



LE BUSINESS CACHÉ DES JEUX EN LIGNE



TERRASSER DES DRAGONS,
POURSUIVRE DES QUÊTES
FLAMBOYANTES, S'INVENTER
UNE SECONDE VIE OU
ACHETER SA PROPRE ÎLE :
LES JEUX ET MONDES VIRTUELS
EN LIGNE LIBÈRENT NOTRE
IMAGINATION ET ENCHANTENT LE
RÉEL. ILS S'ATTAQUENT AUSSI À NOTRE
PORTEFEUILLE. À MOINS QUE VOUS
AYEZ L'ÂME D'UN BUSINESSMAN ET QUE
VOUS DÉSIRIEZ PROFITER DU SYSTÈME ?

«**V**end 3000 WoW Gold pour les serveurs FR (150 €)», «Vend Compte WoW Mage Lvl 70 et Paladin Lvl 60 sur Hyjal (300 €)»: ce type d'annonces devrait disparaître de eBay très prochainement. C'est en tout cas ce qu'a annoncé le célèbre site d'enchères fin janvier. Devant l'afflux de biens virtuels issus du célèbre jeu en ligne World of Warcraft (WoW pour les intimes), eBay a décidé d'interdire toute vente s'y référant.

Pourquoi eBay renonce-t-il à un marché en pleine explosion ? C'est que le business parallèle des jeux de rôle en ligne massivement multijoueurs (MMORPG) de type World of Warcraft (7 millions de joueurs) et des mondes virtuels de type Second Life (3 millions de joueurs) a atteint une frénésie qui alerte jusqu'aux plus aguerris des marchands en ligne.

Acheter illégalement des pièces d'or et des personnages World of Warcraft de haut niveau sur eBay pourrait appartenir au passé. Mais le célèbre site d'enchères n'est que la part immergée de l'iceberg

Économie parallèle

Une véritable économie parallèle se développe, impliquant joueurs, éditeurs et parasites. Ce qui était impensable il y a quelques années est devenu une réalité : des biens virtuels comme des pièces d'or, des armures, des personnages ou des îles, valent aujourd'hui très cher dans la «vraie vie». Des sites spécialisés dans la vente et des places de marché sont apparus sur la Toile, le plus souvent hors de contrôle des éditeurs de jeux.

Un marché noir qui déséquilibre l'économie naturelle de World of Warcraft

Et c'est bien cela qui pose problème à eBay : prise de cours par cet engouement, la société



Blizzard (qui édite World of Warcraft) n'a pu endiguer l'émergence d'un marché noir qui déséquilibre l'économie naturelle de son jeu. Vol de comptes et d'objets, utilisation de robots qui pillent les ressources du jeu, sociétés qui emploient des joueurs «mercenaires» : l'origine de ces objets est de plus en plus douteuse. Plutôt que de se retrouver avec un procès sur le dos, eBay a choisi de se débarrasser de ce dossier brûlant.

Quand le virtuel s'achète

Mais comment expliquer, d'abord, qu'un joueur de WoW ait besoin d'acheter des pièces d'or, un arc de la quête épique hunt ou un personnage de haut niveau ? Il paie déjà cher son

LES DOLLARS D'ENTROPIA UNIVERSE

Le jeu le plus atypique est sans doute Entropia Universe : non seulement la monnaie du jeu (les PED, Project Entropia Dollars) est convertible en dollars, mais l'éditeur fournit en plus de vraies cartes de crédit à ses joueurs, permettant de retirer de l'argent réel dans un distributeur, à partir de son patrimoine virtuel.



La pratique pose un certain nombre de questions, car à l'inverse de Linden Lab (Second Life) par exemple, MindArk ne cède aucun droit aux «joueurs acheteurs» sur le contenu virtuel du jeu. Donc, des sommes considérables sont parfois investies (100 000 dollars réels pour une station spatiale dernièrement) sans la moindre garantie juridique pour l'acheteur (le serveur de jeu peut être éteint du jour au lendemain sans le moindre recours pour l'acheteur).

 www.entropiauniverse.com



... abonnement mensuel (14 €/mois) et tous ces biens virtuels ne sont que des lignes de code, sans aucune réalité matérielle.

