

Louvain School of Management

Métavers et expérience du consommateur : dans quelle mesure le type de métavers et le type de marque impactent-ils l'expérience du consommateur ?

Auteur : Benjamin BOUAZZA

Promoteur(s) : Ingrid PONCIN

Année académique 2022-2023

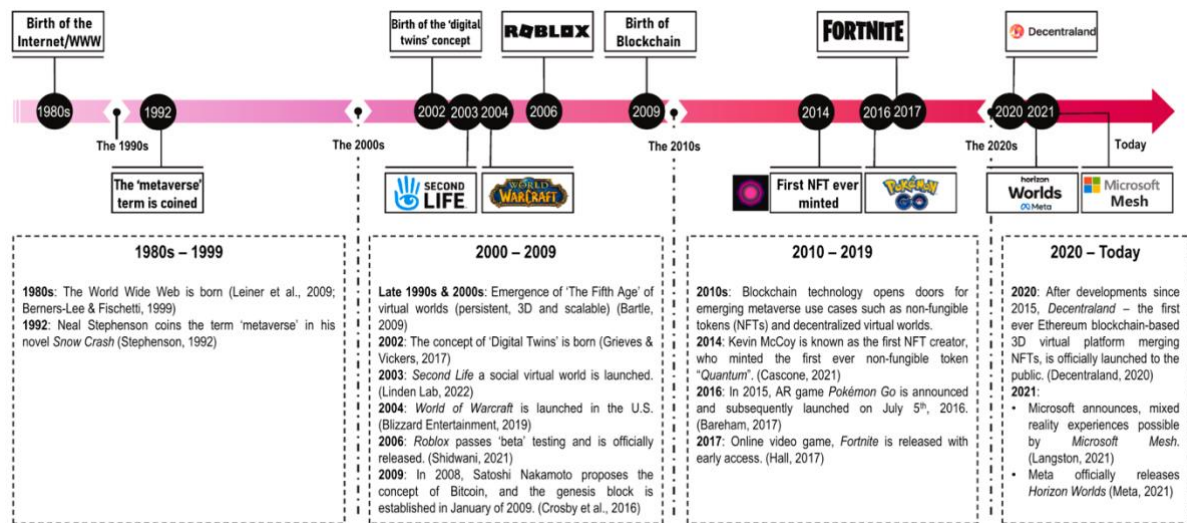
Master 120 – Ingénieur de gestion – Décisions tactiques et digitales en Marketing

Table des annexes

1. Annexe 1 : Métavers à travers le temps	1
2. Annexe 2 : Evolution du concept de métavers à travers le temps.....	1
3. Annexe 3 : jumeau numérique autonome avec ML (Machine Learning) et DL (Deep Learning).....	1
4. Annexe 4 : continuum reel-virtuel de Milgram et al. (1995)	2
5. Annexe 5 : Processus d'engagement	2
6. Annexe 6 : MDE Framework of gamification principles.....	3
7. Annexe 7 : Typologie des mécaniques de gamification (Caillois)	3
8. Annexe 8 : Comparaison des échelles de mesure « playfulness »	3
9. Annexe 9 : Panorama des métavers utilisés en 2022	4
10. Annexe 10 : Guide d'entretien	7
11. Annexe 11 : Retranscriptions des interviews	11
11.1. Interview 1 : Hugo.....	11
11.2. Interview 2 : Théo	18
11.3. Interview 3 : Nicola.....	25
11.4. Interview 4 : Simon	28
11.5. Interview 5 : Fabio	33
11.6. Interview 6 : Joey	38
11.7. Interview 7 : Louis	41
11.8. Interview 8 : Gianni.....	46
11.9. Interview 9 : Guillaume.....	51
11.10. Interview 10 : Mehdi	53
12. Annexe 12 : Between-Subjects design.....	63
13. Annexe 13: Questionnaire quantitatif	64
14. Annexe 14 : Analyse en composantes principales (ACP).....	77
14.1. XLUD.....	77
14.2. XSOC	78
14.3. ENMETA	79
14.4. ENMAR.....	79

14.5.	TEC	80
14.6.	JEU	80
15.	Annexe 15 : Analyses préliminaires.....	81
15.1.	Normalité des distributions	81
15.2.	Homogénéité des variances	81
15.3.	Équivalence des groupes	82
16.	Annexe 16 : Tests des hypothèses.....	85
16.1.	H1	85
16.2.	H2	87
16.3.	H3	89
16.4.	H4	90
16.5.	H5	90
16.6.	H6	91
16.7.	H7	91
16.8.	H8	92
16.9.	H9	94
17.	Annexe 17 : Résultats hypothèses « Brand attitude » de Lee et al. (2023).....	96

1. Annexe 1 : Métavers à travers le temps

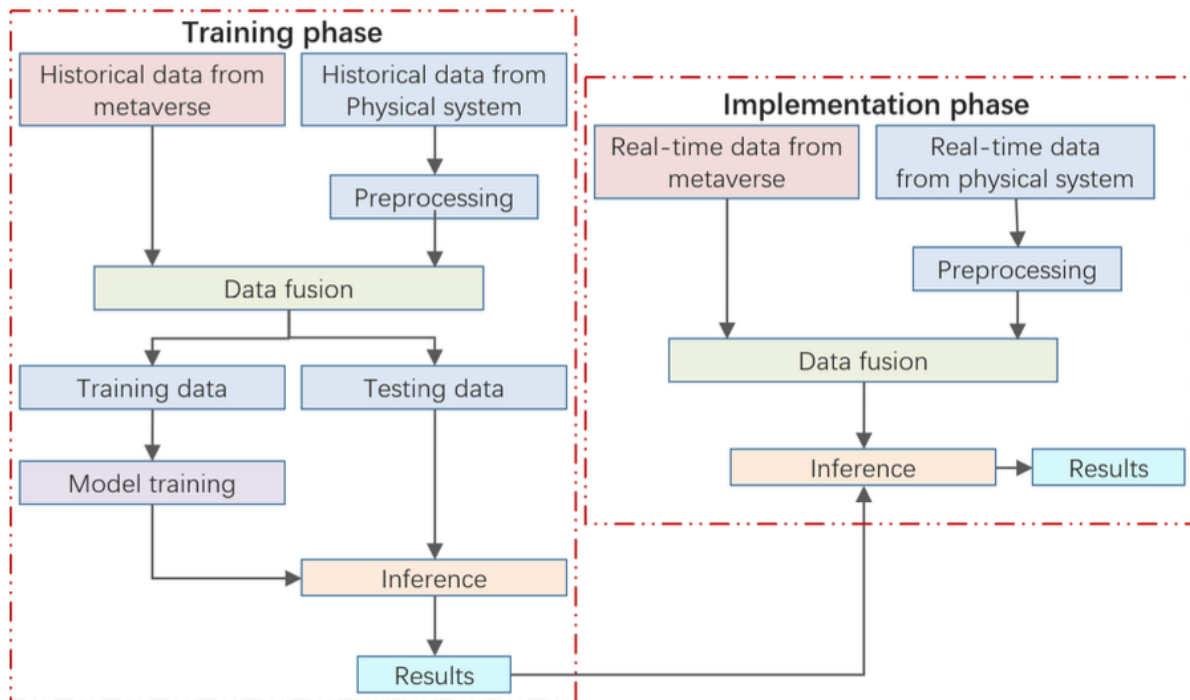


2. Annexe 2 : Evolution du concept de métavers à travers le temps.

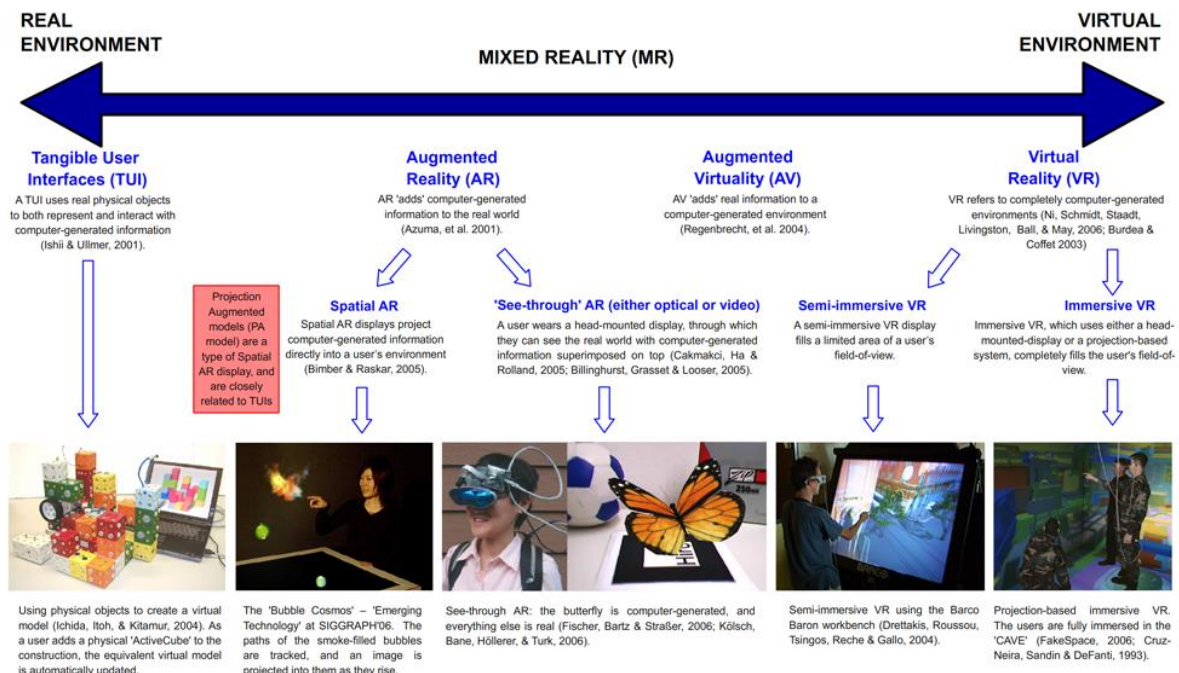
Illustrative Study	Scope	Metaverse Definition
Perlin & Goldberg (1996)	Single Virtual World (Narrow + Purely virtual)	"a future version of the Internet which appears to its participants as a quasi – physical world. Participants are represented by fully articulate human figures, or avatars. Body movements of avatars are computed automatically by the system"
Allbeck & Badler (1998)	Single Virtual World (Narrow + Purely virtual)	"a virtual reality world envisioned as a large cyber-planet. It contains homes, corporate headquarters, nightclubs, and virtually every other type of building found in reality and some that are not. Individuals from around the world materialize on this cyber-planet, and are represented there by avatars"
Wright et al. (2008)	Single Virtual World converging the physical and virtual realities (Narrow + Blended reality)	"an extensive 3D networked virtual world capable of supporting a large number of people simultaneously for social interaction" "implies the interaction of real people with the virtual environments and agents including avatars with increasing levels of immersion and presence""the word metaverse (Meta -Universe) suggests the emergence of a new class of augmented social interaction which we term 'augmented duality'"
Frey et al. (2008)	Interoperable virtual worlds (Broad + Purely virtual)	"a system of numerous, interconnected virtual and typically user-generated worlds (or Metaworlds) all accessible through a single-user interface"
Davis et al. (2009)	Single Virtual Worlds (Narrow + Purely Virtual)	"immersive three-dimensional virtual worlds in which people interact as avatars with each other and with software agents, using the metaphor of the real world but without its physical limitations"
Dionisio et al. (2013)	Interoperable virtual worlds (Broad + Purely virtual)	"an integrated network of 3D virtual worlds"
Duan et al. (2021)	Interoperable convergence of the physical and virtual worlds (Broad + Blended reality)	"an evolving virtual world with unlimited scalability and interoperability" "real-time 3D rendering-related technologies like VR/AR are regarded as the main interaction interface."
Lee et al. (2021)	Interoperable convergence of the physical and virtual worlds (Broad + Blended reality)	"a virtual environment blending physical and digital, facilitated by the convergence between the Internet and Web technologies, and Extended Reality (XR)... all individual users own their respective avatars, in analogy to the user's physical self, to experience an alternate life in a virtuality that is a metaphor of the user's real worlds"

Notes: VWs = Virtual Worlds; VR = Virtual Reality; AR = Augmented Reality, XR = Extended Reality.

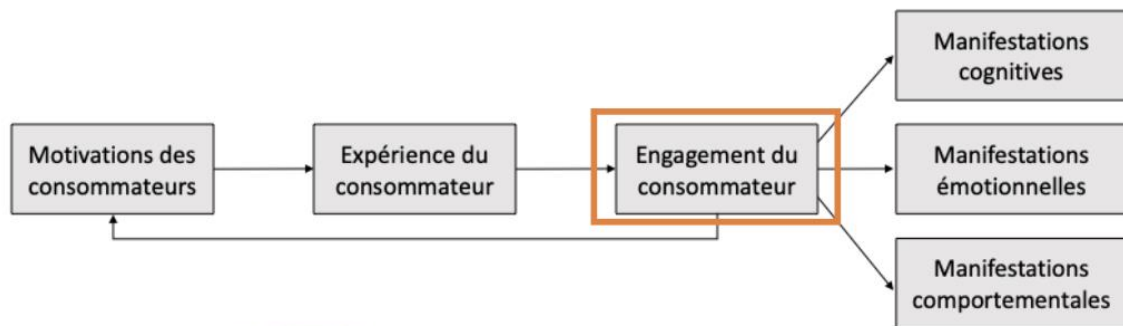
3. Annexe 3 : jeu numérique autonome avec ML (Machine Learning) et DL (Deep Learning).



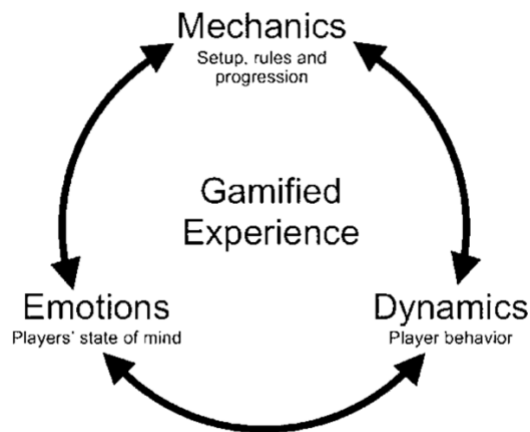
4. Annexe 4 : continuum reel-virtuel de Milgram et al. (1995)



5. Annexe 5 : Processus d'engagement



6. Annexe 6 : MDE Framework of gamification principles



7. Annexe 7 : Typologie des mécaniques de gamification (Caillois)

REPARTITION DES JEUX				
	AGON (compétition)	ALEA (chance)	MIMICRY (simulacre)	ILINX (vertige)
PAIDIA vacarme agitation fou-rire	courses luttas etc. athlétisme	pile ou face comptines	imitations enfantines jeux d'illusion poupée, panoplies masque travesti	manège « tournis » enfantin balançoire valse
cerf-volant solitaire réussites mots croisés	boxe escrime football	billard dames échecs	pari roulette	volador attractions foraines ski alpinisme voltige
LUDUS	compétitions sportives en général	loteries simples composées ou à report	théâtre arts du spectacle en général	

N. B. — Dans chaque colonne verticale, les jeux sont classés très approximativement dans un ordre tel que l'élément *paidia* décroisse constamment, tandis que l'élément *ludus* croît constamment.

8. Annexe 8 : Comparaison des échelles de mesure « playfulness »

Characteristic	Playfulness Scale (Lieberman 1977)	Children's Playfulness Scale (Barnett 1991b)	Test of Playfulness (Bundy 1996)	ALB and IIP (Ferland 1997)	Adolescent Playfulness Scale (Staempfli 2006)	Young-Adult Playfulness Scale (Barnett 2007)	Older-Adult Playfulness Scale (Yarnal and Qian 2010)
Components of playfulness measured	•Physical spontaneity •Social spontaneity •Cognitive spontaneity •Sense of humor •Joy	•Physical spontaneity •Social spontaneity •Cognitive spontaneity •Sense of humor •Joy	•Intrinsic motivation •Internal control •Freedom to suspend reality •Framing	•Curiosity •Sense of humor •Pleasure •Spontaneity •Initiative •Challenge	•Physical animation •Social engagement •Mental spontaneity •Emotional fluidity •Humorous perspective	•Gregarious •Uninhibited •Comedic •Dynamic	•Upbeat •Impish •Spontaneous •Humorous
Items	12 items	23 items	68 items: 34 items observed inside and another 34 outside	In each of these tests, 6 items pertain to playfulness	20 items	15 items	15 items
Intended population	School-age children	School-age children	Children from 15 months to 10 years of age with a disability	Preschool-age children with a disability	Adolescents age 12–19	Young adults, age 18–30	Older adults, age 65 and over

*The first four instruments are adapted from Guitard, Ferland, and Dutil (2005).

9. Annexe 9 : Panorama des métavers utilisés en 2022

Nom	Date de création	Entreprise	Descriptif	Juridiction applicable	Immatriculation	Estimation du nombre d'utilisateurs mensuels actifs
Roblox	2006	Roblox Corporation	Jeux vidéo générés par les utilisateurs	État de Californie	États-Unis	150 millions
Fortnite	2017	Epic Games	Jeu vidéo multijoueur sur un modèle freemium	État de Caroline du Nord	États-Unis	268-272 millions
The Sandbox	2012	Animoca Brands	Univers virtuel partagé en temps réel basé sur la blockchain	Hong Kong	Hong Kong	350 000
Horizon Worlds	2021	Meta	Univers virtuel partagé en temps réel à vocation sociale où les utilisateurs peuvent créer des contenus en ligne.	État de Californie	États-Unis	200 000
Zepeto	2018	Naver Z	Univers virtuel partagé en temps réel où les utilisateurs peuvent interagir et créer des contenus en ligne.	Corée du Sud	Corée du Sud	20 millions
Decentraland	2020	The Decentraland Foundation	Univers virtuel partagé en temps réel basé sur la blockchain	Panama	États-Unis	300 000
SecondLife	2003	Linden Lab	Univers virtuel partagé en temps réel où les utilisateurs peuvent interagir et créer des contenus de l'univers.	État de Californie	États-Unis	N/A

VRchat	2017	VRchat Inc	Univers virtuel partagé en temps réel où les usagers peuvent créer des contenus et expériences en ligne.	État de Californie	États-Unis	673 000
Minecraft	2011	Mojang Studios	Jeu vidéo multijoueurs accessible sur des serveurs privés	État ou province où l'utilisateur réside	États-Unis	141 millions
RecRoom	2016	Rec Room Inc	Salles de discussion en temps réel et en réalité virtuelle où les usagers peuvent interagir	État de Washington	États-Unis	1 million
Yaotai	2021	NetEase	Service de conférences en réalité virtuelle pour les professionnels	Hong Kong	Chine	N/A
Core	2019	Manticore Games	Univers virtuel partagé en temps réel où les usagers peuvent interagir, et créer des contenus et expériences en ligne.	État de Californie	États-Unis	N/A
VestaVR	2019	JanusXR	Plateforme hébergée sur le web de salles de chat	Province de l'Ontario / Canada	Canada	N/A
Sansar	2017	Linden Lab	Plateforme proposant des événements virtuels partagés en temps réel	État de Californie	États-Unis	N/A
Hiberworld	2017	Hiberworld Inc	Plateforme de création de mondes virtuels où les usagers peuvent jouer, créer et partager des jeux en ligne.	Suède / État de New-York pour les résidents américains	Suède	N/A

NeosVR	2018	Solirax	Plateforme de création d'univers virtuels	Tchéquie	Tchéquie	N/A
Mozilla Hubs	2018	Mozilla	Plateforme open source pour la création de mondes virtuels	État de Californie	États-Unis	N/A
Virbela	2012	Virbela Inc	Plateforme de création d'univers virtuels immersifs partagé en temps réel	État du Delaware	États-Unis	N/A
XiRang	2021	Baidu	Plateforme de création d'univers virtuels partagés en temps réel, qui se présente comme un fournisseur SaaS (Software as a service). Les usagers peuvent créer des expériences en ligne.	Pékin	Chine	N/A
Omniverse (Nvidia)	2020	Nvidia	Plateforme de collaboration de conception 3D en temps réel et de simulation de mondes virtuels / jumeau numériques	État de Californie	États-Unis	N/A
Octi	2017	Octi Inc	Réseau social en réalité augmentée	État de Californie	États-Unis	Moins de 500 000
Bigsreen	2017	Bigsreen Inc	Salles de discussion en temps réel et en réalité virtuelle où les usagers peuvent interagir	État de Californie	États-Unis	Moins de 500 000

10. Annexe 10 : Guide d'entretien

Guide d'entretien – Mémoire : Métavers et expérience du consommateur

Bonjour, je m'appelle Benjamin et je suis étudiant en dernière année de Master en Ingéniorat de Gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire sur les Métavers et expérience du consommateur, je réalise une série d'entretiens.

Vos réponses me permettront de mieux comprendre l'avis du consommateur et/ou de l'utilisateur que vous êtes, et de cerner vos attentes en la matière. Si cela vous convient, je vais vous poser une série de questions qui prendront la forme d'une discussion. Cet entretien devrait durer environ 30 minutes. Vous pourrez exprimer votre ressenti ou opinion à n'importe quel moment, faites-le le plus sincèrement possible. N'hésitez pas non plus à m'interrompre pour ajouter quelque chose. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse, seul votre avis compte pour moi. Sachez également que vos réponses resteront anonymes.

Auriez-vous des questions particulières avant de commencer l'interview ?

Si vous n'y voyez pas d'inconvénient, je désirerais enregistrer notre discussion afin de pouvoir me focaliser sur la conversation.

Parlons un peu de vous !

Tout d'abord, nous allons commencer par discuter de vous et de votre parcours professionnel.

- 1) Pourriez-vous vous présenter brièvement ? (nom, région, profession, âge, ...)
- 2) Quels sont vos hobbies dans la vie ? Avez-vous l'habitude de jouer ?
- 3) Comment qualifieriez-vous vos rapports aux réseaux sociaux ? Avez-vous un ou des avatars ?
- 4) Comment qualifieriez-vous votre connaissance des Métavers ? (quand ? plateformes ?)

Marques

- 1) Qu'est-ce que le mot « Marques » vous évoque ?
- 2) Quelles sont les marques que vous avez l'habitude de consommer ? Quelles catégories de produits vous intéresse principalement ?
- 3) Qu'est qui fait que vous avez une relation privilégiée avec ces marques ? Comment cela se manifeste-t-il ?
- 4) Comment qualifieriez-vous vos rapports aux marques ?

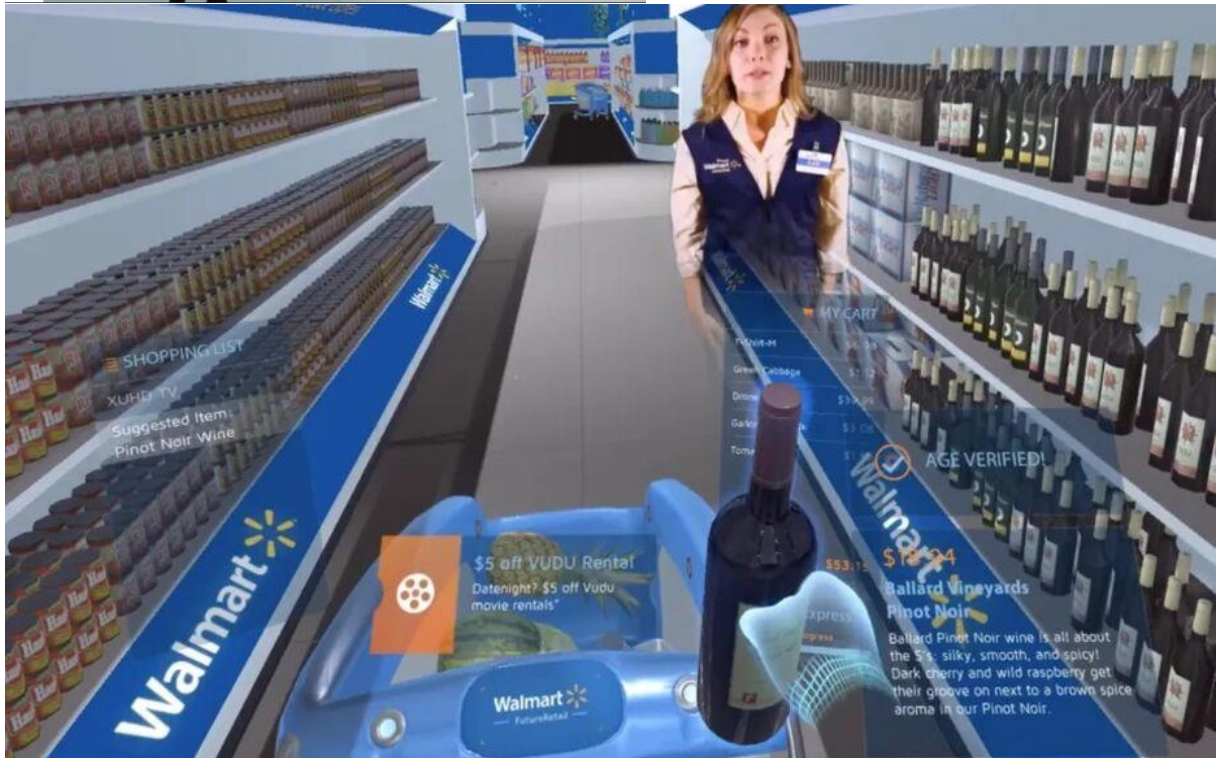
Métavers

- 1) Qu'est que le mot « Métavers » vous évoque ?
- 2) Quelles plateformes de Métavers avez-vous déjà utilisé ?
- 3) Quelles sont vos types d'activités dans les Métavers ? Dans quel but utilisez-vous principalement ces plateformes ?
- 4) Est-ce que vous jouez aux jeux vidéo ? Si oui, lesquels ?

Perception des marques dans les Métavers ?

- 1) Avez-vous déjà entendu parler des marques dans les Métavers ? Si oui, lesquelles ? Considérez-vous ça important ?
- 2) Comment les marques sont-elles représentées dans les Métavers ?
- 3) Que pensez vous des campagnes publicitaires dans les Métavers ? Voici quelques exemples :





- 4) D'après vous, quelle devrait être la représentation de ces marques dans les Métavers ? Comment pensez-vous que les marques devraient interagir avec les consommateurs dans les Métavers ?

Engagement

- 1) *Reprendre les marques dont il/elle m'a parlé (imaginons que Nutella présent dans les Métavers)* Est-ce que cela pourrait modifier votre relation avec cette marque ? Si non : quel type de produit serait susceptible de vous faire changer de perception ? Selon, vous quel type de produit devrait être présent ? Pensez-vous que la présence des marques dans les Métavers pourrait faire augmenter ou, à l'inverse, faire diminuer votre engagement envers celles-ci ?
- 2) Effectuez-vous des achats dans les Métavers ? Si oui, à quelle fréquence ? Ces achats sont-ils liés aux marques présentes ? Si non, pensez-vous que cela puisse vous arriver dans le futur ou avec une utilisation plus intensive ? Quel type de produit ?
- 3) Pensez-vous que les activités proposées dans le « Nikeland », pour reprendre le même exemple, favorisent l'utilisation des Métavers ? (montrer plusieurs exemple)

Quels sont les points positifs et négatifs ? Selon vous, quels sont types d'activité « intéressantes » ?

- 4) Quelle est votre opinion sur l'effet d'un environnement tel que le Métavers sur votre propension à la consommation ? Envisageriez-vous également l'achat de ce type de produit dans un contexte hors-ligne ?

Éthique et réglementation

- 1) Est ce qu'il existe des réglementations dans les Métavers ? Qu'en savez-vous ? (il y a en pas, ce sont les conditions générales, qu'en pensez-vous ? Pensez vous qu'il devrait y avoir une ? Et par rapport à la présence des marques dans les Métavers ?)
- 2) Pensez-vous qu'une réglementation devrait être instaurée concernant la présence des marques dans les Métavers ?
- 3) Pensez-vous qu'il y a de publicité dans les Métavers ? Est-ce que vous l'avez déjà remarqué ? Si oui, sous quelle forme ? Est-ce que c'était un produit que vous avez l'habitude de consommer ou susceptible de vous intéresser ? Qu'en pensez vous ?
- 4) Pensez-vous que les consommateurs devraient avoir un contrôle sur le contenu publicitaire auxquels ils sont exposés ?

*L'entretien est à présent terminé. Si je comprends bien, vous avancez que... [s'il y a quelque chose d'intéressant à relever, le faire], pourriez-vous/souhaitez-vous m'en dire plus ? Y a-t-il un sujet qui vous semble important et que nous n'avons pas abordé ?
Qu'avez-vous pensé de cet entretien ?*

Je vous remercie de votre disponibilité et du temps que vous m'avez accordé.

11. Annexe 11 : Retranscriptions des interviews

11.1. Interview 1 : Hugo

- Benjamin (Intervieweur) : Bonjour, donc cet entretien va porter sur les Metavers et expériences du consommateur. Ça va durer plus ou moins une demi-heure. Est-ce qu'avant qu'on commence, tu as des questions particulières?
- Hugo (Interviewé) : Non, pas de questions. On va peut-être commencer par te présenter, ton nom, ton âge, ce que tu fais.
- Interviewé : Je m'appelle Hugo, j'ai 18 ans, je suis en bac 1 à l'Africam en communication.
- Intervieweur : C'est quoi tes hobbies dans la vie?

