

— Note de —

PROSPECTIVE

MÉTAVERS

**NOUVEAUX PHANTASMES OU
NOUVEL INTERNET ?**

2021





MÉTAVERS

D'où vient-il ?

Le Métavers (Metaverse en anglais) est un néologisme inventé par le romancier Neal Stephenson dans son livre « Le Samurai Virtuel » (« Snow Crash » en anglais) en 1992. Il désigne, étymologiquement, un univers « au-dessus » de l'univers et, finalement, une alternative au « Cyberspace », pierre angulaire du cyberpunk popularisé par William Gibson. Sa vision aboutie est le sujet du film de Steven Spielberg « Ready Player One » sorti en 2018.

Vous êtes déjà un peu perdu ? Ça ne va pas s'améliorer. Le métavers est, avant tout, un repère culturel pour la génération des millenials.

Le Métavers est revenu sur le devant de la scène suite à l'annonce de Marc Zuckerberg, le PDG de Facebook de renommer la holding du groupe « Meta ».



Qui est-il ?

Le Métavers est censé regrouper dans un espace virtuel unique à la fois l'ensemble des « mondes » créés dans différents jeux vidéo, c'est un moyen de voyager entre eux avec un même avatar personnel et une connexion au monde réel via la réalité virtuelle et augmentée. Facebook/Meta compte mettre à disposition la première plateforme permettant de faire ces liens et d'assurer la persistance des éléments qui y seront créés : Horizon Worlds. Le PDG de la firme y voit même le futur d'internet pour ne pas dire le futur internet.

Plus concrètement, il s'agit d'un ensemble d'espaces virtuels interconnectés et dans lesquels différents utilisateurs peuvent partager des expériences immersives en 3D temps réel. En fait, c'est comme si on pouvait passer d'un jeu vidéo à un autre en conservant le même avatar et la même interface, avec la même simplicité que pour traverser une pièce dans la vraie vie.

En attendant, les médias et les services marketing appellent Metavers tous les espaces (pour l'instant séparés) dans lesquels vous êtes représentés par un avatar personnalisé et sur lesquels vous pouvez agir, construire, communiquer, échanger avec une persistance. C'est-à-dire, en clair, que tout ce que vous avez construit ou acquis le lundi, reste disponible le mardi quand vous vous connectez à nouveau.



À quoi servira-t-il ?

LE RENOUVEAU DES MÉDIAS SOCIAUX

Même si de nouveaux acteurs voient le jour régulièrement, le paysage des médias sociaux est aujourd'hui mature et dominé par quelques acteurs (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Tik Tok, ...). Et ses audiences sont en déclin. Surtout auprès des jeunes.

Pour de nombreux annonceurs, le gaming est LA clef pour atteindre cette cible qui, par ailleurs, rappelle-le, ne lit pas de magazine, ne regarde pas la télévision et n'écoute pas la radio.



UN OUTIL AU SERVICE DE LA SANTÉ

Si vous pensez que passer encore plus de temps devant les écrans n'est pas bon pour la santé, c'est que vous ne connaissez pas le terme de « Techceutical ». Ce néologisme désigne la fusion entre bien-être physique et vie numérique, et encourage une bonne hygiène numérique dans le Métavers. Les consommateurs confirment. En effet, 81 % des personnes interrogées par Wunderman Thompson prétendent allumer leur console pour se détendre, et plus de la moitié disent qu'ils sont physiquement (55%) et mentalement (56%) en meilleure santé grâce à la technologie. Et les autorités s'y mettent. En juin 2020, EndeavorRx d'Akili Interactive a été approuvé par le Food and Drug Administration (FDA), ce qui en fait le tout premier jeu vidéo sur ordonnance. Conçu pour traiter le TDAH chez les enfants.

Sur un autre plan, les capacités de modélisation, de diffusion et de partage du Métavers permettrait à différents médecins de se pencher sur un cas complexe et apporter une réponse pertinente en mettant leurs intelligences en commun, et en ayant accès à toutes les informations nécessaires et de pouvoir converser entre eux et avec une ou des IA.