Les ressorts psychologiques sont finalement assez simples à comprendre dès lors que l'on s'est adonné au jeu : les MMORPG encouragent le joueur à faire de son personnage un véritable héros menant des quêtes et exterminant des monstres plus extraordinaires les uns que les autres. Le problème c'est que tout le monde est logé à la même enseigne. Le jeu permet de monter en grade et de se différencier du commun des joueurs en collectant toujours



Accompagner son personnage jusqu'aux plus hauts niveaux du jeu, l'équiper et l'enrichir : un travail de longue haleine... à moins d'acheter ce qu'il vous manque sur les marchés parallèles

plus d'objets et d'expérience du jeu. En novembre dernier, jusqu'à atteindre des niveaux 105 000 joueurs à travers de jeu auxquels seule une le monde ont été bannis de

Abus de droit divin

Vincent "t20" P. était l'un des développeurs de CCP Games, la société éditrice de EVE Online, un concurrent de World of Warcraft. Abusant de sa position, il a favorisé sa guilde en lui obtenant des ressources très rares. Démasqué par un pirate, Vincent "t20" P. a dû faire amende honorable et se retirer du jeu. Ce type de situation et d'abus se multiplie et ne concerne pas que EVE Online. Les tentations financières étant de plus en plus importantes, une séparation nette entre créateurs et joueurs s'impose. À quand les notions de délit d'initié et d'abus de biens virtuels sociaux appliquées aux MMORPG? Reste à savoir qui se chargera de faire la police...

Atteindre les plus hauts niveaux du jeu grâce à de patients efforts... ou en trichant, grâce à l'achat illégal d'or et d'équipements

minorité accède. On peut atteindre cette consécration grâce à de patients efforts et beaucoup d'ingéniosité... ou tricher un peu en achetant ce que l'on devrait normalement conquérir, notamment de l'or, la monnaie virtuelle de WoW.

105 000 joueurs bannis

Si WoW permet l'échange de biens virtuels entre joueurs, Blizzard refuse que cet échange soit «monétisé» à l'extérieur

WoW, dont une large majorité pour avoir "collecté", "vendu" ou "acheté" des objets virtuels. Une sanction très dure puisque ces joueurs payaient depuis longtemps un abonnement. À l'autre extrémité du spectre, certains éditeurs encouragent cette commercialisation d'objets virtuels dans leur univers. C'est le cas par exemple de Linden Lab, qui gère le monde virtuel "Second Life" (lire page 61). ■

IGE, PLAQUE TOURNANTE DES VENTES

IGE (www.ige.com) est le plus connu des sites de ventes d'objets et de personnages virtuels pour MMORPG. Sélectionnez votre jeu, le type d'objet que vous recherchez et payez en ligne si le prix vous convient. IGE permet aux joueurs de mettre en vente leurs propres comptes et équipements, mais s'approvisionne aussi auprès de «farmers», des sociétés ou des individus qui se sont spécialisés dans la production et la revente de ces biens. Le jeu n'a pour eux aucun



intérêt, seul le business motive leur abonnement à un MMORPG.

Ces farmers arpentent les quêtes avec un seul objectif : par exemple, collecter un maximum de pièces d'or, faire monter le niveau d'un personnage le plus rapidement possible, obtenir tel équipement ou telle aptitude. Une fois l'objectif réalisé, ils revendent ces biens au plus offrant. De nombreuses sociétés chinoises ont investi ce marché (lire notre encadré page 60) et les pays de l'Est semblent eux aussi s'intéresser à ce secteur.

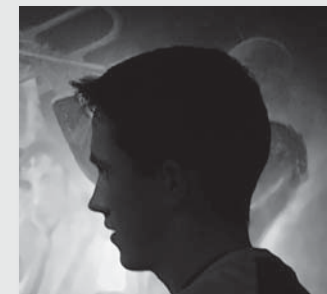
Un observatoire des prix du marché s'est même créé : sur <http://gameusd.com>, les joueurs peuvent comparer les offres des différents sites et eux aussi faire jouer la concurrence.