- Interviewé : Je joue aux jeux vidéo, ça j'aime beaucoup. Je crée des liens que ce soit avec des gens en ligne ou quoi, voir un pote et tout ça.
- Intervieweur : Comment qualifierais-tu tes rapports aux réseaux sociaux? Donc, sur quelle plateforme tu t'inscris et ce que tu utilises fréquemment?
- Interviewé : J'utilise fréquemment tous les jours même les réseaux sociaux, que ce soit pour avoir de l'information, voir les nouvelles publications de personnes que je suis ou quoi. J'ai à peu près, j'ai beaucoup de réseaux sociaux, j'en citais quelques-uns, Twitter, Instagram, TikTok, Snapchat, tout ça.
- Intervieweur : Et dernière question d'introduction, de manière globale, comment tu qualifierais tes connaissances dans les métavers?
- Interviewé : Je ne qualifierais pas énormément non plus, j'en ai entendu quand même beaucoup parler ces derniers temps, ces dernières années-ci, mais je ne connais pas beaucoup de choses dedans.
- Intervieweur : Avant qu'on aborde le thème des métavers, on va parler un peu des marques et des marques de manière globale. Donc, avant qu'on continue dans l'interview, qu'est-ce que le mot marque t'évoque? Ce qui te passe par la tête quand tu entends le mot marque?
- Interviewé : Des entreprises mondiales, c'est ce qui me sort le plus, des multinationales, tout ça. Tu y accords beaucoup d'importance toi aux marques ou pas? En fonction des catégories de produits que tu achètes, ça peut être vêtements, technologies, nourriture ou encore autre chose.
- Interviewé : Par exemple, en vêtements, que ce soit pour des simples habits, là je peux prendre un peu tout niveau marque, ce n'est pas très important. Par exemple, pour les chaussures, j'ai quelques préférences pour certaines marques puisque je préfère leur modèle à eux.
- Intervieweur : Tu parles de ces quelques-unes à peu près?

- Interviewé : Par exemple Nike, j'aime beaucoup les modèles qu'ils font. C'est vers là que je vais aller.
- Intervieweur : Autre chose, d'autres catégories de produits ou pas?
- Interviewé : Non, je ne sais pas.
- Intervieweur : Tu m'as cité Nike. Qu'est-ce qui fait que tu as une relation particulière avec cette marque-là? Qu'est-ce qui fait que tu te diriges plus vers cette marque-là qu'une autre?
- Interviewé : Je préfère clairement les designs qu'ils font par exemple sur leurs chaussures. Je préfère vraiment les designs. Que ce soit aussi au niveau des choix des couleurs qu'ils font ou des nouveaux modèles qui sortent et la façon dont ils arrivent à l'amener. J'aime bien.
- Intervieweur : Donc, tu es plutôt sensible aux choix que tu as et aux marketing qu'il y a derrière. C'est ça?
- Interviewé : Oui. Maintenant, on va entamer le prochain thème. Qu'est-ce que le mot « métavers » t'évoque? Métavers pour moi, de ce que j'ai pu voir, de différentes sources, c'est comme un autre monde dans lequel on serait et on aurait des genres d'avatar. C'est comme un monde 2.0.
- Intervieweur : Des avatars, tu en as toi ou pas? Les avatars, c'est uniquement représentation de toi que ce soit en ligne, que ce soit dans le gaming ou dans les réseaux sociaux. Type Snapchat par exemple. Je ne sais pas si tu as Snapchat. Du coup, qu'est-ce que le mot « métavers » t'évoque? Tu me l'as expliqué. Mais quelle plateforme tu as déjà utilisé? Pour qu'on soit un peu sur la même overbond, métavers, c'est comme tu as dit. Mais il y a aussi l'aspect social, c'est important de le préciser. Le fait que ce soit en ligne et le fait qu'il y ait beaucoup de possibilités. C'est pour ça que dans le gaming, on parle des open world. C'est assez ouvert et on sait faire beaucoup de choses.

- Interviewé : En soi, j'ai des jeux sur lesquels je dois avoir un avatar. C'est une représentation à peu près dans le jeu et j'essaie qu'il me ressemble le plus possible. Je peux faire des rencontres dans le jeu pour me faire des potes ou des activités ensemble. Tu as des noms de jeux en tête? Il y a Garry's Mod, je sais. Je sais qu'il y a GTA V, en roleplay. Je n'ai pas d'autres jeux qui me viennent comme ça. Tu as déjà joué à VR.
- Intervieweur : Juste pour qu'on précise, c'est quoi tes activités principales dans ces métavers? Tu m'as parlé de gaming ou alors ça peut être uniquement pour GTA, tu joues au roleplay. Ça peut être aussi pour socialiser. C'est comme un super long film.
- Intervieweur : Maintenant, on va passer au thème qui dit les marques et les métavers. Est-ce que tu as déjà entendu que des marques étaient présentes dans ces métavers?
- Interviewé : Oui. Tu en as déjà vu?
- Interviewé : Non, je ne crois pas que j'en ai déjà vu. Tu as peut-être une idée de comment elles sont représentées dans ces métavers? Ça peut être par exemple des grandes affiches avec les marques et leurs pubs ou alors peut-être des partenariats. On va implémenter par exemple des vêtements de cette marque-là pour pouvoir modifier son personnage avec ces vêtements-là. Donc uniquement personnalisation d'avatar.
- Intervieweur : Je vais te montrer plusieurs marques dans des métavers différents. Tu vas me dire ensuite ce que tu en penses. Le premier exemple, c'est le NikeLand. C'est un mini métaver dans le métaver de Roblox. En plus de proposer des produits virtuels pour personnaliser les avatars, il y a aussi des activités sportives. Les gens peuvent en plus d'acheter, sociabiliser. Sinon, il y a des marques qui sont présentes de manière plus traditionnelle. Ici, dans le monde de Roblox, on a Gap qui a son propre magasin et dans lequel tu peux acheter des vêtements brandés Gap. Il y a aussi des salons virtuels de voitures. C'est un exemple parmi d'autres. Il y a aussi des hypermarchés qui commencent à faire leur apparition dans les métavers ou alors qui ont leur propre métaver. Dans ce cas-là, tu peux faire tes courses de façon virtuelle. Ce sont quelques exemples de ce qui est possible dans les métavers. Il y en a évidemment d'autres. Qu'est-ce que tu en penses?
- Interviewé : Je ne trouve pas que c'est forcément une mauvaise chose puisque par exemple, pour ce qui est des habits qu'on avait vu avant, par exemple pour Gap, ça

peut nous permettre de créer notre identité dans le métaver. Du coup, je trouve ça pas mal puisque chacun pourrait avoir sa propre identité. Pourquoi pas? Tu as des points négatifs?

- Intervieweur : Maintenant, oui, parce que c'est bien qu'on ait chacun sa propre identité. Maintenant, il pourrait peut-être avoir justement de la discrimination par rapport à des choses qu'on ne peut pas avoir et que d'autres auront. Ça, ça peut être un gros problème. Autre chose?
- Interviewé : Non. Ok, donc j'ai compris que ce n'était pas idéal, mais est-ce que tu penses que c'est une bonne représentation des marques ou est-ce que tu penses que ça pourrait être représenté d'autres manières?
- Interviewé : Je crois qu'il pourrait quand même trouver peut-être des idées plus originales de la manière de montrer les marques, mais je trouve que c'est vraiment l'idée la plus simple pour justement montrer les marques. C'est bien.
- Intervieweur : Pour les marques que tu m'as citées tantôt, tu m'as cité spontanément Nike. Du coup, tu as pu remarquer qu'elle était présente dans les métavers et notamment dans Roblox. Est-ce que tu penses que ça pourrait modifier ta relation avec cette marque-là, le fait qu'elle soit dans les métavers?
- Interviewé : Je ne crois pas que ça modifierait ma relation puisqu'elle restera de toute manière la même que ce soit dans le métavers ou dans la réalité.
- Intervieweur : Là, c'est pour Nike, mais est-ce que tu penses qu'il y a des catégories de produits qui pourraient te faire changer la perception?
- Interviewé : Non.
- Intervieweur : Tu m'as dit que peu importe qu'elle soit dans le métavers ou pas, ça ne changerait pas ton engagement. Est-ce que toi, personnellement, tu as déjà effectué des achats dans les métavers? Les métavers, c'est principalement gaming. Tu m'as parlé de personnalisation d'avatar, mais est-ce que tu as déjà acheté des skins?
- Interviewé : Oui. Vas-y, développe.

- Interviewé : J'ai acheté quand même pas mal de skins, que ce soit sur mes personnages dans les jeux, que ce soit sur Fortnite. Par exemple, Valorant, il y a des skins aussi, des skins sur les armes. J'en ai déjà acheté quand même pas mal.
- Intervieweur : Tu m'as parlé de Fortnite, tu y as joué souvent?
- Interviewé : Oui, souvent.
- Intervieweur : Tu n'as pas remarqué qu'il y avait des marques qui s'immisçaient dans les jeux? C'est vrai qu'il y avait des marques ou même des personnes connues qui s'immiscent dedans. Est-ce que tu penses qu'avec l'avancée des technologies et une situation un peu plus agressive, ça pourrait t'arriver d'en acheter encore plus?
- Interviewé : Non, je ne crois pas parce que sinon ça reviendrait quand même très cher à la fin. Pour reprendre l'exemple de Nike et du Nike Land, à l'inverse, tu m'as parlé que le fait qu'elles soient ou pas dans les metavers, ton rapport aux marques ne changerait pas. Est-ce que tu penses que le fait qu'elles y soient, ça pourrait changer ton utilisation des metavers? Si on reprend le Nike Land, tu l'as vu, ils ont des produits qu'ils proposent pour personnaliser les avatars mais également des activités. Est-ce que tu penses que ça pourrait favoriser ton utilisation?
- Interviewé : Je crois que oui, puisque évidemment au niveau social, ça va nous permettre de rencontrer plein de gens et du coup qu'ils mettent plein d'activités. Je trouve ça sympathique et du coup, pourquoi pas justement plus l'utiliser puisqu'il y a des activités.
- Intervieweur : Est-ce que tu as des points positifs ou alors négatifs à ce souci de le fait que les marques vont t'influencer dans l'utilisation des metavers? Est-ce que tu penses que c'est bien, est-ce que ce n'est pas bien?
- Interviewé : Je pense qu'il faudra toujours quand même avoir un peu de recul là-dessus. Par exemple, il y a des gens qui pourront être très naïfs et qui vont vraiment, si ils aiment une marque, ils vont suivre vraiment partout et ça peut être problématique

puisque du coup, on perd un peu de sa propre personnalité et on s'affiche seulement grâce à la marque.

-
- Intervieweur : On va passer au thème final. Avant que je l'aborde, est-ce que toi, à ta connaissance, il existe des réglementations dans les metavers?
- Interviewé : J'imagine que oui, par exemple, ne serait-ce que par rapport à ne pas avoir comme dans tous les règlements, dans tous les espaces publics ou quoi, des trucs sur le racisme, sur l'homophobie et tout ça.
- Intervieweur : Du coup, je vais t'expliquer un peu. Tu l'as dit public, mais ça n'est pas en fait, ça appartient à des entreprises qui ont un but commercial et uniquement commercial, donc c'est eux qui réagissent les lois. Il y a des abus qu'on a déjà pu apercevoir. Toi, qu'est-ce que tu en penses? Le fait qu'il n'y ait pas forcément de règle, qu'il y ait juste des conditions générales que l'utilisateur doit accepter. Est-ce que tu t'en tirerais en sécurité maintenant que tu le sais?
- Interviewé : Je trouve que c'est quand même un peu un problème puisque justement, ça devrait être globalisé et pas juste en fonction de la marque qu'il y a dans ce métavers-là. Je trouve que ça devrait être égal partout pour tout le monde.
- Intervieweur : Tu penses qu'il y a une puissance publique qui devrait réglementer tout ce qui est monde virtuel?
- Interviewé : Oui, clairement. C'est pour les mondes virtuels de manière globale, mais maintenant, tout ce qui est marque dans les mondes virtuels, est-ce que tu penses que ça devrait être réglementé? Leur présence, est-ce que tu penses que ça devrait être limité ou à l'inverse, pour toi c'est comme dans le monde réel?
- Interviewé : Dans la façon dont je pense, ça représente quand même un peu comme le monde réel puisque de toute façon, tout ce qui est marque et tout sont omniprésents dans le monde réel. Je ne vois pas pourquoi ça dérangerait qu'il y ait autant de marques là-dedans que dans le monde réel.

- Intervieweur : Toi, en tant que consommateur, tu penses qu'il devrait y avoir un contrôle sur le contenu auquel tu as exposé?
- Interviewé : Oui, sur le contenu, oui.
- Intervieweur : L'entretien est terminé. Est-ce qu'il y a un sujet qui te semble important et qu'on n'a pas abordé?
- Interviewé : Non.
- Intervieweur : Merci d'avoir répondu à mes questions.
- Interviewé : De rien.

Fin de l'entretien.

11.2. Interview 2 : Théo

Tout d'abord, on va commencer par discuter de vous et de votre parcours professionnel. Vous pouvez vous présenter. Je ne vais pas dire vous, tu peux te présenter. Ah, tu me dis vraiment que tu sais. Théo Lemahieux, étudiant Master 2 à l'UCLouvain Fucam Mons en ingénieur de gestion. Options plus Business Analytics et puis Logistique et Transport. Transport et mobilité, pardon. Je dois parler de mes passions, mes hobbies, tout ça? Oui, c'est la question d'après. Vas-y. Niveau passion et hobby, le scoutisme. Depuis maintenant que j'ai 7 ans, en tant qu'animateur et administrateur pour la SBL, à plusieurs niveaux. Je vais aussi au sport régulièrement. OK. Comment qualifierais-tu tes rapports au réseau social? Observateur, mais je ne publie pas. Je suis régulièrement dessus, que ce soit sur Twitter, Instagram, Facebook, de temps en temps sur Discord, Reddit également. Mais très très très très peu de postes, voire pas du tout pendant des années sans aucun problème. Et si il le faut, je désinstalle. OK. As-tu des avatars? C'est pas ma question, c'est la première que tu voulais que je te demande. As-tu des avatars? Ouais. Où ça? Sur tes réseaux sociaux. Avatar, c'est représentation de toi-même. Donc a priori, tu en as. Donc une photo de moi-même, c'est un avatar? Voilà. Une photo de moi-même, c'est un avatar. Oui, j'ai des avatars sur les réseaux sociaux. Maintenant, avant de commencer, comment qualifierais-tu tes connaissances dans les métaverses? Ça dépend ce qu'on entend par métaverse. Comme j'ai déjà joué à des jeux vidéo, et si on prend en compte qu'un métaverse, c'est un jeu vidéo, même un open world, à ce moment-là, j'ai déjà été dans les metavers au niveau des jeux vidéo, mais également dans le domaine de la crypto avec le metavers Decentraland. OK. Et tu parles de jeux vidéo, tu joues souvent? Je ne joue pas souvent, non. J'ai joué pendant tout ce qui était confinement, etc. À quoi? À quoi? Des jeux type Minecraft, Croquet League, j'ai

essayé LOL, des jeux solo aussi, comme Star Wars, ou même... Je ne sais plus. Je ne sais pas les dés. C'est un FPS, je ne sais pas les dés. C'est Valorant.

OK. Maintenant, on va commencer avec le premier thème. Tout d'abord, qu'est-ce que le mot marque t'évoque? Une marque? Une marque que tu as tout confondu.

Oui, je dirais que une marque, c'est le nom d'une image donnée à une entreprise pour vendre un certain produit ou un certain service. Mais une marque n'est pas obligatoirement une entreprise, dans le sens où j'entends qu'une entreprise peut avoir plusieurs marques.

OK. Donc c'est la représentation d'un produit, on peut dire ça comme ça? Non, ça peut être un ensemble de produits. Pour moi, c'est plus... Nike, par exemple, c'est une marque et une entreprise, parce qu'on ne se différencie pas. Mais l'entreprise Colerute vend différents produits et ils vendent plusieurs marques. Tu vois? OK. C'est plus dans ce sens-là.

Maintenant, est-ce qu'il y a des marques que tu as plus l'habitude de consommer? Ou est-ce qu'il y a des catégories de produits où tu fais vraiment attention à la marque que tu vas consommer?

Je ne suis pas sûr de bien comprendre la question. Est-ce que, par type de produit, tu vas plus t'intéresser à telle ou telle marque? Et si oui, quelles sont ces marques? Je pense uniquement dans tout ce qui va être vêtements. Et je crois que je vais essayer de me tourner vers des marques qui vont proposer des produits plus pratiques. Par exemple, des chaussures, je vais prendre des Salomon ou des vêtements The North Face, de ce style-là. Mais sinon, les marques, ce n'est pas mon point d'intention quand je dois choisir un produit à acheter. OK. Ça n'a pas vraiment d'importance. Non, pour l'info. Tu l'as dit, tu ne portes pas vraiment beaucoup d'importance.

Mais par exemple, sur les marques que tu m'as citées, Salomon ou North Face, qu'est-ce qui fait que tu as une relation privilégiée avec ces marques? Qu'est-ce qui fait que tu vas les acheter et que tu vas vers elles? Parce que les produits qu'elles proposent, ils remplissent les caractéristiques dont j'ai besoin. Et elles sont? C'est quoi ces caractéristiques? Par exemple, si c'est un sac à dos, je prends North Face parce que c'est pratique, c'est solide. Je sais que ça va durer longtemps. Et niveau rapport qualité-prix, il n'y a pas beaucoup d'autres marques qui remplissent l'ensemble des critères. Maintenant, si une autre marque vend le même produit, c'est juste pas le même nom, et c'est moins cher, j'irais sur l'autre marque. Donc les caractéristiques sont respectées. Ok. On va passer au prochain thème. Je vais te demander d'abord, qu'est-ce que le mot métavers t'évoque? Alors, le métavers pour moi déjà c'est quelque chose d'en ligne, dans lequel il y a moyen de communiquer avec diverses personnes. L'idée pour moi c'est d'avoir un monde parallèle, si je puis dire, où on va pouvoir réaliser diverses actions en fonction du type de métavers que c'est. Que ce soit du jeu, de la communication simple, des échanges, des collections, etc. Et donc dans ces domaines-là, je pense qu'un métavers, oui, ce serait vraiment un endroit informatisé du coup, accessible via un PC, des lunettes virtuelles ou autre, depuis chez soi mais pour aller ailleurs quelque part. Ok. T'en as parlé un peu au début de l'interview. Mis à part les plateformes de gaming que t'as citées par exemple Valorant ou... On répond à ce que t'as dit. T'as d'autres plateformes de métavers que t'as utilisées? Des centres à l'encre, qui elles cette fois-ci n'est pas un jeu vidéo à la base, mais sinon non. J'en ai pas en tête, mais ça dépend vraiment de la définition

que tu donnes au métavers. Pour l'instant je m'intéresse surtout à ce que métavers t'as vécu. Je dirais qu'on peut peut-être ajouter GTA Online. Parce que ça colle avec ce que j'ai dit avant. On peut jouer, échanger. Après ça pourrait aller plus loin, même si on prend tout ce qui est échanges. A partir du moment où si on avait la possibilité d'échanger, de pouvoir customiser son réseau social, etc. On pourrait presque dire qu'un Facebook est un métavers. Ok. On en reviendra par la suite. Ok, pas de soucis. Je pense que tu m'as déjà répondu à la question. Quels sont vos types d'activités dans les métavers? Jeux vidéo, pas énormément, mais jeux vidéo et découverte de ce que c'est. Ok. Curiosité en fait. Avec des centres à l'encre? Oui, vraiment. Ok. Est-ce que c'est possible de jouer aux vidéos? Tu m'as répondu.

On va passer au prochain thème, c'est perception des marques dans les métavers. Ok. On va mettre en lien les deux thèmes qu'on a abordés. Avant tout, est-ce que tu as déjà entendu parler des marques dans les métavers?

Alors, des marques... Oui. Maintenant, par exemple GTA, ça appartient à une entreprise, et GTA c'est un peu l'emblème fort de cette entreprise, donc d'office, quand on joue à GTA, on sait qu'on est quelque part dans le métavers de cette marque-là. Donc d'office, on entend parler de cette marque-là par le jeu quelque part. Quelle marque? Je n'ai pas compris, je pense.

La fournisseur de GTA.

Ah, la marque GTA. Oui, c'est ça. L'idée du jeu, comme on est dans... Pareil, l'idée centrale, c'est tout un projet qui est autour. Et oui, il y a plusieurs marques dedans, maintenant on sait que les métavers ça a été un bon feu de paille, et donc tout le monde s'est un peu précipité dedans. Et donc on a croisé de tout et de n'importe quoi, comme petit projet, comme petite marque, comme des grandes marques qui ont une petite dent.

Tu en as en tête ou pas?

Là, comme ça... Non, beaucoup de projets crypto, il n'y a rien. Vraiment, c'était vraiment cibler projet de crypto parce que c'était vraiment le moyen d'avoir, de personnaliser son avatar, etc. Après, il y en a aussi qui sont... Ce ne sont pas des marques que je connais, mais si on va dans des centrales on voit qu'il y a vraiment des secteurs qui appartiennent à certaines marques sur la map. Donc pour toi, les marques sont représentées dans les métavers sous forme de, soit de produits pour personnaliser l'avatar, ou alors d'entités dans les métavers. Oui, c'est ça. Après, par exemple, si je reprends Decentraland, là c'était écrit avec des lettres romaines, donc je ne sais pas dire le nom de la marque. Mais voilà, ils avaient un bloc, donc une surface délimitée dans le métaverse, et ils avaient juste des... Tu voyais des logos de la marque, de l'écriture de la marque sur ce bloc-là. Ok. Maintenant, je vais te montrer quelques exemples de marques présentes dans le métaverse. Je vais d'abord te laisser regarder, puis on discutera. Donc on a d'abord Nike. Ça c'est dans Roblox, c'est Nikeland. C'est un monde dédié à Nike. Tu peux acheter des produits, mais tu peux aussi faire plein d'activités sportives, du coup en rapport avec la marque. Il y a aussi des activités où tu peux acheter des produits virtuels qu'il n'y a pas dans le monde réel. C'est un genre de mini métaverse dans le métaverse de Roblox. Ok. Je vais reprendre Roblox. Il y a d'autres en scène représentées plus classiques, classiquement. C'est une représentation de ce qu'on peut peut-être voir dans le monde réel, avec un commerce Gap ou alors un salon Fiat. Et on

a d'autres représentations comme des hypermarchés type Walmart où on peut faire nos courses dans le métaverse. Ok? D'après vous, d'après toi, quelle devrait être la représentation de ces marques dans le métaverse? Donc tu as une idée de ce qui a été fait maintenant. Est-ce que pour toi c'est une bonne représentation? Ça dépend de ce qu'elles cherchent à promouvoir à l'intérieur. Si c'est simplement avoir la possibilité d'acheter par rendre disponible des produits virtuels dans un monde virtuel, j'ai du mal avec l'idée de l'efficacité et de l'objectif derrière. C'est-à-dire que si une marque vend des trucs virtuels dans un monde virtuel qu'on ne voit que dans ce monde virtuel, je ne vois pas du tout l'intérêt tant pour la marque que pour la personne qui va les acheter. Hormis faire parler d'elle, je ne vois pas l'intérêt. Et donc toi en tant que consommateur, tu ne vois pas non plus l'intérêt à posséder ces marques dans le métaverse?

En tant que consommateur, je n'achèterai jamais des objets ou des skins ou des articles Walmart dans le métaverse. Mais je peux comprendre qu'on le fasse si le métaverse est une passion, si l'endroit où on est est une passion, ou si effectivement on joue avec ses amis dans le monde de Nike comme tu l'as montré. Là on pourrait dire que si effectivement certains produits t'apportent un avantage à jouer, ou si c'est plus joli, enfin c'est question de goût et couleur, je peux comprendre qu'on achète. Mais à partir du moment où ça ne t'apporte pas d'avantage d'avoir ce produit-là autre que le fait que tu aies ce produit, alors là non, ce n'est pas pour moi.

Ok. On va passer au prochain thème. Donc je vais un peu reprendre les marques dont tu m'as parlé. Si on reprend l'exemple de Nike, le fait que ce soit présent sur le métaverse, est-ce que tu penses que ça pourrait modifier ta relation avec la marque? Dans le monde réel? Tu m'as dit que ça ne t'intéresse pas. Oui, ça pourrait le modifier. Je prends un exemple. Si par exemple la marque sur le métaverse a une mauvaise communication, automatiquement, même si cette communication a eu lieu dans le métaverse, elle aura un impact dans le monde réel. Donc là clairement, si la marque commence à avoir des propos racistes et sexistes, j'invente, dans le métaverse, automatiquement pour moi ça aura des impacts dans la réalité, ça va influencer l'avis que j'ai de la marque, ce sera un avis négatif à ce moment-là. Et inversement, si les messages sont positifs, j'aurai une perception positive de la marque, même hors du métaverse. Tu me parlais des produits que tu ne considérais pas comme utiles dans des mondes virtuels. Est-ce que selon toi, il y aurait des produits qui seraient intéressants pour toi en tant que consommateur dans le métaverse?

Par exemple dans les jeux vidéo, si j'avais eu un avantage par rapport à d'autres joueurs en achetant tel ou tel produit, et vraiment que j'apprécie le jeu et que j'y passe un certain temps, là j'aurais pu me dire, ok, ça vaut la peine que j'ai ce produit-là, parce que ça me permettrait d'aller plus loin dans le jeu, de battre un certain record, etc. Mais si c'était uniquement un visuel, comme on pourrait avoir un skin par exemple, là non, ça ne m'intéresserait pas comme produit. Ok. Maintenant je vais passer à la question plus directement. Est-ce que tu as déjà effectué des achats dans les métaverses? Non. Ok. Sinon pensez-vous que ça puisse arriver dans le futur avec une utilisation plus intensive de métaverses? Du coup oui, si le produit proposé m'apporte un avantage. Ok. Du coup toujours dans le gaming? Toujours dans le gaming, non, ça pourrait être aussi dans des centres à langue qu'on a cité tantôt. Si par exemple je suis amené à vraiment plus m'y plonger, qu'il y a un regain de motivation, etc. que je suis amené à communiquer dessus,

acheter un terrain par exemple, ça pourrait être sympa. S'il y a vraiment une communauté qui se crée dessus et que les prix ne sont pas super élevés, on pourrait imaginer, enfin comme en fait à ce moment-là on quitte vraiment le domaine du jeu vidéo et de la communication de clients marques sur un marché, on est presque dans de la spéculation, on sait que la surface de la map est limitée, un des produits, tant les skins que les terrains à un moment, c'est également limité parce que c'est des NFT, d'office, si en plus c'est une marque qui le promouvoit, on va peut-être se retrouver dans une situation où je vais les acheter parce que comme j'ai déjà été dedans, je sais comment ça fonctionne et je vais attendre que d'autres personnes arrivent pour leur mettre sur le marché à un prix plus élevé. Et pour moi, à ce moment-là, ça me servirait indirectement dans le sens où je ferais un bénéfice. Toi c'est normalement dans le but de capacité ou d'actifs. C'est ça, derrière il faut que le produit m'apporte, que j'ai une plus-value, que ce soit si c'est dans les jeux vidéo, il faut que ce soit une plus-value de score quelque part, si c'est dans le jeu vidéo, il faut que ce soit une plus-value financière ou dans le sens où j'ai spéculé sur un produit pendant un instant pour que je le revende plus cher après. Ok, ça va. Je vais reprendre l'exemple de Nightland où je t'ai dit qu'il y avait plusieurs activités proposées dans ce mini-metavers. Est-ce que tu penses, en tant que consommateur, toi ou alors est-ce que tu penses que d'autres consommateurs pourraient être influencés et du coup que ça favorise l'utilisation des metavers dans le Nightland? Je ne sais pas si j'ai été clair. Le fait qu'il y ait beaucoup d'activités, est-ce que tu penses que ça pourrait inciter les gens à être présents davantage sur les metavers? Ou toi en tant que consommateur? Moi je ne pense pas. Non, à l'heure actuelle non, parce que ma priorité ce n'est pas les jeux vidéo. Mais si on m'avait proposé le même produit, si j'avais été au courant de ce produit-là pendant les périodes de confinement, par exemple, j'aurais pu être intéressé. Parce que j'étais sur les jeux vidéo, etc. Donc j'aurais dit qu'on essaye, parce que c'était nouveau, etc. Et je pense que à moins que ça peut intéresser des nouveaux consommateurs, maintenant il faut quand même se dire qu'on ne va pas dans le metavers du jour au lendemain. Il faut quand même certifier un certain matériel, même s'il est rendu le plus simple possible à l'heure actuelle, mais il faut quand même avoir accès à la technologie. Il faut la connaissance pour se créer le compte, pour avoir le jeu éventuellement. C'est quand même une démarche qui je pense coupe d'un certain public de base. Pour moi, si on n'est pas du tout dans les jeux vidéo, se dire du jour au lendemain je vais dans le metavers, ça me paraît compliqué. Je vais te remonter l'exemple qu'on m'a vu tantôt et j'aimerais que tu me cites les points positifs et négatifs des marques que tu vois. De toutes les photos ou juste Nike? D'un point de vue, Nike c'est assez unique, mais pour ce qui est de GAP, Fiat, ou alors... C'est quelle marque ça? Comment elles sont représentées? Selon toi, quels sont les points positifs et négatifs? On va dire les trois là, Nike et les derniers. Déjà, je trouve que ça ressemble, on n'équipe pas nos habitudes, dans le sens où Walmart, on voit clairement qu'on est dans les rayons du Walmart. Après, pour moi c'est un point positif, parce que ça permet aux gens de ne pas, en plus de découvrir un nouvel environnement, se retrouver complètement dans l'inconnu. Maintenant, pour les autres points positifs, il faut que la technique suive derrière. C'est peut-être une réponse un peu floue, mais par exemple, je pense que pour l'expérience utilisateur des marques, il faut que, c'est bête, mais un consommateur qui va avoir une mauvaise connexion internet va se retrouver vraiment très influencé, et va recevoir vraiment, ça sera très négatif le message, alors que s'il a une bonne connexion internet, pour le même service produit par la marque, son message sera beaucoup plus positif. Ça peut vraiment influencer l'expérience utilisateur, le fait d'avoir une bonne ou mauvaise connexion, simplement. OK, si on s'intéresse uniquement à l'expérience,

