



Les entreprises s'offrent une vitrine virtuelle sur Second Life

Dans la foulée des Américains, de grandes entreprises françaises font leurs premiers pas dans le monde parallèle de Second Life. Un laboratoire qui leur permet de tester des concepts, faire de la publicité et lancer de nouveaux produits. Vers une nouvelle forme de business ?

ENQUÊTE RÉALISÉE PAR VALÉRIE HACOT

C'EST le dernier endroit à la mode. Renault Formule1 vient d'y implanter un stand, Accenture France y lancera une opération de recrutement à la mi-juin, tout comme Alstom, Areva, Capgemini, L'Oréal et Unilog... Depuis quelques semaines, les entreprises françaises s'intéressent de très près à Second Life. Un univers qui n'existe pourtant pas dans la réalité mais seulement sur... Internet. Second Life, littéralement « deuxième vie », est un monde virtuel en trois dimensions où les utilisateurs évoluent sous les traits d'un avatar, leur double numérique. Plus de 6 millions de personnes (surtout des 25-34 ans) se sont déjà connectées. Mais le noyau dur de la communauté, des accros en ligne chaque jour pour habiter, consommer, créer, se distraire dans ce monde parallèle, ne regroupe que 20 000 à 40 000 individus dont 8 % de Français, troisième tribu du site derrière celle des Américains (31 %) et des Allemands (16 %). Il faut dire que les premiers pas sur le site pour prendre ses marques sont particulièrement rébarbatifs.

Pas de quoi cependant décourager les grandes entreprises. Les groupes américains ont été les premiers à flai-

rer le bon filon. En septembre, IBM y a investi 10 millions de dollars. American Apparel, Dell, NBC, Microsoft, Amazon, AOL, Pontiac... la liste ne cesse de s'allonger.

Les marques de luxe occupent le terrain

Depuis quelques mois, les Français commencent à faire une percée. Dior, une des marques pionnières, qui a dévoilé en janvier sur Second Life les dernières créations en haute joaillerie de Victoire de Castellane, ne regrette pas son choix : « On a eu des

retombées médiatiques dans le monde entier », confirme la direction. Dans la foulée, Jean-Paul Gaultier y a lancé son dernier parfum, Lacoste et L'Oréal organisé des castings. Le tout pour un investissement relativement modeste : entre 15 000 et 100 000 euros, selon les agences spécialisées.

Une belle vitrine donc, à condition d'avoir un concept novateur. Mais pas seulement. « Les entreprises sont là pour expérimenter et comprendre ce nouveau média. Elles n'y gagnent pas d'argent. Elles y font des innovations, aussi bien en marketing

qu'en relation client », estime Stéphane Bayle, un consultant.

Un constat partagé par BNP-Paribas qui a installé son atelier de veille technologique. « Nous étudions le comportement des internautes et observons le fonctionnement de cet univers », explique Louis Treussard, le responsable. La banque n'en restera pas là. Elle s'appête à lancer un site plus étoffé avec une offre de recrutement pour les jeunes (avec un renvoi vers son site traditionnel).

Une véritable économie se met en place

C'est d'ailleurs un des intérêts de Second Life : tout y est – presque – possible. Des séminaires pour les salariés aux développements de nouveaux produits en associant les internautes... les entreprises ont l'embarras du choix.

Les grandes marques ne sont toutefois pas les seules à y « faire du business ». Comme dans la réalité, une véritable économie s'y est construite. Alléchés par les Linden dollars (la monnaie en circulation sur le site qui s'échange contre des vrais dollars), des milliers d'utilisateurs y ont monté leur entreprise. Un secteur en pleine expansion, même si rares sont ceux qui jusqu'à présent ont fait fortune... Alors Second Life, simple phénomène de mode ou nouvelle façon de communiquer et de faire du commerce ? L'avenir le dira. ■

DECRYPTAGE

- **Second Life** : littéralement deuxième vie. Cet univers virtuel en trois dimensions vise à imiter la vie réelle.
- **Avatars** : ce sont les personnages des utilisateurs de Second Life. Des doubles numériques en trois dimensions.
- **Linden dollar (L\$)** : la devise officielle. Elle s'échange contre d'authentiques dollars américains (266 L\$ = 1 USD). Son cours varie quotidiennement.
- **Frais de transaction** : ils s'appliquent lorsqu'un utilisateur souhaite acheter des Linden dollars (compter 0,23 € par transaction) ou lorsqu'il veut les échanger contre des dollars américains (une commission de 3,5 % du montant).
- **Sim ou île** : c'est un terrain vierge immense. Sa surface correspond à une zone de 65 536 km². Certaines multinationales ont acheté des sims entiers pour s'implanter sur Second Life. Il faut déboursier environ 1 600 dollars à l'acquisition et 195 dollars par mois de... frais d'entretien. Les sommes sont à verser à LindenLab.



