

ENQUÊTE

Le système financier de Second Life



Annick Masounave (alias Annick Etchegaray)

Journaliste
Revue Banque

Le succès de Second Life (SL), monde virtuel dans lequel il est possible de vivre une vie parallèle dans la peau d'un double façonnable à l'infini, a permis à une économie bien réelle de se développer. Les grandes banques présentes sur SL n'y proposent pas de transactions, laissant cela à d'autres acteurs, mais elles n'en étudient pas moins le phénomène avec attention.

Un grand nombre d'univers virtuels (Entropia, There,...) sont dotés de leur propre monnaie. Second Life (SL) n'a pas échappé à la règle, avec le Linden Dollar (L\$). Le business model de Second Life repose sur la vente de biens virtuels – de la maison à la coupe

1. EN CHIFFRES

La population de Second Life

La progression moyenne du nombre de résidents est de 800 000 par mois. La superficie totale de Second Life est de 778 km². Au 10 septembre 2007, plus de 9 400 000 résidents évoluaient dans Second Life, dont 89 000 "premiums" (abonnés payants).

Un peu plus de 1 500 000 résidents se sont connectés à Second Life au cours de 60 derniers jours. La France se situe, avec 31 000 utilisateurs, au 6^e rang des utilisateurs actifs au cours du mois de juillet 2007.



Le Dream Labo au design futuriste de la banque japonaise Suruga Bank.

de cheveux – et sur la convertibilité du L\$ en monnaie réelle : dollar, euro, yen. Son succès (encadré 1) a attiré nombre d'entrepreneurs, propriétaires de boîtes de nuit, promoteurs immobiliers, créateurs de mode... et autres banquiers. Une Bourse, des banques, bureaux de change et ATM ont ainsi été créés pour satisfaire les résidents.

Pas d'échanges de monnaie sans services bancaires

Chaque jour, un peu plus de 1 million de dollars sont dépensés sur Second Life, environ 269 milliards de L\$ [1]. La croissance des sommes échangées et l'anonymat procuré par un système souple, sinon inexistant, d'identification des avatars, commencent à attirer l'attention des pouvoirs publics. Le Sénat américain prépare un rapport sur la taxation des biens virtuels. Les administrations fiscales et les régulateurs de certains pays craignent que SL ne devienne un terrain propice à la fraude

et au blanchiment d'argent. Cependant, le spectre d'une fraude fiscale d'envergure est encore lointain ; rares sont les entrepreneurs de Second Life qui peuvent prétendre vivre de leurs activités : en août 2007, seuls 127 utilisateurs pouvaient se targuer de revenus mensuels supérieurs à 5 000 dollars. 42 000 résidents environ ont des revenus mensuels supérieurs à 1 dollar, pour une population de plus de 9 410 000 résidents [2]. Les sommes dégagées par les nombreuses officines de jeu d'argent ont néanmoins conduit le FBI à opérer plusieurs descentes au début de l'année 2007, avec le concours de Linden Lab, la société californienne éditrice du jeu. Linden Lab a depuis décidé de se conformer à la loi américaine sur les jeux de hasard, entrée en vigueur en octobre 2006, en interdisant les jeux d'argent sur Second Life. Les propriétaires de ces établissements, pris de panique, ont retiré en masse leurs avoirs, placés pour l'es-

Une success story

■ PayPal est un système de paiement en ligne, propriété d'Ebay, qui utilise les adresses e-mail pour identifier l'expéditeur et le destinataire d'un paiement, et qui passe par le réseau international des cartes bancaires pour l'effectuer. Au 31 août 2007, 153 millions de comptes Paypal avaient été ouverts dans 190 pays, dont 35 millions environ en Europe. PayPal a traité en 2006, 8,4 milliards de dollars en volume total de paiements sur le territoire européen. D'après le cabinet Forrester Research, 23 % des Européens préfèrent régler leurs achats sur le Web avec ce moyen de paiement. PayPal assure les transactions financières – achat et vente – sur SL

sentiel dans la principale banque de Second Life, appelée Ginko Financial au cours de l'été 2007, provoquant sa faillite. SL a ainsi connu sa première crise financière.