UNE NOUVELLE EXPÉRIENCE DU SPECTACLE

Une fois n'est pas coutume, nous disposons d'un mot français pour désigner cette nouvelle expérience : Les espaces liminaux.

Dream, inspiré du Songe d'une nuit d'été, a ainsi été conçu sous la forme d'une performance interactive avec des acteurs en direct. Le spectacle immersif intègre lumière et technologie pour transformer les acteurs sur scène et amener le public dans la production pour une expérience presque semblable à un jeu. Or l'étude américaine montre que 78% des personnes interrogées sont prêtes à assister à un concert virtuel et 87% pour un film.



Extrait du spectacle Dream. Source : theluxereview.com



UNE NOUVELLE FAÇON DE VOIR À LA FOIS LE RETAIL ET LE E-BUSINESS

Selon l'indice de vente au détail américain 2020 d'IBM, la pandémie a accéléré le passage des magasins physiques au numérique d'environ 5 ans. Le débat n'est plus vraiment de savoir si les gens préfèrent l'achat en ligne ou en physique. Tous les acteurs du retail à travers le monde convergent vers une expérience phygital. Le sujet porte davantage sur les différences de comportement en fonction de l'âge : les jeunes consommateurs préfèrent les achats en ligne et les consommateurs plus âgés préfèrent faire leurs achats en personne.

Dans ce contexte, imaginez la possibilité d'un achat sur un objet que vous voyez dans un jeu... Ou d'un vêtement que vous avez vu sur l'avatar de quelqu'un d'autre... Et, selon votre âge, que penseriez-vous d'un magasin qui vous permet de visualiser des conseils sur l'utilisation d'un produit... rien qu'en le visualisant à travers votre smartphone.



Animal Crossing & H&M collaborent ensemble pour une collection virtuelle & responsable.

UN NOUVEL OUTIL AU SERVICE DE LA SOCIÉTÉ ET DU BIEN COMMUN

Il y a aujourd'hui 4,6 milliards d'internautes actifs sur la planète. Leur comportement vis-à-vis des nouvelles technologies est assez complexe et imprévisible mais 88% des consommateurs mondiaux disent que leur "moi en ligne" devrait refléter leur éthique de la vie réelle et leurs valeurs.

Quelques entreprises commencent à utiliser cette tendance. Ainsi, H&M a proposé le recyclage virtuel dans Animal Crossing en avril 2021, avec des utilisateurs capables de recycler les tenues de jeu en de nouvelles grâce à une version en ligne de son système de recyclage vêtement-à-vêtement disponible aussi en magasin. Un des enjeux majeur et croissant de ces entreprises est de capter l'attention des personnes désireuses de faire "le bien" en ligne au service de leur image.



QUELLES SONT SES CHANCES DE SURVENANCE ?

DE GROS INVESTISSEMENTS

Facebook/Meta fait tout pour qu'elles soient bonnes ! L'entreprise emploie, en effet, 10 000 personnes sur ce sujet, prévoit d'en recruter 10 000 autres en Europe et a dépensé plus de 10 milliards de dollars sur le sujet rien qu'en 2021.

DE NOUVEAUX BUSINESS MODELS

Le mot clef est ici « DTA » pour Direct To Avatar. Il désigne simplement le fait d'acheter des biens virtuels pour son avatar, c'est-à-dire, son soi numérique.

Vous pensez que c'est du bluff ? The Fabricant, une maison de couture exclusivement numérique s'est créée sur le principe que les vêtements n'ont pas besoin d'être physiques pour exister. Vous pouvez, cela dit, les acheter pour votre avatar avec du « vrai » argent. Une robe numérique s'est ainsi vendue 9500\$ en 2019. En février 2021, RTFKT Inc. (prononcez "artefact") a vendu 600 paires de baskets numériques, conçues en partenariat avec l'artiste Fewocious, en seulement 7 minutes, générant 3,1 millions de dollars. En juin 2021, un sac Gucci uniquement numérique a été vendu sur la plateforme de jeu Roblox pour plus de 4000\$, ce qui est plus que le coût du sac physique. Et la firme n'en est pas à son coup d'essai. Elle avait réalisé en janvier, avec North Face, une collection spéciale pour avatars dans Pokemon Go, et en mars, 25 modèles de baskets virtuelles à 12 dollars que vous ne pouvez voir qu'en réalité augmentée avec la plateforme de développement Wanna. Ralph Lauren, quant à lui, a lancé en août, une collection de 50 vêtements disponibles à l'achat sur l'application Zepeto.