Linden Lab : la start-up d'où tout est parti

DERRIÈRE Second Life se cache Linden Lab. Cette start-up, créée en 1999 à San Francisco, est parvenue à imposer son concept de monde virtuel calqué sur la réalité. Elle a été fondée par Philip Rosedale, un petit génie de l'informatique qui a fabriqué son premier ordinateur en école primaire et monté sa première société informatique alors qu'il était encore au lycée.

Des bénéfices top secret

Vice-président de Realplayers (vidéos sur Internet) durant trois ans, l'homme décide de se mettre à son compte. Il crée et installe son entreprise au 333 Linden Street à San Francisco. Le nom du groupe est tout trouvé. Son activité : développer des mondes virtuels sur Internet proches de la « vraie vie ». La start-up survit à l'explosion de la bulle Internet en 2001. En 2002, elle teste Linden World, les prémises de Second Life. L'essai est concluant et, en juin 2003, Linden

Lab lance officiellement son univers virtuel sur le Net. Ce monde parallèle se met petit à petit en place. Fin 2003, tous les objets virtuels inventés par les utilisateurs de Second Life sont protégés par un copyright, et le droit à la propriété des résidents est reconnu. Au fil des ans, Linden Lab ne cesse de développer SecondLife. L'entreprise ne crée toutefois pas de contenu sur son monde virtuel. Elle donne au contraire carte blanche à ses utilisateurs. Et se contente de leur fournir de l'espace et une interface technique suffisante pour que ces derniers laissent libre court à leur imagination débordante. Aujourd'hui, Linden Lab n'a plus rien d'une start-up. Elle emploie près de 150 personnes. En revanche, elle entretient toujours un mystère total sur ses résultats financiers. A l'exception toutefois des montants échangés sur Second Life : vendredi dernier, 1,5 million de vrais dollars (1,1 million d'euros) a été dépensé en 24 heures.

QUESTIONS A...

▷ **Robert VINET**, président de Community Chest, une agence de marketing spécialiste de Second Life.



« Un média à apprivoiser »

Pourquoi une entreprise a-t-elle intérêt à s'implanter sur Second Life ?

Tout d'abord pour profiter des retombées médiatiques qui, à l'heure actuelle, accompagnent invariablement toute nouvelle implantation sur Second Life. C'est donc un bon investissement en termes d'image pour un ticket d'entrée modeste compris entre 15 000 et 100 000 euros. Mais aussi et surtout pour apprendre et comprendre le fonctionnement de ce nouveau média. Enfin, les activités de commerce sont appelées à s'y développer.

Second Life n'est donc pas un simple gadget ?

Au contraire ! Avec Second Life, nous assistons aux prémises de l'avenir d'Internet. La 3D (NDLR: 3 dimensions) est appelée à se développer. Une récente étude de l'institut Gartner affirme ainsi que d'ici à quatre ans, 80 % des internautes auront un avatar et évolueront dans des mondes en trois dimensions.

Y a-t-il des pièges à éviter pour réussir son implantation ?

Oui. Comme tout nouveau média, il faut l'apprivoiser. Ce n'est pas toujours aisé sans aide extérieure. Et surtout, développer au maximum l'interactivité.

Comment fonctionne ce business ?

Les petites entreprises

L'immobilier



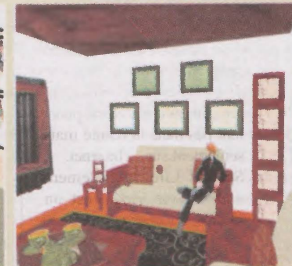
Des terrains, des maisons, des îles entières... le marché de l'immobilier est en plein boom.

Les boutiques



Des milliers de boutiques de ventes d'objets virtuels se sont créées.

Les services



Le thérapeute propose des séances de cinquante minutes à 27 000 Linden dollars, la monnaie locale (environ 75 €).

et aussi...

Tout se vend : des robes, des pantalons, des chaussures, des montres, des lunettes. Mais aussi des maisons, des meubles, des œuvres d'art. Une boutique de kebabs y a été aperçue!
On peut acheter des pas de danse et même des positions sexuelles. Pour se faire (un peu) d'argent, on peut aussi décrocher un petit boulot (agent immobilier...).

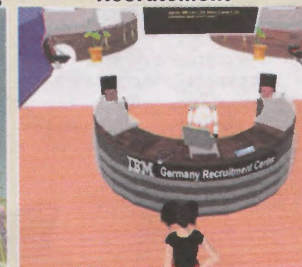
Les grandes entreprises

Communication - marketing



Dior a dévoilé des créations de bijoux. L'Oréal et Lacoste ont organisé des castings.

Recrutement



IBM a son bureau de recrutement. Un salon sera organisé le 21 juin, Alstom ou Areva y chercheront des candidats.

Innovation



BNP-Paribas observe les nouveaux modes de communication. Toyota a testé un modèle, le Scion XB.

et aussi...