La banque Ginko, création pure de SL, sans lien aucun avec un établissement financier de la vie réelle, a été la première à se créer sur Second Life, en décembre 2004, alors que sa population était de moins de 20 000 résidents. Son développement a suivi la courbe exponentielle des inscriptions sur Second Life. Au début du mois d'août 2007, on comptait 190 millions de L\$ (700 000 dollars) de dépôts pour 18 000 comptes cou-

rants, avec 400 ATM à disposition sur le territoire.

Chaîne de Ponzi : une escroquerie pas si éventée

Ginko a acquis une position dominante sur le marché en proposant des taux d'intérêt inimaginables dans la

RL ("real life") : 0,10 % d'intérêts journaliers, l'équivalent de 44 % annuels. Ces performances extraordinaires ont conduit nombre d'observateurs à dénoncer une chaîne de Ponzi [3] dès décembre 2005. Les dénégations du fondateur de Ginko, le Brésilien Andre Gomez (alias Nicolas Portecarro sur SL), ont fait long feu devant le mouvement de panique occasionné par l'interdiction des jeux d'argent sur Second Life. L'afflux des demandes de retrait a conduit Ginko à cesser ses activités au début du mois d'août.

Second Life, jungle bancaire

Les activités bancaires n'étant pas réglementées sur SL – et les chaînes de Ponzi n'y étant pas, de fait, illégales – les clients de Ginko ont tout simplement perdu leur épargne sans recours, dans la grande tradition des faillites bancaires d'antan. Environ 700 000 dollars US bien réels se sont évanouis dans la nature.

Un ancien programmeur du World Stock Exchange (WSE), la Bourse de Second Life, a également "hacké" (piraté) le site au cours de l'été, détournant au passage 3,2 millions de L\$, un peu moins de 12 000 dollars. Suite à ces événements, une autorité de régulation, la Second Life Exchange Commission (SLEC), a été créée dans les premiers jours du mois d'août pour tenter de rassurer les investisseurs de SL. Mais il est encore possible que ces deux affaires soient portées devant les tribunaux RL...

Banques RL et SL cohabitent mais ne se concurrencent pas

Les banques RL se sont abstenues jusqu'à présent – prudemment – de proposer des transactions sur SL. Absentes des zones résidentielles [4], elles ont investi des îles, plus ou moins facilement repérables via des moteurs de recherche. Au 15 septembre 2007, 16 banques ou établissements financiers disposaient d'une implantation sur SL (tableau 1, page 16).

3. EXEMPLE

Le projet Q110

■ Pour certaines entreprises, et quelques banques, Second Life constitue un intéressant espace d'investigation, notamment dans le domaine des espaces d'accueil. Ainsi IBM héberge-t-il la Deutsche Bank dans le cadre de son projet Q110, qui mêle R&D et tests grandeurs nature dans deux espaces, une agence berlinoise et son double virtuel sur Second Life.

■ L'agence berlinoise est située au 181, Friedrichstraße, au cœur du quartier 110 délimité par les Mohrenstraße et Taubenstraße. Elle tente une redéfinition originale et esthétique des espaces d'accueil et de commercialisation. L'agence Q110 emploie 30 collaborateurs, et intègre dans un espace lounge, une boutique de tendances, une garderie, ainsi qu'un espace de restauration.

■ Sur Second Life, trois hôtes d'accueil sont à la disposition des visiteurs pour faire découvrir les installations, calquées sur celles de l'agence berlinoise, mais profitant



Les locaux de la Deutsche Bank, exacte réplique de l'agence berlinoise.

des possibilités élargies d'un support qui s'affranchit des frontières du réel. Ainsi, il est possible d'obtenir un tapis volant dans la boutique de tendances... Le rez-de-chaussée abrite un espace, "die Galerie der Wünsche", la galerie des souhaits, qu'il est difficile de décrire, puisqu'il s'agit d'une matérialisation virtuelle de projets immobiliers, matrimoniaux, ou d'avenir. Au premier étage, des salles de réunion sont conçues de manière à recevoir des catégories de clientèle ciblées : jeunes actifs, familles, et personnes âgées.