Les constructeurs automobiles ne sont pas en reste. Maserati, Aston Martin et Tesla ont sorti cette même année des modèles virtuels de leurs véhicules sur l'application chinoise Tencent Game for Peace.

Virgile Brodziak, directeur général de Wunderman Thompson Paris, entreprise qui a réalisé la dernière étude sur le sujet « Into The Metaverse » commente : "En fait, le mécanisme est exactement le même que lorsque nous achetons en physique. C'est une question d'expression de soi ou de statut social".

UNE TECHNOLOGIE POUR GARANTIR LA PROPRIÉTÉ NUMÉRIQUE

En 2003 est sortie Second Life. Une plateforme avec des ambitions similaires. Un monde complètement virtuel dans lequel se sont engouffrées nombre de marques internationales. Il était vital d'avoir son agence bancaire ou son magasin de vêtement dans les villes de cet ancêtre du multivers. Mais cette plateforme n'a pas fait long feu devant la déferlante qu'ont été EverQuest et surtout World of Warcraft sorti en 2004, les fameux MMORPG (Massively Multi-player Online RolePlay Game). Si vous avez besoin de regarder la définition qui suit... c'est que vous n'êtes pas un Millennial !



La plateforme Second Life . Source : usbeketrica.com

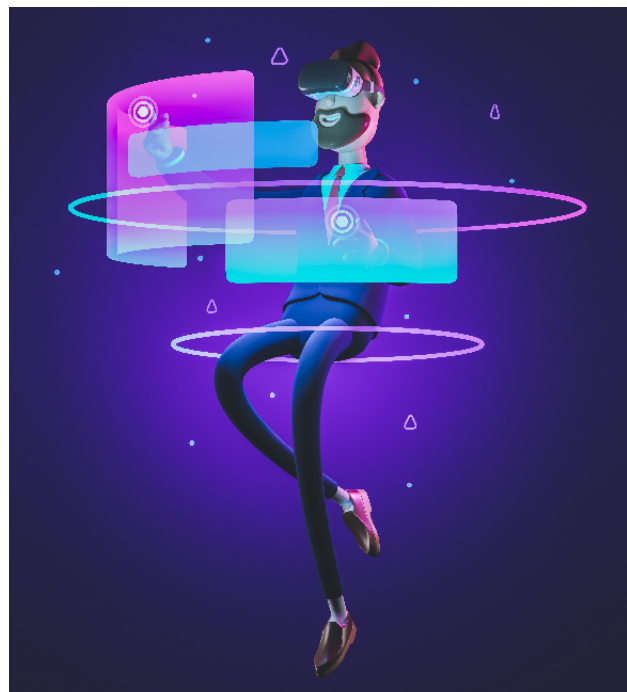
Une des différences majeures entre Second Life et le Métavers sont la présence des NFT (Non Fongible Token). Cette nouvelle technologie issue de la Blockchain (Voir Notre Cahier de la Prospective sur la Blockchain). Si vous êtes, encore une fois perdu(e) avec ces acronymes technologiques, il s'agit simplement d'un titre de propriété numérique qui atteste de façon sécurisée votre propriété d'un bien... digital. C'est cette technologie qui permet d'attester que vous êtes le/la propriétaire légitime d'une carte à l'effigie d'un joueur du PSG ou d'une paire de basket de grande marque qui équipe votre avatar. Avant l'apparition de cette tech-



nologie, toutes les créations numériques pouvaient être copiées sans qu'on puisse retracer l'historique de sa possession et de son créateur originel. Ce n'est plus le cas avec les NFT qui vont être, nous le pensons, le grand support du commerce digital des prochaines années.