donc sans faire attention au mot. Donc on considère que tout va bien. Comme je l'ai dit, c'est proche de la réalité. Je pense que ça permet de sortir un peu du cadre, et de vraiment être seul avec la marque. On prend l'exemple de Fiat, il n'y a pas 20 personnes autour de la voiture. Ça c'est un exemple, mais il faut considérer que le métaverse est social, en ligne. Donc c'est un salon où il y a des gens, il y aura des avatars. Après, on est quand même beaucoup plus seul, parce qu'on est seul quand on est sur le métaverse. On n'est pas seul dedans, mais derrière son écran, normalement on est seul, quelque part. Donc ce n'est pas du tout la même expérience que dans la réalité, où on est 20 dans une pièce, et 20 dans le métaverse. Au niveau des échanges, pour la compréhension, le chat, etc. C'est complètement différent que dans une pièce entourée de personnes. Et le fait, en plus de ça, que tu as la possibilité d'être anonyme quelque part, ce n'est pas du tout le même type d'échange que tu as avec les gens. Sinon, les autres aspects positifs... Je pense qu'une marque va se permettre plus de liberté dans le métaverse que dans la réalité, si je puis dire. Ne fût-ce que par le produit. Si elle veut, par exemple, dupliquer un produit, que ce soit dans un rayon ou dans un certain endroit, elle va vraiment pouvoir le dupliquer au maximum. Je sais que c'est une technique de marketing, dupliquer le produit au maximum pour créer un intérêt. Je ne te dis pas dupliquer, tu entends comment? Dupliquer, le dupliquer, donc le remettre plusieurs fois. Je pense que c'est positif, dans le sens où on va vraiment pouvoir voir tous les aspects du produit, et que ce sera plus simple d'avoir l'information que si on se retrouve dans l'ombre réelle. Négatif, tu n'en as pas parlé? Négatif... Ça va vraiment dépendre de l'expérience que la personne cherchait à avoir dans le métaverse. Mais toi, en tant que consommateur, tu as ce genre de campagne du mystère ou de présence dans le métaverse? Ça ne me gêne pas à partir du moment où je ne suis pas obligé de les subir. Si en étant dans le métaverse, je ne vois que des marques et que de la pub, je ne viens pas chercher ça dans le métaverse, donc ça ne m'intéresse pas. Négatif? Négatif, ce serait vraiment le côté, si toutes les marques se mettent à utiliser tout le temps le métaverse, et que dans le métaverse, on quitte vraiment l'objectif premier qui est l'amusement, le côté social et le jeu, et qu'on se retrouve vraiment dans le... on mange des produits, on mange des marques, on ne fait plus que ça. À ce moment-là, c'est négatif, mais ce serait vraiment le surplus. Après, ça ne me dérange pas qu'il y ait des marques dans le métaverse en tant que telle, et qu'elles soient libres, mais il faut que ce soit réglementé quelque part dans le métaverse, en disant que l'objectif premier du métaverse, c'est le social par exemple, ça peut être l'amusement ou le jeu vidéo, ou n'importe quoi. Mais il ne faut pas que le métaverse tombe dans... Ok, on ne va mettre que des marques, etc. Là, ça pourrait vraiment être très très lourd. Un peu comme les pubs sur Youtube quelque part. C'est vraiment la même idée. C'est juste le cadre différent, mais l'idée est la même. Ok. Alors, question peut-être un peu difficile, je ne sais pas si je vais la garder, tu me diras. Quelle est ton opinion sur l'effet qu'un environnement tel que le métaverse a sur ta proportion à la consommation? Attends, répète. Quel est ton avis sur ce que le métaverse, donc l'effet d'un environnement tel que le métaverse, pourrait avoir sur ta proportion à consommer? Ta proportion, c'est le... Bon, non, c'est l'achat. Ton envie, mais surtout ton aptitude à acheter. Donc c'est envie, capacité, c'est tout ça. Alors, je pense que ça va dépendre de comment ça m'est proposé. Maintenant, quand j'achète un produit, je cherche à répondre à un besoin. Donc à partir du moment où je reçois les informations, comme quoi un certain produit répond à mes besoins, quel que soit le domaine où je reçois ces informations, que ce soit une publicité classique à la TV, ou dans le métaverse, là ça va peut-être me pousser à l'achat. Mais si je reçois dans le métaverse des informations qui font que le produit ne répond pas à mes besoins, à ce

moment-là, je pense que le fait que je reçoive l'information dans le métaverse ou ailleurs ne changera rien à ma proportion d'achat. Ok. Ça va. Tu m'as parlé juste avant de réglementations par rapport aux marques présentes dans le métaverse. Maintenant, d'un point de vue plus global, est-ce qu'à ta connaissance, il existe une réglementation dans le métaverse? Pas uniquement au niveau des marques, mais dans le métaverse, est-ce qu'il existe des réglementations? Ça va dépendre du métaverse, du coup. Ok. Parce que tu peux... Vas-y, vas-y. On a par exemple des métaverses qui appartiennent à quelqu'un. Un jeu vidéo, il appartient à une entreprise. Donc c'est l'entreprise qui fait les règles dans le jeu vidéo. Si l'entreprise dit qu'on veut qu'il y ait un maximum de marques, elle peut du jour au lendemain mettre un maximum de marques dans son métaverse quelque part. Par exemple, si je prends Descentraland, comme il y a vraiment l'idée des cryptos derrière et qu'il y a un réel marché, que ce soit pour la place, pour le terrain, pour l'image, etc., la marque va devoir mettre l'argent sur la table pour pouvoir financer ses actions dans le métaverse. Donc c'est là qu'il y a une vraie différence entre les deux. D'un côté, on a vraiment quelque chose qui est géré par une seule entité. Et de l'autre, c'est les gens qui l'utilisent qui le font vivre. Je ne sais pas si tu vois ce que je veux dire. Mais ça ne peut pas être ma réponse. Non, non, tu as raison. Donc je pense qu'à ce niveau-là, pour qu'il y ait de la place des marques dans les métaverses, dans les deux cas, il faut que ce soit réglementé soit par le bon sens de l'entreprise qui le possède, si c'est le cas d'un jeu vidéo. Mais dans l'autre cas, il faut que le marché puisse lutter contre l'abus des marques et leur surexposition. Ok, tu es revenu sur la marque, mais c'est bon, c'était une question qui venait après. L'ensemble des métaverses qui existent appartiennent à des entreprises à but commercial, qui ne sont pas dirigées par des puissances publiques. Ça arrive, il y a des puissances publiques, je pense qu'en Corée, il y aura un métavers. Mais les seules recommandations qu'il y a dans les métavers, quelles qu'elles soient, tu m'as cité des Centrallands ou alors des types GTA, mais ce sont que des conditions générales et il n'y a pas de recommandations faites par une autre puissance que l'entreprise. Oui, d'accord. Maintenant, tu m'as parlé des marques, c'est bon. Penses-tu qu'il y a de la publicité dans les métavers? De la publicité dans les métavers? Oui. Oui, il y en a. Ok. Est-ce que tu l'as déjà remarqué? Oui. C'était sous quelle forme? Des affiches, je dirais, la plupart. Vidéos ou logos sur des attributs dans les métavers. Ok, donc plutôt classiques. Oui, ceux que j'ai remarqué étaient classiques. Après, on a toujours... Alors pour le coup, je ne l'ai pas vu directement moi-même dans les métavers, mais par des vidéos, il y a aussi des marques qui organisent certains événements dans des métavers. On peut avoir des concerts par exemple, etc. Ok. Oui, c'est le cas. Oui, voilà. Et dernière question, puis l'entretien sera terminé. Penses-tu que les consommateurs devraient avoir un contrôle sur le contenu publicitaire auquel ils sont exposés? Tu m'as parlé tantôt qu'un des points négatifs du fait qu'il y ait des marques dans les métavers, c'est que tu as peur qu'il y en ait trop, qu'il y ait du sort surplombé, et que ça dégrade ta expérience consommateur. Est-ce que tu penses que les consommateurs devraient avoir l'option d'être exposés aux publicités, pas forcément aux environnements type Nightland, qui là, c'est là et ça reste, mais pour éviter qu'on soit vraiment la cible de plein de publicités sponsorisées et personnalisées? Oui, on devrait avoir le choix. Maintenant, je comprendrais que du coup, on soit limité dans le contenu, parce qu'on sait que c'est quelque chose qui génère de l'argent, et que donc, ça permet d'avoir un certain contenu gratuit derrière pour l'utilisateur. Donc oui, l'utilisateur devrait avoir le choix de voir ou non de la publicité, mais en sachant que derrière, le contenu de son expérience va peut-être diminuer ou être de moins bonne qualité, justement parce qu'il a dit non à la publicité, quelque part. Ok. Est-ce qu'il y a un domaine, un sujet, qui te semble important et

qu'on n'a pas encore abordé? Non, pas comme ça, non. Non? Mais merci d'avoir répondu à ma question. De rien.

11.3. Interview 3 : Nicola

Bonjour, cet entretien va porter sur les métaverses et l'expérience du consommateur. Avant qu'on commence, peut-être que vous avez des questions particulières? Non, je n'ai pas vraiment de questions particulières. Ok, on peut peut-être commencer par une brève introduction, votre nom, votre âge, ce que vous faites dans la vie? Donc moi je m'appelle Nicolas Lamendola, j'ai 23 ans et actuellement je suis en dernière année de master en ingénieur de gestion à l'UCLouvain Fucamons. Ok parfait, c'est quoi vos hobbies dans la vie? Principalement le sport comme le football ou encore le footsall ou le paddle, mais également les jeux vidéo. Je joue beaucoup aux jeux vidéo depuis que je suis tout jeune, donc voilà, c'est vraiment ça mes hobbies. Et par rapport aux jeux vidéo, tu as l'habitude de jouer à quel genre de jeux? Je joue un petit peu à tout, mais comme je t'ai dit, j'aime bien le football, donc j'ai joué beaucoup à FIFA, mais j'ai aussi beaucoup joué à Call of Duty et j'aime beaucoup aussi les RPG comme God of War ou God of Tsushima et j'ai eu aussi ma période Fortnite pendant le confinement. Ok, comment tu califierais tes rapports aux réseaux sociaux de manière globale? Donc sur quelle plateforme tu es inscrit? Est-ce que tu les utilises assez fréquemment? Je suis inscrit sur tous les réseaux sociaux majeurs, si je puis dire, donc Facebook, Snapchat, Instagram et TikTok. Je suis également inscrit sur LinkedIn, donc c'est un peu plus professionnel, mais voilà. Et je suis principalement actif sur tous les réseaux sociaux de manière générale, que ce soit Snapchat, Instagram, LinkedIn, je suis actif sur tous les réseaux sociaux. Ok, dernière petite question pour finir l'introduction. Comment tu califierais tes connaissances dans les métavers? Si on parle de réalité virtuelle pure, honnêtement, je n'en ai pas beaucoup, voire aucune. Mais si on parle d'immersion dans des jeux, comme j'ai dit tout à l'heure, par exemple les RPG, je pense que c'est un peu des sortes de métavers dans le sens où j'incarne le rôle d'un personnage. Donc voilà, mes connaissances sont assez limitées, mais je pense que je m'y connais un petit peu. Ok, et du coup, pour toi, métavers, ça t'évoque quoi? La première chose qui te vient à la tête quand tu entends métavers, c'est quoi? La première chose qui me vient à l'esprit, c'est vraiment la réalité virtuelle. Donc c'est vraiment le fait d'être transporté dans un monde à part.

Ok, on en reviendra un peu plus tard. Mais d'abord, ici, on va entamer notre premier thème. Donc c'est les marques de manière globale. Avant qu'on commence, qu'est ce que le mot marque t'évoque?

Comme ça, le mot marque... Luxe. Luxe? C'est le premier mot qui me vient à l'esprit. Quoi d'autre peut être? Datement. Ok, ouais. Aussi. Du coup, si les marques pour toi, ça représente un produit visiblement ou alors un produit de luxe. C'est ça. C'est quoi les marques que tu as l'habitude de consommer? En fait, il y a du savant.

Tu peux aussi préciser la catégorie de produits sur lesquels tu t'intéresses plus. Je ne sais pas, ça peut être technologie, vêtements, nourriture et d'autres marques que tu n'accordes absolument aucune importance. Quand c'est une catégorie de produits qui ne t'intéresse pas.

Ok, du coup, pour les marques que j'ai l'habitude de consommer, il y a des marques, d'abord pour les vêtements, comme j'en ai déjà parlé, mais surtout vêtements de sport, donc beaucoup de vareuses de foot, des vêtements Nike, Adidas, Puma aussi. Donc voilà. Aussi, il y a les produits Apple. Donc ça, c'est plus technologique. Donc, par exemple, j'ai un Mac, j'ai un iPhone. Enfin, voilà. Et donc, les catégories de produits qui m'intéressent principalement, c'est surtout les vêtements et les produits technologiques. Donc, pour parler aussi d'autres marques, il y a les consoles PlayStation. Ouais. J'ai un casque, j'ai la PlayStation 5, tout ça m'intéresse.

Ok, du coup, là, tu viens de me citer des marques de vêtements. Tu m'as cité Nike ou alors Apple pour la technologie. Qu'est ce qui fait que tu as une relation privilégiée avec ces marques? Dans le sens, qu'est ce qui fait que tu vas plus te diriger vers ces marques là plutôt qu'une autre?

Mais pour parler d'Apple, c'est surtout l'aspect technologique avancé. Donc, j'ai vraiment l'impression qu'il est en avance sur ses principaux concurrents, comme par exemple Samsung ou les autres concurrents qui existent. Et j'ai aussi l'impression que c'est la meilleure marque, tout simplement. Et pour ce qui est des vêtements de sport, c'est tout simplement parce que, voilà pour moi, c'est les meilleures marques sur le marché. Et voilà, tout simplement, il n'y a pas mieux en termes de qualité. Ok, uniquement de qualité, pas de fuites esthétiques? Au niveau du smartphone, moi j'ai l'iPhone 13 par exemple, je trouve qu'il est plus esthétique effectivement que les autres smartphones qui sont disponibles sur le marché. Et c'est vrai que ça joue aussi beaucoup. Ok, mais du coup, la chose qui t'importe le plus, c'est la qualité des produits. C'est ça, c'est ça. Et ok, on va passer au prochain thème, donc on va aborder les métaverses. Tu me l'as dit tantôt, pour toi, un métaverse, tu peux le répéter. Pour toi, c'est quoi encore le métaverse? Donc pour moi, ce qui me vient en tête directement, c'est vraiment être emmené dans un univers virtuel. Donc voilà, être en immersion totale. Ok, pour la suite des entretiens, on va considérer qu'un métaverse, c'est une plateforme collaborative, sociale, en ligne et avec un décor 3D, mais pas forcément qui inclut la technologie XR. Donc tu m'as cité Fortnite tantôt, quand tu parlais de jeu, c'est un métaverse. Et du coup, autre que Fortnite, peut-être que tu as d'autres plateformes que tu as déjà utilisées ou que tu as envie d'utiliser? Euh, j'ai réfléchi, mais non, je ne vois pas. À part les jeux vidéo, honnêtement, je n'ai aucun autre rapport avec les métaverses, je pense. Mais du coup, dans le domaine des jeux vidéo, tu n'as pas d'autres jeux que Fortnite? Pour moi, tous les RPG, les Role Play Gaming, sont des sortes de métaverses, vu qu'on est immergé dans un monde à part. On n'est pas directement immergé, mais on prend la place du personnage qu'on incarne. Et donc, d'une certaine manière, pour moi, ce sont des sortes de métaverses. Et donc, j'ai évoqué tout à l'heure, par exemple, God of War, qui est très connu, mais aussi Ghost of Tsushima, un jeu assez récent dans lequel on incarne la peau d'un personnage. Et donc, voilà, pour moi, ce sont tous des exemples de métaverses. OK. Euh, parfait. On va maintenant, du coup, essayer de lier le premier thème, donc les marques et les métaverses. Avant qu'on commence, est-ce que tu as déjà entendu parler des marques dans les métaverses? Est-ce que tu en as déjà vu? Qu'est-ce qui t'a marqué? Voilà. J'ai déjà entendu vaguement parler de Nike, il me semble, si je ne dis pas de bêtises, dans les métaverses. Mais maintenant, je ne sais pas exactement ce qu'ils font, comment ils fonctionnent à travers le métaverse. Mais j'en ai déjà entendu parler. Mais sinon, je n'ai pas forcément entendu parler par rapport aux marques. Mais j'ai surtout entendu parler que ça se développe dans plusieurs domaines, comme l'architecture ou la médecine, par exemple. Mais sinon, avec les marques, pas vraiment. Du coup, toi, en tant que consommateur, tu n'as pas eu l'occasion de voir, d'être confronté aux marques dans les jeux que tu as utilisés? Non. OK. Non, non, non. J'ai réfléchi un petit peu, mais de tête comme ça, je ne me souviens pas avoir été confronté. OK, ça va. Ou alors peut être que je ne me rends pas compte et qu'en fait, j'y suis confronté. Mais pour moi, c'est pas ça. Je ne représente pas un métaverse, par exemple, alors qu'en fait, c'en est un. Typiquement, tu m'as cité Fortnite tantôt. Dans Fortnite, je sais qu'il y a beaucoup de licences qui sont représentées, qui ne sont pas forcément directement liées à Fortnite, mais qui sont dirigées par d'autres marques. Et on peut considérer que c'est déjà une présence de marques dans les métaverses, même si je ne me rends pas compte. Mais du coup, je vais te montrer plusieurs exemples de marques qui sont présentes dans les métaverses. C'est vraiment que des exemples. Ici, pour le premier, on a Nike. Tu l'as cité tout à l'heure. Donc, effectivement, ils sont présents dans le métaverse de Roblox. Et dans Roblox, en fait, ils ont leur propre environnement ou alors où ils vont présenter plusieurs activités sportives liées à la marque. On peut voir ici des terrains de basket ou de foot et également des produits qui sont soit exclusifs virtuellement, soit qui sont également disponibles dans le monde réel. C'est un environnement assez complet. Sinon, il y a d'autres marques qui sont présentes de façon plus classique. On a par exemple ici Gap qui a son propre magasin virtuel dans le métaverse de Roblox. Toujours où les gens ont la possibilité de personnaliser leur avatar ou alors il y a encore d'autres types de marques qui sont présentes. C'est les hypermarchés. On a l'exemple ici avec Walmart où les utilisateurs peuvent faire leur course virtuellement et pourront ensuite se faire livrer chez eux. Voilà quoi. Maintenant que tu as vu plusieurs exemples, il y en a d'autres, évidemment. Qu'est-ce que tu peux me dire sur les points négatifs et les points positifs de ces campagnes là?

Le point positif pour moi, et pour moi c'est le cas pour tous les métaverses, c'est vraiment le fait d'être en immersion totale et de pouvoir être vraiment dans l'environnement. Je prends le dernier

exemple que tu as cité avec le fait de savoir faire les courses par exemple dans un métaverse et être livré chez soi. Pour moi c'est super parce qu'on peut faire ça de chez soi donc ça peut nous faire gagner du temps. Maintenant le gros point négatif que je vois avec ces métaverses, c'est le manque d'interaction physique avec les personnes. À mon avis il y aura toujours des interactions sociales à travers ces univers virtuels mais il n'y aura plus la vraie interaction physique. Pour moi c'est assez problématique pour la suite. Ok. Donc si je dois résumer, point positif ça fait gagner du temps. Et on a l'immersion totale aussi. Pour toi c'est un point positif l'immersion totale? Être en immersion totale oui pour moi c'est un point positif. Et je suppose, je ne sais pas si on peut par exemple, si on peut toucher, si on peut sentir des éléments, est-ce que tout ça est activé dans ces métaverses? À l'heure actuelle les technologies ne le permettent pas encore mais on espère qu'il y aura des gants haptiques par exemple. Je ne me suis pas encore renseigné plus que ça, soit c'est seulement en version test, soit ça n'existe pas encore. Mais à l'avenir normalement on devrait pouvoir avoir cette sensation de toucher. Ok, pour moi ça ce serait un gros plus dans ce monde. Ok. Du coup toi tu parlais de... Excuse-moi mais si je peux te couper, pour moi ça se rajoute aussi dans les points négatifs, c'est qu'il n'y a pas cet aspect de toucher, d'odorat, etc. Qui sont assez importants pour moi. Il n'y a pas pour toi l'immersion multisensorielle? Non, non c'est ça. Est-ce que tu penses que ça pourrait être amélioré du coup? Donc toi tu parles de technologies qui pourraient peut-être aller immerger encore plus d'utilisateurs. Pour moi c'est vraiment le gros point d'amélioration. Ok. Ce serait ça quoi, être capable de toucher, de sentir, etc. De pouvoir utiliser ces sens dans ces univers virtuels.

Ok. Et pour ce qui est de la représentation des marques, tu penses qu'il y a des points améliorés ou des points... Là typiquement je prends Gap, pour voir si cette représentation est idéale. Par rapport à l'image que je vois ici à l'écran?

Oui. Pour moi, elle représente, on dirait vraiment un magasin réel. Oui. Pour moi c'est une bonne chose. Mais maintenant si il y a un moyen d'améliorer, je ne saurais pas vraiment dire, en tout cas moi quand je vois ça comme ça, ça me fait penser à un magasin réel, assez luxueux. Donc voilà pour moi c'est assez bien représenté par rapport à ce qu'on voit dans le réel, dans la vie de tous les jours.

Ok. Ça va. Est-ce que tu penses que des marques comme Nike, là on l'a vu avec le Nikeland, ou alors Apple, tu m'as cité tout à l'heure que tu faisais attention aux marques technologiques, le fait qu'elles soient présentes dans les métaverses, ça pourrait modifier ta relation avec les marques? En bien ou en moins bien? Je ne sais pas vraiment en réalité, comme je n'utilise pas encore vraiment, par exemple si on prend l'exemple de Fortnite, Ouais. Par exemple, si là maintenant ça fait un petit moment que je ne joue plus et donc c'est vrai que j'avais entendu parler un peu de ces partenariats, comme tu dis, ils ont fait moins avec des joueurs de foot etc. Du fait que moi, dans la vie de tous les jours, je suis amené à consommer des produits Nike, si par exemple je dois acheter des personnages et je peux les personnaliser et qu'il y a des produits Nike qui sont disponibles, je me pencherais plus vers ces produits-là plutôt que d'autres produits par exemple. Donc je pense que ça renforcerait mon engagement dans le sens où même dans les jeux vidéos, je porterais du Nike, je ne sais pas si tu comprends ce que je veux dire. Ouais, ouais, ouais, ok. Pour toi, c'est quoi la catégorie de produits qui te ferait plus modifier ta relation? Tu parlais d'ici de vestimentaire, c'est vraiment la catégorie que tu vas privilégier? Pour moi en fait, ce qui est important c'est la personnalisation. Ok. Et la personnalisation de mon avatar dans le métavers. Donc les vêtements par exemple, c'est important pour la personnalisation je trouve, donc honnêtement je pense que ce serait ce à quoi je porterais le plus d'importance. Ok. Mais du coup, est-ce que tu as déjà effectué des achats dans les métavers? Ouais, du coup, si on considère que Fortnite c'est un métavers, j'ai déjà consommé dans le métavers justement pour acheter ce qu'on appelle des skins. Et sinon on revient encore une fois à la personnalisation pour essayer un peu de me distinguer, mais effectivement j'ai déjà consommé. Ok. Parfait, maintenant à l'inverse, donc on a parlé de ta relation avec les marques si elle était présente dans les métavers, mais est-ce que des activités du type de ce qu'on retrouve dans Iceland, ça pourrait favoriser ton utilisation dans les métavers? Donc le fait que la marque propose des activités, est-ce que ça va te pousser à utiliser davantage des métavers? Des activités par rapport à la marque? Ouais, par exemple ici on prend Iceland, est-ce que le fait que la marque propose des activités qui vont te pousser à rester dans son environnement, tu penses que ça pourrait

effectivement t'inciter à utiliser plus les métavers? Ouais, je pense que si ces activités sont attractives et que je prends du plaisir à les réaliser, honnêtement je pense que ça pourrait m'attirer à l'utiliser de manière régulière. Ok, et là c'était pour l'exemple d'Iceland, mais tu penses qu'il y a d'autres types d'activités qui pourraient te pousser à rester davantage? Honnêtement tout ce qui touche aux jeux vidéo, donc là je joue avec ma manette, mais si maintenant j'étais capable de jouer en immersion totale, comme si c'était moi qui bouge, qui court, etc. ça je pense que ça me rendrait encore plus addictif que je le suis maintenant. Ok. Je ne sais pas si je vais garder la question là, tu me diras si c'est intéressant ou pas. Quelle est ton opinion sur l'effet qu'un environnement comme le métavers pourrait avoir sur ta propension à consommer? Si tu n'as pas compris je la répète, ou alors tu la lis. Mon opinion sur l'effet d'un environnement? Je pense que le métavers ça peut m'aider dans des situations où je ne suis pas capable de voir le produit ou de toucher le produit. Ici moi j'ai vu l'exemple par exemple en automobile, donc certains vendeurs automobiles donnent la possibilité grâce à un casque de réalité virtuelle d'être en immersion directement dans la voiture et de pouvoir configurer certaines options, etc. Pour moi ça je pense que c'est un gros plus. Et aussi au niveau de l'architecture, j'ai vu qu'en mettant un casque de réalité virtuelle, on pouvait être amené, on était directement transféré dans sa future construction par exemple, on pouvait voir directement où mettre les meubles, chipoter aussi au niveau de la luminosité, etc. Donc pour moi à ce niveau là, le métavers il a un gros potentiel. Ok. J'ai bien répondu à la question, c'est ça que tu voulais savoir? Oui oui oui, c'est bon. Du coup maintenant on va aborder le dernier thème. Ok. A ta connaissance, est-ce qu'il existe des réglementations concernant les métavers, selon toi? Je ne sais pas, en fait ce que je pense c'est qu'il doit y avoir... Maintenant on fait surtout attention à nos données, et du coup je pense que dans ces métavers, il doit y avoir une réglementation au niveau de la protection des données, mais je n'en sais pas plus. Ok, donc tout ce qui est RGPD, tu penses qu'il n'y a que ça? Pour moi c'est ce qu'il y a principalement, je ne sais pas s'il y a autre chose. Il n'y a rien qui est fixé de la part des puissances publiques, vu que ce sont des environnements qui sont propriétaires d'entreprises commerciales, et qui ont un but commercial, c'est eux qui régissent les conditions générales, et c'est eux qui décident entre guillemets. Ok. Donc qu'est-ce que tu en penses là-dessus, le fait que ce soit uniquement les entreprises qui ont le pouvoir de faire suivre? Pour moi c'est assez problématique dans le sens où il n'y a pas vraiment de contrôle. Je pense qu'il ne doit pas vraiment y avoir de contrôle, et donc c'est problématique pour moi. Pour moi c'est problématique et je pense qu'il devrait y avoir une institution ou que sais-je qui réglemente tout ça, pour moi c'est problématique. Ok, ça c'était pour les métavers en général. Maintenant, est-ce que tu penses qu'il devrait aussi y avoir une réglementation concernant la présence des marques dans les métavers? Honnêtement, par exemple, si dans un métavers il n'y a que Nike, ils vont être en situation de monopo et ça ce n'est pas forcément bon. Donc pour moi il doit aussi y avoir une réglementation à ce niveau-là. Ok. Est-ce que toi tu penses, en tant que consommateur, que tu devrais avoir un contrôle sur le contenu publicitaire auquel tu es exposé? Il existe des publicités dans les métavers, est-ce que tu penses que tu devrais avoir le contrôle ou avoir le pouvoir de diminuer ton exposition au contenu sponsorisé? Honnêtement, je pense que les publicités ça embête un petit peu tout le monde, donc moi personnellement ça me ferait plaisir d'avoir un contrôle là-dessus. Et je pense que ce serait une bonne chose que je puisse un peu personnaliser mon exposition aux différentes publicités qui sont présentes. Ok. L'entretien est terminé, est-ce qu'il y a un thème qu'on n'a pas forcément abordé et qui te semble important? Non, honnêtement, je pense qu'on a passé les thèmes importants en revue, donc non je ne pense pas. Ok, parfait. Merci d'avoir répondu à mes questions. Avec plaisir.

11.4. Interview 4 : Simon

Du coup là on va commencer une interview qui traite des métavers et expériences du consommateur. Avant de commencer est-ce que tu as des questions particulières? Non ça va. Ok du coup petite introduction, tu peux me parler de toi, de ton nom, de ce que tu fais dans la vie? Pas de problème, je m'appelle Simon Miaton, je suis encore en études en haute école, en gestion hôtelière et dans le futur j'aspirerai être gérant d'un hôtel. Ton âge? 24. Ok, c'est quoi tes hobbies dans la vie? Mes hobbies? En rentrant des cours généralement je passe quand même beaucoup de temps sur l'ordinateur, que ce soit pour travailler, pour jouer et pour me renseigner, voilà tout simplement. Comment tu qualifierais tes rapports aux réseaux sociaux? Sur quoi tu es inscrit, tu passes beaucoup de temps? Sur Instagram, LinkedIn, Reddit de temps en temps,

Twitter, on va dire c'est un peu chronophage quand même, ça prend beaucoup de temps de tout regarder etc ça prend du temps. Donc c'est souvent? Souvent. Et enfin dernière question d'introduction, comment qualifierais-tu tes connaissances dans les métavers? Je dirais que je m'y connais moyennement, j'ai l'idée, je sais ce qui s'y passe, mais est-ce que je suis au courant des dernières sorties?

Non, mais en tout cas au courant de ce qui se fait, oui ça va.

Tu as utilisé plusieurs plateformes?

C'est ça.

Encore récemment?

Oui.

Ok, du coup premier thème, on va parler des marques, qu'est-ce que le mot marque t'évoque ? Qu'est-ce que le mot marque m'évoque? C'est un logo déjà, un objet ou un service, et des démarches marketing. Donc c'est ce qu'il y a, c'est le produit que vendent les entreprises. C'est ça. Quels sont les marques que tu as l'habitude de consommer? Est-ce que c'est de l'importance pour toi d'acheter telle ou telle marque en fonction de la catégorie de produit que tu veux acheter?

Oui, oui, ça a une certaine importance. Moi dans l'hôtellerie en tout cas, on ne peut pas venir habiller un peu comme on veut, il faut qu'on ait quand même des costumes qui ont une certaine marque, etc. ou même des habits. Par exemple moi en termes d'habits que je trouve moyennement cher, Fred Perry, je mets beaucoup pour aller travailler, Hugo Boss, des vestes, des marques de costumes aussi.

Donc catégorie de produit, principalement c'est vêtements.

Tu fais attention à d'autres catégories de produits quand tu choisis?

Mon téléphone peut-être, je ne suis jamais sorti du secteur Apple depuis que j'ai eu un téléphone Apple il y a 10 ans. Rien d'autre? Non, Apple. Du coup tu m'as cité Fred Perry, Hugo Boss, qu'est-ce qui fait que tu as une relation privilégiée avec ces marques?