Pour les grandes banques, le développement de systèmes bancaires et d'une monnaie inter-mondes virtuels [5] ainsi que la nécessité de fournir des solutions de paiement innovantes et sécurisées pourraient justifier une présence accrue, ou en tout cas une veille active sur le développement du phénomène. "Les banques ne savent pas si cela n'aura pas un intérêt dans deux ans. Le risque, ce serait d'être en retard. Par exemple, elles se rendent compte que PayPal a occupé un segment de marché dont elles ne s'étaient pas souciées", explique David Castéra, le fondateur de l'agence Ebéo, qui se spécialise dans l'organisation d'événements et la présence



Le Nobel Peace Center est hébergé sur l'île de la banque norvégienne DnB NOR.

d'entreprises diverses dans Second Life. Il conseille notamment le Crédit Agricole (encadré 2).

Que font les banques RL sur Second Life?

Les banques européennes sont nombreuses sur SL, comparées à leurs concurrentes américaines ou asia-

tiques. Leurs initiatives ont pris des formes diverses, allant de la communication simple à des expérimentations plus originales, notamment en matière culturelle. Dans ce domaine, ING s'est montrée ambitieuse, avec un projet de communauté hollandaise, "OurVirtualHolland", destinée aux entreprises néerlandaises

4. VU DANS SECOND LIFE

Instantanés de vie sociale



Des signes extérieurs de richesse

■ L'avatar apparaissant fréquemment vêtu d'un jean lors de sa création, ce vêtement est le signe distinctif des personnes appartenant aux couches sociales les plus modestes, ce qui n'est pas sans nous ramener aux origines mêmes du jean... Pas de réussite sociale sans signes extérieurs de richesse, donc, et les avatars n'échappent pas à cette règle éternelle dont Balzac s'est fait le

commentateur amusé dans son *Traité de la vie élégante*. Outre ses possessions matérielles, châteaux gothiques, bateaux, habits griffés, bijoux... l'avatar opulent sait également briller de mille feux.



Des bons usages sociaux

■ La scène se passe dans une librairie tout à fait normale sur SL. Deux avatars nus comme des vers discutent à l'entrée de la boutique. L'un d'eux semble être le tenancier des

lieux. Croyez-le ou non, ils ne parlent pas littérature. Devant les réticences de l'avatar féminin, qui n'a manifestement pas d'opinion sur l'épineuse et rémanente question "Trompe-t-on réellement son conjoint sur SL?", ils se rhabillent bientôt. Essayez d'imaginer une telle scène dans la RL...

Ceci peut contribuer à expliquer pourquoi IBM a publié des règles de conduite à l'intention de ses 5 000 salariés inscrits sur des mondes virtuels*.

De l'art de gagner sa vie

■ Dans SL, travailler rapporte de l'argent, de façon très classique, mais il est également possible... de ne rien faire. L'argent pousse sur certains arbres, les *money trees*. Il suffit de se trouver près



de l'un d'eux au moment où des fruits poussent, et de s'en saisir. Ces arbres sont réservés aux nouveaux arrivants. De même, le fait de s'allonger sur des chaises longues, ou de danser, permet de gagner quelques L\$ en fonction du temps passé.

*http://domino.research.ibm.com/comm/research_projects.nsf/pages/virtualworlds.IBMVirtualWorldGuidelines.html.

5. SECOND LIFE

Phénomène de société ?

(voir l'article p. 17). La banque norvégienne DnB NOR, quant à elle, parraine un virtuel Nobel Peace Center qui abrite une exposition de tableaux. Ce territoire présente également de grandes perspectives en matière de gestion des ressources humaines. Si l'intérêt d'opérations de recrutement semble limité, de par l'impossibilité de juger des compétences réelles d'un avatar, les expérimentations dans les domaines du e-learning – comme DnB NOR – ou du développement d'espaces collaboratifs – à l'instar des installations d'ABN Amro pour ses jeunes collaborateurs – pourraient en revanche voir naître de nouvelles stratégies de motivation et de cohésion des équipes, et de nouvelles formes de visio conférences.

