

LE PLUS CÉLÈBRE DES MONDES VIRTUELS CHERCHE À S'OUVRIRE VERS L'EXTÉRIEUR

# La seconde vie de Second Life

Créé il y a cinq ans, Second Life régnait paisiblement sur la galaxie des mondes parallèles... L'irruption soudaine d'univers virtuels rivaux, lancés par des géants bien réels tels Google ou Sony, l'oblige aujourd'hui à se remettre en question. Pour assurer la pérennité de son monde en « 3D », la société californienne Linden Lab explore des pistes susceptibles de lui assurer de nouvelles sources de revenus et une audience plus large.

CHARLES DE LAUBIER

La guerre des mondes virtuels a peut-être commencé. Jusqu'à présent, le plus célèbre d'entre eux, Second Life (SL), s'était accom-

modé des There, Kaneva, HiPiHi, Entropia Universe et autres Electrotank ou Gaia Online... Des concurrents directs, mais discrets, qui n'ont jamais remis en question sa domination. Mais, d'ici peu, l'univers en 3D créé par la société californienne Linden Lab risque de voir ses plates-bandes piétinées par des rivaux autrement plus puissants... Début juillet, le géant Google a ouvert le feu avec Live.ly, un nouveau monde parallèle fonctionnant selon les mêmes principes que SL. Sony devrait lui emboîter le pas dans quelques semaines en Europe, avec le lancement de Home, un produit destiné à sa console de jeux PS3. La major du disque EMI est elle aussi en embuscade : voilà peu, elle s'est adjoint les services d'un certain Cory Ondrejka, qui n'est autre que l'ancien directeur technique de Second Life... Tout ce petit monde virtuel se retrouvera à Londres, les 20 et 21 octobre, pour sa grand-messe, Virtual Worlds.

Pour Linden Lab, l'arrivée de ces nouveaux acteurs annonce peut-être la fin d'un âge d'or. La banalisation, en tout cas, d'un concept découvert il y a cinq ans, déjà, par le grand public. Sur la planète Second Life, les « résidents » s'inventent une autre vie, dans la peau de personnages virtuels – leurs « avatars ». Ils y font des rencontres comme à un bal masqué, créent, investissent dans l'e-foncier et s'efforcent même de gagner de l'argent en lançant toutes sortes d'activités. Car SL dispose de sa propre monnaie, le Linden dollar (LS). Une devise que ses détenteurs ont la possibilité de convertir en vrais dollars américains (le cours officiel est d'environ 265 LS pour 1 dollar).

**Vers une fiscalité des revenus virtuels ?** Du coup, une sorte d'économie parallèle a vu le jour sur Second Life. A l'intérieur du monde virtuel, l'équivalent de 400 millions de dollars « US » circulent chaque année entre résidents ! Et comme il est possible de transformer ces sommes fictives en vraie monnaie, certains en profitent pour faire fortune : récemment, la barre des 10 millions de dollars d'échanges mensuels a été franchie, et, à ce jour, plus de 60.000 « Resi's » – le petit nom des habitants de SL – tiraient un revenu de leurs activités virtuelles. Il est vrai que Linden Lab leur reconnaît un droit de propriété intellectuelle sur toutes leurs créations (mobiliers, vêtements, décors, etc.). Le phénomène a pris une telle ampleur qu'un économiste, Dan Miller, a été chargé par le Congrès américain de réfléchir à la fiscalité de ces mondes virtuels. Pour le moment, « il ne semble pas que l'on s'oriente obligatoirement vers la taxation de ces revenus virtuels, indique-t-il aux "Echos", à moins que ces derniers ne soient convertis en dollars ». Mais une mesure de ce type existe déjà en Europe, où les transactions externes entre les résidents et Linden Lab sont soumises à la TVA. La rançon du succès, sans doute, pour la société californienne, qui est aujourd'hui confrontée à bien d'autres défis.

Sur le papier, la fréquentation de Second Life continue certes de progresser – sa population a même dépassé en septembre le seuil des 15 millions de résidents – mais après l'engouement des premières années, un très net tassement se fait sentir. Désormais, le nombre de visiteurs actifs stagne à moins de 1 million par mois. On est loin des performances affichées par des réseaux sociaux comme Facebook ou MySpace, qui revendiquent plus de 100 millions d'utilisateurs chacun. Dans ces conditions, SL peine



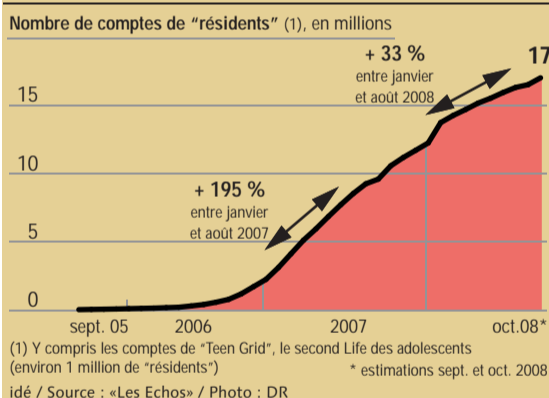
**Second Life, mode d'emploi**

Pour rejoindre Second Life, il suffit de se connecter à l'adresse <https://join.secondlife.com>, de télécharger puis d'ouvrir le logiciel. Les flèches du clavier permettent de se déplacer avec son avatar.

