Institut suédois, une administration qui dépend du ministère des Affaires étrangères. Les avatars de Second Life ne pourront pas obtenir de visa mais y trouveront des conseils sur les démarches administratives pour venir en Suède.

Coût de l'opération : 1 200 euros de foncier pour un coût total d'au moins 40 000 euros tout de même.

Les médias sont aussi le quatrième pouvoir sur Second Life. Une première conférence de presse s'est même tenue en mai dernier pour le lancement de « l'île ING Renault F1 Team », en présence du pilote Heikki Kovalainen, ou plutôt de son avatar. BBC et l'agence de presse Reuters y ont ouvert des bureaux. Tout comme Reporters sans Frontières qui a installé une réplique de sa « Maison des journalistes » à Paris et qui accueille des journalistes étrangers contraints de fuir leur pays.

Francebourse.com – Alexandra Voinchet

http://www.francebourse.com/fiche_news_3320.fb#