Qu'est-ce qui t'attire chez ces marques-là? Fred Perry c'est la qualité du textile et la démarche anglaise qu'ils ont et du prêt-à-porter qui est quand même assez joli déjà de base. Hugo Boss c'est un peu plus tranquille, c'est un peu plus soft, on va dire que c'est plus pour un terme privé, etc. Puis ça taille bien aussi. Par exemple pour Apple, c'est pour le fait que ce soit un OS développé pour un téléphone particulier, pas comme Android où on a Android pour plein de sortes de téléphones, pour plein de marques. Ici on a un téléphone avec un OS fait pour le téléphone et un téléphone fait pour l'OS.

Du coup, je t'ai déjà posé la question, mais c'est comment tu as fait tes rapports aux marques et tu y as un peu d'importance pour les habits et la technologie? C'est ça. Deuxième thème, les métaverses. Avant qu'on commence, qu'est-ce que le mot métaverse t'évoque? Monde en réalité augmentée, alternatif tout simplement, avec généralement des représentations du monde réel dans un monde de fiction avec une touche de réalité augmentée. Donc que ce soit un casque ou autre, généralement c'est un casque. Je pense que tu l'avais en tête, mais tu as peut-être oublié de le dire. Donc il y a toujours aussi l'aspect social en ligne. Oui, oui. Monde ouvert. C'est ça. Simple question, quelle plateforme tu as déjà utilisée?

VRChat et le métaverse Facebook. Horizon World. Et quand tu y vas, quels sont les types d'activités que tu effectues habituellement? VRChat, c'est de l'exploration. On va dire que je ne sais pas trop sur quoi je vais tomber. C'est vraiment des mondes d'exploration. Là, c'est plus du côté social que découverte d'autres choses. On est là pour rencontrer des gens et rigoler. Le

métaverse de Facebook, c'était plus dans un côté très exploration, mais moins côté social. J'allais voir un petit peu tout ce qui s'est passé, que ce soit la vente de terrains privés pixelisés ou autre. Je m'amusais à aller voir un petit peu de temps en temps. Est-ce que tu joues un peu? Tu m'as parlé de tant que tu es au lit, tu jouais. Oui. Parce que par métaverse, pour mon mémoire, je considère tout environnement social en ligne où tu as une certaine liberté. Tous les open world. Ça comprend GTA, Fortnite, Roblox. Oui, GTA. Tu as des jeux comme ça que tu as joué? Oui, GTA, Arma 3. Arma 3, c'est un peu plus niche, mais Arma 3. Minecraft peut-être. Minecraft aussi, Red Dead Redemption, une version roleplay. Sinon, c'est les plus gros que j'ai fait. Mais celui où j'ai passé le plus de temps, c'est Arma 3. Donc, beaucoup de gaming aussi. Beaucoup de gaming. Prochain thème. Donc là, c'est maintenant, on va passer aux perceptions des marques dans les métaverses. On va essayer de faire un lien. Est-ce que tu as déjà entendu parler des marques dans les métaverses? Tu as déjà fait attention? Oui. Il y a une marque qui revient très souvent, c'est la marque Monster. C'est une des marques que je vois le plus souvent parce que je pense déjà qu'elle est très, très enclin à ce monde. Et puis, c'est une des marques qu'on voit un peu partout. J'ai l'impression qu'on la voit partout, que ce soit même dans le sport ou autre. Monster, on le voit vraiment partout et je la voyais très, très souvent. Et très souvent sur Arma 3. Généralement, c'est sur des objets qu'on va très, très souvent voir. Par exemple, dans Arma 3, là où il y avait le plus de logos, où il y avait le plus de marques, c'était sur les voitures. Vu que tout le monde avait une voiture et que l'activité sociale tournait autour de ça et qu'il fallait avoir une voiture pour se déplacer, la voiture, c'est là où il y avait le plus de logos. Et généralement, c'était très souvent Monster. Donc, c'est une représentation de la marque plutôt de façon sponsorisée. Mais ce n'est pas le produit de la marque. C'est ça. Ok. Mais du coup, comment ça s'est représenté, tu viens de me le dire. Je vais te montrer plusieurs exemples de campagne. Tu vas me dire ce que tu en penses après. Je te laisse d'abord. Là, on a Knightland dans le metaverse de Roblox. C'est un mini metaverse dans un metaverse. Ils proposent plein d'activités sportives qu'on peut faire avec notre avatar, mais également, ils ont plein de produits soit qu'on peut retrouver dans le monde réel, soit exclusifs dans les metaverses. Sinon, il y a d'autres marques plus traditionnelles qui proposent des produits type GAP, tu l'as parlé du textile, mais dans les metaverses, juste pour personnaliser l'avatar. Ou alors encore, il y a des hypermarchés qui commencent à faire leur apparition et ça simule un peu tes courses. Tu peux se faire livrer en ligne. C'est l'exemple qu'il y a. Il y en a encore bien d'autres. Est-ce que d'après toi, ces représentations, elles ont du sens dans les metaverses? Peut-être pas l'objet pour faire ces courses parce que c'est un peu spécial. Mais par exemple, j'avais vu déjà des showrooms de voitures où on faisait des représentations par modèle 3D des voitures, comme par exemple, il y a eu Fiat. Ça, j'avais déjà vu. Ça, je dirais pourquoi pas, mais le fait d'aller faire ces courses comme ça, je trouve ça très antisocial à l'opposé de ce que veut être le metaverse. Peut-être qu'en tout cas, cette démarche-là d'aller faire ses courses tout seul dans un rayon, c'est un peu bizarre. Le reste, non, ça ne me choque pas. Les frais pris, on a toujours vu ça, des représentations 3D ou autre. Donc, je la vois dans un metaverse. Dans un metaverse, ça ne me choque pas. La voiture non plus, des activités sportives, etc. C'est comme des mini-jeux, donc c'est aussi social. Je dirais que celui qui me choque le plus, c'est celui avec les hypermarchés. Est-ce que selon toi, il y aurait un meilleur moyen de communiquer avec le consommateur dans le metaverse? Oui, à mon avis, il y a clairement un moyen parce que mettre un casque à une personne, c'est très compliqué. En tout cas, je parle de metaverse avec casque. C'est vraiment très compliqué et normalement, c'est ce qui veut se faire le plus souvent, sauf que le casque, ça donne du tournis, ça peut donner des écoulements et autres. C'est très particulier vis-à-vis des personnes. Donc, je trouve qu'il y aura quand même un effort sur ça à faire. Et aussi, quand on est... Là, je prends par exemple Horizon World. Quand on arrive, ils ont payé des community managers pour t'aider directement dès que tu arrives. Du coup, il y a des gens qui sont payés à mettre le casque toute la journée et à t'aider parce que justement, ce n'est pas intuitif. Donc, je pense qu'on essaie de régler un problème en mettant des gens pour t'aider, mais je pense qu'à la base, le problème, c'est tout ce qui est menu, etc. et la prise en main. Donc, à mon avis, oui, il y a quand même quelque chose à faire. Ok. On va passer au prochain thème, mais pour reprendre un peu les marques que tu m'as citées, on va parler du textile. Tu m'as cité du textile, Hugo Boss, Fred Perry. Est-ce que le fait qu'elle soit présente dans des métavers, ça pourrait modifier ta relation à la marque dans le réel? Je ne vais pas dire pour l'instant. Après, ça dépend dans quelles métavers elles sont. Par exemple, si elles sont dans des métavers un petit peu spéciaux, sombres ou autres, des métavers un petit peu plus refermés, là, ça me choque un peu plus. Mais

si elles sont dans les plus grands métavers, on les retrouve très souvent. Non, ça ne me choque pas. Qu'elles y soient ou pas, ça ne me dérange pas trop. Ce n'est pas forcément un arbre négatif. Oui. Ça améliore ta relation, le fait qu'elles soient plus présentes? Pour l'instant, je ne fais pas encore mes courses là-bas, etc. Je ne vais pas les voir. Donc, qu'elles soient présentes ou pas, pour l'instant, en tout cas, ça ne me... Oui. Ni chaud ni froid. Ça, c'est pour catégorie vêtements. Oui. Mais du coup, est-ce que selon toi, il y aurait des catégories qui seraient plus susceptibles de te faire changer cette perception ou pas? Les voitures. Les voitures dans les métavers? Les voitures dans les métavers, oui, parce que les showrooms en 3D sont vraiment très, très bien. Et il y a tellement d'options qu'on peut avoir sur une voiture qu'on ne peut pas retrouver dans des showrooms, qu'on pourrait juste modifier en un bouton sur un métaver pour la voir directement. Ça, oui, et je pense que je pourrais même faire la démarche d'aller mettre un casque, etc., d'avoir un rendez-vous avec une personne pour aller voir une voiture. Ça, oui, parce que c'est tellement interchangeable, c'est tellement personnalisable que généralement, on ne retrouvera jamais la voiture exactement avec les options qu'on veut dans un showroom, tandis que là, oui. Donc, on va dire que pour les objets très, très personnalisables, oui, mais pour des vêtements où juste la couleur change, etc., voilà. Je ne sais pas si j'ai bien compris, mais quand tu parlais de voiture, de personnalisation et tout, tu as envie d'aller voir le produit avant dans le but de faire un achat dans le monde réel ou dans le but de faire un achat dans le monde virtuel? Dans le monde virtuel, ça serait même sur le site, mais je pense que j'irais quand même chez un IRL, j'irais quand même dans un garage dans la vraie vie pour faire ma commande à la fin, mais sinon, voir le véhicule comme je le veux, j'irais sur le Métaverse, mais sinon, après, j'irais l'acheter en réel.

Du coup, pas dans le but d'acheter dans le monde virtuel? Non. Ok. Trop peur pour l'instant. Ok. Et du coup, ma question d'après, c'est est-ce que tu en as déjà effectué des achats ou pas dans les Métaverse? Dans les Métaverse, non. Non? Non. Pas de personnalisation d'Avatar? Non, non, jamais. Ok. Donc sinon, est-ce que tu penses que dans un futur proche, ça pourrait t'arriver avec une utilisation plus intensive? Si une utilisation intensive se fait et que beaucoup de monde commence à le faire, oui.

Après, ça dépend de quoi, mais oui, c'est possible, c'est on jamais.

Ok. Quel type de produit? Si tu n'as pas d'idée, dis-moi. Qu'est-ce qu'il pourrait y avoir? Il peut y avoir beaucoup de choses. Moi, je pense que c'est plutôt en termes de budget, dans le sens où ça pourrait être un peu tout ou n'importe quoi, pas cher, mais pour quelque chose de plus cher, je préférerais faire ça dans la réalité que plutôt dans le Métaverse. Disons que si je devais mettre un budget, je vais dire pour des achats en deçà de 50 euros sur le Métaverse, mais au-dessus, j'essaierais de le faire le plus souvent dans la vraie vie. Ok. Si on reprend l'exemple de Nightland, c'est un exemple qui propose des activités, en plus de proposer des produits propres à la marque, est-ce que tu penses que ce genre d'environnement pourrait favoriser l'utilisation des Métaverses? Disons que c'est un attrait social très puissant, les gens peuvent se rencontrer là-bas, etc. Pourquoi pas? Mais moi, j'ai l'impression qu'il faut toujours lier quelque chose en plus du lieu, parce que là, on n'a qu'un lieu avec peut-être des petits mini-jeux, etc. Mais j'ai l'impression que là où il y a le plus de gens, en tout cas les serveurs les plus gros, c'est quand il y a un attrait social à côté, en plus de ce qu'on propose déjà. C'est une petite valeur ajoutée. Ok. Je vais te remonter l'exemple qu'on a vu tantôt. Et là, tu vas juste essayer de me dire les points positifs et négatifs en fonction de ce que tu vois. Ce que tu vois, est-ce que tu peux imaginer pour d'autres marques? Mais c'est des exemples. Je fais photo par photo? Non, c'est de prendre... Nikeland, c'est assez unique. Mais les trois-là, par exemple, tu veux juste me dire ce que tu ressens. C'est bien, c'est pas bien. Moi, j'aime bien la démarche artistique chez Fiat parce qu'on est très représentatif de ce qui se fait dans le réel. C'est lissé, c'est joli, etc. Moi, je n'aime pas trop les logos flashy, etc. Ça me fait vraiment penser que je suis dans un jeu. Et du coup, je n'aime pas trop. Donc, point positif, représentation de la réalité. C'est ça, représentation fidèle. Après, point négatif, c'est quand c'est un peu trop coloré, trop jeu. Quand ça ressemble trop à un jeu, je ne sais pas, c'est un peu bizarre. Là, je ne l'ai pas mis parce que je n'ai pas trouvé de belles images. Mais il y a aussi des pubs interactives sur lesquelles tu peux interagir et que tu peux trouver un peu partout dans les métavers. Je ne sais pas ce que tu en penses. Non, je trouve ça beau. Je trouve ça joli parce que généralement, on se fait bombarder de pubs et à la fin, on n'en a plus

rien à faire. Tandis que là, on peut interagir avec et qu'elles sont un peu plus personnalisables sur les métavers en fonction de ce qu'on va regarder, etc. Je trouve ça vraiment bien qu'on puisse regarder la pub, cliquer dessus, entre guillemets. Je trouve ça vraiment bien. Du coup, point positif, fidélité de l'environnement. C'est ça. Et négatif, le fait que ce soit trop jeu. Trop jeu, oui. Trop cet aspect de j'arrive dans un jeu. C'est bon. Alors, tu me dis si c'est là un peu dur ou pas. Je ne sais pas si je vais la garder. C'est ok. Quel est ton opinion sur l'effet qu'un environnement tel que les métavers a ou peut avoir sur ta propension à consommer? Vas-y, refais-la moi. Quel est ton opinion sur l'effet qu'un environnement tel que les métavers peut avoir sur ta propension à consommer? Si tu ne sais pas y répondre, ce n'est pas grave. Si. Moi, personnellement, dans le cas de VRChat, qui est un jeu gratuit, je n'ai pas eu trop d'opinion envers ça parce que ça n'a pas trop bougé. Sur Arma 3, c'était plus du roleplay, donc ça n'a pas bougé non plus. Franchement, je t'avoue, c'est un peu compliqué celle-là. Je ne vais pas la garder, je crois. Je vais peut-être la parler avec mon premier répondant. On la passe. On la passe. Dernier thème. Est-ce qu'à ta connaissance, il existe une réglementation dans les métavers? Je dirais le RGPD? Rien d'autre? Tout ce qui est confidentialité, etc. Je pense qu'il y en a. Il y a quand même des règles à respecter, les codes d'utilisation de l'application qu'on utilise. Et s'il n'y en a pas, généralement, ça se réfère au pays d'origine du joueur, si je ne dis pas de bêtises. Et tu en penses quoi? Je ne l'aurai pas appris, mais tu en penses quoi du coup? Pour l'instant, c'est tout nouveau. Ce n'est pas encore très bien géré. Il faut faire très attention sur ce qu'on dit, ce qu'on fait. Parce que tout peut être enregistré, que ce soit par l'application ou par les joueurs eux-mêmes. Dans le cas de VRChat, on peut très facilement enregistrer son écran, enregistrer ce qui s'y passe et enregistrer les pseudos. Donc, il faut faire attention. J'espère que c'est protégé par le RGPD et par les codes d'utilisation, mais sinon, ça, je n'ai jamais trop regardé. Juste pour que tu saches, c'est uniquement des entreprises à but commercial qui ont leurs propres conditions générales. Ce n'est pas surveillé par une puissance publique. A priori, c'est uniquement l'entreprise qui gère ce qui s'y passe dans les métavers qu'elle possède. Donc, c'est le code d'utilisation. Est-ce que ça pourrait changer ton rapport avec les marques fournisseuses de métavers ou pas? Sachant que tu n'es pas forcément protégé, est-ce que tu pourrais te freiner ou à l'inverse, ça ne te dérange pas du tout? Oui, totalement. Non, je pourrais te freiner. Si je rejoins le métavers d'une entreprise qui n'a ni loi ni foi dans son métavers, où c'est un no man's land, où tout le monde peut faire ce qu'il veut, non, je ne rejoindrai pas. Il faut qu'il y ait un minimum de code quand même. Maintenant, d'un point de vue marque, est-ce que tu penses qu'il devrait y avoir une réglementation concernant la présence des marques dans les métavers? Oui, il doit toujours y avoir une réglementation parce que sinon, les marques essaieront toujours d'être plus gros, de faire toujours cet effet boule de neige, de continuer à grossir pour écraser les autres, etc. Donc non, pour moi, il faut que ça soit encadré correctement. Il faut qu'il y ait une puissance derrière ça. Je pense que tu m'as déjà répondu, mais est-ce que selon toi, il y a de la publicité dans le métavers? Oui. Est-ce que tu en as déjà vu? Oui. Sous quelle forme? Sponsoring. Sponsoring, magasin littéralement, magasin de la marque, pubs AD tout simplement sur des écrans géants ou des petites pubs qui se passent quand on regarde une vidéo ensemble, des représentants aussi de pubs, par exemple, en plus du magasin parce que parfois, on peut avoir le magasin sans personne dedans, parfois. Parfois, c'est déjà arrivé d'aller dans un magasin, je pense que c'était BMW si je dis pas de bêtises, où il y a un représentant dedans, et un vrai représentant. Donc c'est déjà arrivé, oui. Un vrai représentant dans le monde virtuel, incarné par? Incarné par une personne qui réellement travaillait chez BMW. Ça t'a choqué? Ton rapport, c'est quoi quand t'as vu? Très choqué, je pensais pas. Moi, je pensais que ça allait être un magasin vide et au pire, si on avait une question qui allait avoir un numéro de téléphone ou une adresse mail, et non, c'est une personne qui va se connecter. Donc je pense que ça marche comme ça. Je vais peut-être partir trop loin, mais la personne n'était pas connectée à l'instant T, mais par exemple, on pouvait appuyer sur un bouton et la personne, ça envoyait un message et on se disait que ça l'a envoyé quelqu'un. Effectivement, après cinq minutes, il y avait quelqu'un qui était dans le magasin. Et c'était un opérateur de chez BMW, je pense que c'est BMW. Oui, très choqué, je ne m'attendais pas à ça. Maintenant, toi, en tant que consommateur, est-ce que tu penses qu'il devrait y avoir un contrôle sur le contenu publicitaire auquel tu es exposé? Oui, totalement. Parce que qu'est-ce qui empêche le fondateur d'un métavers de mettre plusieurs écrans géants et de nous faire pop dans que des écrans géants, de faire une rue en écran géant avec des pubs avant d'arriver à ce qu'on veut de social? Il peut y avoir tellement de choses différentes, des choses malveillantes. Par exemple, je ne sais pas moi,

prenons une des villes les plus connues et imaginons que le fondateur, il se fait payer. On lui dit, voilà, monsieur, faites 300 mètres d'écran géant avant d'arriver à votre lieu social parce que les gens, ils veulent aller à votre lieu. Je ne sais pas, par exemple, on va prendre une ville. Faites 300 mètres avec que des écrans et les marques vont payer pour être sur les écrans pour les 300 mètres. Donc oui, il faut un contrôle. C'est obligatoire pour moi. Est-ce qu'il y aurait un domaine ou un sujet dans lequel on n'a pas discuté et que tu trouves important? Non, on a tout fait. Enfin, réponse. Merci d'avoir répondu à ma question. Pas de problème. Pas de problème. Avec plaisir.

11.5. Interview 5 : Fabio

C'est bon. Donc je vais vous interviewer pour mon mémoire qui a comme sujet les métavers expérience de consommateur. Donc comme je vous l'ai dit, ça dure plus ou moins entre 30 minutes, ça peut faire plus, ça peut faire moins. Avant qu'on commence, est-ce que vous avez des questions particulières?

Pas spécialement non, peut-être au cours de route.

Ok ça va. On va commencer par une brève introduction. Je vais juste vous demander de vous présenter un minimum, donc votre nom, ce que vous faites dans la vie, votre âge.

D'accord, alors je dois donner mon nom et prénom?

Oui.

Donc c'est Fabio, et le nom de famille c'est Divenosa. C'est en deux mots, D-I-V-E-N-O-S-A.

Ok, du coup votre profession, votre âge?

Alors je suis employé chez ING, donc la banque ING au service Crédit Botaiquer, et j'ai 54 ans.

Ok parfait. Est-ce que vous avez des hobbies dans la vie?

Des hobbies? Rien de particulier, je vis, je vais au ciné, je fais souvent des concerts et je joue assez bien aux jeux vidéo.

Ok, c'est ce qui va nous intéresser ici.

Quel genre de jeux, enfin quels sont les jeux auxquels vous jouez? Alors ça va être compliqué parce que j'ai une très longue expérience de jeu, j'ai commencé avec les tout premiers, avec les Pong dans les années 70 et j'ai commencé l'Atari quelques années après. Là actuellement je joue essentiellement, enfin pratiquement que sur PS5. Il faut que je dise quel type de jeu je préfère?

Oui, oui, oui.

Ok, ça va. Donc en général j'aime bien les mondes ouverts, que ce soit FPS ou TPS, les deux sont bien pour moi. Ici récemment par exemple, c'était des titres, je suis joué à Cyberpunk, avant ça j'ai joué à Kosovo Sushima, Horizon, Zero Dawn, des choses comme ça. Ok. Alors j'ai aussi des jeux qui parfois sont aussi en ligne, mais je ne fais pas de jeux, je ne fais pas de MMORPG, ça je ne fais pas. Je joue parfois des jeux qui sont en ligne, que ce soit des extensions comme sur le jeu Dying Light où on pouvait se retrouver aussi avec des autres joueurs. J'ai joué à, j'ai oublié le nom, Destiny. Donc là c'était plus en ligne. Bandolens aussi c'était pareil, c'est des jeux avec des lobbies où on forme des équipes et on va jouer. En ligne aussi je joue à Mario Kart, en général avec ma fille en même temps. Sinon, voilà, j'ai aussi joué sur toutes les consoles de cette génération, j'avais dit Atari, la NES, la Super NES. J'ai fait pratiquement toutes les Playstations sauf la 3. À ce moment-là j'ai arrêté à un petit moment. J'ai eu aussi une expérience sur PC. C'est peut-être plus intéressant par rapport au début sur Internet parce que j'ai joué un FPS compétitif, c'était Quake 3, et où je faisais partie d'un clan, c'était la fin des années 90, début des

années 2000, au bon temps du modèle 48k. Et aussi le jeu de voiture, j'ai oublié le nom, où je peux jouer à 50, 60 en même temps, très maniaque. En ligne aussi, je jouais beaucoup. Quand j'étais sur PC.

Ok, parfait. Si vous êtes d'autres jeux pendant qu'on interview, n'hésitez pas à les mentionner.

Autre question, comment qualifiez-vous vos rapports aux réseaux sociaux?

Aux réseaux sociaux? Oui. Sur quel platform vous êtes inscrit, ce que vous y allez souvent? Je suis inscrit depuis 2008 sur Facebook, tous les jours de mon âge je pense. Je suis inscrit également sur Instagram, que j'avais pourtant mis au tout début que ça existait, mais juste pour m'amuser avec les filtres photo, avant que ça ne vienne réellement aux réseaux sociaux, parce qu'au départ c'était plus une application de photo, éventuellement de partage de photos. Twitter, et là pour l'instant, je ne sais pas si Pinterest est considéré comme un réseau social? On va dire que oui. Youtube aussi?

Non. Non, pas Youtube.

Ok. Je m'arrête à ça parce qu'en fait j'en fais une utilisation informative. Je prends des infos sur les gens que je connais via Facebook, je prends des infos générales sur Twitter, Instagram. J'y vais peu de temps, je suis quelques groupes de rock que j'écoute, mais à part ça, je ne publie pas grand chose. Je suis plus dans la consultation, dans la publication. Je ne suis pas intéressé du tout par les Snapchat et par TikTok, etc.

Moi-même je ne suis pas sur TikTok, c'est pour vous dire. Dernière question pour l'introduction, juste pour avoir une petite approximation. Comment qualifieriez-vous votre connaissance dans les métaverses?

Je ne peux pas dire bonne, mais moyenne. Avant qu'on aborde le sujet des métaverses, je vais d'abord commencer par discuter d'un sujet qui n'a rien à voir pour l'instant. Il y aura évidemment un rapport, on verra par la suite. C'est les marques. Qu'est-ce que le mot marque vous évoque? La première chose qui vous vient à l'esprit quand vous entendez le mot marque? Le marque, on parle des marques des produits. Ça permet de reconnaître un produit. On pense au support des marques. Le premier support, c'est le produit lui-même. Ensuite, il y a tous les supports qui sont les affiches, la diffusion sur les télé, les magazines, Internet, etc. Est-ce que vous, vous avez l'habitude de consommer des marques? Ou alors est-ce que vous portez beaucoup d'importance aux marques? J'en porte peu dans le sens où je ne vais pas acheter un bien par rapport à la marque, mais par contre je vais quand même regarder la réputation générale des marques pour faire mon usage. Par exemple, je ne vais pas aller acheter des vêtements, par exemple un Nike, parce que c'est un Nike. Si le modèle ne me plaît pas, ou si je vois qu'un Nike n'a plus une qualité comme avant, je vais m'arrêter là. Par contre, un autre exemple dans l'autre sens, j'achète systématiquement des Converse que je m'achète des baskets, parce que je sais que c'est un modèle qui ne bouge pas, qui ne change pas, et que je suis bien dedans depuis au moins 40 ans. Dans ce sens-là, je m'intéresse aux marques. Ok. Il n'y a pas d'autres catégories de produits qui attirent votre attention et dans lesquelles vous avez plus porté d'importance pour les marques?

Dans l'alimentaire.

Alimentaire?

Oui, au niveau d'alimentaire, forcément, quand je trouve quelque chose qui est à mon goût, je reprendrai cette marque-là. Aussi, pour le matériel informatique, je suis un peu rentré dans la secte Apple il y a quelques années, c'est difficile de sortir, donc forcément, je suis toujours des produits de ces marques-là. Et pour les voitures aussi, en général, il y a des marques auxquelles je ne fais pas confiance, donc je ne les achèterai pas.

Ok. Du coup, vous mettez des marques du genre Converse ou alors Apple.

Oui.

Qu'est-ce qui fait que vous avez une relation, on va dire, privilégiée avec ces marques-là?

Alors, je vais détailler pour chacune des deux là, ça peut aider. En fait, j'ai commencé à utiliser les produits Apple via... J'étais sur PC à ce moment-là, les smartphones n'existaient pas encore, ou très peu, très peu, et j'ai commencé à utiliser un iPod. Donc, c'était juste le portable pour la musique. De ce fait-là, j'ai utilisé le programme iTunes, que je trouvais très convivial, très stable, très bien fait. J'ai dévié sur Safari, le navigateur d'Apple, qui était pour moi largement supérieur à tous les autres. Donc, j'ai pris goût à leur interface, etc. Ce qui a fait que j'ai fini par acheter un Mac. Puis après, ça a été le premier iPhone. Et voilà, à partir de maintenant, comme il fonctionne maintenant, quand on s'identifie à ces marques-là, on reste dedans. C'est difficile de sortir, en tout cas, une fois qu'on a les comptes avec les éclos, etc. Converse, j'ai acheté ça par hasard quand j'avais 15 ans, donc il y a des années, des années. J'ai un petit problème de pied qui est un peu plat. Et dans ces chaussures-là, je n'ai jamais eu mal. En plus, j'ai remarqué que certaines, je les ai gardées presque plus de 10 ans. Donc, j'ai confiance à la marque et je suis bien dedans. C'est pour ça que je vais toujours systématiquement prendre les mêmes modèles. Ce n'est même pas la marque, c'est vraiment le modèle. Ok. Parfait. Ça, c'était pour la partie marque.

Maintenant, avant qu'on évoque le lien avec les métaverses, je vais juste parler de métaverses. Oui. Qu'est-ce que le mot métaverse vous évoque? Comment vous le définiriez?

Alors, comment j'expliquerais? Pour moi, un métaverse, c'est un monde virtuel. Donc, en se connectant via l'interface PC, téléphone, casque virtuel, on se retrouve dans un monde parallèle où on peut interagir avec d'autres personnes, où on pourrait éventuellement avoir une vie presque comme dans la vie réelle puisqu'on peut faire des achats, créer son propre propriétaire, etc. consulter des... rendre visite à des magasins, des vendeurs en ligne, etc. **Pour préciser, j'ai déjà testé, mais il y a super longtemps, un métaverse qui s'appelle le Deuxième Monde.** C'était créé par le groupe Canal Plus, mais je ne sais plus si c'était à la fin des années 90. Donc, j'étais très curieux, donc j'ai été voir. Malheureusement, c'était un peu moche, très vite, très peu d'interaction et beaucoup de plantage. Mais c'était ma première expérience, entre guillemets, ma seule expérience avec un métaverse.

La seule? Et donc, vous avez pu utiliser de plateformes depuis lors?

Non, il... Il s'appelle le Second Monde, je pense, une Microsoft, si mes souvenirs sont bons. Je ne m'étais pas trop tenté parce que ça n'avait pas l'air d'attirer beaucoup de gens. On est vraiment dans le métaverse qui représente le Deuxième Monde. J'en ai plus fait vraiment après. Même si je reste informé sur ce qui se passe, voilà, je n'ai pas beaucoup d'intérêt là-dessus. Si je peux ajouter quelque chose? Je pense que si... Je peux dévier un peu ou pas?

Oui, allez-y.

Alors, cette semaine-ci, j'ai remarqué qu'on a vu la sortie du nouveau casque virtuel d'Apple, qui a pour moi une grosse, grosse révolution par rapport aux autres. C'est que c'est qu'il ne doit pas être connecté à un PC. Alors, ce n'est pas le problème du prix. Je pense que si ça se démocratise, ce type de casque où il n'y a plus d'interface autre que le casque et les mouvements de la main, qu'on relise un métaverse bien foutu, ça pourrait devenir... Ça pourrait fortement marcher, beaucoup plus que tout ce qui a eu lieu jusqu'à maintenant, qui demande toujours une mise en place lourde, que ce soit en réalité virtuelle ou juste le métaverse. Je pense que la combinaison des deux pourrait faire des choses qu'on retrouve dans la science-fiction. Moi, ça m'épate depuis longtemps parce que, vu mon âge, il y a des années que je regarde la science-fiction et quand je vois les choses qui arrivent maintenant, qui sont des choses que j'avais imaginées ou vues dans la science-fiction quand j'étais enfant ou ado, je suis toujours impressionné. Et je pense que le nouveau casque d'Apple, lié à un métaverse efficace, pourrait changer les choses. Je ne sais pas si tu veux... Je sais pas si je t'ai dit toi... Si tu connais le film qui est tiré d'un livre qui s'appelle Ready Player One,

Oui, c'est un de mes films préférés.