Du commerce en ligne : IBM y vend de vrais PC, American Apparel, une marque de vêtements, ses dernières collections. Des réunions de travail s'y déroulent, notamment les salariés d'IBM. Les grands groupes peuvent aussi y organiser leurs conférences de presse. Les universités y dispensent des cours. C'est le cas de Harvard, MIT ou l'Insead.

TMP NEO

R. S. (P)

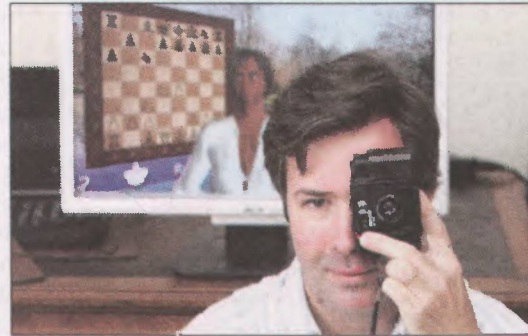
L'avatar, c'est votre double numérique sur Second Life

PHOTOS/COPYRIGHT 2007, LINDEN RESEARCH, INC. ALL RIGHTS RESERVED. DIOR



« Je gagne entre 1 500 et 2 000 dollars par mois »

UN PRÉCURSEUR. Connecté dès 2004, Stéphane a été un des premiers 500 micro-entrepreneurs à lancer une activité sur Second Life. « A présent, je gagne entre 1 500 et 2 000 dollars par mois », constate-t-il (NDLR : entre 1 100 et 1 400 euros). De quoi lui assurer un solide complément de salaire. Cadre supérieur à la direction informatique d'un grand groupe français le jour, Stéphane, 40 ans, passe toutes ses soirées, ou presque, dans cet univers virtuel, sous les traits de Stéphane Zugzwang. « La première année, j'y allais pour m'amuser. » Puis, dès 2005, Stéphane a décidé de créer et vendre des objets virtuels. « J'ai conçu des échiquiers que je vendais 390 Linden dollars pièce (soit 1 USD). Ensuite, j'ai monté un club d'échecs. Plus récemment, j'ai découvert un nouveau concept : les panoramas en trois dimensions. »



Stéphane, 40 ans, micro-entrepreneur. LP/Carol AMAR.

Stéphane vend aux avatars des coffrets à thème baptisés « Virtual Room » – littéralement pièce virtuelle. A l'intérieur, un univers en 3D de New York, Paris, La Baule... créé à partir de photos réelles

prises par Stéphane. Lorsque l'avatar déballe son coffret, il peut alors s'immerger dans cet univers multidimensionnel et s'y déplacer à loisir, sans bouger de son appartement virtuel. La sensation de réalisme est saisissante... Et le succès rapide.

Pour présenter ses produits, Stéphane a installé un magasin sur une partie des 16 000 m2 de terrain virtuel qu'il loue à Linden Lab (pour 75 dollars américains par mois). Ses clients achètent

seuls dans la boutique le coffret virtuel de leur choix à des prix variant de 500 (1,5 USD) à 5 000 Linden (15 USD). Après trois années passées à écumer les moindres recoins de cet univers virtuel, Stéphane est convaincu de son gigantesque potentiel. « A la fin des années 1980, j'ai assisté aux premiers pas d'Internet. Aujourd'hui, avec Second Life, j'ai un sentiment de déjà-vu. » Pour lui, pas de doute, ce nouveau média va révolutionner notre façon de communiquer. Il s'apprête à quitter son travail actuel pour se consacrer exclusivement au site : « Je suis consultant pour aider les entreprises à tirer parti des mondes virtuels. »

Tout se vend !

IL Y A quelques mois, Anshe Shung est devenue la première millionnaire en dollars de Second Life. La recette de cette jeune Allemande d'origine chinoise ? La vente de maisons design.

Comme elle, ils sont un bon millier à avoir monté une activité dans l'univers numérique. Objets virtuels – que les utilisateurs s'arrachent pour habiller leurs avatars, décorer leurs maisons – et services en tout genre... Tout se vend et tout s'achète. « Créer un business est relativement facile. Cela demande du temps, mais pas de grandes compétences techniques », constate Stéphane Pilet auteur de « Créer son commerce sur Second Life »*.

Les créations sont virtuelles mais les sommes encaissées bien réelles. La monnaie locale, le Linden dollar, étant convertible en billet vert. Plus de 1 million de dollars sont dépensés chaque jour.

Faire fortune reste pour le moment très exceptionnel. Et ces micro-entrepreneurs doivent garder en tête que des contraintes bien réelles pourraient un jour ou l'autre les rattraper : « Il y a du flou sur la question fiscale. Pour l'heure, le fisc ne s'intéresse pas aux bénéfices générés par les internautes sur ce site mais on ne sait jamais », explique Stéphane Pilet. Vers une déclaration d'impôt virtuelle ?

*Edition Focus O'Reilly