"Un joueur normal se découragera, un «Chinois» restera toujours affairé à la tâche"

David est fonctionnaire. Il joue entre 20 et 25 heures par semaine à World of Warcraft. Dans le jeu, son avatar (un mineur) s'appelle Aaltar, de la guilde [Rebirth]. Il nous en dit plus sur les Gold farmers et les bots qui, selon lui, pourrissent la vie des joueurs normaux.

Les Gold farmers ne sont pas là pour jouer ou se mesurer aux autres, leur seul objectif est d'engranger des bénéfices. La plupart restent actifs sur une seule zone pendant un temps assez long. Ceux qui sont sur les zones HL (high level) ont souvent un équipement de piètre qualité, puisqu'ils évitent de dépenser leurs pièces d'or. Entre nous, on les appelle aussi les Chinois, car beaucoup sont asiatiques. On ne peut

pas faire grand-chose contre eux, d'autant qu'ils évitent les confrontations. On peut tenter de farmer mieux qu'eux, mais la rentabilité est tellement altérée qu'on a généralement mieux fait de partir. Un joueur normal se découragera, un Chinois restera toujours affairé à la tâche. Lorsqu'un Gold farmer veut revendre ses ressources, il passera par l'hôtel des ventes, le lieu central de l'économie dans WoW. Comme il est astreint à la plus grande rentabilité possible, il vend systématiquement à des prix dérisoires. Conséquence, les joueurs voient le produit de leur activité dévalué, ce qui influe directement sur l'économie du jeu.



Mais il y a pire que les Gold farmers : il existe des personnages qui ne sont pas humains, dirigés par des «bots», de simples programmes. Dans le jeu, cela se matérialise par exemple par un chasseur qui tourne en rond sur un spot, tuant en chaîne tous les monstres y apparaissant et récoltant automatiquement ce que laisse le monstre en mourant. Il suffit de relever les compteurs à la fin de la session et d'encaisser les pièces d'or."



Topgameplayer.com

Une Gold farm nous ouvre ses portes

Topgameplayer (TGP) est une "Gold farm", l'une de ces sociétés chinoises qui ne vendent que des biens virtuels. Basée dans la province du Jinhua Zhejiang et spécialisée dans le jeu World of Warcraft, TGP propose trois services à ses clients : la vente de pièces d'or et d'objets virtuels, la vente d'avatars de niveaux supérieurs et la location de joueurs. En clair, ces deux derniers services sont utiles à ceux qui sont trop fainéants pour faire évoluer leur personnage (ou qui n'en ont pas le



temps), mais qui sont suffisamment accros pour payer un "leveler". A. Bao et son associé, qui se fait appeler Kevin, ont accepté de répondre à nos questions.

Comment avez-vous démarré votre activité ?

Kevin était un Gold farmer dès 2004, amassant de l'or pour Lineage2, un jeu coréen. Il a alors lancé sa première affaire en novembre de la même année, avec 10 ordinateurs. Il travaillait sur différents jeux, principalement pour les marchés asiatique et US. Nous nous sommes associés en 2005 et Topgameplayer a effectué ses premières ventes en juin 2006.

Combien avez-vous de salariés aujourd'hui ?

Une vingtaine environ pour notre relation client et plus de 70 joueurs. Nous préférons les joueurs confirmés (il y en a beaucoup en Chine), mais la plupart de nos recrues sont des newbies (débutants). Le principal est qu'ils comprennent qu'il s'agit d'un vrai travail, pas d'un jeu.

Il y a des règles de travail spécifiques, des consignes ?

Nos salariés doivent accomplir leurs quêtes et leurs missions en interférant le moins possible avec les autres joueurs : ne pas leur parler si ne n'est pas strictement nécessaire, ne pas répondre aux provocations, éviter de pénaliser leurs propres quêtes. Nous respectons aussi les règles du jeu : un leveler ne pourra prendre aucun risque avec le compte d'un client.

