

Le métavers peut-il renouveler le shopping en ligne ?

Gucci, Dyson et d'autres grandes marques expérimentent des expériences virtuelles immersives.

- Par **L'équipe CNET France avec CNET.com**

Mardi 29 mars 2022



Lorsque nous entrons dans le magasin Alo Yoga, le bruit d'une cascade, le gazouillis des oiseaux et nos pas feutrés éveillent nos sens. On passe devant des mannequins blancs sans visage et des étagères remplies de tapis de yoga roses, jaunes et vert d'eau. Des t-shirts, des leggings et des chaussettes tapissent les murs. Pendant un moment, nous oublions où nous sommes vraiment. Puis on réalise qu'on ne peut rien toucher. Nous ne sommes pas dans un magasin physique. Nous sommes assis devant un ordinateur utilisant la plateforme de jeu Roblox, immergés dans un métavers avec une expérience appelée Alo Sanctuary.

- **Métavers : tout ce qu'il faut savoir à propos de la prochaine grande évolution d'Internet**

Dans la vie réelle, la veste GOAT noire et blanche d'Alo coûte 268 dollars. Dans le Sanctuaire d'Alo, les utilisateurs de Roblox peuvent **gagner** cette veste virtuelle après cinq jours de méditation. Le shopping n'a jamais été aussi serein. Ou bon marché.

Le shopping ne se limitera pas aux biens virtuels

Alo Sanctuary n'est qu'un exemple de la manière dont les grandes marques embrassent le **métavers**, ces espaces virtuels où les gens peuvent travailler, se divertir et se rencontrer. Le métavers fait l'objet d'un grand battage publicitaire (Facebook a misé sur son avenir en se rebaptisant Meta) mais il est encore très peu développé. Il pourrait s'éteindre comme tant d'autres concepts avant lui. Pourtant, si ces mondes virtuels se répandent, le métavers pourrait transformer la façon dont les entreprises attirent de nouveaux clients et dont les consommateurs font leurs achats. Contrairement au commerce en ligne classique ou au shopping dans un magasin physique, ces espaces virtuels immersifs repoussent les limites de ce qui est possible dans la vie réelle.



*De nombreuses entreprises font l'acquisition de terrain dans le métavers, notamment dans **The Sandbox***

Gucci, Nike, Vans et Ralph Lauren ont déjà créé leurs propres expériences Roblox, certaines permettant d'acheter des vêtements et des accessoires numériques. Les utilisateurs de Roblox paient les biens numériques en Robux, une monnaie virtuelle qu'ils peuvent acheter avec des dollars ou gagner en développant des jeux pour la plateforme. Roblox n'est pas le seul à pratiquer le commerce virtuel, citons **les français de The Sandbox** qui proposent un métavers taillé pour les NFT et l'immobilier virtuel. Le métavers pourrait englober toute une série d'expériences, accessibles par le biais de jeux, de la réalité virtuelle et augmentée.

Selon les rumeurs, **Apple** travaillerait à la mise au point d'un casque AR/VR, un équipement susceptible de changer la donne pour le commerce dans le métavers. Rec Room, une plateforme de jeu disponible sur les téléphones, les consoles de jeux vidéo et les casques VR, propose un centre commercial virtuel appelé Ink Inc. où les utilisateurs peuvent essayer et acheter des tenues, des meubles, des peluches et d'autres biens numériques pour habiller leurs avatars ou décorer leurs chambres.

C'est beaucoup moins utile si tout ce que vous achetez est limité à une seule application ou à un seul jeu

Le shopping ne se limite pas aux biens virtuels. L'année dernière, Dyson a lancé une application présentant la technologie qui se cache derrière ses produits tels que les sèche-cheveux, les fers à friser et les lisseurs, autant d'articles que les gens peuvent acheter dans la vie réelle. La marque de luxe Balenciaga s'est associée à Fortnite pour vendre non seulement des skins virtuels mais aussi des vêtements Fortnite en édition limitée.