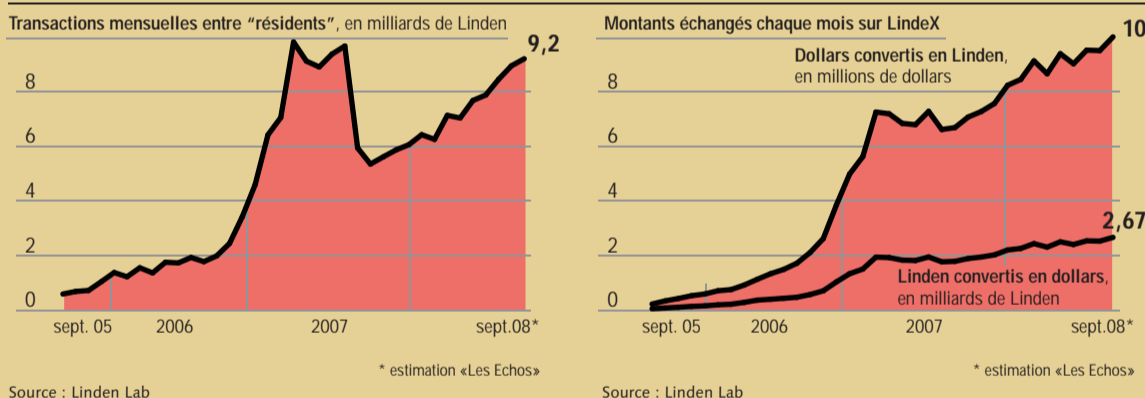
Les résidents peuvent cueillir des Linden dollars (LS) sur des « arbres à sous ». Pour changer des dollars en LS, l'utilisateur peut se rendre sur LindeX ou SL Exchange.

Une inscription sans frais permet d'ouvrir un compte « basic », doté d'un crédit de 250 LS. L'abonnement « premium », lui, coûte 9,95 dollars par mois (6 dollars si l'on s'engage pour un an). Le compte est alors crédité de 1.000 LS et s'enrichit de 300 LS par semaine. En prime, un terrain de 512 m<sup>2</sup> est offert au nouvel abonné.

**La croissance de la population ralentit**



**Les transactions virtuelles se développent, les échanges avec l'économie réelle aussi**



En expansion rapide en 2007, avec une population et des transactions entre résidents en forte hausse, Second Life voit aujourd'hui sa croissance se tasser. Et cherche à la relancer.

à traduire son audience en recettes publicitaires et s'interroge sur son modèle : combien de temps les abonnements « premium » (voir le « mode d'emploi » ci-dessus) et les « honoraires » prélevés sur les terrains des résidents suffiront-ils à faire vivre l'entreprise ? Sans dévoiler son chiffre d'affaires, Linden Lab assure pouvoir payer sans mal ses 300 employés. Il n'empêche... Pour beaucoup, l'heure des remises en question a sonné, et l'arrivée d'un nouveau patron, Mark Kingdon, qui a succédé il y a cinq mois à Philip Rosedale, cocréateur de Second Life, marque une nouvelle étape. Celle du retour aux réalités économiques. S'il veut pérenniser SL, le management de Linden Lab doit trouver de nouvelles sources de revenus.

Le premier objectif de Mark Kingdon – ancien consultant associé de PricewaterhouseCoopers – est d'immerger les entreprises et les professionnels dans son monde virtuel, par le biais de formations, de vidéo-

conférences, du télétravail, de recrutements en ligne ou encore de jeux de stratégie (« serious games »). « Notre programme Web Media Initiative consiste à importer des données dans Second Life, non seulement des vidéos de YouTube et de Dailymotion, mais aussi des outils de travail tels que des présentations de type PowerPoint ou des traitements de texte », explique le nouveau directeur général de Linden Lab. Dans cet esprit, les équipes de SL entendent monétiser autant que possible tout ce qui relève du business ou du commerce virtuels.