Le livre est très bien, il ne va plus loin et moi, il a été une grosse référence parce que toutes les références de l'écrivain, qui ont trois ans moins que moi, donc ce sont les mêmes que moi, je me suis très bien retrouvé. Et je pense qu'avec un bon métaverse et des casques comme celui d'Apple, pas celui de science-fiction, mais comme celui qui va sortir sans interface autre que le casque, on pourrait se rapprocher très fort de ce qu'on trouve dans Ready Player One. Ça c'était ma parenthèse sur mon avis de métaverse.

Non mais il y a une vidéo aussi, qui est aussi une parenthèse, mais une vidéo qui se rapproche un peu du monde Oasis dans le film. Là je suis encore dans mes recherches, je n'ai pas encore vraiment creusé, mais ça a l'air intéressant. Mais bon, pour l'instant, c'est uniquement réservé aux professionnels pour Nvidia. Parenthèse refermée. Pour la suite des questions, juste pour qu'on se mette d'accord, moi pour mon mémoire, j'ai considéré qu'un métaverse, donc votre définition est très bonne, c'est un environnement en ligne, social, avec un décor 3D. Mais je ne vais pas me contenter des métaverses modernes, avec Horizon World, ou Roblox, ou Quokkace. Je vais vraiment prendre tout ce qui est open world, également dans gaming. Donc tout ce que vous avez cité au tout début, pour moi je vais considérer ça comme des métaverses, au même titre que Second Life ou Deuxième Monde. Dans le sens où c'est un monde virtuel dans lequel on a des interactions avec d'autres personnes, c'est tout à fait logique.

Pourquoi la 3D? Parce qu'il y a eu aussi pour moi ce qu'on appelle des métaverses qui correspondent à la définition des métaverses, en 2D. Il y en a eu un qui a été fait au début des années 2000, au milieu des années 2000, je pense même que Disney l'avait racheté, ou était à la base de ça, qui s'appelait Club Penguin. Ça peut sembler un dessin tout petit, et pour moi ça correspondait à toutes les données d'un métaverse. La 3D par contre, c'est en 2D.

Oui, je l'ai aussi mis dans ma définition, c'est dans mon mémoire. J'ai oublié la partie 2D, il y en a d'autres aussi. Je vais dire 3D, mais ça peut être 2D aussi si on prend les anciens. Du coup voilà, quels sont vos types d'activités principales? J'ai cru comprendre ce que c'est gaming, principalement. Je vais sauter cette question. Là je vais passer au thème, c'est perception des marques dans les métaverses. On va essayer de lier les deux sujets. Avant toute chose, est-ce que vous avez déjà entendu parler des marques dans les métaverses? Est-ce que vous en avez déjà vu ou pas du tout?

Je suis en train d'y réfléchir, je ne me souviens pas d'avoir vu moi personnellement dans mes expériences des marques dans le métaverse. J'ai déjà vu des sponsors de des jeux, c'est arrivé comme avec Red Bull en iPod par exemple, mais je ne me souviens pas d'avoir vu des marques dans l'univers auquel j'ai joué en ligne.

Ok. Je vais montrer ici plusieurs exemples. Je vais activer la caméra. Je vais mettre le haut-parleur un deux secondes, sinon je ne sais pas regarder. Est-ce que vous voyez bien? Pas trop, mais ça va, je distingue un peu. C'est évidemment des exemples, il y a d'autres représentations. Pour le premier exemple, c'est Niketland, c'est un mini métaverse dans le métaverse de Roblox. Il propose des produits soit virtuels, exclusifs, soit des produits virtuels qui sont des copies du monde réel. Et en plus de ça, il propose des activités sportives, comme on peut le voir avec des terrains de basket ou des terrains de football. Ok. Sinon, il y a des représentations... Ah, voilà. Il y a aussi des représentations plus classiques. On peut le voir ici avec la marque Gap, qui a son magasin virtuel dans le métaverse de Roblox. Dans ce cas-là, les utilisateurs peuvent personnaliser leur avatar. Et on a également des hypermarchés qui commencent à faire leur entrée dans le métaverse. Et dans ce cas-là, on a un Walmart qui permet aux utilisateurs de faire ses courses et de se faire livrer par exemple chez lui. Désolé, il y a quelques coupures avec le son. Ah, vous n'avez pas de coupures entendu? Allô? Allô, vous m'entendez?

Oui, oui.

Ok, ça a coupé à partir de où?

À partir de Walmart.

Ah, c'était la fin. C'était la fin. Est-ce que vous avez des points positifs ou négatifs à me donner sur les images que vous avez vues?

Dans le sens où Roblox était surtout un métaverse qui était fréquenté par beaucoup de très jeunes. Je n'aime pas trop qu'il y ait des marques sur ce métaverse-là. Des quoi? Je n'ai pas entendu. Désolé. Les images que j'ai vues, c'est bien sûr Roblox, c'est fort fréquenté par des très jeunes enfants. J'étais avec ma fille à un moment, elle avait 11 ans, ses premières activités en ligne étaient là-dessus. Et ça ne me plaît pas trop qu'il y ait autant de publicités pour des jeunes. Il n'y a pas de contrôle, ça me dérange.

Ok. On y reviendra après pour la suite. Ça c'est pour les points négatifs? Peut-être des points positifs ou pas? Positif, c'est toujours le côté technique qui continue vraiment de m'impressionner, même si ce n'est pas très joli. J'ai connu que ça n'existait que dans l'imagination des gens. Donc le voir réalisé en réalité, ça m'impressionne toujours le côté technique. Ok. L'opportunisme des marques, je ne sais pas si c'est positif, mais l'opportunisme des marques me surprend aussi à chaque fois.

Vous avez peut-être une idée de ce que les marques devraient faire pour se mieux présenter dans le métaverse ou pas?

Ce qu'elles font par rapport à ce que les attentes me semblent normales. Ou être plus discret en matière de sponsoring, par exemple. S'il y a des activités sportives dans le métaverse, à ce moment-là, sponsoriser les activités sportives, mais pas essayer de faire des boutiques pour vendre. Ok. Vis-à-vis de votre relation avec des marques, je reprends le même exemple, Converse ou Apple, le fait qu'elles soient présentes dans les métaverses, ça pourrait peut-être faire modifier votre relation avec cette marque, en bien ou en mal? Ni l'un ni l'autre. Ok. Ça c'était peut-être pour la partie vêtements, habillement et technologie. Il y a peut-être d'autres catégories de produits qui pourraient être susceptibles de vous faire changer cette perception? Ou pas du tout? En matière de métaverse, changer ma perception, non.

Ok. Parfait. Est-ce que vous avez déjà effectué des achats dans le métaverse? On reprend, métaverse ça peut être gaming aussi? Oui. Non, parce que même en gaming, quand on m'appelle les achats intégrés, en général je m'y refuse. Donc non, les achats dans le métaverse, jamais fait. Ok, ça va. Est-ce que vous pensez qu'avec votre utilisation, par exemple avec la mise en place de Apple Vision Pro, donc avec une utilisation plus intensive, ça pourrait vous pousser dans le futur à effectuer des achats? Si ça change les habitudes, je ne s'achèterais pas des achats parce qu'ils sont dans le métaverse. Je ferais des achats si j'utilise le métaverse et que ça pourrait repasser une autre façon de faire mes achats. Par exemple, quelque chose que j'achète déjà maintenant via Internet, si je trouve la même chose en métaverse, je pourrais l'acheter. Mais je ne vais pas acheter quelque chose que je n'achetais pas avant parce que c'est dans le métaverse, ça c'est clair.

Ok. Là c'était votre relation avec les métaverses. Maintenant, est-ce que dans le cas de Nike et Nvidia, le monde que je vous ai montré, le fait qu'il y ait plusieurs activités, en plus de l'activité de vendre des objets virtuels, ça pourrait peut-être favoriser votre utilisation dans les métaverses et du coup votre exposition aux marques? Oui. Vous pensez? Comme tout le monde, forcément si je vais faire des activités dans le métaverse et que je vois des marques, je vais les voir, j'ai l'exposition. Mais est-ce que j'aurais plus tendance à acheter parce que je suis exposé?

Non. Je suis pas une bonne cible pour les publicités. Je suis très peu influençable à ce niveau-là. Ok. Parfait. Vous avez bien répondu à cette question-là. Du coup, dernier thème, c'est éthique et réglementation. A votre connaissance, est-ce qu'il existe des réglementations dans le métaverse? Je pense que vous avez déjà répondu, mais pourquoi on répète un peu? S'il y en a, je ne les connais pas. Mais je pense que c'est important de mettre des règles, surtout par rapport aux mineurs d'âge. Des règles qu'il faut appliquer aussi, c'est éviter la surconsommation. Si on

arrive à des mondes vraiment virtuels et il y a des gens qui restent connectés que là-dessus, il va y avoir... J'aime pas parce que c'est dire qu'il faut contrôler les gens, mais trop, c'est trop. C'est quelque chose qu'il faudrait peut-être éviter. Et le contrôle aussi de tout ce qui est illégal, qui peut conduire à des choses illégales, que ce soit trafics de personnes, de drogue ou autre chose. Malheureusement, tout ça, à partir du moment où on est sur des mondes complètement ouverts, ça peut arriver. Vous parliez des réglementations par rapport aux mineurs d'âge. C'est par rapport aux marques, ça, ou au métaverse? Par rapport à tout. Les mineurs d'âge sont un peu plus influençables. Je vais prendre l'exemple de ma fille quand elle était sur Roblox. Je contrôlais régulièrement ce qu'elle faisait parce que c'est quelque chose que je ne maîtrisais pas. Je ne savais pas ce qu'elle voyait et je savais que c'était quelque chose de complètement ouvert. Je pense qu'elle avait des dangers par rapport à des personnes que je pouvais rencontrer, mais par rapport aussi à... Si elle se fait influencer pour des marques ou des choses comme ça, oui, ça peut arriver aussi. Ça m'inquiète moins les marques que les personnes. Et du coup, pour revenir aux marques, est-ce que vous pensez que l'utilisateur devrait avoir un contrôle sur le contenu publicitaire auquel il s'est exposé? Oui, un peu comme on essaye de faire déjà sur le site internet avec les cookies. Maintenant, c'est très lourd d'utilisation. Les sites peuvent se retrouver pour qu'on clique plus vite sur « accepter » plutôt que de sélectionner tout ce qu'on veut ou tout ce qu'on ne veut pas. Il devrait y avoir quelque chose dans le genre pour permettre aux gens de faire son publicité. Mais on sait comment vont fonctionner les annonceurs. Si on permet de bloquer facilement les publicités et d'avoir accès à contenu total, peut-être que tout le monde se va bloquer. Donc, ça ne va pas plaire aux annonceurs. Donc, ils vont mettre des barrières ou donner des contenus supplémentaires, j'imagine, si on regarde les publicités. Ok. Parfait. J'ai fini avec mes questions. Est-ce qu'il y a peut-être un sujet qui vous semble important et qu'on n'a pas abordé? Je ne sais pas trop. Non. Ça m'a échappé. Non, je ne sais pas. Ok. Merci d'avoir répondu à mes questions.

11.6. Interview 6 : Joey

Bonjour, cet entretien va porter sur les métaverses et l'expérience du consommateur. C'est un entretien qui va durer plus ou moins 30 minutes. Est-ce que, avant qu'on commence, tu as des questions particulières? Non, pas spécialement. Ok, parfait. Dans ce cas, on va commencer par une brève introduction. Je vais juste te demander de te présenter un minimum, ton nom, ton âge, ce que tu fais dans la vie. Je t'écoute. Ok, moi c'est Joey H, j'ai 23 ans, j'ai un diplôme en informatique. Ici, je fais un master en gestion et sur le côté, je suis indépendant dans le domaine de l'informatique. Ok. C'est quoi tes passions dans la vie, ce que tu fais comme hobby? L'informatique principalement. J'aime bien aussi les nouvelles technologies de manière générale, les jeux vidéo, le sport, voilà. Ok, dans cet entretien, c'est surtout l'aspect gaming qui va m'intéresser. C'est quoi les jeux auxquels tu as envie de jouer? Le jeu auquel j'ai le plus joué, c'est sûrement Minecraft. J'ai passé des milliers d'heures. Et ici, le numéro 2, on va dire que c'est Rocket League, j'ai 1700 heures dessus. Ok. Ce sont les principaux. On en reparlera un peu après. Mais autre question, comment tu qualifierais tes rapports aux réseaux sociaux? Donc sur quelle plateforme tu es et à quelle fréquence tu les utilises? Je suis sur la majorité des réseaux sociaux les plus connus, Instagram, Facebook, TikTok. Je ne suis pas sur Snap ni sur B-Reel. Et j'utilise au quotidien quelques heures par jour. Ok, ça va. Et dernière petite question pour terminer l'introduction. Comment tu qualifierais tes connaissances dans les métaverses? Je dirais au-dessus de la moyenne parce que ce n'est pas très connu, mais loin d'être parfait. Ok, ça va. Mais avant qu'on aborde ce thème, justement, donc les métaverses, je vais commencer par parler un peu des marques de manière globale. Donc avant toute chose, qu'est-ce que le mot marque t'évoque? Qu'est-ce qui te vient à l'esprit quand tu entends le mot marque? Je pense à une entreprise, un logo, des produits à vendre, une image de marque, des choses comme ça, une communauté peut-être.

Ok. Est-ce que toi en tant que consommateur, tu prêtes attention aux marques et si oui, sur quelle catégorie de produits principalement? Sur quelles sont les marques que tu as l'habitude de consommer, que ce soit dans la tech, dans l'habillement, dans l'alimentaire? Vraiment, ce qui t'intéresse le plus? C'est clair que ça joue, je pense. Par exemple, pour les composantes de mon ordinateur, je vais avoir plus tendance à prendre les marques que je connais, du style NVIDIA ou MSI ou ASUS, des marques fort connues qui ont fait leur preuve. Au niveau des vêtements aussi, c'est intéressant, mais c'est aussi pour le côté de ce qu'il y a derrière, si on connaît que la marque a des valeurs qu'elle respecte et qu'on a en commun. C'est les choses, peut-être les chaussures aussi, mais plus peut-être liées à l'image à ce moment-là au niveau des chaussures et le style.

Ok. Tu as des exemples de marques? Tu parles de vêtements, tu as des exemples en tête ou pas? Pour les vêtements, je dirais plutôt, je sais pas, justement, tout à l'heure j'étais au magasin, j'étais chez H&M et Zara. Pour le niveau des chaussures, je dirais plutôt peut-être Adidas.

Ok. Tu m'as cité des marques en technologie comme NVIDIA ou alors Adidas pour les vêtements. Qu'est-ce qui fait que tu as une relation privilégiée avec ces marques-là? Qu'est-ce qui fait que tu te diriges vers ces marques plutôt que d'autres? NVIDIA, c'est vrai que c'est beaucoup la communication, je pense, qui a joué parce qu'ils ont une très bonne communication. À l'époque, ils étaient connus pour leur rapport qualité-prix. Et ici, ils font des technologies qui sont puissantes et plutôt uniques. Ils innovent dans leur catégorie et ça les démarque de leurs concurrents qui ont les mêmes fonctionnalités, mais plus tard. Donc, je pense que c'est surtout le fait qu'ils innovent. Ok. Innovation. C'est tout? Principalement, chez Adidas, je pense que c'est plus le style en réalité. Ok. Donc, esthétique et innovation. Ça va. Du coup, on va entamer les métaverses. On fera ensuite un lien avec les marques, mais d'abord de façon globale. Qu'est-ce que le mot métaverse t'évoque? Comment tu le définirais? Je dirais que c'est un monde virtuel où les gens peuvent se connecter en utilisant différents devices et où ils peuvent échanger. Ok. C'est une très bonne définition. Il y a évidemment des aspects genre décors 3D pour les plus récents ou encore de la technologie XR, mais dans le mémoire, ce n'est pas obligé. Donc, c'est une très bonne définition. Tu m'as cité des plateformes comme Minecraft au début de l'interview. Est-ce qu'il y a d'autres plateformes que tu as déjà utilisées ou pas? Du style qui ressemble à des jeux, j'ai joué à Albion qui ressemblait un petit peu dans l'esprit. On avait un personnage qui faisait partie d'une guildes et on devait faire la vie du personnage, échanger avec les autres. Il y avait vraiment un esprit d'équipe qui était important pour réussir dans le jeu. Peut-être plus ancien, il y a Dofus. Je ne sais pas si ça pourrait compter, mais c'est un peu dans cet univers aussi. Ok. Donc, activité principale, c'est le gaming, si j'ai bien compris. Parfait. Là, du coup, on va essayer de mettre en lien les marques et les métaverses. Avant toute chose, est-ce que tu as déjà entendu parler de marques dans les métaverses? Ou juste entendu parler? J'avais vu passer que Leads or Price était sur The Soundbox. Et à part ça, c'est la seule marque que je connais, ce que j'ai entendu. Donc, tu n'as jamais été confronté aux marques dans les jeux auxquels tu as joué? Je ne pense pas. À travers des vidéos sur YouTube, j'ai déjà vu des marques qui faisaient de la pub sur des serveurs Minecraft, par exemple. Mais moi-même, en tant que joueur, non. Ok. Je vais te montrer plusieurs exemples de campagnes qui existent. On va les parcourir un peu et on en parlera après. Je mets la

caméra. Est-ce que tu vois bien? Oui, ça va. Le premier exemple, c'est celui de Nightland. C'est un mini métaverse, si tu veux, dans le métaverse de Roblox. Dans ce cas-là, la marque propose des produits qui sont utiles à la personnalisation d'Avatar. Et en plus de ça, ils proposent des activités qui permettent l'interaction entre les utilisateurs. On voit par exemple sur l'image ici qu'il y a des terrains de basket, des terrains de foot. Ça permet aux utilisateurs de se réunir. Sinon, il y a des marques qui sont là de façon un peu plus classique. On a Gap qui a par exemple son magasin virtuel dans le métaverse de Roblox. Dans ce cas-là, c'est uniquement dédié à la personnalisation d'Avatar. Tu m'as parlé un peu d'hypermarché avec Leader Price. On a Walmart qui propose aussi des services dans le métaverse. On peut par exemple faire nos courses et se les faire livrer chez nous. Ça, c'est évidemment des exemples. Il y a plein d'autres exemples et d'autres métaverses. Qu'est-ce que tu en penses, toi?

Je pense que c'est une suite logique parce qu'en vrai, il y a une énorme communauté qui se connecte tous les jours sur ce genre de serveur. En réalité, c'était une énorme visibilité qui n'était pas utilisée par les marques. Je pense que c'est une bonne chose puisque ça touche un public d'une manière différente. Dans la publicité, c'est une bonne chose d'innover pour continuer à avoir l'attention des consommateurs.

Précisément sur ce que tu as vu, sur ce que je t'ai montré, est-ce que tu peux me citer des points positifs et négatifs?

Je pense que le point positif, c'est que ça rapporte de l'argent au jeu. Ça leur permet peut-être de faire de nouvelles visées à jour, d'apporter de nouvelles fonctionnalités. Et le point négatif, c'est qu'il ne faut pas que ça tombe dans l'extrême où on a des jeux où il n'y a que des marques tout le temps, où il y a tout le temps des produits dérivés, etc. Qu'on garde l'esprit du jeu.

Est-ce que tu penses que c'est une bonne représentation de ce que je t'ai montré ou pas?

Une bonne quoi?

Une bonne représentation. Par exemple, si on prend le magasin Gap, est-ce que tu penses que c'est la bonne manière d'interagir avec l'utilisateur?

Je trouve que l'univers sur Nike était peut-être mieux pensé. Il était plus dans l'univers des jeux qui proposent des activités, etc. En tant que joueur, je pense que je passerais plus de temps sur ce monde-là que juste un magasin où je mets une tenue. Après, pour les consommateurs qui aiment déjà cette marque, je pense que c'est peut-être une bonne possibilité. Et ça coûte sans doute moins cher à développer.

Ok. Très bien. Imaginons maintenant que des marques comme Adidas, et c'est le cas, sont présentes sur le metaverse. Est-ce que tu penses que ça pourrait te faire changer la perception de la marque? Est-ce que tu penses que ça pourrait te faire augmenter ou en inverse diminuer ton engagement envers cette marque-là?

Je pense que si c'est un jeu auquel je joue et qu'ils apportent une fonctionnalité cool, et que c'est sûrement grâce à eux que cette fonctionnalité a été ajoutée parce que c'est eux qui ont apporté l'argent, je pense que ça peut augmenter mon sentiment positif envers la marque. Ok. Donc il faut que ça améliore ton expérience utilisateur. Toi, en tant que joueur, t'aimerais juste avoir une expérience améliorée? Oui, que ça n'a pas juste une publicité, mais que ça apporte de la valeur. Ok. À titre personnel, est-ce que t'as déjà acheté dans le metaverse ou pas? Dans ton cas, vu que c'est principalement gaming, ça peut être des skins, des armes, ou je ne sais pas quel jeu t'as vraiment joué. Oui, j'ai déjà acheté des saisons de passe et des skins aussi. Plutôt des niveaux apparence. Ok. Là, je t'ai parlé de ta relation avec les metaverses. Est-ce que tu penses que des activités comme Nike, tu me dis que toi, en tant qu'utilisateur, tu pourrais plus aimer des expériences comme Nike avec Nikeland que plutôt Gap. Est-ce que tu penses que ces activités vont favoriser ton utilisation dans les metaverses? C'est-à-dire que je vais plus aller dans le metaverse parce qu'il y a la marque? Oui, non. Parce qu'il y a la marque et qu'en plus de ça, elle propose des activités supplémentaires. Maintenant que j'y repense, sur Rocket League, c'est vrai que j'avais été confronté à une marque. Ils avaient déjà fait des collaborations avec Nike, j'avais juste plus pensé à ça. En réalité, je me suis connecté au jeu pour débloquent les skins qui avaient un rapport avec la marque parce que c'était sur une durée de temps limitée. J'avais envie de les débloquent.

Ok, donc tu serais plutôt intéressé. Maintenant, en ce qui concerne la réglementation, est-ce qu'il existe des réglementations dans les metaverses?

A première vue, je dirais que c'est l'entreprise qui est à la tête du metaverse qui choisit d'appliquer les règles qu'elle veut. Mais je ne sais pas si la réalité correspond à ce que je pense. Par rapport à ce que tu penses, ça t'inquiète? Ça n'a pas d'importance? Dis-moi ce que tu ressens par rapport à ça. Par exemple, sur Minecraft, je sais qu'ils ont fait une mise à jour où on peut reporter des joueurs en fonction de leur langage ou de leur attitude. Ça peut avoir comme résultat de bannir ton compte. Le problème, c'est que c'est valable sur les serveurs publics, mais aussi sur les serveurs en privé. Je pense que pour les serveurs en privé, c'est quand même dommage de ne plus pouvoir jouer avec ses amis parce qu'on s'est fait bannir sur un autre serveur. Donc les règles peuvent être extrêmes, je trouve, parce qu'on a quand même payé le jeu pour pouvoir jouer avec ses amis et on se retrouve banni. Maintenant, pour revenir un peu aux marques et toujours par rapport aux réglementations, est-ce que tu penses qu'il devrait y avoir des réglementations concernant la présence des marques dans les metaverses? Est-ce que tu penses que toi, en tant que consommateur, tu devrais avoir un contrôle sur le contenu publicitaire auquel tu es exposé? Je pense que oui, parce que déjà, on n'a pas envie d'avoir des publicités pour des casinos ou des choses comme ça, qui sont peut-être plus ou moins éthiques en fonction de la personne qu'on est. Mais dans la loi, j'ai l'impression que c'est déjà limité, par exemple sur le tabac ou des choses comme ça. Je pense que dans le metaverse, ça devrait suivre les mêmes règles qui existent déjà à la télévision, par exemple. Ok. Parfait. Notre retien est terminé. Est-ce qu'il y a peut-être un sujet qui te semble important et qu'on n'a pas abordé? Non, je ne pense pas. Je pense qu'on a fait le tour. Merci beaucoup. Parfait. Merci.

Bonjour, donc cette discussion va porter sur les métaverses et l'expérience du consommateur. C'est un entretien qui va durer plus ou moins une demi-heure. Avant qu'on commence l'interview, est-ce que tu as des questions particulières? Non. Ok, on va commencer par une brève introduction. Tu peux commencer par te présenter, ton nom, ce que tu fais dans la vie, ton âge. Je t'écoute. Je m'appelle Louis Bourgie, j'ai 23 ans, je fais des études à l'UCLouvain à Louvain-la-Neuve. Et actuellement, je suis en stage à l'étranger au Canada dans une entreprise qui s'appelle MCC Label dans le département d'amélioration continue. Et je suis étudiant en master 2. Ok, parfait. Tu as des hobbies dans la vie? Ce que tu fais pendant tes journées? Tu fais quoi? Je fais beaucoup de sport. Je joue aux jeux vidéo. Je sors avec des amis. Ce qui va m'intéresser ici, c'est plus ton aspect aux jeux vidéo. Tu as l'habitude de jouer à quoi comme type de jeu? J'ai déjà essayé plein de jeux différents, notamment par exemple Fortnite, FIFA. J'ai déjà joué à Call of Duty, GTA, tout plein de jeux différents, toutes des grandes licences. On y reviendra un peu après. Juste ici pour finir l'introduction, comment tu qualifierais tes rapports aux réseaux sociaux? Sur quelle plateforme tu es déjà inscrit et à quelle fréquence tu les utilises? Je suis sur Instagram, Snapchat, Facebook, Messenger aussi, LinkedIn. Et je pense que c'est tout. Au niveau du nombre de fois que je fréquente les réseaux sociaux, je vais plusieurs fois par jour sur tous les réseaux sociaux. Donc j'ai une relation proche avec les réseaux sociaux. Parfait. Et vraiment, toute dernière question pour que j'ai une petite idée. Comment tu qualifierais tes connaissances dans les métaverses? Est-ce que tu pourrais me donner la définition plus précise des métaverses? Je le donnerai après, mais pour toi, les métaverses, ça veut dire quoi? Quand tu penses aux métaverses, les premiers qu'il vient à la tête? Je pense que pour moi, quand je pense à métaverses, c'est le monde ouvert que Facebook a mis en place. La première chose qu'elle pense, c'est ça. Donc je pense à un monde virtuel où on peut faire des réunions, on peut interagir avec des gens. Et je ne sais pas pourquoi, mais quand je pense métaverse, je pense réalité virtuelle avec un casque, etc. Pour la suite des questions et pour ce que j'utilise pour mon mémoire, métaverse, c'est tout ce qui est environnement en ligne, sociaux, avec la technologie. Tu as plusieurs possibilités dans ce monde-là. Tu as l'utilisation des avatars et c'est la plupart du temps avec un décor 3D. Pas tout le temps. On a d'abord eu des métaverses uniquement en 2D avec Club Penguin par exemple. Mais ça n'inclut pas forcément de la technologie XR. XR, c'est réalité étendue, donc c'est réalité augmentée et réalité virtuelle. C'est les deux, et mixte. Pour revenir à la question, comment tu te qualifierais vis-à-vis de ça? Tes connaissances, elles sont bonnes, moyennes, assez faibles? Vu la définition du métaverse, mes connaissances et le nombre de fois où j'ai été dans un métaverse, j'ai joué, etc. je dirais moyenne.

Parfait, on a fini avec l'introduction. On reviendra un peu après pour la partie métaverse. Là, je vais d'abord entamer un thème marque. Pour l'instant, il n'y a pas encore vraiment de rapport, mais on verra qui en a par la suite. Pour commencer, qu'est-ce que le mot marque t'évoque?

Des marques, c'est des compagnies qui essaient de créer une histoire autour de leurs produits, qui essaient de nous vendre quelque chose.

Est-ce que tu es sensible à ça? Est-ce que tu as des marques que tu es habitué de consommer?

Je pense être quelqu'un qui consomme souvent les mêmes marques et une fois qu'une marque m'a eue, je vais rester fidèle.

Tu as des exemples de marques? Oui, par exemple l'iPhone. Une fois que j'ai eu un iPhone, je pense que je vais tout le temps rester avec Apple parce qu'ils m'ont vraiment eue par rapport à Samsung. D'autres marques, peut-être... Oui, il y en a plein.

Là, tu m'as parlé de domaine tech. Ça peut être dans l'habillement...

PlayStation, par exemple.
J'ai essayé Xbox, PlayStation, je vais rester à PlayStation tout le temps. Dans l'habillement, j'ai des marques comme Nike par exemple. Nike, Adidas, qui sont des marques que j'aime bien. Je dois juste citer des marques? Non, seulement des marques que tu es habitué de consommer. Nike, Adidas, quoi d'autre?