Lors de la conférence SXSW la semaine dernière, Mark Zuckerberg, PDG de **Meta**, a estimé que les personnes évoluant dans le monde virtuel voudraient s'exprimer à travers des vêtements, comme elles le font dans le monde physique. Elles voudront également pouvoir emporter leurs achats numériques, comme une veste ou un pull virtuel, dans différentes expériences. « *C'est beaucoup moins utile si tout ce que vous achetez est limité à une seule application ou à un seul jeu* », pense le fondateur de Facebook.

Créer des expériences immersives



Alo Yoga et Sawhorse Productions ont créé une île virtuelle sur Roblox.

Lorsque Sawhorse Productions a fait équipe avec Alo Yoga en décembre pour concevoir un sanctuaire virtuel dans Roblox, le studio basé à Los Angeles a voulu créer une expérience qui fasse plus que présenter des vêtements de yoga. Il s'est inspiré du nom de son client, Alo signifiant air, terre et océan, des éléments qui font partie du sanctuaire d'Alo.

« *L'un des objectifs était d'apporter la pleine conscience dans le métavers et de toucher un public plus jeune que le public de base* », explique Nic Hill, cofondateur de Sawhorse. Environ 48 % des utilisateurs de Roblox ont moins de 13 ans. Au cours des trois derniers mois de 2021, environ **50 millions de personnes** ont visité la plateforme quotidiennement.

Le lancement de l'expérience virtuelle en février a coïncidé avec la Fashion Week de New York, au cours de laquelle Alo a proposé une méditation quotidienne dans son Wellness Sanctuary réel de Spring Studios à New York. En plus d'accroître la notoriété de la marque,

Alo Sanctuary a également servi d'outil caritatif. Alo a déclaré qu'elle verserait de l'argent à des initiatives pour la santé mentale chaque fois qu'un utilisateur de Roblox accomplirait une « *quête de mouvement de pleine conscience* ».

Les utilisateurs de Roblox sont récompensés par des produits virtuels Alo en pratiquant la méditation. Les tapis de yoga sont gratuits, ce qui incite les gens à passer plus de temps dans l'espace pour gagner davantage d'articles virtuels. Ils peuvent également porter leurs vêtements Alo Yoga dans d'autres espaces Roblox, ce qui permet à la marque de se faire connaître sur la plateforme. Selon Alo, au moins 353 663 utilisateurs de Roblox ont porté la veste virtuelle GOAT. Le sanctuaire a enregistré plus de 20 millions de visites.

Le studio voulait que cet espace virtuel ressemble à un endroit introuvable dans le monde physique, mais il s'est également inspiré des boutiques physiques Alo Yoga. Dans ce monde virtuel, on ressemble à un personnage Lego jaune avec un rouge à lèvres rose, des écouteurs et une veste en jean. Les effets sonores donnent à l'espace un caractère immersif. Lorsque notre avatar passe du sable à l'herbe, on entend un changement subtil dans le son de nos pas. Nous avons gagné notre premier objet virtuel après avoir terminé une séance d'introduction à la méditation.

Ce n'est pas la première incursion d'Alo dans le monde virtuel. En 2020, l'entreprise s'est associée à la marque de cosmétiques Tatcha et a sorti des vêtements virtuels sur Animal Crossing de **Nintendo**.

Achat et vente de vêtements et d'accessoires virtuels

 LIMITED Gucci Bloom Perfume 779	 LIMITED Gucci GG Marmont Bag 777	 LIMITED Gucci Sunglasses with Crystals 799	 LIMITED Gucci Wide Brim Felt Hat 788
 LIMITED Gucci Queen Elizabeth Gorget Was 700 865	 LIMITED Gucci Queen Elizabeth Gorget Was 700 790	 LIMITED Gucci Spiked Basketball Bag 833	 LIMITED Gucci Geometric Bag 844

Le développeur Rook Vanguard a créé des accessoires virtuels pour Gucci dans Roblox.