Certaines banques poussent également leurs réflexions jusque dans le domaine commercial. La Deutsche Bank a conçu un ambitieux programme, baptisé Q110, hébergé sur Second Life par IBM (encadré 3). La banque japonaise Suruga Bank a mis en place un projet similaire, d'une envergure moindre, mais à l'esthétique consommée. ABN Amro organise également des séminaires de conseils financiers, intéressants dans leur mode d'organisation puisqu'il est possible de réunir plusieurs personnes dans un même espace, tout en garantissant à chacun la confidentialité des questions posées grâce aux messages instantanés.

Bilan mitigé pour les banques françaises

Les banques françaises, quant à elle, ont d'abord adopté des démarches de communication assez classiques, afin de prendre la mesure du phénomène. En dehors d'événements ponctuels (Tour de France pour Cofidis – p. 22 –, campagne de recrutement pour BNP Paribas – p. 20), les infrastructures d'accueil se contentent de présenter les différentes activités des établissements, de mettre à disposi-



Après un lancement triomphant, American Apparel a fermé ses portes.

■ Aujourd'hui, Second Life en tant que réseau social, semble s'effacer devant le succès de sites Web 2.0 tels que Myspace ou Facebook. Les sites de rencontre eux-mêmes comptent davantage d'adhérents. Le leader mondial du secteur, l'américain Match.com, annonce 15 millions d'inscrits (tableau ci-dessous). Sur un aspect purement marketing, Second Life constitue un vecteur de communication d'un intérêt limité, avec 38 000 personnes connectées simultanément en moyenne.

■ Il est indéniable, cependant, que la possibilité de déplacer un avatar dans des espaces virtuels et de le faire interagir avec d'autres ouvre de nouvelles

possibilités aux professionnels du marketing. Un monde vierge à explorer, mais sans garantie de succès. Des marques pionnières, comme American Apparel (photo ci-dessus), ont connu des échecs et se sont retirées de Second Life. Les résidents ne sont pas des consommateurs ordinaires, pour les attirer il faut leur proposer des biens ou des services qu'ils ne peuvent concevoir seuls, ou qui présentent une valeur ajoutée. Certains n'ont d'ailleurs pas attendu que des marques RL s'implantent sur SL pour les y créer à l'identique. Ils ne souhaitent pas non plus devenir des panelistes à titre gratuit, comme en témoignent les commentaires négatifs qui ont accompagné

l'implantation de Visa Europe (photo ci-dessous).

■ Facebook voit s'inscrire 150 000 nouveaux utilisateurs chaque jour, soit trois fois plus que le géant Myspace. En septembre 2006, Yahoo! a offert de racheter ce site pour plus de 1 milliard de dollars. L'offre a été rejetée. Entre 10 et 15 % de la population du Canada est inscrite sur Facebook. Le réseau le plus important se situe à Londres, avec plus d'un million d'inscrits. Les revenus générés par la publicité seraient, selon Wikipedia, d'environ 1,5 million de dollars par semaine.

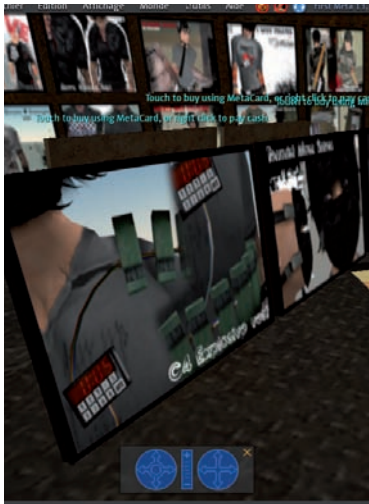


Les observateurs de SL ont eu l'impression que Visa leur demandait de créer le produit qui allait leur être vendu ensuite.