Qui sont vos clients ?

Principalement des Asiatiques, des Américains et des Européens. Nous avons même des clients français ! Notre objectif est de devenir l'un des leaders mondiaux du secteur.

SECOND LIFE

Un autre business est possible



ÇA RESSEMBLE À NOTRE MONDE, ON Y FAIT LES MÊMES CHOSES QUE DANS NOTRE MONDE, BEAUCOUP D'ARGENT Y CIRCULE, ET POURTANT ÇA N'EXISTE PAS ! UN MODÈLE ÉCONOMIQUE BASÉ SUR LE SEXE, LA PUB, LA FÊTE ET LA RENTE FONCIÈRE : SECOND LIFE, LE MEILLEUR DES MONDES VIRTUELS ?

Accoudé au comptoir, vous tentez désespérément d'attirer l'attention

Tout se vend, tout s'achète

de cette superbe blonde avant qu'elle ne se téléporte dans le dernier night-club à la mode de Second Life. Peut-être que lui offrir un cocktail à 1300 Linden dollars l'impressionnerait favorablement... Allez, vous vous lancez, vous cassez votre petite tirelire virtuelle et commandez deux «Blue Champagne Hurricane». Le verre est pixelisé, le mélange des couleurs hasardeux, mais cette délicate attention devrait faire l'affaire. Vous venez de dépenser huit vrais euros (qui seront réellement débités de votre compte) pour deux verres virtuels ! Malheureusement, la demoiselle s'excuse, elle doit retourner à son échoppe de figurines 3D. Il est 20h à New York, l'heure idéale pour vendre quelques biens virtuels sur le marché US. Encore raté, vous êtes tombé sur une «executive woman»... Bienvenue à Second Life.

Chaque jour, entre un et deux millions de véritables dollars sont ainsi échangés dans Second Life, ce monde virtuel qui attire plus de 3 millions de joueurs, représentés par des «avatars», évoluant dans un univers en trois dimensions. Vous êtes petit, maigre et timide ? Transformez-vous en athlète sculptural et changez de vie. Si l'inscription est gratuite (sauf pour les comptes Premium), vous pouvez

ensuite effectuer tout type de transaction dans cet univers parallèle : acheter des vêtements

L'intérêt du jeu est basé sur la «marchandisation du virtuel»

pour votre avatar, aller dans une discothèque virtuelle, décorer votre appartement, acheter un terrain... ou un cocktail. ...





Faire du shopping dans Second Life, un passage obligé pour qui veut soigner son image

Mais comment cette économie tient-elle debout ? Il faut comprendre que cet univers est un espace «social», c'est-à-dire que les joueurs s'y rendent pour nouer des relations entre eux. Sur Second Life, on discute, on échange, mais on drague aussi beaucoup. Soit pour faire de vraies rencontres une fois le PC éteint, soit même pour s'adonner au sexe virtuel (vous pouvez acheter un pénis de la dimension qui vous convient ou agrandir votre poitrine).

Acheter son identité sociale

Second Life devrait gommer les différences entre individus : seuls le caractère, l'intelligence et la «beauté intérieure» des avatars devraient importer, puisque tout le reste est virtuel. Et bien non, il n'en est rien. Le paraître et le superficiel y ont cours, et cela s'achète très cher. Sachez que de véritables PME se sont installées dans Second Life, certaines étant spécialisées dans la création

de vêtements « tendance » (comme la chaîne de boutiques American

permis la convertibilité entre Linden dollars et vrais dollars américains (taux variable, 240 à 350 L\$ pour un dollar US). Vous pouvez à tout moment échanger votre monnaie virtuelle contre de l'argent réel... et inversement.



Cette demoiselle semble avenante. N'en n'aurait-elle pas après vos Linden dollars ?