L'émergence de nouveaux mondes virtuels donne également aux particuliers la possibilité de vendre leurs propres biens. Rook Vanguard, un pseudo-développeur de jeux, a créé des accessoires virtuels dans Roblox pour Gucci et d'autres grandes marques, ainsi que ses propres créations. L'une de ses spécialités est la création d'accessoires numériques. Son

article le plus vendu est un masque noir et blanc qui passe d'un visage heureux à un visage triste. Son prix est de 85 Robux, soit environ 1 dollar (Roblox vend 400 Robux pour 4,99 dollars, mais propose également différents forfaits).

« *La plupart des consommateurs recherchent le prix le plus bas possible, ce que je fais personnellement pour ma collection, en fonction de l'objet* », explique Vanguard. « *Nous voulons simplement que le plus grand nombre de personnes puisse le porter* ».

Des célébrités gagnent déjà beaucoup d'argent en vendant des vêtements virtuels. La pop star suédoise Zara Larsson a déclaré à la **BBC** qu'elle avait gagné un million de dollars en vendant des articles virtuels tels que des chapeaux et des lunettes de soleil.

La création et la vente d'objets virtuels pour les avatars est un moyen pour les utilisateurs de Roblox de gagner de l'argent. Environ 30 % de la vente revient au créateur de l'objet, 40 % au vendeur et 30 % à Roblox, selon un **billet de blog** sur le sujet. Roblox convertit les Robux en dollars américains si les comptes ont un minimum de 50 000 Robux. (Roblox utilise un taux de change d'environ 35/10 000e de dollar par Robux gagné, donc 50 000 Robux équivaleraient à environ 175 \$).

Comme pour les objets physiques, il existe un marché des biens virtuels d'occasion sur Roblox. Et tout comme dans le monde réel, les utilisateurs achètent des articles dont ils pensent qu'ils pourraient prendre de la valeur, dans l'intention d'en tirer un profit. Le seul problème est que les Robux acquis en échangeant ou en vendant des objets virtuels que l'on n'a pas créés ne peuvent pas être convertis en dollars.

Plus qu'une mode ?

L'idée de vendre des biens virtuels pour habiller des avatars n'est pas nouvelle. La **réalité virtuelle** et la réalité augmentée existent depuis des années. Il en va de même pour le concept d'achat de biens physiques par le biais de la VR.

Second Life, un jeu sorti en 2003, permet aux joueurs d'acheter des biens virtuels pour leurs avatars, tout comme le fait Roblox. En 2016, le chinois Alibaba a lancé une application appelée Buy Plus qui permet d'acheter des biens physiques exposés dans un centre commercial numérique en utilisant son application de paiement puis de se faire expédier les articles à domicile.

L'intérêt des consommateurs à l'heure actuelle est encore un peu limité

Lorsque Mark Zuckerberg a dévoilé le changement de nom de Facebook, il a qualifié le métavers de successeur de l'Internet mobile. Certains des objets physiques que nous possédons aujourd'hui, a-t-il dit, seront des « *hologrammes conçus par des créateurs du monde entier* ».

Un grand nombre des problèmes qui existent dans le monde réel en matière de commerce, comme les produits contrefaits, ont déjà un impact sur la création de biens et d'actifs numériques. Sur Roblox, nous sommes tombés par hasard sur un faux jardin virtuel Gucci. Nous savions qu'il était faux car l'événement avait pris fin le 31 mai 2021. La maison de luxe Hermès a poursuivi l'artiste américain Mason Rothschild en janvier pour avoir prétendument usurpé sa marque après avoir créé des sacs Birkin recouverts de fourrure et vendus comme NFT.

Reste que les marques vont devoir convaincre les consommateurs de l'intérêt de faire leurs achats dans le métavers. Selon un sondage réalisé en décembre pour **eMarketer**, environ 41 % des adultes américains ne sont pas intéressés et n'ont pas utilisé la réalité virtuelle ou augmentée pour faire des achats. « *L'intérêt des consommateurs à l'heure actuelle est encore un peu plus limité* », conclut Sky Canaves.

Article de CNET.com adapté par CNETFrance