

Sciences-Internet-Transformation numérique-Metaverse



LIBREVILLE, 23 janvier (Infosplusgabon) - Pour ne pas rester en marge de la grande vague de la transformation numérique qui déferle partout à travers le monde, Clément Merville le créateur de Teemew, président et co-fondateur de Manzalab, entreprise française pionnière du Metavers d'entreprise depuis 2010, nous entraîne dans un univers qui représente à ses yeux de sérieux atouts.

Par définition, le metaverse (contraction de "méta" et "univers", c'est-à-dire méta-univers) est un réseau d'environnements virtuels toujours actifs dans lequel de nombreuses personnes peuvent interagir entre elles et avec ces objets numériques tout en exploitant des représentations virtuelles - ou avatars- d'elles-mêmes. De quels projets parle-t-on et quelle en est la portée ? À quoi ça sert d'investir autant ? Des multitudes d'interrogation que M. Merville tente de décrypter pour nous.

Nous reprenons en extension et pour ne pas en déformer l'essence, un article paru sur le site : <https://incyber.fr/theme/transformation-numerique/>

Le metaverse loin du réel ?

Le metaverse est un concept de science-fiction que de nombreux acteurs et actrices du secteur technologie envisagent comme le successeur de l'internet actuel. C'est-à-dire des mondes virtuels 3D immersifs, issus des jeux vidéo, rencontrent les réseaux sociaux, les espaces collaboratifs, les places de marché et le e-commerce.

En résumé, le metaverse, nouveau concept américain, s'appuie sur deux technologies en plein essor : la réalité augmentée (AR) et la réalité virtuelle (VR).

Selon Clément Merville, le métavers – conjonction des mots « méta » et « univers », signifie un univers virtuel qui englobe tous les autres univers virtuels. Par univers virtuel, il faut comprendre un environnement 3D persistant, c'est-à-dire qui devient, par sa permanence, une destination pour de nombreuses personnes.

Le concept est-il vraiment nouveau ?

En réalité, le métavers est issu d'un livre de science-fiction sorti en 1992 (Le samouraï virtuel, de Neal Stephenson) et remis au goût du jour en 2011 dans le livre Ready Player One d'Ernest Cline. C'est là que l'histoire devient intéressante. En pleine écriture de son livre, Ernest Cline rencontre Palmer Luckey, le fondateur d'Oculus, société de casques de Réalité Virtuelle (RV) et Mark Zuckerberg, l'emblématique patron de Facebook, pour valider avec eux certaines de ses prédictions.

À partir de là, l'histoire du métavers selon Facebook est tracée. Oculus, créée en 2010, est rachetée par Facebook, pour la modique somme de 2 milliards de dollars, en 2014, soit deux ans à peine après la première commercialisation d'un casque de la marque.

En 2018, Steven Spielberg adapte au cinéma Ready Player One (580M\$ au box-office), vu par beaucoup comme une bande-annonce luxueuse de la vision du métavers de Mark Zuckerberg : à savoir, en 2045, dans un monde en déliquescence, la majorité de la population s'échappe, grâce à des casques de RV et des dispositifs haptiques, dans un monde virtuel de loisirs, le métavers OASIS.

Aujourd'hui, l'offensive médiatique tous azimuts lancée en août par Zuckerberg sur le métavers ambitionne exactement cela : un monde virtuel hégémonique, un grand parc d'attractions pour adultes dirigé par Facebook, dorénavant baptisé Meta (annonce du 28 octobre 2021).

Cette vision englobante va cependant prendre du temps, si elle se réalise. Car des voix s'élèvent contre le principe même du métavers, qui est au fond un standard permettant de conserver son identité numérique quel que soit l'univers virtuel visité. Cette identité numérique unifiée que voudrait nous imposer Meta, et qui signifierait que sa guerre est définitivement gagnée, soulève de nombreuses questions : de sécurité d'abord, politiques ensuite et enfin éthiques.

Certes, cet aboutissement du métavers n'est pas pour tout de suite ; mais alors pourquoi tout le monde parle des métavers actuellement ?

L'acception du terme métavers est celle d'un univers virtuel 3D persistant... qui ne devient réellement un métavers dès lors que suffisamment de monde l'utilise, de façon à y retrouver des personnes à chaque connexion.

Idée reçue n°1 :

Contrairement à ce que Meta veut nous faire croire pour des raisons mercantiles évidentes, le métavers ne nécessite pas forcément de casque de Réalité Virtuelle. En effet, le sentiment de présence dans un lieu virtuel, un sujet qui s'appelle en sciences cognitives la « présence virtuelle », peut très bien être obtenu sur un « écran plat » (PC, Mac, tablette, smartphone). En ce sens, Second Life créé en 2003 par Linden Lab – et qui existe toujours en 2022 sur PC et Mac –, est certainement le premier métavers, avec un pic d'environ 1 million d'utilisateurs réguliers atteint en 2013.