Quelques exemples de réseaux sociaux

Nom	Date de création	Activité	Employés	Inscrits
Habbo Hotel	2000	Réseau social	330	> 78 millions
Myspace	2003	Réseau social	300	> 106 millions
Facebook	2004	Réseau Social	300	> 34 millions
Entropia	2003	MMORPG*	NC	625 000
Second Life	2003	MMORPG	31	9,4 millions
There	1998	MMORPG	NC	500 000
Match.com	1995	MMORPG	NC	15 millions

(*)MMORPG : Massive(ly) multiplayer online role-playing game.



La Metacard est un des moyens de paiement disponible sur SL.

tion quelques équipements de loisirs et autres "freebies", mais ne génèrent pas une fréquentation régulière. Les établissements réfléchissent aujourd'hui au devenir de cette phase d'expérimentation : Cofidis ne sait pas encore si l'aventure mérite d'être poursuivie ; le Crédit Agricole a semble-t-il choisi de persévérer, en devenant l'actionnaire principal d'une start-up spécialisée, étant ainsi, avec BNP Paribas, le 2^e établissement bancaire français à se doter de capacités de R&D spécifiques.

SL, marché de niche pour start-up financières?

La question du positionnement des grandes banques en termes de transaction ne semble cependant pas être à l'ordre du jour. Les résidents de SL sont des consommateurs d'un genre encore indéterminé, mais ils montrent de façon avérée la plus grande méfiance à l'égard des marques RL. En outre, le résident lambda, le touriste, n'a pas besoin d'argent pour vivre, et pas non plus besoin de banque. Pourtant le développement croissant des échanges de biens virtuels a fait émerger un marché de niche pour des établissements financiers : on évalue à 1,5 milliard de dollars le montant des biens virtuels acquis chaque année

par les internautes. Une paille pour des banques ayant pignon sur rue, mais une manne potentielle pour les start-up. Pas moins de trois sociétés proposent ou projettent d'offrir des offres de crédit ou de paiement. À la démarche "construite" de Wirecard Bank, une banque allemande qui s'est associée à MasterCard pour proposer une carte de crédit utilisable dans tous les mondes – virtuels ou réel –, s'oppose celle de Meta First, une start-up singapourienne qui a opté pour une stratégie de prescription : elle démarche les commerçants de SL, dont la liste est disponible sur le site Internet de la société, afin qu'ils acceptent et proposent la MetaCard comme moyen de paiement. Une île et de nouveaux services financiers devraient être dévoilés très prochainement [6]. Les univers virtuels ne seront certainement pas un Eldorado bancaire, ne serait-ce que parce que ce sont des applications propriétaires, ne pouvant remplir les conditions nécessaires et satisfaisantes pour garantir la sécurité et la confidentialité des transactions. Mais les perspectives offertes par les technologies associées sont, elles, assez enthousiasmantes, laissant présager une révolution du commerce en ligne, et un nouveau canal de communication dans la relation banque-client. ■

[1] Cours au 12 septembre 2007.

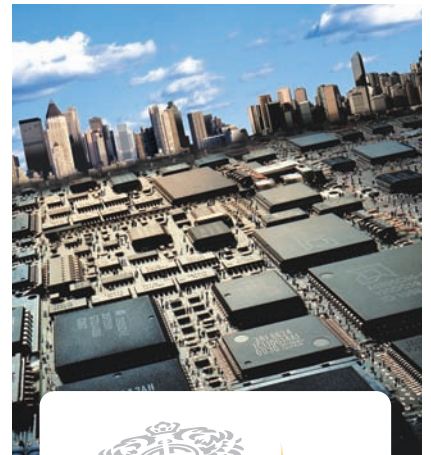
[2] Au 10 septembre 2007.

[3] Du nom de Carlo Ponzi, un escroc célèbre qui a sévi dans les années 20 aux États-Unis. Il est le créateur d'un système utilisant l'effet boule de neige pour créer une bulle spéculative à visée d'escroquerie. Les intérêts payés aux premiers investisseurs le sont grâce à l'argent déposé par les clients suivants. Satisfaits par les gains, les premiers investisseurs font de la publicité au placement et entrent à nouveau dans la chaîne. C'est l'effet boule de neige. Tant que les clients arrivent en nombre, la chaîne peut durer... Lorsqu'elle se brise, la bulle éclate et les derniers investisseurs sont spoliés.