J'ai réfléchi à tous les domaines où j'utilise des marques. Au niveau des vêtements, au niveau alimentation, je vais souvent dans des chaînes comme Coleroid, Deleuze. C'est souvent ceux-là, Coleroid et Deleuze. En gros, pour résumer, tes catégories de produits principales, c'est technologie, habillement et nourriture. Oui. Tu m'as cité des marques comme Apple, Nike ou Coleroid. Qu'est-ce qui fait que tu as une relation privilégiée avec ces marques-là? Qu'est-ce qui fait que tu diriges plus vers Apple, par exemple, que vers Samsung? Comme je disais, pour moi, une marque évoque une histoire. Un produit d'abord, bien sûr, mais qui a une histoire. Parce que quand une marque comme Apple ou Nike ou la PlayStation avec Sony, ils nous racontent une histoire autour de leurs produits. Quand on achète un iPhone, on n'achète pas juste un téléphone. Ça a plusieurs fonctionnalités. Ça a aussi une certaine prestance. Quand on achète du Nike, il y a ce côté où on ne veut pas dépasser ses limites. Donc vraiment, il y a une histoire autour du produit. Et c'est ça qui, je pense, me garde fidèle. Tu es assez sensible à l'aspect marketing qu'il y a derrière ces marques. L'aspect histoire, en tout cas, oui. Et marketing, sûrement. Parfait. Par exemple, je pense que ça fait partie du marketing, l'histoire. Mais par exemple, marketing, il y a aussi le fait qu'on voit des pubs, etc. Je pense que je suis moins sensible aux publicités. C'est vraiment quand ils arrivent à créer une histoire autour du produit. C'est vraiment la symbolique. Oui. On a fini avec les marques pour l'instant. On va revenir au Metaverse. Tu m'as déjà un peu expliqué ce que ça t'évoquait. Tu m'as cité deux ou trois plateformes de Metaverse, principalement dans le gaming. Est-ce qu'il y a d'autres plateformes que tu as déjà utilisées? Pas forcément dans le gaming ou alors des gamings qui te sont revenus en tête? Je ne saurais pas te dire c'est quoi le nom de la plateforme, mais j'ai essayé deux fois de la réalité virtuelle, avec un casque de réalité virtuelle. C'était sur je ne sais pas quelle plateforme exactement, mais il y avait des jeux. On pouvait choisir entre plusieurs jeux de réalité virtuelle, etc. Ok, ça va. Juste pour qu'on soit sûr, c'est quoi tes types d'activités principales dans le Metaverse? Donc le jeu. Ok, le gaming. L'interaction avec les autres joueurs aussi. Oui. Que ce soit jouer contre eux, même le chat, la discussion vocale, etc. Quoi d'autre? C'est déjà bien. Je n'ai jamais participé à un meeting dans un Metaverse. Tu n'as jamais eu d'interaction uniquement sociale? Peut-être, comme tu disais, tu as parlé d'exemple de Club Penguin. C'est beaucoup social, mais je pense que c'est aussi un jeu. Je n'ai jamais eu qu'un meeting professionnel. C'est surtout jeu et social. Ok, ça va. Maintenant, on va essayer de mettre en lien ces deux thèmes. La perception que tu as des marques dans le Metaverse. Avant que je te montre quelques exemples, est-ce que tu as déjà entendu parler de marques dans le Metaverse? Oui, c'est sûr que je pense à des jeux comme GTA ou Fort Tide. Dans GTA, il peut y avoir des publicités, par exemple, comme c'est un monde ouvert et réel, qui essaie de ressembler au réel. Il me semble que j'ai déjà croisé des publicités dans la ville, etc. dans le jeu. Fort Tide, il y a des saisons où il y a des nouvelles collaborations avec des marques. Ça arrive très souvent et ça apporte beaucoup au jeu en termes de contenu et de renouvellement. Ici, la dernière chose que j'ai en tête, je ne sais plus c'est quoi. Mais en tout cas, il y a eu des collaborations avec plein, plein, avec Spiderman, avec Marvel, avec un concert, tout ce genre de choses. Vraiment beaucoup de marques différentes. Tu as parlé de collaboration, mais c'est surtout sous quelle forme? Tu ne l'as pas précisé, je pense. Sous quelle forme? Comme je disais, collaboration, donc des concerts, des skins dans le jeu ou alors carrément du contenu du jeu. Il y a toute une saison qui est basée parfois sur cet univers-là. Si c'est Marvel, on va avoir des personnages qui sont des personnages Marvel, des skins, mais aussi des armes, des choses comme ça. Des mécaniques de gameplay aussi, comme des véhicules spécifiques, des façons de se déplacer spécifiques. Ce n'est pas juste un skin, c'est plus que ça, c'est une expérience. C'est l'expérience dans le jeu qui change. Au niveau GTA, c'est plus classique, je dirais, où là, c'est des affiches publicitaires que tu croises dans le jeu, comme si tu étais dans la vraie vie. Parfait. Là, je vais te montrer plusieurs exemples de campagnes publicitaires qui existent dans les Métaverse. Le premier exemple, c'est celui de Nycland. C'est un genre de mini-monde, mini-Métaverse dans le Métaverse de Roblox. La marque propose, en plus de vendre des produits virtuels, soit qui sont exclusifs dans le monde virtuel, soit qu'on peut retrouver dans le monde réel. En plus de ça, ils vont proposer des activités sportives. Là, on peut le voir avec des terrains de basket ou de football, et qui vont permettre aux utilisateurs d'interagir. Il y a d'autres marques qui sont là de façon plus traditionnelle. On a l'exemple ici avec Gap, qui a son propre magasin virtuel dans le Métaverse de Roblox. Dans ce cas-là, les utilisateurs peuvent acheter des skins pour personnaliser leur avatar. Autre exemple, il y a les hypermarchés comme Walmart qui commencent à faire leur apparition. Dans ce cas-là, les utilisateurs peuvent faire leurs courses et

se faire livrer chez eux. Ils font leurs courses comme si c'était dans la vraie vie et ça vient à eux? Voilà, c'est pas encore finalisé, mais il y a beaucoup d'hypermarchés qui commencent à investir dans le Métaverse et ça peut être une des possibilités. Tu as vu plusieurs exemples. Est-ce que tu peux me citer des points positifs et négatifs à ces exemples-là?

Les points positifs, c'est que ça permet aux marques de créer encore plus d'affinité entre eux et leurs clients. On va se sentir encore plus proche de la marque, on va découvrir encore plus l'univers de la marque. C'est positif du côté des marques, mais aussi du client parce que c'est un service en plus qu'ils offrent qui peut être utile. On a dit le dernier exemple avec Walmart, ça peut être plus utile que par exemple un simple site internet où tu passerais ta commande. C'est plus chouette parfois de voir plus le produit, et puis même c'est une expérience pour le client qui est différente. Donc oui, des points positifs. Tu m'as dit des négatifs aussi? Oui. Au niveau des points négatifs, peut-être le fait que quand c'est que virtuel, donc les skins, etc., c'est quelque chose qui peut être repris à tout moment par la marque. Là où quand on va acheter une bouteille de vin à Walmart, ou je ne sais pas, non, par exemple, un mauvais exemple, on va acheter un vêtement à Nike, une fois qu'on le ramène chez nous, Nike, ils ne vont jamais nous le reprendre. Tandis que là, on va avoir un skin, à tout moment, ils ferment la plateforme, on n'a plus le skin. Donc ça, ça pourrait être un point négatif pour le consommateur parce qu'il perd cette valeur-là, et à tout moment, il peut perdre le jeu.

Du coup, toi, c'est un problème plutôt de persistance du monde virtuel, c'est ça? Oui, c'est ça. La marque a un contrôle là-dessus et tu achètes quelque chose qui peut reprendre. C'est plus comme si tu louais le skin plutôt que l'acheter. A priori, avec la technologie de la blockchain, tout ce qui t'appartient, t'appartient et personne ne peut te l'enlever. Donc ce n'est pas vraiment quelque chose qui appartient à la marque, c'est une propriété virtuelle. Est-ce que c'est comme ça? Dans l'idée, oui. À partir du moment où c'est un objet virtuel, c'est un NFT et il y a un seul identifiant. Il existe une seule unité de ce que tu as, mais il pourrait avoir un problème dans l'interopérabilité entre les métaverses. Pour l'instant, plusieurs entreprises essaient de créer leur propre métaverse. Tu m'as cité Meta tout à l'heure, mais si on prend l'exemple de Horizon World de Meta et celui de Microsoft Mesh, ce n'est pas sûr qu'on puisse passer de l'un à l'autre. Ça, c'est pour être un problème. Mais à priori, tout ce que tu achètes, t'appartient. Ce n'est pas faux. Quel autre point négatif? Je trouve que ça n'a que du positif. Ça peut être très intéressant. Je ne sais pas s'il y a un public pour ça. Du côté des marques, en tout cas, peut-être que c'est un investissement qui ne va pas être rentable. On verra. Je ne sais pas l'avenir nous le dira. Mais par contre, je pense qu'il n'y a rien de négatif à part ça. Tu m'as parlé de la relation que les clients pouvaient avoir avec leur marque du fait qu'elle soit présente dans le métaverse. Est-ce que toi, personnellement, en tant que consommateur, tu te sens impliqué, concerné par cette augmentation de l'engagement? Tu peux préciser ta question? Est-ce que tu es impliqué par le fait qu'ils créent des métaverses? Tu m'as parlé ici dans les points positifs. Tu m'as dit que le fait que les marques soient présentes, ça pourrait inciter les utilisateurs à aimer plus ces marques ou consommer plus de ces marques. Est-ce que toi, personnellement, tu te sens impliqué dans ce que tu dis? Tu te sens concerné? Est-ce que ça arrive déjà? Oui, est-ce que le fait de savoir qu'il y a des marques dans les métaverses où tu vas, ça va augmenter ta relation? Ça va augmenter ton engagement envers ces marques?

Oui, je pense. Ici, dans les exemples qu'on a vus, je n'ai jamais été à une fausse boutique Nike. Ce n'est pas ce que je pensais à cet exemple-là, que j'étais perdu. Mais si on revient à ce qu'on disait avec Fortnite, par exemple, le fait de jouer Spiderman, ça va me faire me sentir beaucoup plus proche du personnage, pouvoir l'incarner comme ça, me mettre dans l'univers, etc. Oui, clairement, je vais me sentir plus proche qu'une simple publicité. À ce niveau-là, par contre, dans GTA, voir la marque dans la rue, non, ça ne va pas avoir plus d'impact que ça. Et justement, toi, est-ce que tu as déjà effectué des achats dans les métaverses? Non, je n'ai jamais acheté de skins. Est-ce que tu penses qu'avec une utilisation un peu plus intensive, avec le développement des métaverses, dans le futur, tu pourrais être apte à acheter sur les métaverses?

Au niveau des skins, non, parce que pour le côté, justement, je dis non, mais peut-être que je devrais nuancer ça un peu plus. Je dirais que si la technologie des NFT dont tu parles est bien implémentée, pourquoi pas acheter un NFT d'un T-shirt Nike, par exemple, dans une boutique.

Ça pourrait peut-être être intéressant si ça a de la valeur, peut-être aussi pour l'essayer, mais je ne pense pas qu'au long terme je ferais ça souvent, en tout cas au niveau des skins. Par contre, ça pourrait se transférer dans la vraie vie, dans le sens où dans le métaverse, je ne vais peut-être pas acheter de skins, mais je vais peut-être acheter ce qu'on avait vu, l'exemple avec Walmart. Ça oui, pourquoi pas vraiment faire mes courses comme ça et puis que ça arrive chez moi. Oui, les skins non, je ne pense pas être la cible, ça va juste me rapprocher de la marque et donc peut-être m'inciter à acheter plus dans la vraie vie. Je vais peut-être me faire plus proche de Nike et aller acheter un T-shirt Nike. Ok, ça va. Juste préciser, parce que je me suis mal exprimé tout à l'heure, la technologie blockchain n'est pas appliquée sur tous les métaverses. Là sur Roblox, je ne pense pas qu'elle soit appliquée, mais sur un métaverse comme Decentraland, c'est le cas. Donc peut-être que là où la blockchain est appliquée, ça m'inciterait plus à acheter qu'un skin où ce n'est pas appliqué parce que là on peut me le reprendre à tout moment et donc que mon argent soit gaspillé. Ok, ça va. Ça c'était vis-à-vis des métaverses. Est-ce que tu penses, si on reprend l'exemple de Nikeland, le fait qu'elle propose en plus de vendre des produits, qu'elle propose des activités sportives qui permettent aux utilisateurs d'interagir entre eux. Est-ce que tu penses que ça pourrait favoriser ton utilisation des métaverses? Quand tu dis activités sportives, c'est quoi exactement? J'ai vu le terrain de basket, c'est un petit jeu de basket. Où les utilisateurs peuvent se rejoindre, ils discutent, ils jouent un peu ensemble. Est-ce que tu penses que le fait de proposer des activités qui permettent aux utilisateurs de se donner rendez-vous dans les métaverses, ça pourrait t'inciter à les utiliser plus? Oui, clairement. Parce qu'on a des exemples comme des jeux comme Call of Duty par exemple, ou Fortnite, ou tous les jeux où il faut être en équipe, ou en tout cas, peut-être pas nécessairement en équipe, mais où on peut communiquer. Ça a du succès et c'est chouette de pouvoir jouer avec des gens, discuter avec eux, etc. Donc je pense vraiment que si le jeu est bien fait, la partie sportive par exemple, du jeu sportif est bien fait, le fait qu'il y ait une désinteraction avec des gens, ça inciterait à aller là-dessus. On va passer au dernier thème. Est-ce qu'à ta connaissance, il existe des réglementations vis-à-vis des métaverses, dans les métaverses? À ma connaissance, je ne sais pas. Le seul truc que je sais, c'est que Facebook en général, les méta, est déjà passé devant le tribunal pour des questions de protection de la vie privée, au niveau des données, etc. Est-ce que ça concerne le métaverse? Je pense que le jugement s'était passé avant qu'on parle du métaverse, donc je n'en sais pas plus au niveau des réglementations du métaverse et si ça s'applique à ça aussi. Tu as raison, vu que ce sont des entreprises commerciales, ils sont uniquement soumis aux RGPD, les protections de données personnelles. Justement, toi, qu'est-ce que tu en penses, le fait de savoir qu'il n'y a que ça qui régleme le monde virtuel? Au niveau de la protection des données, je ne suis pas inquiet. Je sais que ça a de la valeur, etc. Mais il y a la réglementation européenne qui protège de manière générale là-dessus. Je sais qu'ailleurs dans le monde, ce n'est pas la même chose. Peut-être que, qu'est-ce qu'ils en font de mes données quand je suis aux États-Unis, par exemple? Je ne sais pas. Ce n'est pas quelque chose qui, moi, m'inquiète. J'ai réfléchi vite. C'était quoi la question? Tu sais où j'ai mis la question de base? C'était juste savoir ce que tu en pensais. Tu m'as répondu. Est-ce que j'ai en pensé ça? Je voulais ajouter quelque chose. Au niveau de la protection des données, oui. Après, il y a peut-être une question aussi de modération. Parce que c'est un lieu social, il va y avoir des interactions entre les personnes. Et on sait que ça peut engendrer des dérives. On le voit sur Twitch, il peut y avoir des débordements si ce n'est pas contrôlé. Des comportements déviants, etc. Des comportements inappropriés. Ça, je pense que c'est quelque chose qui devra être attaqué aussi à un moment donné. Pour l'instant, je pense que ce n'est pas encore assez populaire pour qu'on en arrive là. Mais quand ça le sera, comme tous les endroits où il y a des interactions sociales, il faudra de la sécurité, que ce soit pour les mineurs, mais même pour les utilisateurs, qu'il n'y ait pas de dérive, etc. Mais ça se fera, je pense, naturellement. Il y a déjà des choses en place qu'on connaît, comme sur Twitch avec des modérateurs, etc. Donc il n'y aura pas de problème à ce niveau-là. Ça, c'était vis-à-vis uniquement des métaverses. Est-ce que tu penses qu'il doit aussi y avoir une réglementation vis-à-vis de la présence des marques dans les métaverses? Est-ce que tu penses qu'il doit y avoir un contrôle? Est-ce qu'on devrait filtrer la présence, l'exposition des utilisateurs aux marques? Sur ça, je vois deux choses. Déjà, il y a au niveau des mineurs, il faut savoir, je pense, que tous les mineurs ne doivent pas être mis face à toutes les marques. On ne va pas mettre les marques pornographiques, alors que c'est peut-être un endroit où il y a des enfants qui vont, etc. Mais je pense que les marques peuvent cibler, comme sur les réseaux sociaux, leurs cibles. Donc à ce niveau-là, je pense que ça irait. Puis la

deuxième chose, c'est que ce ne soit pas tout autour des marques. Ce sera un juste milieu qui se fera naturellement aussi, parce que si c'est tout autour des marques, on arrêtera d'aller. Si on est submergé par trop de marques, etc. Mais non, je pense que c'est une bonne chose aussi, parce que ça finance. Et comme je disais, ça nous permet aussi d'être plus proche des marques, etc. Donc c'est positif, je pense. Du coup, toi, en tant que consommateur, tu as déjà été ennuyé par la présence de publicité dans les métaverses que tu as déjà utilisées, par exemple? Non, jamais. Je suis plus ennuyé sur Facebook quand je regarde une vidéo que là-dedans, parce que c'est beaucoup mieux incorporé. Ça ne te bloque pas dans ton expérience. Au contraire, parfois, ça rajoute même à l'expérience utilisateur. Donc, tu en as déjà vu des pubs et ça ne t'a pas dérangé? Oui. OK. Parfait. L'entretien est terminé. Est-ce qu'il y a peut-être des thèmes qui te semblent importants et qu'on n'a pas abordé? Non. OK. Parfait. Merci d'avoir répondu à ma question. Pas de problème.

11.8. Interview 8 : Gianni

Bonjour, on va commencer un questionnaire qui concerne les métaverses expansions consommateurs. Ça va durer plus ou moins 30 minutes. Avant qu'on commence, tu as des questions particulières? Non, pas vraiment. Tu peux commencer par te présenter. Je m'appelle Djani Pinoli, j'ai 24 ans, je suis étudiant en master 2 en communication à la FUCAM. C'est à peu près tout. Tu as des hobbies dans la vie? J'aime bien tout ce qui est jeux vidéo et e-sport. J'ai l'association de jeux vidéo. J'aime bien tout ce qui est soirée. Je suis membre d'un cercle étudiant, j'adore la série, j'adore tout ce qui est vie nocturne. J'aime également le sport, tout ce qui est musculation, football, paddle tennis. J'aime bien aussi tout ce qui est animation japonaise. Et la culture web de manière générale.

Tu m'as dit que tu fais beaucoup de gaming. T'as l'habitude de jouer à quels jeux?

Je joue surtout à Valorant, Rocket League. J'y joue un peu moins maintenant, mais j'aime bien quand on regarde. FIFA, je touche un peu. Tout ce qui est jeu de suite, je joue à des jeux plus familiaux, plus chill. J'aime bien jouer à des jeux qui me détendent un peu plus plutôt que des jeux où il faut juste aller tryhard. Jouer pour gagner. Là, c'est des jeux un peu plus légers. Sinon, des jeux solo, c'est plus rare. Là, je joue beaucoup moins. J'aime bien toujours m'y intéresser. Il y a des sports, vu que je gère des trucs, je m'intéresse malgré tout, même si je joue beaucoup moins en ce moment.

Ok. Prochaine question. Comment tu qualifierais tes rapports aux réseaux sociaux? Tout ce qui est en ligne. Je pense que je l'aime beaucoup dessus. De un, par mes études, et de deux, par tout ce qui est mes hobbies, vu que je suis dans deux ASBL. Je suis souvent sur les réseaux sociaux, sur Messenger. Facebook, je n'utilise plus vraiment, mais c'est plus pour les groupes que j'utilise. Twitter, je suis beaucoup dessus, parce que c'est mon loisir. LinkedIn, avec mon professionnel. Et Insta, surtout pour la story, mais je suis sur Insta. C'est plus ou moins les réseaux sociaux que j'utilise. Ok. Et dernière question pour introduction. Comment tu qualifierais tes connaissances dans le métavers? Je suis un novice, je vois un peu c'est quoi, mais je ne maîtrise pas vraiment. Mais j'ai entendu parler, je me suis intéressé. Ok, ça va. Je vais commencer par notre premier thème. On développera après le métavers. C'est le thème des marques. Tout d'abord, qu'est-ce que le mot marque t'évoque? Marque, pour moi, c'est genre, comment dire, quand je pense marque, je pense quand même à un produit de qualité. Je pense également aussi, c'est un peu compliqué, je dis juste des mots ou alors je peux dire des phrases et tout. Non, non, vas-y. Quand je dis marque, c'est vraiment un produit original qui fait quand même un synonyme de qualité la plupart du temps. Parfois, c'est aussi payer la marque. C'est aussi un peu le côté marque, c'est que tu vas payer plus cher. Parce que du coup, justement, tu payes la marque. C'est aussi parfois le luxe, également un truc que tu vas mettre en avant, il y a une fierté en tant que consommateur d'avoir une marque plus chère, on va dire. Il peut aussi être un gage de qualité, comme un gage du fait que ça a payé plus cher. C'est un peu le double de qu'en chambre, on va dire.

Toi, en tant que consommateur, tu fais attention aux marques?

Ça dépend le domaine.

La catégorie de produits?

Ouais, exactement. Vraiment la catégorie de produits. Ici, je t'avoue que je suis étudiant, du coup, tout ce qui est marque de vêtements, j'aime bien, mais c'est plus en seconde main ou alors quand j'ai un cadeau. Et aussi, je fais attention quand même à tout ce qui est produit, nourriture, parce que j'ai pas envie de manger n'importe quoi. Du coup, quand je vois des trucs, franchement, des trucs évidés, je peux pas te le cacher, mais quand je vois des trucs évidés bien chimiques, je vais prendre un peu plus cher une marque, parfois pour être sûr de manger de la qualité. C'est surtout dans ce domaine-là, en tant qu'étudiant, c'est surtout dans ce domaine-là que je regarde, ce qui est vêtements et tout ce qui est nourriture. Ok, ça va. Tu as des marques particulières à me citer? En vrai, quand je pense à marque, je pense à Nike. Pour tout ce qui est électronique, je pense à Apple. Voilà, c'est les deux marques qui sont directement en tête quand j'ai pensé à marque. C'est ce truc-là. Du coup, on prend deux exemples-là. Pour Nike et Apple, qu'est-ce qui fait que tu as une relation particulière avec ces marques-là? Qu'est-ce qui fait que tu te diriges vers ces marques et pas d'autres? Moi, ce que j'aime bien chez Nike, c'est que c'est quand même sportif, mais c'est aussi un peu moderne, c'est un gage de qualité. On sait dans les conditions où c'est fabriqué, c'est pas bien, je sais bien. Mais malgré tout, je pense que mon cerveau associait ça à une marque de qualité, une marque un peu pour « flex » on va dire. Et Apple, c'est aussi le fait d'être dévié de la « norme », d'être un peu différent, etc. Avec le leader de marque qui est quelqu'un de charismatique, ça fait beaucoup. Et je pense que même un produit iPhone, ça se prétend tous les jours. Je pense que c'est tellement ancré, pas pour rien que c'est Gafam. Donc, principalement pour la qualité? Qualité quand même, même si parfois ça peut être « de la qualité », parfois quand tu regardes plus loin, mais quand tu regardes bien de devant, tu penses que c'est comme ça, la qualité. C'est aussi le fait que c'est prestigieux d'avoir ça. On va passer au prochain thème. Donc, c'est les Métavers. Avant qu'on commence, qu'est-ce que le mot Métavers évoque? Métavers, c'est pour ça qu'on va à un deuxième monde, dans le monde d'Internet, de jeux vidéo, etc. Je pense que c'est vraiment comme un second de vie. Pour l'instant, je pense que c'est encore au début, donc c'est encore un peu comme un gadget, mais je pense qu'à long terme, ça va vraiment être une seconde vie en ligne. Un peu comme les jeux contre Second Life, il y avait tout. Sauf que là, on se rapproche du temps encore plus. Je ne sais pas à quelle manière, mais de toute façon, pour l'instant, d'ici 15, 20 ans, on va être plus dedans. Ok. Avant qu'on continue notre interview, tu as cité Second Life. Pour moi, je considère déjà que c'est un Métavers. Ce n'est pas forcément des plateformes qui prennent en compte la technologie VR ou XR. C'est une très bonne définition. Quelle plateforme tu as déjà utilisée, si tu en as déjà utilisé? Du Métavers? En vrai, parce que les jeux vidéo en ligne, c'est considéré comme un peu... À partir du moment où c'est en ligne, social, que tu as un minimum de liberté, et qu'on va dire que c'est un open world, c'est considéré comme un Métavers. Minecraft, alors on peut dire. En vrai, je faisais un peu... Je ne sais pas si tu sais quoi. Garry's Mod, c'était un jeu en mode ouvert. Je jouais là-dedans quand j'étais plus petit. Je faisais du RP là-dessus. Du coup, je ne sais pas si tu sais quoi. Tu sais quoi, le RP? Le RP? Le RP, c'est du roleplay. C'est des jeux de rôle en ligne. Je faisais ça quand j'étais plus petit. J'imagine que c'était souvent avec des trains, un policier. C'était un peu de manière fun. Je crois que j'ai utilisé le code de manière fun. Minecraft, Fortnite, Garry's Mod aussi. Du coup, si on considère avec ta définition, j'ai déjà joué dans le Métavers. En de manière ludique uniquement, pas de manière très sérieuse, mais je l'ai fait un peu. Donc, le type d'activité, uniquement gaming. Ouais, gaming pour l'instant. Peut-être que j'en ai fait d'autres que je ne suis pas conscient. Principalement ça. Parfait, tu as anticipé mes questions. Ok.

Notre thème sur les perceptions des marques dans les métaverses. Est-ce que tu as déjà entendu parler de marques présentes dans les métaverses?

Oui, je n'ai pas joué directement ça, mais il y a des annonces. Je crois que Nike mettait des chaussures, si je ne dis pas de bêtises. Oui, entre autres. Facebook entre guillemets avec Meta. C'est un peu le logiciel, mais c'était un peu dedans. J'ai déjà eu des... C'est un exemple, j'ai une guillemette Popé A6, je crois que je parlais d'Apple tantôt. Quand j'étais petit, je sais que Apple a

fait un mariage avec un jeu. Je ne sais pas si c'est directement lié, mais c'est plus un porte-appareil in-game. Quand on dit marques dans les métaverses, ça peut être autant des marques qui n'ont rien à voir avec la technologie qui sont dans les métaverses, comme Nike, que les fournisseurs type Meta, comme tu as cité. Je sais que tout bêtement par rapport à Fortnite, tous les trucs Sony, tous les personnages d'animé, tu en as énormément. Je pense que Fortnite, pour ça, ils exposent pas mal de marques, pas mal de personnages de la scène culturelle. Si on prend un définissement large, tout ce qui est dans Fortnite, j'ai entendu parler de tout ça. Il y a aussi tout ce qui est crypto, même si je ne sais pas le citer comme ça, mais je sais qu'il y en a pas mal qui font ça aussi.

Autre exemple, sauf Nike ou pas? Apple, tout ce qui est Sony, tout ce qui est également toré animation, One Piece, Naruto, etc. Je ne sais pas ce que tu penses des campagnes publicitaires dans la métaverse, tu en as déjà vu ou pas? Campagne en tant que thème, je ne sais pas vraiment sortir, mais c'est vraiment juste la présence de marques dans le jeu. Pour moi, c'est déjà des pubs. Tout ce qui est sponsor dans les jeux vidéo. Ici, je vais te montrer plusieurs exemples. Je vais te dire un mot, je décris un peu. On a un premier exemple avec Nike, c'est dans la métaverse de Roblox. Ils ont leur propre mini métaverse, où ils proposent des produits que tu pourras trouver dans le monde réel, soit des produits exclusifs pour personnalisation d'avatar. En plus de ça, ils proposent des activités sportives, comme on peut le voir, comme le basket, le football, le tennis, etc. Sinon, il y a des marques un peu plus présentes de façon traditionnelle, comme Gap, qui est uniquement là pour personnaliser des avatars. C'est toujours sur la métaverse de Roblox. On a aussi des salons virtuels avec des marques comme Fiat, dans lesquels on peut aller voir des voitures, soit dans le but de les acheter dans la métaverse, soit dans le but d'aller les acheter dans le monde réel. On a aussi d'autres types de marques présentes dans la métaverse, comme par exemple les hypermarchés, où on peut faire nos courses de façon virtuelle.

J'ai entendu, j'ai oublié, ça va. Une sortie de l'esprit, mais j'ai entendu.

Du coup, tu as découvert un peu ce qu'on pourrait faire dans la métaverse. Quels sont pour toi les points positifs et les points négatifs?

Alors, point positif, ça peut être un double tranchant, ça peut être un point visuel, un point négatif, c'est que du coup, en tant que consommateur, tu peux recevoir également de la pub directement dans les jeux vidéo. Du coup, si c'est des produits qui t'intéressent, par exemple, chez Nike, il y a une chaussure, tu avais un code, tu pouvais les avoir en vrai également dans le jeu. Du coup, c'est cool, ça fait un plus. Maintenant, d'un point de vue négatif, c'est que c'est juste des jeux vidéo, c'est très très jeune, et du coup, tu n'as peut-être pas de... Tu prends entrée dès que tu es très jeune, et des jeunes, ils ne vont peut-être pas avoir le recul nécessaire, ils vont peut-être se faire facilement manipuler, parce que dans un jeu vidéo, tu as beaucoup moins de recul que à la télé ou quoi, ou avec tes parents. Là, tu es carrément dedans, tu joues, tu as associé le plaisir à la marge, et je trouve que c'est un peu compliqué. Même si dans les jeux, tu en as déjà classique, mais là, c'est encore plus dedans, plus ancré, c'est vraiment un casque sur ta tête dans le plus possé. Voilà, je ne sais pas, de la manière...

Du coup, point positif pour toi, c'est le fait que ça t'apporte quelque chose dans le monde réel.

Oui, réel, négatif, c'est un plus. Ça peut être également... Et ça peut être un moins, parce que du coup, c'est de la surexposition. Après, ça dépend, moi, ça ne m'intéresse pas de surexposer une marque, maintenant, j'ai des personnes qui détestent la pire, quoi, du coup... Ça peut être un peu de la surexposition aussi, d'un point de vue négatif.