**Des entreprises très présentes**

Des entreprises du monde réel sont déjà présentes dans cette « seconde économie ». Y a-t-il pignon sur rue fait désormais partie des outils de communication. Et pour cause : le temps passé chaque mois sur Second Life par l'ensemble des résidents dans le monde devrait bientôt dépasser les 35 millions d'heures et, selon le cabinet

Gartner, l'impact des mondes virtuels sur les entreprises devrait, à terme, être aussi important que celui d'Internet ! Une perspective alléchante pour les grandes enseignes, qui clignotent désormais en 3D : Adidas, Apple, Auchan, BMW, Caisses d'Épargne, Dior, BNP Paribas, Intel, L'Oréal, Saint-Gobain ou encore Yves Saint Laurent font déjà partie de l'univers Second Life. Les sociétés de conseil en mondes virtuels, elles aussi, s'activent, à l'instar de Stonfield Inworld, qui compte bientôt lancer dans SL une sorte de supermarché d'e-commerce. RIL Shopping, c'est son nom, vendra de vrais produits (voitures, vins, textile, high-tech...) que les résidents pourront payer en Linden dollars mais aussi, via un paiement en ligne, en dollars américains ou en euros.

Une chose est sûre : pour trouver un second souffle, Second Life va devoir faire preuve d'imagination. Les pistes explorées démontrent en tout cas sa volonté de s'ou-

vrir sur le monde extérieur. A terme, l'idée serait par exemple de faire communiquer les avatars de SL avec la vie réelle, moyennant paiement (lire ci-dessous). Les équipes de Linden Lab cherchent par ailleurs à multiplier les échanges avec les sites communautaires. A terme, des solutions techniques devront permettre aux résidents de s'identifier sur n'importe quel réseau, à partir d'un mot de passe unique. « Nous cherchons à transférer des identités entre les mondes virtuels et les sites tels que Facebook et MySpace », confirme Mark Kingdon.

**L'avenir est à la « téléportation »**

En empruntant cette voie, Linden Lab renonce à son « monopole » d'accès à son propre univers pour mieux gagner en visibilité. Son objectif étant de rapprocher Second Life du navigateur Web des internautes, à la maison comme au travail, comme cela s'est fait par le passé entre les e-mails et le Web. « Nous explorons les possibilités d'un Internet 3D standard et interopérable, explique le patron de SL. Depuis janvier 2007, une communauté de développeurs accède gratuitement aux codes de notre logiciel de visualisation. » Grâce à ces travaux, de petits logiciels de lecture Web ont récemment fait leur apparition – comme AjaxLife ou Daden Navigator – et permettent de surfer dans SL sans avoir à installer les 35 mégaoctets du logiciel SL ou à charger l'application à chaque fois.

Dans cette logique, l'avancée ultime sera sans doute, demain, la « téléportation », comprenez la possibilité pour un avatar de passer d'un monde virtuel à l'autre. Une piste que Mark Kingdon reconnaît explorer « activement », et qui pourrait être selon lui « la clé de la croissance ». Peut-être la seule façon aussi d'éviter une concurrence fratricide avec les autres mondes parallèles.

**Allo, le monde réel ?**

**Mobile.** Le virtuel, c'est bien. Mais ce sera encore mieux quand les résidents des univers en 3D pourront communiquer avec le monde réel. A l'intérieur de Second Life, le téléphone sur Internet (VoIP) fonctionne déjà. Ses créateurs veulent aller plus loin : « Nous avons lancé début septembre une messagerie instantanée, baptisée "SLim", permettant de passer aisément de la voix au texte et d'engager une discussion en ligne avec des amis "in world" [à l'intérieur du monde virtuel, NDLR], sans avoir à ouvrir toute l'application 3D », rappelle Mark Kingdon, directeur général de Linden Lab. La prochaine étape sera le téléphone mobile.

Une nouvelle source de revenus potentielle, comme l'explique Joe Miller, alias « Zero Linden », vice-président développements de Linden Lab : « Second Life doit s'étendre au-delà de ses frontières et permettre des connexions permanentes quel que soit l'endroit où l'on se trouve. » La société californienne y travaille avec IBM depuis 2007. Son objectif : acheminer des communications voix et des messages courts de type SMS ou MMS entre l'intérieur de Second Life et l'extérieur, tout en utilisant l'identité des avatars. Jusqu'en mai dernier, Vodafone a par ailleurs testé un service baptisé « InsideOut », permettant de

communiquer en SMS ou appels vocaux sur une certaine de numéros mobiles virtuels utilisés dans SL. C'est le vrai téléphone portable qui sonne, mais le créateur de l'avatar n'a pas à donner son « vrai » numéro. « Plusieurs partenaires adaptent Second Life aux mobiles », se félicite Mark Kingdon. Une startup américaine, Vollee, a par ailleurs lancé en juin une offre d'accès au monde virtuel via un mobile pour « explorer, interagir et communiquer ». Au Japon, NTT DoCoMo propose depuis un an son « Second Life Keitai Viewer ». De son côté, Swisscom teste la cabine téléphonique virtuelle pour l'envoi de textos.