[4] Au 10 septembre 2007.

[5] La World Internet Currency "WIC", qui peut depuis le début du mois d'août 2007 être utilisée sur Second Life en lieu et place du Linden dollar.

[6] First Meta a été récompensée en 2007 par Red Herring, comme l'une des 100 entreprises asiatiques les plus prometteuses dans le domaine des nouvelles technologies.



La souplesse des modules bancaires

Thaler est une solution modulaire et urbanisée de traitement des produits et opérations bancaires.

Thaler comprend plus de 50 modules autonomes disponibles en environnement UNIX ou mainframe, capables de gérer de fortes volumétries.

Thaler répond à une large demande de fonctions bancaires : tenue de compte, paiements, gestion des titres, activités de conservation, opérations internationales, ...

Thaler permet ainsi de renouveler rapidement des services métiers de votre système d'information, en parfaite harmonie avec l'existant.

CALLATAÿ & WOUTERS
Financial Software

Les progiciels de l'innovation bancaire

Bruxelles • Luxembourg • Londres • Paris
Singapour • Genève • Jakarta

www.c-w.fr

1. LES 16 BANQUES "RL" PRÉSENTES SUR SECOND LIFE

Nom	Pays d'origine	Activité RL	ACTIVITÉS SL			
			RH	Communication Mécénat/sponsoring	R&D	Activité et services bancaires
ABN Amro	Pays-Bas	Banque universelle	Espaces collaboratifs pour jeunes recrues	Présentation des activités		Séminaires de conseils en investissement Simulation de prêts
BCV	Suisse	Banque universelle		Projet de communauté vaudoise Expérimentation architecturale Présentation des activités		
BNP Paribas	France	Banque universelle	Recrutement (ponctuel)	Présentation des activités, des implantations, des campagnes de communication en cours, Hébergement de BNL, Cetelem et Cortal Consors Tennis, échecs	@telier BNP sur Second Life espace de conférence, d'exposition et de création	
Caisses d'épargne	France	Banque universelle		Événements autour du Tour de France Freebies Présentation des activités Boîte à idées		
Cofidis	France	Établissement de crédit		Événements autour du Tour de France Freebies : tenue de coureur cycliste	En cours de réflexion	
Crédit Agricole	France	Banque universelle		Présentation des concepts du mutualisme et de deux caisses régionales "Maison basque"		
Deutsche Bank	Allemagne	Banque universelle		Freebies : mug, ours, tapis volant Exposition/vente d'objets de design	Espaces commerciaux virtuels	Conseils financiers
DnB NOR	Norvège	Banque universelle	E-learning	Présentation des activités Boîte à idées Sponsoring du Nobel Peace Center Windsurfing		
First Meta	Singapour	Fournisseur de services bancaires pour économie virtuelle				Carte de crédit virtuelle Ouverture d'une île au 3 ^e trimestre 2007
ING	Pays-Bas	Banque universelle		Projet de communauté hollandaise "OurVirtualHolland" Présentation de l'équipe de F1 en partenariat avec Renault Freebie : T-shirt ING F1 Projet d'exposition de la collection d'art de la banque Concours de design de logo (ING Asie)		
Mizuho	Japon	Banque universelle		Communication, questionnaire marketing		
Perfect Card	Irlande	Moyens de paiement				Projet de carte de crédit utilisable en RL et SL (hiver 2008)
Saxo Bank	Danemark	Courtier en ligne		Présentation des activités	Explorer le futur du trading en ligne	Projet de gestion virtuelle d'un portefeuille réel et/ou virtuel
Suruga Bank	Japon	Banque de détail		Présentation de l'implantation tokyoïte Expérimentation architecturale	Espaces commerciaux virtuels	
Visa Europe	États-Unis	Moyens de paiement		Boîte à idées Exposition d'objets virtuels conçus avec des cartes de crédit Visa		
Wirecard	Allemagne	Banque				Agence bancaire virtuelle Moyens de paiement, accord avec MasterCard pour une solution de paiement accompagnée d'une carte MasterCard virtuelle Achat d'une licence universelle sur Entropia