LES GRANDES MARQUES AU RENDEZ-VOUS

Adidas, qui a été l'un des premiers à ouvrir une boutique virtuelle,



a offert aux avatars son dernier modèle de baskets ! Starwood y

teste sa nouvelle chaîne d'hôtels avant de la construire dans le monde réel en 2008. La société de production Universal a organisé un jeu-concours virtuel pour promouvoir son nouveau film «Smokin' Aces». Toyota y fait circuler sa Scion, et des hôtesse Budweiser servent votre avatar dans des pubs. Au total, on y trouve une cinquantaine de marques grand public.

Apparel), d'autres en décoration d'intérieur, d'autres en coiffure, etc. Vous voulez sembler cool et à l'aise financièrement ? Achetez des biens dont vous n'avez nul besoin, mais qui vous donneront une «identité sociale» dans le jeu. C'est stupide ? Oui, certainement, mais l'est-ce davantage que dans la vraie vie ?

Ces entreprises ne vendent pas que du vent. Créer un habit ou un objet en 3D, cela prend du temps et réclame autant de technicité que de créativité. Cette production a donc un coût. Et si tout le monde veut le dernier costume trendy du VC Wall, le magasin virtuel du très coté Victor Kamenev, les prix flamberont. Malheureusement, un fléau s'abat actuellement sur Second Life: copybot

est un petit logiciel qui permet de copier à l'identique des objets créés et remet en cause ce modèle économique. La parade est en cours...

Prostitution et vente d'armes

D'autres secteurs moins reluisants (mais très lucratifs) de notre économie sont aussi représentés : la prostitution et la vente d'armes. Escort boys et escort girls battent le pavé de second Life en espérant qu'une âme solitaire leur cédera quelques Linden dollars en échange de câlins virtuels (certains s'amuse comme ils peuvent), voire d'une rencontre réelle, pour une poignée d'entre eux ! Les fabricants d'armes 3D sont aussi recherchés, puisque tirer sur quelqu'un n'est pas encore répréhensible dans Second Life ! À quand une guerre des gangs pour défendre des territoires ? Ce n'est qu'une question de temps.

Car il faut dire que le «big business» dans Second Life, c'est l'achat de terrains et la construction de nouvelles aires de jeu. Les zones «On sale» peuvent s'acheter pour des prix allant de 8 à 30 Linden dollars par mètre carré. Une île personnelle de 65 m2 vous coûtera 1675 dollars US, plus 295 dollars US de taxes foncières par mois. À vous ensuite d'attirer les commerces et les activités qui feront venir davantage de chalands et donc davantage de Linden dollars.

L'Allemande Anshe Chung est, par exemple, devenue millionnaire (en vrais dollars) en vendant et louant des parcelles dans Second Life. Depuis, plusieurs dizaines de personnes ont suivi son exemple. Et les gouvernements, qui réalisent aujourd'hui l'ampleur du phénomène, réfléchissent à la mise en place d'une taxe sur les revenus générés par cette nouvelle économie. ■

Marketing, nous voilà !

«D'un point de vue créatif, on peut tout faire dans Second Life», affirme Laurent Heckmann, directeur d'Andrea Média, une agence de communication française bien réelle qui s'est, elle aussi, spécialisée dans l'accompagnement des annonceurs dans Second Life. Selon lui, «plus qu'un simple support publicitaire, Second Life va devenir un vrai média». L'agence propose la réalisation d'événements, de campagnes d'affichage, etc. Le tout en respectant une certaine éthique, puisqu'«il ne faut pas gêner les avatars, et indirectement les joueurs, mais plutôt améliorer leur train de vie».



À qui appartient un

objet virtuel ?

SI L'ON VEUT VENDRE UN OBJET OU UN PERSONNAGE, IL FAUT EN ÊTRE, THÉORIQUEMENT, PROPRIÉTAIRE. EST-CE LE CRÉATEUR DU JEU OU LES JOUEURS QUI DÉTIENNENT CES DROITS ? AURÉLIEN PFEFFER, RESPONSABLE ÉDITORIAL DU PORTAIL JEUXONLINE.INFO ET JURISTE, S'EST PENCHÉ SUR LA QUESTION. SI VOUS VOULEZ VOUS LANCER DANS LE BUSINESS VIRTUEL, ASSUREZ-VOUS DE NE PAS INVESTIR DANS DU VENT !