DES BASES TECHNOLOGIQUES PARTAGÉES EN COUCHE BASSE MAIS ANCIENNE

Même si cette information est restée confidentielle y compris chez les populations les plus techniques, il existe un standard de réalité virtuelle augmentée : le WebXR. Sa meilleure implémentation dans un navigateur est probablement celle de Meta pour l'Occulus Quest et son application la plus populaire est sans doute Mozilla Hub. Gageons que les initiatives qui vont advenir s'appuieront sur cette norme et ne définiront pas la leur.



QUELLES SONT LES DIFFICULTÉS AUQUEL IL DOIT FAIRE FACE ?



Le projet de réalité virtuelle Horizon worlds de Meta.
Source : about.facebook.com

HORIZON WORLDS N'EXISTE PAS ENCORE EN EUROPE

L'application de réalité virtuelle développée par Meta est encore en chantier. Elle n'est même pas encore disponible en Europe malgré les centaines d'années/hommes de développement qui ont été investies.

LES MÉTAVERS ACTUELS SONT STRUCTURELLEMENT NON CONNECTABLES

Le Métavers promet, rappelons-le, la connexion sans couture entre des univers de jeux et de loisirs différents. Le problème aujourd'hui, c'est comment faire communiquer des plateformes développées avec des technologies si différentes. Fortnite, par exemple, a été conçu avec l'Unreal Engine, le moteur 3D d'Epic Games, tandis qu'Horizon Worlds de Meta (ex Facebook) est développée avec Unity, le principal concurrent d'Unreal. Quant à Roblox, il possède son propre moteur 3D.

Ces middlewares qui facilitent considérablement la conception d'une application en 3D temps réel, ne sont absolument pas compatibles entre eux.



NOTRE AVIS SUR LE FUTUR



Le Métavers nous paraît être (quasiment) le seul usage massif et mondial des fonctionnalités offert par la 5G pour les particuliers (Voir Notre Cahier de la Prospective sur la 5G). En effet, si les industriels s'emparent tous les jours de cette nouvelle génération télécom, les particuliers la boudent, faute d'usages. Or si on imagine un espace qui se superpose sur le réel, dans lequel vous pouvez jouer en ligne avec, à la fois, des millions d'autres personnes et votre bande de partenaires habituels, mais aussi, échanger, faire vos courses, être informé(e)s depuis des lunettes connectées ou à travers votre smartphone... la donne change. Une des supériorités de la 5G sur la 4G est le temps de latence (la vitesse avec laquelle votre appareil se connecte à internet). Or, une des raisons de la fin de Second Life était justement ce temps de latence trop élevé. De plus, le très haut débit qu'elle permet vous donne un accès instantané et en temps réel à des téraoctets d'informations, à l'IA et à votre communauté.

Les vrais risques du Métavers sont humains. Chaque évolution technologique dans le domaine du loisir a tendance à enfermer les populations qui y sont les plus dépendantes. Le Métavers, dans sa version rêvée, du moins, augmente, à notre avis ces risques. En effet, si vous êtes représenté par le même avatar, non seulement dans un jeu, mais dans plusieurs univers, le risque que votre image dans le « vrai » monde ainsi que la complexité des relations sociales qu'il implique, vous décourage. C'est un épisode de plus, avec son lot de victimes de cette guerre de l'attention que se livrent les principaux diffuseurs de contenus mondiaux.

POUR CONCLURE

Les médias s'emballent car ça fait longtemps que nous n'avions pas eu le fantasme d'une autre vie où tout serait possible. Le Métavers global va être long à mettre en place si on y arrive un jour. Un Métavers transversal (non global mais commun à plusieurs producteurs de contenu) a de très bonnes chances d'aboutir compte tenu des moyens mis en œuvre, du paysage technologique et des enjeux commerciaux à l'œuvre. Il va entraîner de nouveaux risques d'isolement pour certaines populations.



*vous avez des questions ?
Envoyez-nous un mail à*

contact@syd.fr