Ok. Tu parlais du coup de la surexposition. Pour toi, les marques, elles devraient interagir comment avec les consommateurs? Dans le jeu? Oui, toi, t'aimerais, en tant que consommateur, avoir des rapports aux marques de quelle manière? En vrai, je pense que de la personnalisation de personnages, ce n'est pas trop grave. C'est comme un skin de jeu vidéo, ça revient en main, même si il y a une marque dessus. Je ne vois pas trop les hauts-de-suites, si tu as bien le produit, tu peux l'acheter, si tu n'en as pas trop aussi, que ça ne devienne pas tout le temps pop-

up, flashy, etc. C'est comme des partenariats, tu en as partout. Sinon, peut-être offrir parfois des essais sur des trucs, ça pourrait être sympa. Des? Essais, essayer des produits, etc. Ou justement des expériences. Walmart, en vrai, c'est intéressant, quoi, parce qu'en soi, je pense que tu ne payes rien, c'est juste un gadget, je crois, si je ne dis pas bêtise. C'est juste du plus, et en soi, si tu n'as pas envie de le faire, tu n'y vas pas, et c'est bon. Après, en plus, je pense que c'est une manière de la marque de se démarquer. Pour toi, tu parlais de la personnalisation d'Avatar, c'est tout ce qui est catégorie vêtements. Oui. Tu as d'autres catégories de produits qui te viennent en tête, qui pour toi auraient du sens dans la métaphore? En tant que personnage, c'est tout ce qui est vêtements, peut-être autrement, je fais un plus ou moins de travail universitaire sur ça aussi. Je pense que pour une marque, tout ce qui a très la personnalisation du jeu vidéo, que ce soit, j'imagine, les armes, que ce soit les compagnons, je ne sais pas, une monture, un chien, un chat, ça pourrait être n'importe quoi, un mini-robot Nike, par exemple, pourquoi pas, un kit suisse, ça pourrait être très drôle. Tout ce qui est personnalisation même de la HUD, c'est tout ce qui est l'écran qui est devant, les PV, etc. Pourquoi pas, je pense que tout, vu que c'est dans le jeu vidéo, autant qu'ils fassent ça comme un greyscreen, et tout ce qui est personnalisation au maximum, je dirais de tout, vraiment tout ce qui est jouabilité, sans modifier forcément l'avantage, si il y a un avantage, compétitif ou autre, mais juste personnalisation pure et dure. Je pense que pourquoi pas, ils ont leur place. Ok. Tant que consommateur, tu penses que la présence des marques dans les métaverses, elle pourrait faire augmenter ou à l'inverse faire diminuer ton engagement vers ces marques-là ou pas? Augmenter. Augmenter? Quasi sûr, parce que c'est de la simple exposition, à force d'être exposé, tu vas être attiré. C'est tout con, mais avec l'association Sport, on est exposé souvent à des tournois Red Bull, Tresor, etc. Même si je n'en mange plus, les marques-là reviennent plus facilement dans mon esprit inconsciemment. Je me dis qu'ils sont sympas avec moi, entre guillemets, parce que ce n'est pas avec moi, alors c'est juste pour le fait d'être proche. Là, celui qui imagine qu'ils ont des trucs gratuits dans le jeu, inconsciemment, tu vas te dire que c'est une marque cool, ils ont envie d'aller avec eux, alors que forcément, parfois, ce n'était pas très éthique ni rien. Inconsciemment, je pense que c'est une bonne idée. Si c'est trop abusif, forcément, ça va être effet négatif, mais je pense qu'avec les nouvelles lois, ce ne sera pas trop abusif, ce sera régulé comme dans la vraie vie. Tu parles de lois, mais on en discutera après. Est-ce que toi, personnellement, tu as déjà effectué des achats dans les métaverses? Tu m'as dit que tu étais surtout dans le gaming et que tu aimais principalement la personnalisation d'Avatar. Ça peut être tes skins sur Fortnite, tu m'as cité Fortnite, ou autre chose. J'ai acheté quelques skins sur Fortnite à l'époque, maintenant, pas blindés, mais quelques-uns. Sinon, je pense que j'ai... Oui, je vais prendre un exemple tout con, mais c'est un peu abusé, c'est un peu réglé. Par exemple, sur Mario Kart, sachez qu'il y a la présence d'Odyssey et tout. Tu as des Odysseys gratuites, tu couches juste en DLC comme ça. Tu les as, il faut les voir, tu peux jouer avec, et forcément, tu vas être plus proche que ça. Ou alors, même dans certains jeux, je pense sur Rocket League, si je ne me trompe pas, je crois qu'il y a des skins de certaines marques. Du coup, je pense que j'en ai déjà eu. Par contre, si c'est gratuit, c'est des partenaires avec le jeu, du coup, je pense que je n'en ai déjà eu. Donc, c'est pas très simple. Pas forcément. Je ne l'ai déjà acheté sûrement, pas sûr, mais déjà eu, c'est sûr que j'ai déjà eu des marques sur certains jeux. Est-ce que tu penses qu'avec une utilisation plus intensive des métavers, soit des jeux open world, dans lesquels tu as déjà opté de jouer, soit dans des métavers modernes, quand je dis modernes, c'est-à-dire qui inclut la technologie XR, avec Meta ou Microsoft, est-ce que tu penses que ça pourrait te pousser à acheter davantage?

Ouais, sûrement. Après, tout ce qui est technologie XR, c'est encore un peu tôt. Du coup, moi, j'avais un casque VR à l'époque, mais je n'ai pas trop adhéré parce que ce n'était pas assez optimisé. Maintenant, dans quelques années, je pense que si ça continue d'évoluer comme ça, que la frontière entre jeu et vie réelle et vie virtuelle va se franchir. Là, je pense que oui, ça aura un impact. Je pense que les marques, dès que tu vois le logo, tu entends parler, inconsciemment, c'est un effet. Même si toi, tu te dis « je m'en fous, je n'irai jamais », après, je suis en com et je ne sais plus de quoi je parle, mais pour moi, oui, c'est un effet indirectement. Rien que le fait d'énoncer le nom de la marque, pour moi, c'est un effet.

On a parlé tantôt de l'engagement que tu pourras avoir envers une marque si elle est présente dans les métavers, mais justement, si on prend l'exemple de Nike avec Nikeland, à l'inverse, est-ce que tu penses que le fait qu'il y ait des marques dans les métavers, ça pourrait te forcer ou te

pousser à utiliser les métavers? Non, me forcer à utiliser, non. Pas te forcer, mais qui favorise ton utilisation, qui t'incite. Non, de là à aller dans le métavers juste parce qu'il y a les marques, je ne pense pas. Je pense justement que c'est plus de bas, je vais te rattirer plus vers le jeu ou l'expérience en même du métavers, et après, c'est les marques qui vont me dire « c'est là, c'est à côté, c'est cool, je vais peut-être jouer un peu avec, peut-être m'intéresser », mais je ne vais pas aller pour voir les marques. C'est comme si je lançais un jeu, je me dis « ah putain, trop bien, je vais aller voir ce qu'il y a aujourd'hui comme nouveau produit », tu y vas parce que tu as envie de jouer, tu as envie d'aller dedans, mais je ne pense pas que les marques me disent « putain, je voudrais aller voir ce qu'on a fait », je ne crois pas. C'est possible, mais ça me prendrait très fort. Même dans le cadre de Nightland, où ils proposent des activités en plus des achats? Je pense qu'en vrai, tu vas aller une fois par curiosité, mais si le gameplay n'est pas intéressant, tu ne vas pas rester parce que c'est Nike. Je pense que tu vas aller voir le jeu, entre guillemets, parce que c'est plus la map qui est intéressante, et même si ce n'était pas Nike, j'irais voir, je pense, pourquoi pas. Après, je me dis « bon, tant que je suis là, je vais regarder, j'en profiterai pour un c'est quoi », mais je ne pense pas que j'y retournerai juste parce que c'est Nike. Peut-être que je vais m'y intéresser, parce que je vais entendre « ouais, Nike a sorti une map, je vais aller être curieux, je vais aller voir », maintenant, si le jeu est nul, je ne vais pas rester. Je ne sais pas si je vais regarder la question-là. Tu me dis « quelle est votre opinion sur l'effet qu'un environnement ou un métavers pourrait avoir sur ta propension à consommer? » Si tu n'as pas compris, je le répète. En gros, c'est « ouais, l'effet que ça aura le métavers sur ma consommation ». Sur mon habitude à consommer, oui. Je pense qu'en vrai, mon habitude à consommer, ça restera la même, maintenant, peut-être que ça pourra changer à long terme sur les marques vers lesquelles je vais me tourner. Il y a un monde où, inconsciemment, ça va avoir un effet sur moi. Je vais me dire « il y a plus ça, il y a eu ça, c'est cool, j'ai vu le truc-là en jeu, elle existe réellement, pourquoi pas me les acheter? » Je pense que ça peut quand même changer la donne. Tu me parlais un peu des lois qui pourraient réglementer les métavers. À ta connaissance, quelles réglementations existent dans les métavers? Dans le métavers, je ne sais pas, je n'avoue qu'il n'y a aucune journée de loi, mais je sais qu'après tout ce qui est en ligne, tu as déjà, je vais bien oublier la loi, mais tu as une loi qui dit la vie privée du... RGPD? Oui, RGPD, le chômeur, le truc RGPD, à part ça, les autres lois... Après, tu as la loi à l'animation Internet, sachez que ça existe. Maintenant, je ne vais pas t'inciter d'autant à inventer, mais je sais qu'il y a quand même pas mal de droits en ligne, tu peux faire n'importe quoi, c'est sûr. Maintenant, le métavers, c'est entre guillemets, entre les deux, je m'imagine que c'est quand même compliqué de réglementer ça. Tu me parles du RGPD, donc effectivement, ils sont soumis au RGPD, tu penses que c'est suffisant? Non, non, non. Même pour moi, dans tout ce qui est jeux vidéo, il manque plein de lois, tu as trop de harcèlement, trop de... C'est un peu au sujet, mais hier, par exemple, j'ai eu le cacou, il n'avait pas marqué, au final, il s'est fait semer de tête de singe sur son profil. Pour moi, ce genre de truc, tu as beau être en ligne, tu as beau être un utilisateur random, ça n'a pas arrivé, tu dois avoir plus de contrôle là-dessus, etc. Donc là, c'est plutôt modération? Modération, même plus durcir les lois, parce que ce n'est pas normal que du racisme soit banalisé comme ça, et au moins, ça va, il est loin, il a besoin de pays, tu peux dire ce que tu veux. Alors, imagine, là, c'est que par écrit, alors imagine dans un environnement où tu es un personnage, tu es un casse-verre, tu peux te déguiser en plus ou moins qui tu veux, tu peux te déguiser en homme, en femme, en animal, tu as des gestes obscènes ou quoi, et tu ne peux rien faire, c'est chaud. Enfin voilà, une fois, c'est une anecdote, je ne sais pas si je peux la passer ou pas, mais j'avais vu il y a un an et demi, deux ans, justement, il y avait, comme ça, entre guillemets, ce n'est pas rigolo, mais c'est un peu cocasse, et une fille qui s'était fait, de base, violer dans le métaverse, elle avait dit alors que, techniquement, tu n'as pas de contact physique du tout, et tu peux te déconnecter, débrancher ton casque, mais je ne sais pas, apparemment, elle disait qu'elle avait une pression psychologique tellement énorme dans le jeu, qu'elle n'osait ni se déconnecter, ni oser dire quelque chose, elle ne disait rien, alors qu'elle n'a pas de contact physique, du coup, c'est juste par la parole, entre guillemets, elle se fait violer, du coup, ça reste bizarre, d'un côté, vu que c'est le début, tu n'es pas court dedans, du coup, tu es un peu en mode, ce n'est pas possible, d'un côté, tu te dis, j'en ai rigolé, parce que tu dis que ça paraît n'importe quoi, d'un côté, quand tu te dis, putain, t'imagines, tu es tellement dedans, tellement matrixé par le jeu, que tu n'arrives pas à te déconnecter, tirer juste ton casque, tu vois, tu imagines l'effet, que ça peut être immersif, alors, moi, je dirais, dans quelques années, enfin, voilà, petite parenthèse, je ne sais pas si il faut le placer ou pas, si, si, mais, à vérifier, mais je

pense que, du coup, ça s'est passé dans le métaverse de Meta, c'est possible, je ne sais pas, mais je l'ai entendu parler, il y a un an, un demi, deux ans, je pense, du coup, et ils ont mis une règle, comme qu'on ne pouvait pas, les deux avatars, on ne pouvait pas être proches de moins d'un mètre, ah ouais, ok, ouais, comme là, après l'incident que tu viens de raconter, ok, c'est cool, du coup, c'est ce qui est dans le métaverse, mais est-ce que tu penses qu'il devrait y avoir une réglementation concernant les marques dans le métaverse, concernant leur présence, moi, pareil, c'est comme dans la rivière, tu ne peux pas avoir des marques, tu ne peux pas avoir des trucs trop abusifs, trop immersifs, je pense que ce n'est pas assez pareil, ça, après, je ne connais pas, mais, tu ne peux pas, par exemple, Nike ne peut pas arriver ici, mettre un rapport géant, Nike dans l'unif, il n'y a aucune autorisation, c'est pareil, dans le jeu vidéo, il faut que ça soit réglementé, surtout le truc où tu as un écran, c'est devant toi, tu peux avoir des trucs qui flash, qui perdent tes jeux, j'imagine, sinon, c'est trop du marketing agressif, du coup, je pense qu'il en faut absolument, c'est sûr, pour ne pas qu'il y ait d'abus. Tu en as déjà vu, toi, des publicités ou pas, dans les métaverses? Un peu, comme je te dis, via les skins et tout, mais dans des exemples concrets, je ne sais pas vraiment dire, sûrement que j'ai déjà vu, mais de tête, je n'en ai pas une qui m'a marqué. Dernière question, toi, en tant que consommateur, tu penses que tu devrais avoir un contrôle sur le contenu publicitaire auquel tu es exposé, dans les métaverses? En soi, je pense que ça va faire comme les pubs classiques sur Internet, je pense qu'au début, tu vas avoir des pubs un peu random, tout le temps fou, et après, ça ne va pas finir avec les algorithmes. Je pense qu'à la limite, il va toujours y avoir 100% de goût de les retirer, un bloc ou quoi, in-game, j'imagine que ça arrivera, peut-être que tu payes, comme les jeux sur smartphone, tu payes et tu n'as plus accès aux pubs, ça peut peut-être arriver. Après, maintenant, si c'est d'appartenir à des marques, des produits ou quoi que tu mets sur toi, des skins ou quoi, forcément, tu ne sauras pas les retirer. Mais là, ce n'est pas de la pub, c'est juste que tu es exposé à ça. Du coup, c'était quoi la question? Je me suis un peu éloigné. Tu m'as répondu si tu penses que tu devrais avoir un contrôle sur le contenu. Du coup, avoir un contrôle minimum, oui. Après, je ne suis pas très attention, ça ne me dérange pas d'être suave, d'avoir des pubs de longtemps, ça ne me dérange pas. Je ne suis pas en mode, il me follow, ce n'est pas grave. L'interview est terminée. Est-ce que tu as des sujets qui te semblent importants et dans lesquels on n'a pas forcément parlé? Non, ça me semble complet, c'est cool. C'est encore un sujet jeune, le metaverse. Je fais un peu le lien entre les deux. C'est intéressant, vu que c'est le tout début, on va voir comment ça va se développer. À mon avis, je pense que ça va se reprendre dans 5-10 ans, vraiment à fond, en public. Là, c'est les early users, je crois, si je ne dis pas de bêtises. Les early users, c'est encore une niche. Je ne suis pas vraiment dedans, je m'y intéresse un petit peu. Je n'ai ni les moyens ni le temps pour l'instant. Je ne sais pas de sujets à rajouter. Merci d'avoir répondu à ma question. Pas de souci.

11.9. Interview 9 : Guillaume

Bonjour, cet entretien va porter sur les métaverses expérience du consommateur. Ça va durer plus ou moins une demi-heure. Avant qu'on commence, est-ce que tu as des questions particulières? Non. On va commencer par une petite introduction. Tu peux te présenter, nom, ce que tu fais dans la vie, âge? Je m'appelle Guillaume Mercier, j'ai 24 ans et je suis dans l'informatique. Je suis développeur chez BNP Paribas Fortis. Tu as des hobbies? C'est quoi tes hobbies dans la vie? En hobby, je joue aux jeux vidéo et je vais à la salle de musculation. Comment tu qualifierais tes rapports aux réseaux sociaux? Est-ce que tu as des réseaux sociaux sur plusieurs plateformes? Est-ce que tu vas fréquemment dessus? Je vais assez souvent sur Facebook pour avoir le plus d'informations, suivre l'actualité. Mais à part ça, c'est tout. Dernière petite question pour l'introduction. Comment tu qualifierais tes connaissances dans les métaverses? Très faibles. Le premier thème, ça porte sur les marques. Qu'est-ce que le mot marque t'évoque? Une marque, c'est les fabricants de produits tels que des écrans, des ordinateurs, des casques de réalité virtuelle. Tu parles vraiment sur la technologie, mais de manière globale. C'est un fabricant, une marque de vêtements, de produits alimentaires. Est-ce que pour toi, le fait d'acheter des marques, c'est important? Et si ça l'est, dans quelle catégorie de produits tu vas plus porter attention? Pour moi, c'est important d'acheter certaines marques, pas toutes. Par exemple, pour l'**alimentaire**, parfois il y a des marques qui sont meilleures que d'autres, qui ne sont pas pour autant des marques dites de luxe ou autres. C'est plus ce bas de

gamme, mais c'est quand même des bons produits. Après, je pense que le plus important au niveau des marques, c'est plus dans les ordinateurs, dans tout ce qui est technologie. Il vaut mieux prendre de la marque, ça dure longtemps, etc. Ça a une meilleure performance. Et sinon, au niveau des t-shirts, parfois c'est bien de prendre le milieu de marché, parce que c'est quand même du bon produit, sans pour autant être trop cher. Donc si je peux résumer, c'est alimentaire, habillement et technologie. Oui, c'est ça. Tu peux me citer des marques que tu utilises assez fréquemment dans ton quotidien ou que tu as l'habitude d'acheter? Hollister, c'est une marque de vêtements que je porte fréquemment. Sinon, pour tout ce qui est technologie, j'ai One Plus, MSI, Logitech. Ce sont des marques assez connues. Et sinon, pour l'alimentaire, il n'y a pas vraiment de marque précise. Tu m'as cité des marques de technologie type Logitech. Qu'est-ce qui fait que tu as une relation privilégiée avec ces marques? Qu'est-ce qui t'attire plus que d'autres? Tout dépend de leurs produits. Par exemple, j'ai acheté un nouveau clavier qui est assez épuré, sans fil, avec des touches mécaniques. Je cherchais vraiment ça comme clavier et je ne le trouvais pas ailleurs que dans cette marque. C'est pour ça que mon choix est porté sur Logitech. Donc, toi, c'est plus facilité d'utilisation? C'est ça. Et technologie, nouvelles technologies, par exemple. Si ils sortent une nouvelle technologie, je vais prioriser d'acheter la marque avec la toute nouvelle technologie que prend une autre qui utilise une ancienne. Donc, facilité d'utilisation et performance, si on peut résumer. Oui, c'est ça. Parfait, on va passer au prochain thème, les métaverses. Avant qu'on commence, qu'est-ce que le mot métaverse t'évoque? Comment tu le définirais avec tes propres mots? Le métaverse, c'est un bond parallèle dans la réalité virtuelle, qui est virtuelle. Et voilà, c'est tout ce que j'ai pour le moment. Ok. T'as déjà utilisé des métaverses? Je vais essayer de reprendre une définition. Métaverse, je vais considérer ça comme un environnement virtuel, en ligne et social. Donc, avec une certaine possibilité de progression. Donc, ça inclut tous les open world, dans les gaming ou alors dans des métaverses uniquement dédiées aux sociales. Maintenant que tu as une définition, quelle plateforme de métavers t'as déjà utilisé? En réalité virtuelle, je ne l'ai jamais utilisé. Mais sinon, dans le open world, avoir des interactions avec les autres personnes, Minecraft, League of Legends, Fortnite. Ok. Très bien. Du coup, si je devais résumer tes activités principales dans les métaverses, c'est principalement du gaming? Oui, c'est ça. Ce n'est que ça, d'ailleurs. Ok. Parfait, c'était mes deux questions qui suivaient. Juste pour que je sache un peu, tu joues à quelle fréquence? Tous les jours, tous les mois? Ça dépend, mais au moins deux fois semaine. Je dirais sur la semaine, je peux être à 10 heures sur la semaine. Ça va. On va passer au prochain thème, c'est les perceptions des marques dans les métavers. Est-ce que tu as déjà entendu des marques dans les métavers? Est-ce que tu as déjà parlé des marques que tu n'as pas forcément vu, mais que tu sais qu'il existe? Non, je n'ai jamais entendu de marques dans les métavers. Il y en a. Est-ce que tu penses... Attends, je vais refuser la question. Comment les marques qui sont représentées dans les métavers, tu penses qu'elles sont représentées? Ce n'est pas très français, mais tu as compris, je crois. Peut-être par le biais de balais, avec qui ils ont écrit leurs marques dessus? Oui, je pense que c'est plus des affiches avec leurs marques dessus. Ok, ça va. En fait, là, je vais te montrer plusieurs exemples de ce qui se fait. Tu vois mon écran? Oui. Donc, il n'y a pas forcément que des affiches ou des campagnes posterisées. Sur la première image ici, tu peux voir que dans le monde de Roblox, il y a un mini métaver « Knightland », ça s'appelle, et Nike propose différents types d'activités sportives liées à la marque, en plus de proposer des produits Nike, soit qui sont disponibles aussi dans le monde réel ou alors exclusifs au monde virtuel. Ça, c'est un exemple assez unique, mais il y a d'autres façons de la présence de la marque dans les métavers. Ici, on a un exemple avec Fiat ou alors Gap, et là, c'est une représentation d'un magasin qu'on peut retrouver dans le monde réel, ou alors ici avec un salon qui propose une voiture, et là, tu as l'occasion de voir un peu la voiture dans le monde virtuel. Ou alors, ici, encore récemment, on a des hypermarchés qui proposent leurs propres métavers dans lesquels on peut faire nos courses. Donc voilà, tu as une petite idée de ce qui se fait dans les métavers avec les marques. Donc d'après toi, quelle devrait être la représentation de ces marques dans les métavers? Est-ce que tu trouves ça bien déjà, ce que je t'ai montré? Si oui, quels sont les points négatifs et les points positifs?

Je n'ai pas vraiment d'avis là-dessus. Après, c'est du business, c'est des partenariats avec les jeux vidéo. Donc voilà, moi, ça ne me dérange pas de voir une marque dans un jeu. Et puis après, on se familiarise aussi avec la marque en disant, voilà, mon personnage est là, un t-shirt Nike, comme j'ai dans la vraie vie. Je ne vois pas vraiment de point négatif ni de point positif à ce

genre de choses. Ok. On va passer au prochain thème. Tu m'as parlé des marques comme All Easter pour les vêtements, MSI ou alors Logitech dans le domaine de la tech. Est-ce que tu penses que si ces marques étaient présentes dans les métavers, ça pourrait modifier ta relation avec ces marques? Non, je ne pense pas. Comme j'ai dit, je ne trouve pas de point négatif à ce qu'ils appellent dans le métavers. Donc pour moi, j'ai le même avis, même si c'est dans le métavers. Modifier dans le sens négatif et positif, c'est vraiment... Oui, mais non. J'achète un produit pour ce qu'il fait, pas pour ses pubs ou ses placements de produits. Donc je ne pense pas que ça modifierait mon choix. Quel que soit le type de produit? Oui. Ok. Est-ce que tu as déjà effectué des achats dans les métavers? Tu m'as parlé que tu as surtout utilisé les métavers dans le domaine du gaming. Est-ce que tu as déjà acheté des skins ou des améliorations en plus? Non, je n'ai pas utilisé mon argent dans les jeux en ligne. Ok. Sinon, est-ce que tu penses que ça pourrait t'arriver dans un futur proche avec une utilisation plus intensive? Non, parce que je ne vois pas l'intérêt d'avoir des skins de payer pour avoir un skin, un t-shirt précis. Je ne vois pas l'intérêt, donc non. Ok. Pas d'intérêt à avoir une entité virtuelle alors. C'est ça. Si on reprend l'exemple de Nykland, je t'expliquais qu'en plus de vendre des produits, il y avait des activités qui étaient proposées. Est-ce que tu penses que ce type d'activité pourrait favoriser l'utilisation des métavers? Oui, peut-être. Si tu as un like, le fait qu'il y ait plein d'activités sur les métavers, ça va t'inciter à aller davantage sur les métavers? Oui, c'est possible. Parce que c'est des choses intéressantes. Ici, je vois des terrains de basket, donc c'est vrai que ça peut être intéressant d'aller faire une partie de basket ou de foot. Donc oui, ça pourrait justement m'attirer au niveau du sport. Ok. Autre thème. Avant que je te dise, est-ce que tu penses, à ta connaissance, qu'il y a une réglementation dans les métavers? Oui, je pense. Je ne suis pas sûr, mais je pense. Régi par qui? J'imagine qu'il doit y avoir des lois qui vont se mettre en place ou qui sont mises en place pour gérer un peu tout ce qui se passe dans le monde virtuel. Tout ne peut pas être fait, donc il y a des limites. J'imagine qu'il y a quelqu'un qui tire les ficelles, mais je n'en sais rien qui est au-dessus de tout ça. Ok. Je vais te le dire. Vu que ce sont des entreprises à but commercial qui proposent des métavers, là on a l'exemple de Roblox, mais avec Meta qui propose son propre métaver ici plus récemment. Vu que c'est à but commercial et que ce sont eux les uniques propriétaires, c'est eux qui fixent leurs conditions générales, et donc il n'y a pas d'emprise de la part de la puissance publique, donc il n'y a pas vraiment de réglementation auxquelles ils sont contraints. Maintenant que tu le sais, qu'est-ce que tu en penses? Ça va changer peut-être ton rapport aux marques ou pas? Après ça dépend de ce qui peut être fait dedans et ce qui est autorisé. Après je pense que les règles il faut en fixer et que si ce n'est pas fait par les marques, il faut qu'il y ait des lois dessus parce qu'on ne peut pas laisser tout faire. Si bien sûr il y a des marques qui ne font pas le nécessaire et qu'il se passe des choses qui ne devraient pas se passer, je pense que niveau de la marque je serais peut-être déçu et j'essaierais de ne plus aller chez cette marque-là. Donc éviter les métavers qui ne sont pas réglementés. Maintenant plus par rapport aux marques commerciales, Nike, Fiat ou Gap, est-ce que tu penses qu'il devrait y avoir une réglementation instaurée dans les métavers? Je ne sais pas ce qui se passe dans ces métavers-là donc je ne serais pas dit. Si tu veux, il y a beaucoup de compagnes publicitaires qui vont te cibler et tu n'es pas forcément conscient ou alors tu n'es pas forcément d'accord à être exposé à toutes ces compagnes publicitaires. Est-ce que tu penses que les consommateurs devraient avoir un contrôle sur le contenu publicitaire auquel ils sont exposés? Je ne pense pas parce que c'est comme dans l'après-vie, si on sort et on voit un panneau Nike ou Fiat pour acheter une nouvelle voiture, on y est d'office mis face à cette publicité sans rien pouvoir faire. Que ce soit dans l'après-vie ou dans la réalité virtuelle, pour moi ça n'a pas d'importance. A la télé, on a tout le temps des pubs, on ne peut pas les passer donc je ne vois pas pourquoi la télé, on ne peut pas passer et là on pourrait avoir un contrôle sur le contenu publicitaire. Pour moi, il n'y a pas de problème au niveau de la réalité virtuelle. Donc, toi, ce n'est pas un truc qui te freinerait. Je pense qu'on a fini. Merci d'avoir répondu à mes questions. Ah non, peut-être qu'on n'a pas abordé un sujet qui te préoccupe, important. Tu veux peut-être parler d'un autre sujet? Si tu as d'autres sujets, je vais bien y répondre. Sinon, non, je n'ai rien d'autre à ajouter. Ça va, merci d'avoir répondu à mes questions. De rien, merci.