La présence virtuelle repose sur trois piliers :

1- Le sentiment de présence de soi : c'est-à-dire le sentiment d'incarnation. Cela passe bien sûr par l'avatar 3D. Il est intéressant de souligner que des études de sciences cognitives ont montré que plus l'avatar nous ressemble, plus nous allons nous incarner rapidement et facilement dans cet avatar. C'est pour cela que Teemew, la solution française de métavers que ma société édite, a un module permettant, à partir d'un simple portrait (un selfie), de créer un avatar 3D photoréaliste. Notons qu'avoir un avatar qui ne nous ressemble pas est également

très intéressant pour générer de l'empathie envers cet autre corps, comme plusieurs études ont pu le démontrer, en particulier pour lutter contre les discriminations.

2- Le sentiment de présence spatiale : c'est-à-dire le sentiment de se trouver réellement dans un lieu, d'en comprendre la topographie et de savoir s'y déplacer, en le mémorisant. Pour cela, c'est très simple, il faut faire preuve de réalisme, que ce soit dans l'agencement des bâtiments, dans les proportions ou encore dans les matières. Il est essentiel que les lieux soient beaux et agréables. Il est donc recommandé de travailler avec des designers ou des architectes pour concevoir de tels lieux. Une anecdote : on me demande souvent s'il est possible de créer une conférence virtuelle sur Mars. Or, même si cela est techniquement possible, cela n'est cognitivement pas souhaitable : les invités consacraient en effet une grande partie de leur capacité d'attention à s'imaginer sur Mars, plutôt qu'à profiter de la conférence et des rencontres qu'ils pourraient y faire.

3- Le sentiment de co-présence virtuelle : c'est-à-dire le sentiment que les autres avatars que l'on croise sont réellement des personnes et non pas des robots ou des IA (intelligences artificielles). Pour cela, il faut rendre les interactions entre avatars les plus simples et naturelles possibles, en cherchant une fois de plus à se rapprocher autant que possible du réel. Parler avec quelqu'un doit pouvoir se faire tout simplement soit en s'approchant de la personne, soit en cliquant dessus pour l'appeler. Le son peut être spatialisé, pour reproduire une conversation naturelle à plusieurs personnes. Ainsi, nous savons à l'oreille quelle personne s'exprime et nous pouvons tout simplement nous tourner vers elle : elle saura en retour, puisque notre avatar la regarde, qu'elle a capté notre attention. À ce stade, avec le matériel existant et dans l'attente des futurs lunettes XR (XR pour eXtended Reality), il est encore difficile de reproduire les expressions faciales ou les mouvements exacts du corps, toute cette communication non verbale qui compte beaucoup dans l'échange naturel. Une piste peut consister à parfois utiliser la visioconférence en complément de la 3D.

Idée reçue n°2 :

Même si Meta veut nous emmener dans l'OASIS, le grand parc d'attractions virtuel décrit dans Ready Player One, un métavers n'est pas nécessairement un lieu de divertissement et de jeux.

Bien au contraire, nous passons la moitié de notre temps de veille au travail, il est selon moi essentiel de réfléchir en quoi les métavers professionnels peuvent améliorer notre qualité de vie au travail. L'enjeu crucial aujourd'hui est d'essayer de résoudre ce que Microsoft, après avoir mené une étude sur plus de 60.000 salariés, a nommé le « Hybrid Paradox » : hybride, dans le sens télétravail versus travail dans les locaux de l'entreprise. Et paradoxe, car si 70% des salariés, suite à la crise Covid, veulent plus de télétravail dans leur vie (à ce sujet, nous sommes déjà dans « le monde d'après », avec plus du double de télétravail dans leur vie (à ce sujet, nous sommes déjà dans « le monde d'après », avec plus du double de télétravail qu'avant la crise), il y a également 70% des salariés qui se plaignent du manque de relations humaines dans leur travail, de la perte de l'informel et du sentiment d'appartenance à une équipe. Ce paradoxe de l'hybride se traduit par une statistique terrifiante : en ce moment, 40% des salariés veulent quitter leur entreprise !

Il est donc urgent de chercher des solutions qui recréent les échanges naturels, avec leur part de spontanéité et d'informel, entre des salariés qui peuvent être soit en télétravail, soit au bureau.

Redonner un espace commun où tous peuvent se retrouver, en retrouvant des interactions fluides et imprévues, bref, utiliser la technologie des métavers pour remettre l'humain au cœur des entreprises : cela me semble être une approche vraiment prometteuse que celle des métavers professionnels. (Source : <https://incyber.fr/theme/transformation-numerique/>).

FIN/INFOSPLUSGABON/ECO/GABON2022

© Copyright Infosplusgabon