Pour pouvoir commercialiser un objet, il faut avoir des droits juridiquement reconnus sur l'objet en question. Dans le cas d'un bien matériel, il faudra en être propriétaire (on ne peut pas légitimement vendre la chose d'autrui). Concernant le statut juridique d'un jeu vidéo, la situation est plus complexe et pose question depuis 20 ans. Incontestablement, son contenu est immatériel (virtuel) et est donc régi par le Code de la propriété intellectuelle (régime de droit d'auteur).

Le terme "propriété" intellectuelle est d'ailleurs impropre. Pour un objet immatériel ou virtuel, il n'existe pas de propriétaire, mais uniquement des "titulaires de droits". Et le titulaire de droits sur un objet (virtuel) peut céder les droits en question contre argent. C'est une simple question de terminologie, mais qui donne du sens en matière de commercialisation d'objets virtuels.

Toute la question consiste donc à déterminer qui est "titulaire des droits" sur ces objets et qui peut donc légitimement en tirer un profit. Juridiquement, les titulaires de droits sont les "créateurs" de ces objets. Et dans la plupart des MMORPG, les créateurs sont simplement les développeurs. Le studio de développement d'un jeu est donc en principe le seul à pouvoir commercialiser le contenu de

son jeu ou à pouvoir autoriser un tiers à commercialiser ce contenu (comme dans le cadre du jeu Entropia Universe, par exemple).

Le cas des MMORPG

Dans le cadre des MMORPG, le flou est entretenu par le fait que des joueurs peuvent incarner des "artisans" dont le rôle est de fabriquer des objets (des épées, des armures, etc.)



Certains ont assimilé cette capacité à "fabriquer" des objets à une véritable "création" au sens du droit. Mais en l'espèce, dans la plupart des MMORPG, le raisonnement est erroné, dans la mesure où "l'artisan" se contente de réaliser une série d'actions (forger la lame, fabriquer la garde de l'épée, assembler le tout, etc.), qui conduit finalement à obtenir une épée. Mais cette épée finalisée avait préalablement été créée par le développeur. Ici, le joueur n'a rien créé au sens du droit, il l'a juste fabriquée. Il n'a donc en principe aucun droit sur l'épée en question et ne peut pas la "vendre". Les MMORPG se contentent d'imiter la réalité. Une épée virtuelle n'est pas soumise au même régime juridique qu'une épée bien réelle.

Lorsque le joueur est créateur

Pendant, certains mondes virtuels permettent réellement aux "joueurs" de créer du contenu. C'est par exemple le cas de Second Life. Les joueurs créent réellement des objets virtuels (à l'aide d'outils de conception 3D), les animent avec des scripts dont ils sont l'auteur, et les partagent avec les autres utilisateurs du



Aurélien Pfeffer est le responsable éditorial de JeuxOnline.info, le premier portail français dédié aux MMORPG et mondes virtuels

Céder un personnage

Une logique sensiblement similaire s'applique à la "cession de compte" (cession d'un ou plusieurs personnages contre argent). Juridiquement, le joueur et l'éditeur sont liés par contrat et ce contrat est dit "intuitu personae". C'est-à-dire qu'il est passé entre l'éditeur et un joueur en particulier (et pas un autre). En cédant un compte (en le confiant à un

autre joueur contre argent, donc), le joueur viole ses obligations contractuelles. L'éditeur peut donc parfaitement légitimement rompre le contrat (supprimer le compte et bannir le joueur). Le "vendeur" ne risque donc pas grand-chose, mais il y a de fortes chances pour que "l'acheteur" ait dépensé quelques centaines d'euros (prix moyen d'un personnage de haut niveau) pour un compte inutilisable. ■