Bonjour! Donc je vais vous faire passer un entretien concernant les méta verres et expériences du consommateur. C'est une interview qui va durer plus ou -30 minutes. Est ce que avant que commence tu as des questions particulières? Non non, c'est juste parler un peu plus fort. Euh oui. Je me rapprochais du. Là c'est moi. Ouais. Euh Bah du coup on va commencer par une brève introduction. Tu peux commencer par te présenter donc ton nom, ce que tu fais dans la vie, ton âge. Je t'écoute. Euh moi je m'appelle Mendy, j'ai 24 ans, je suis en ingénieur de gestion à l'université de mon master marketing. Et bien ce que j'aime dans la vie c'est un peu ou le sport, le foot, les jeux vidéo. Du coup le méta verre ça me parle un petit peu quoi. Ok ben justement tu viens de parler de jeux vidéo. C'est quoi les jeux auxquels t'as l'habitude de jouer? Bah j'ai l'habitude de jouer à des jeux comme Warzone, enfin déjà en ligne quoi, surtout comme Warzone, Fortnite ou alors des jeux rôleplay où on incarne vraiment un rôle. On joue réellement un rôle comme Karine Mod Ou alors j'étais RP, je ne sais pas si tu vois c'est quoi ces jours là quand on a un métier etc. Donc ça c'est cool. C'est vraiment un genre de jeu la Kinder qui est parfait. Dernière petite question comment tu qualifierais tes rapports aux réseaux sociaux? Donc ce qui représente t'es déjà inscrit? Est ce que tu y vas souvent? Le Président Euh ben à l'époque j'y allais beaucoup plus que maintenant. Aujourd'hui, je me suis quand même calmé, mais maintenant je suis toujours actif sur les réseaux. Mais enfin, selon le réseau social que j'utilise, mon approche sera différente. Donc si je suis sur Twitter par exemple, j'aime bien tweeter. Je vais plus me délivrer à mes amis, aux personnes qui me suivent et tout en parlant de ce que ce que j'ai fait durant la journée ou d'un événement qui s'est passé. Ou alors si je suis sur Instagram par exemple, je ne vais plus avoir l'habitude de de mettre une souris où sans pour autant communiquer à plein de personnes à la fois. Je vais juste essayer de voir un peu ce qui se passe dans les stories des gens ou alors dans les stories des influenceurs que je suis, que je suis ou pas. Et par contre Snapchat que j'utilise jamais et Messenger Facebook c'est plus pour les les cours Ou alors j'y vais assez souvent au moins tous les jours déjà et même par heure et au moins cinq minutes minimum par heure eux mêmes. Même quand j'essaie de me concentrer sur des cours après des fois ça peut varier vraiment. Des fois on va rester 1 h à rien faire vers les sorties qu'on swipe, mais. Ouais donc je perd quand même beaucoup de temps sur les réseaux sociaux mais moins qu'avant en tout cas. Donc je dirais que je suis à. Allez 2 h par. 2 h par jour je pense deux ou 3 h. Ok, donc t'as assez régulier quoi. Ouais ok, ça va. Euh Parfait. Du coup, c'était pour l'introduction avant qu'on aborde le thème des méta verres. Je vais te parler d'un thème qui n'a rien à voir, en tout cas pour l'instant. Euh c'est les marques. Toi, quand t'entends le mot marque, qu'est ce que ça t'évoque? Euh Marc, ça m'évoque un logo, unslogan, une identité à une entreprise, quelque chose qui se mémorise, qui doit se mémoriser, qui vit. Enfin voilà. Ok. Marc Alors comme Marc, tu veux dire comme. Comme exemple de Marc? Ouais, c'est ma question D'après ouais, quelle marque t'as eu du consommé par exemple? Euh j'ai l'habitude de consommer donc pour tout ce qui est vêtements et tout, je dirais Nike par exemple, ça pourrait être qu'il n'en faut. Après. Donc Nike pour tout ce qui est électronique pensera à Apple, Microsoft, Asus. Je ne sais pas. Je pense que ça démarques et plus plutôt les marques de voitures Mercedes. Oui, je sais, je ne sais pas. C'est les marques auxquelles je pense là. Ok donc donc pour résumer les marques auxquelles tu fais le plus attention, c'est dans le domaine des habits de la tech et un peu dans le domaine automobile. Ouais, après l'automobile c'est vraiment c'est pas le truc auquel je suis le plus. Skype quoi. C'est pas le truc qui me A+++? Tout ce qui est vêtements et tech comme t'as dit. Ok, il n'y a pas de truc qui a des produits. Non franchement, pour tout ce qui est nourriture et tout la saoul, Marx,

Marx, Marx diront que c'est bon, il calcule même pas. Et puis pour tout ce qui est non vrai, ce n'est que pour les vêtements. Parce que j'ai l'impression que les marques, même après il y a peut être des marques qui sont moins connues mais c'est soit plus qualitatif ou alors alors que c'est une impression, c'est pas forcément vrai ou c'est plus original, il y a plus de des choix. C'est pour ça que j'aime bien la marque dans les vêtements on va plus retrouver des trucs cons qui nous identifie plus. On dit quand c'est des choses sans marque, généralement ça peut être plus standard. Et moi j'aime bien quand c'est unique un peu. Du coup je trouve que les marques va lui de de d'avoir un style unique donc ça dépend lesquels. Si je devais résumer un peu la relation que t'as avec les marques, ce qui fait que t'as unerelation privilégiée, c'est la qualité, la diversité des choix et le fait de te sentir unique, donc d'avoir des produits un peu rare entre guillemets. Ouais ok. Uh uh uh uh uh Michael. Ben d'après Shot, toutes mes questions. Nickel. Est ce qu'il est? Excusez moi mais du coup on a fini avec le thème de marque. Uh uh uh uh uh uh. Pour ce qui est des mètres inverse, tu m'as dit tantôt que tu. Tu pensais avoir une petite idée de ce que c'était, mais comment tu le définirais? C'est quoi les premiers mots qui me viennent à l'esprit quand on tombe est averse. U monde virtuel u contact social avec d'autres personnes et. Seconde vie? Je ne pense pas Une seconde vie. Quel mot qui me vient en tête? Le fait de pouvoir vivre une vie et peut être rêver une vie qui est On aimerait, on aimerait avoir qui est peu de chose mais au moins on peut. Pour te projeter vers une vie qu'on a pas. Ok, je rebondis T'as dit quoi? J'ai pas entendu. Je dirai enfin une vie rêvée entre guillemets même si c'est pas spécialement rêvée mais au moins on peut faire des choses qu'on ne fera nulle part ailleurs. Ok Euh bien parfait. Tu m'as cité un peu deux ou trois plateformes dans le gaming en introduction. Est ce que tu en a d'autres? Tu peux essayer plusieurs marques, plusieurs plateformes que David utiliser et est ce qu'il y a aussi des plateformes autres que dans le gaming? Donc dans le gaming que quand tu dis plateformes, tu veux dire Steam ou non. Quand je dis plateforme c'est plateformes. Mes travers c'est comme mode ça c'est uneplateforme Fortnite ou Warzone, il y a des jeux Battle Royale du coup comme PUBG. Donc ouais ou alors aussi je pense à des jeux de survie, unpeu comme Daisy, je sais pas si tu vois c'est quoi. Arma trois Ouais mais à quoi d'autre que je pense? C'est après. Euh non, personnellement c'est le seul truc auquel je pense après les jeux comme Val Rond et tout. C'est pas vraiment du pour moi, ce n'est pas vraiment du méta. Enfin si puisqu'il y a des skins et tout. Du coup je dirais en vrai tous les jeux Rainbow. Si tous les jours on peut s'habiller, on peut trouver, avoir des vêtements, mettre des vêtements sur nos personnages, changer de de camouflage et tout. Et puis en dehors des jeux vidéo, je pense directement à méta de Facebook. Ouais, j'aurais voulu le faire. Je sais pas s'ils veulent toujours le faire ou pas. Putain les skin dans dans snapshot ou alors dans Instagram on peut faire notre personnage et tout mais personne utilise déjà ça. On s'en sort. Alors oui il y a aussi des jeux comme Habbo à l'époque. Ouais Habbo Tatou je sais pas si tu vois c'est quoi Ou alors il y avait un truc le pingouin. Ouais ouais ouais les jeux comme ça il y a du trouver sur qu'il y a des Dofus aussi. Ouais, il y a déjà joué de ça du coup. Euh quand j'étais petit Ouais. ABO a beau jouer en Russie, c'est le même inverse en soit. Après il y a aussi une vue je pense. Un jeu, je ne connais pas. Ouais ouais ouais ouais, si c'est vraiment à l'ancienne, c'était vraiment le truc injuste et truc tout le monde voulait parce que c'était des graphismes un peu plus stylé et tout. Et puis t'avais quoi aussi? Il y a bien un jeu, c'est vraiment l'un des premiers mais j'ai dix comme SIM, c'est un peu moins multijoueur. Et ça c'est vraiment le jeu qui a tué des vies tout à l époque aux States. Alors je sais quel life il y a. Ouais t'as dit quoi? Second life c'est ça? Ouais, c'est ça, C'est ça Georgie. Mais c'est qu'il y a

eu une histoire avec de l'argent là dedans et avec plein d'argent et des gens qui ont acheté des vraies maisons avec du vrai argent et tout. Ouais, il. Ou alors des gens qui sont carrément mariés dans le jeu et tout. Bon, ça je n'étais pas au courant ça. Ben oui c'est ça du coup c'est que du méta vert Genre pour mémoire, je répète un peu pour le vocal mais c'est pour c'est tout de même environnement en ligne sociaux et dans lequel on peut interagir avec les agents du jeu soit avec les personnes qu'il y a dans le jeu et avec un décor 3D. Les débuts évidemment. Genre le pingouin je pense pas que c'était en 3D, c'est en 2D mais en gros c'est ces plateformes là, c'est des méta verse. Moi je fais du coup type d'activité. Après c'est principalement gaming pour toi? Oui oui ok ça va. Prochain thème c'est maintenant la perception de marque dans le méta verre. Donc on va essayer de lier les deux, les deux sujets avant qu'on commence et que je demande deuxtrois exemples. Est ce que tu as déjà entendu parler de marques dans le méta verre ou est ce que tu en a déjà vu? Ou pas. Euh ouais, je laisse, ça me parle un petit peu mais pas trop. J'ai vu que dans le jeu NBA il y avait des. Enfin je joue pas mais je sais qu'on dit qu'il y a un mode de jeu où on joue en multijoueur. C'est un peu en mode pervers, c'est comme ça et on peut marcher dans la ville et s'acheter des baskets de marques, de vêtements, de marque, etc. Il y a aussi dans Snap dans Snap. Quand tu veux habiller ton huit Mogi, tu peux l'habiller avec des marques aussi. Ouais mais j'aurais vu ça ou. Euh. Et donc j'ai été RP. Y'a pas réellement de marque mais y a quand même des trucs personnels vestimentaires. Chemise qui ressemble à des chemises Versace fait des trucs comme ça et Sueur. Ok, mais où? Même dans Fortnite il y a plusieurs licences qui appartiennent à des morveux. Ouais ouais. Euh. Ok. Euh. Toi quand tu les as vus, elle s'est représentée comment? Ça marque là. Euh ben si tu dois former généralement à son survaloriser parce qu'ils veulent vendre de ce qui est, il est tout j'ai impression. Donc si ils n'hésitent pas à vraiment promouvoir à chaque fois le nouveau truc qui va sortir la nouvelle marque, le nouveau skin présente quand ils se mettent avec Marvel, tu vas avoir des images de Spiderman partout dans toutes les pubs parce qu'il y avait un skin Spiderman à maman. Ouais donc puis par exemple pour les vieux comme une bière et tout, ben tu vas pas trop en entendre parler. Après ça, comment c'est représenté dans le jeu? C'est un petit magasin donc si vraiment tu marches sur un évènement dans un magasin, tu choisis comme dans la vraie vie etc. C'est aussi la même chose qui va pas vont vraiment tu Euh sur ça peut être c'est un peu trop acheter acheter acheter tu vois ça nous oblige à acheter en plus avec du vrai argent. On dit que dans des jeux comme il biaise et tout. Je pense que tu peux payer avec ton gros argent mais tu peux aussi payer avec l'argent que tu gagnes dans le jeu. Ne dit pas de conneries. Ok, donc je préfère comment c'est représenté dans les jeux comme un billet où t'as vraiment la chance de d'avoir des vêtements sans spécialement mettre de l'argent. Peut être c'est du hasard au moins, mais au moins il y a une chance d'en avoir. Ou alors quand des des box dans certains jeux, des box de skins comme dans Dog Strike ou quoi? Je peux avoir des skins ultra chers ultra légendaires comme dans Rainbow aussi gratuitement. Ouais et donc forcément si tu veux un skin, il faut vraiment payer au moins une fois je pense. Tu vois ils des fois ils donnent des trucs gratuits mais au moins si tu veux avoir le poste de combat et pour les prochains postes de combat et tout ça et tu dois payer au moins une fois. Et puis les dix croient à la dépense d'argent tu vois? Et j'aime pas les jeux comme Fortnite. Ok donc donc c'est bien joué les gens j'aime pas mais pour Meta ok ça va. Donc en gros c'est juste personnalisation des avatars. Euh. Oh oui. Ok, ok, c'est ça ta question. Non mais t'as vu comment ils sont partis? Ouais pour moi c'est personnalisation des avatars. Enfin ça sort. Castle Et les marques là dedans? Ok, ça va. Euh ben là en fait je vais te montrer plusieurs campagnes publicitaires ou plusieurs présences de

marque dans les méta. Attends, j'active ma caméra, Si je rajoute un truc, vas y sur cette personnalisation de ton avatar N Et quand je suis personnalisée, t'as l'impression d'être plus fort et d'être plus investi dans le jeu. Et donc ça c'est bien plus qu'une simple personnalisation, c'est un peu montrer que tu as investi dans le jeu de fond donc et que ton niveau il se développe. C'est une impression, c'est une impression débile. Après à ce qui paraît que je vous ai entendu par mon cousin qui m'a envoyé un article heu ben Nassim bah ouais je te connais près du essayer. Euh j'ai un cousin qui m'a envoyé un article ouais et il m'en sortit. Il m'a dit qu'en gros dans Call of Duty d'acheter des skins, ils ont découvert que t'étais légèrement plus fort et avantage par rapport à l'ennemi. Pour moi j'avais cette impression à chaque fois parce que moi j'étais pas de skills. J'ai jamais trop mis d'argent dans les jeux comme ça Et à chaque fois que je tombais contre certains skills qui étaient les derniers sortis tout et j'avais l'impression de mourir deux fois plus vite, beaucoup plus nul etc. Et ça s'est avéré vrai. Fin marrant y'a un article récemment du coup j'ai pas lu mais j'ai lu le titre. Ouais ouais je ne suis pas comme Oh ok Webster Euh ben nickel. Du coup la je vais Ouais je vais te montrer des exemples de marques. Attends, je mets la caméra Heu euh comment l'inverse? Toi. Il t'en faut que tu acceptes, que m'arrache ton même. Je le sais pas. Ben non, tu ne vois pas. Tu vas m'en écran pas, non. Voilà. Puis il faut peut être que tu redemandes. Et là. Ans toujours pas atteint. Moi je suis actif. Alors voilà, déjà on va jouer à un truc moins ma came. T'inquiète. Tu le vois bien ou pas? Pourquoi? Ok. Hum. Du coup pour le premier exemple, c'est celui de Nike Land. C'est un mini méta vert si tu veux dans méta verse de l'eau au bloc et un bloc de un. Ouais, il y a Du coup ce qu'ils font c'est qu'en plus de proposer des produits virtuels pour personnaliser ton avatar par exemple, en plus de ça, ils vont proposer des activités sportives où les utilisateurs peuvent se retrouver jouer au basket ou au football et comme ça ils sont dans l'environnement Nike. Sinon, il y a d'autres marques qui sont présentes de façon plus classique. On a exemple ici avec Gap par exemple. Donc là c'est juste une interprétation virtuelle d'un magasin et ça sert et du coup à acheter des skins. Ou alors on a aussi des exemples du type Walmart. Donc c'est des hypermarchés qui commencent à faire leur apparition, va le mettre à verse et là ouais Et du coup là tu peux faire tes courses et te faire livrer chez toi par exemple. Voilà, ça c'est vraiment stylé. Après. Oui, je trouve que personnellement pour Walmart c'est stylé parce que voilà c'est stylé mais après tu vas perdre ton temps à faire des fausses courses alors tu pourrais cliquer directement pour comprendre. En fait ce qui est bien c'est que ça ne te créer un contact social avec. Sinon tu fais tes fausses courses avec un ami et du coup ça vous fait une fausse promenade mais en même temps vous parlez, vous faites votre coup. Je sais pas, c'est bizarre en même temps c'est cette idée. Du coup c'est plutôt positif. Ouais ben ouais, tout quoi. Je veux dire, vous voyez pas que c'est un peu idiot dans le sens que tu pourrais faire tes courses en ligne? Certes c'est bien, mais tu pourrais les faire en un clic plutôt que justement le but de faire en ligne c'est le but, pas le but de les faire en ligne. Sept c'est de ne pas se déplacer et de pas et d'aller beaucoup plus vite et de choisir en un clic qu'est ce que tu devrais mettre du temps à chercher dans des rayons etc. Le coût ok, pas le concept. L'amusement de faire un faux rayon et de marcher dedans. Après peut être que. Je suis sûr que moi je trouve ça con mais je suis sûr à 1 000 % que si c'était une application gratuite et qu'on avait tous, on ferait peut être nos courses comme ça. Ok, ok. Alors il y a peut être tas d'autres points positifs ou négatifs pour les autres exemples que je t'ai montré. Euh. Donc c'était le nec et le cap c'est ça? Oui, mais aussi FIA, ce que je ne sais pas commenter mais c'était juste un salon, on verra. Mais moi personnellement. Je. En fait, je ne veux pas te mentir mais pour moi le méta verre ce trouve c'est ce qu'il y a. Je

trouve que c'est idiot. Parce que c'est pas réel, n'est ce pas? C'est pas concret. C'est des faux vêtements qu'on ne portera jamais. Je trouve ça tellement idiot de mettre de de l'argent. Ils ont même acheté une chemise gap à 20 balles. Non, monsieur l'ex boucher, un séjour de 50 bonnes chemises arriva pour un peu plus même. J'ai aucune idée, non. Allez, imaginons que ces 50 bonnes. Chier tout ça. Mais c'est un truc que tu portes pas Tu. C'est juste pour. Pour Flex. Dans un monde virtuel où justement ça n'a aucune valeur ajoutée en fait. Parce que ton personnage, si. Donc il est beau, ok, mais à part être vous, il n'est pas plus rapide, il n'est pas En fait, il n'y a pas d'enjeu dans ces mondes virtuels là pour communiquer. Oui mais ok tu peux communiquer avec des marques support sur toi mais. Autant le faire en vrai. Je n'arrive pas trop à comprendre le concept tant qu'il n'y a pas d'enjeu réel. En fait c'est juste des gens qui ont. C'est comme Habbo et tout ça donc c'est des gens qui vont se paralyser comme dans la vraie vie. Ou alors on va parler un peu de tout. Mais le truc c'est que. Imaginons, je vais rejoindre un pote dans le monde virtuel. Et il n'y a pas de jeu, il n'y a rien à faire à part se parler par exemple. Mais je ne vois pas c'est quoi la valeur ajoutée de porter une fausse blouse neuve. Tu vas pas dire ouais c'est beau dans la vraie vie, mais non mais dans la vraie vie tu me connais, tu sais que j'aime bien like, tu vois? Mais oui, si tu vois mon linge mal fin qui habillé avec des vêtements simples gratuits avec des kits de base. Ah beh tu ne vas pas dire ouais purée mais Didi il est vraiment un clone, il est vraiment mal habillé et éclaté. Tu te vois pas identifier mon image par rapport à ça? En fait c'est que c'est virtuel donc je ne vois pas l'intérêt. Après pour le truc Nike Land là ce qui est cool c'est que c'est dommage que tu m'as montré, c'était riche en couleurs, C'est un peu un parc d'attractions donc. Ça avait l'air ça l'air stylé quoi. Il avait l'air d'avoir des choses stylées à voir. Donc moi je trouve que l'environnement c'est ce qu'il y a de plus important. Attends deux secondes. Excusez moi le temps qu'elle dise. Je pense que l'environnement c'est ce qu'il y a de plus important. Donc mettre des beaux paysages et tout qu'on a vu dans le Mike Land Oui Non. Est ce que vont des vêtements? En fait, je trouve que par exemple avec Londres, ce qui devrait aller où ils pourraient miser pour gagner de l'argent on va dire, c'est justement l'entrée pour rentrer dans le monde du net land pour pour passer dedans et voir des choses peut être exceptionnelles, ne plus porter un. Autant à ce moment. Pourquoi est ce que je monte un ours et. Et enfin je disais. Du coup, je pense qu'il est plus nécessaire de miser sur l'environnement que sur les produits que tu vends dans la vraie vie pour les réadapter. Euh. En virtuel, je ne sais pas si tu vois ce que je veux dire. Ben non, je vois, je vois, je vois. Parce que tu ne portes pas réellement le vêtement, tu portes pas réellement le. Enfin oui voilà, c'est aussi simple que ça. Tu pourras pas. C'est juste pour prouver. Pour. Pour te vanter devant les autres. Mais. Dans la vraie vie au moins tu portes réellement le truc, il y a une réelle utilité. Tandis que là non, pas du tout. Ok, je vois. Donc bon, c'était long. Non mais juste pour me faire comprendre t'inquiètes. Donc toi en gros pour pour résumer un peu tes points positifs et négatifs, c'est le fait qu'on rende ça payant. Donc ça te dérange pas qu'il y ait des magasins mais ça te dérange de payer pour des choses virtuelles en gros? Oui et tu m'as dit aussi point négatif que tu ne mets pas l'importation des magasins qui c'était trop vilain, c'était trop fidèle au monde réel alors qu'on pourrait simplifier ça en quelques clics. Ouais, en gros c'est ça. Ok. Ouais et pour les points positifs, t'aimes tout ce qui est environnement mais t'avais. Ouais vas y dis moi si c'est le concept du mais inverse de primitif le monde réel en faux mais ça pourrait tellement un plus spectaculaire. Alors okay, faire un magasin Walmart c'est cool, mais peut être faire un magasin Walmart en mode parc d'attractions ou je ne sais pas. Comme un peu ce que Nike Land a fait Untruc où tu rends Neverland dans un autre univers Et donc ce n'est

pas une représentation de la réalité parce que pour ça, autant le faire en réalité. Ok. En tout cas si par exemple moi un truc fin comment j' imagine le mettre inverse et comment j' aurai aimé ça. C' est un peu comme vous le redis Player One. Oui. Ces échanges de vues de fou et le méta reste là dedans. Tu rentres réellement dans le présent qu' ils vont faire ou après vont jouer un jeu mais ça a un peu trop évolué. Toi y joue aux Jeux de Voiture Des courses de voitures. C' est incroyable, cohérent Dans le monde de Shining, C' est incroyable de rentrer réellement dans dans le film Et tous sont les vrais acteurs du truc. Et ce qui est incroyable par dessus tout, c' est les paysages qu' il y a autour. C' est le monde dans lequel ils rentrent. Oui, mais il a fait du surf, des vêtements et tout pour paraître stylé dans le monde là aussi. Mais c' est des vêtements vraiment que tu ne retrouve pas dans la vraie vie. Tu vois, c' est une veste. Je pense qu' il achète une veste. Hum. Il y a bien Full-Métal avec des vêtements tu sais. En fait c' est des trucs justement qu' on ne retrouve pas dans la vraie vie. Et si c' est pour imiter la vraie vie Mais pourquoi tu vas acheter une paire de baskets Air sport? Ça s' en va peut être moins cher, en tous cas moins cher que ce que dit Paul. Mais pourquoi mettre 10 € dans une fausse paire de fausse que je ne porterai jamais et qui existe dans la vraie vie et pour un peu plus cher, certes beaucoup plus cher mais je veux dire, même si là voilà, je peux l' avoir en vrai en fait. Ben non, je serais plus prêt à mettre de l' argent pour. Le. Une paire de terre forte qui me fait léviter un peu sur le sur le sol ou un truc comme ça qui n' existe pas je pense. Ok. Euh. Parfait. Hum hum. Juste pour être sûr. Toi si tu veux. Tu viens de me dire que tu n' as jamais utilisé de. Tu n' as jamais fait d' achat dans le méta verse. Est ce que tu penses qu' avec une carte tu as déjà fait? On en a déjà fait un, c' était pour le poste de combat Fortnite à l' époque, au tout début. Oui oui, j' avais acheté aussi un poste de combat sur Warzone à l' époque et les débuts de Warzone. Du coup, ce qui en fait ce qui est fait c' est pour améliorer ton expérience dans le jeu? Non? Oui c' était pas C' était pas pour ça, C' est juste pour avoir. J' étais un peu rentré dans. Ouais, il y en avait marre d' avoir le même personnage et était me trouver moche. Faut bien avoir un peu de vêtements, un peu de style quand même certes, mais c' est idiot. Mais moi j' étais plus jeune aujourd' hui, je le referais pas. Parce que ton niveau, elle augmente porno. Ainsi donc, l' offre comme je t' ai dit là, à ce qu' il paraît, ça augmente réellement ton niveau un en fortin Et de quoi ça ne change pas ton niveau? Enfin je pense pas mais oui j' ai mis de l' argent Mais en fait ce qui était bien c' était que à cette époque là, je jouais, j' ai joué beaucoup. Maintenant je joue plus trop au jeu. A l' époque, je jouais et tu pouvais récupérer ton poste de combat en fonction des nouveautés. Enfin, tout augmentait de niveau plus ton. Ton poste de clown bosse pour comptabiliser et ça te permettait d' avoir un nouveau poste de combat gratuitement. Ok. Jusqu' à un certain palier, tu gagnais des pièces. Et tu pourrais rire de cela dans le nouveau poste de combat. Oh ok. Mais du coup toi? Ouais après. Pas vraiment. Mais t' inquiète, j' ai l' enregistrement, je réécouterai. Oui moi je dispose de combos oui et dans le pass des combos tu peux augmenter des niveaux. Ouais ça j' ai compris. Je me précipite. Même moi je me suis pas trop bourré. Donc tu t' achètes un pass de combat en 15 € par exemple. Quand tu l' achètes pas bien, tu vas augmenter des niveaux mais ce niveau là vont te servir à rien. Tandis qu' en stage, quitter le poste de combat, ben ces niveaux là vont te donner des pièces que tu vas pouvoir réinvestir dans un nouveau poste de combat. Ah ouais? Et du coup t' auras pas besoin de le racheter. C' était pour ça que je l' avais acheté et je m' étais dit bon, je l' achète une bonne fois pour toute mais à chaque fois je vais essayer de beaucoup jouer. Pour avoir des pièces et assez de pièces pour racheter un poste de combat gratuitement quoi Et du bien être malin! En fait c' est juste une tactique pour que je fasse cinq. C' est pas ce qu' on en fait. Tu t' arrêtes pas de jouer quoi? Et. Pour l' instant tu me dis que tu joues pas

trop. Tu ne joues pas souvent. Maintenant j'ai compris, j'ai compris. Mais du coup tu me disais que tu ne voulais pas trop souvent maintenant que c'était le cas avant. Est ce que tu penses avec une utilisation plus intensive, tu serais apte à acheter dans le futur? Comment. Allo? Wouhou! Mais comment ça j'ai pas trop compris la question je te disais. Là tu me dis que je ne vais pas trop. Alors je disais t'avais fais quand je viens? Du coup ouais, je disais tu jouais davantage avant et du coup ça t'a peut être poussé à effectuer des achats. Ici c'est moins le cas. Mais est ce que tu penses du coup avec une utilisation plus intensive des méta verres? Donc en jouant plus tu pourrais att, tu pourrais être apte à ré acheter dans le futur. Moi je pense que c'est une corrélation logique que plus tu joues, plus t'achètes, ça c'est sûr. Parce que maintenant que j'y joue pas bien, il y a vraiment aucun intérêt d'acheter quoi que ce soit. Des fois je joue à volers, je suis vraiment nul mais des fois je joue très rarement. Je ne vois pas du tout l'intérêt d'acheter un skill vraiment pas ok. Et même je pense qu'il y a aussi question de maturité. Après c'est propre à chacun, on met tous de l'argent dans des trucs des fois futiles et tout. Par exemple ben moi je trouve que c'est pas utile de mettre de l'argent dans les matchs mais quand même quelqu'un pourrait trouver que c'est pas utile de mettre de l'argent dans une paire de basket que jeu et soi c'est propre à chacun et du coup. Mais c'est pour ça en fait c'est juste parce que j'ai grandi, je sais, j'ai grandi. Question maturité, personnellement je pense que c'est pas. Le choix pour lesquels j'opterais de mettre de l'argent dans un truc qui n'existe pas perso. Ok. Hum. Pour revenir au marc tu m'as parlé que tt TT tu aimais bien Nike, t'as meme bien Apple dans le cadre de Nike, Le fait que tu aies vu qu'il y avait un Island, est ce que tu penses que ça pourrait être modifié ta relation avec la marque? Le fait que tu saches qu'elle est dans les méta vers la marque seulement 24 %? Pfff. Bah je me dis en fait quand c'est comme c'est une marque connue, je me dirais bah c'est la suite logique. Enfin c'est normal, elle est dans le même serveur, c'est logique qu'elle ait investi là dedans et qu'elle soit là dedans. Ça ce serait pas extraordinaire ça. Mais ça, ça éveillerait pas ma curiosité. Sauf s'ils font quelque chose vraiment justement, comme je te t'ai dit. Un genre de parc d'attraction et tout un truc comme ça. Mais il y a il y a un réel trail, il y a vraiment un comment? Comment dire Un intérêt à y aller pour voir quelque chose qu'on a jamais vu dans notre vie? Oui, après c'est peut être plus intéressé par une type marque, je sais pas. Après c'est personnel mais si tu me dis que. Je peux ou ne suis pas d'exemples de petites marques en tête, mais un truc qu'on a qu'on n'imaginerait pas justement. On n'imaginerait pas les voir dans le mec inverse qui font un truc de ouf. Enfin une marque qui fait un concept dans le méta métal et qu'on n'imaginait pas possible. Ce serait peut être plus intéressant des fois. Ok. Après par exemple, j'ai Là j'ai une idée. Une simple idée. Mais par exemple j'aime aussi tout ce qui est drone et tout. Et pour apprendre à conduire mon ancien droit. Mais ce n'est pas M est inverse mais c'est comme virtuel. En gros, je connectais ma manette à mon téléphone. Il y avait. Je ne sais pas si tu vois une réal engine ce que font des jeux vidéo, ça intrigue. Ouais ouais. Ils avaient créé une application qui s'appelle Virtual Flight. Déjà Flight c'est virtuel et en gros ça permet de utiliser un drone virtuel et de pouvoir le justement apprendre à le conduire et tout pour pouvoir le crasher Et c'est virtuel. Et tu vois, si par exemple il faisait ça dans un monde virtuel avec d'autres gens, tu pouvais te connecter avec ton pote et conduire des drones avec dans des maps à couper le souffle et tout sans pour autant casser ton vrai drone. Tu vois juste pour apprendre en même temps essayer de faire des beaux et des bons plans et tout. Je pense que plus tard ils le feront sûrement. Ils sont peut être pas réfléchis à ça mais voilà. Si eux par exemple aller là dedans. Ah beh personnellement ça m'intéresserait peut être de payer je sais pas moi, un truc de 10 € ou quoi pour avoir un accès à ces MOP et ou pour

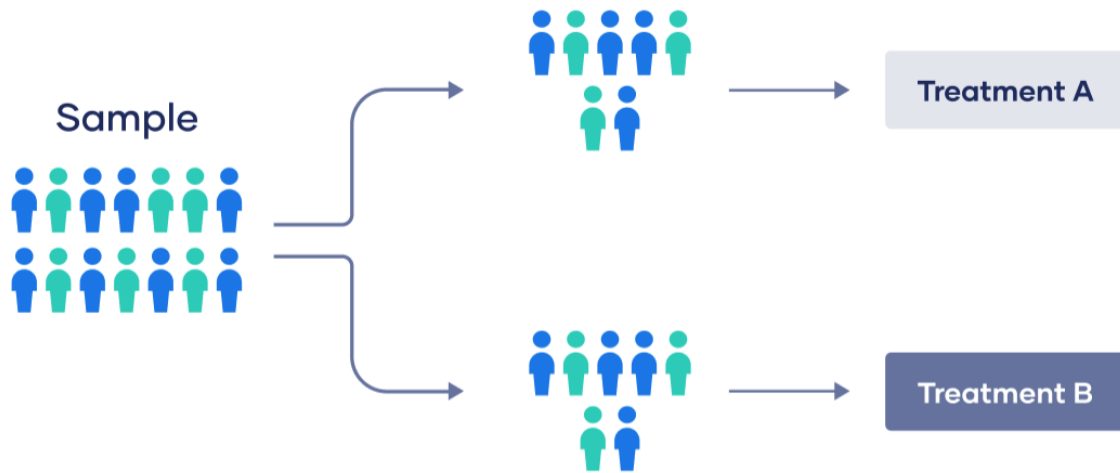
pouvoir justement voler sans crasher mon drone. Il y a vraiment une valeur en fait à ça. Ça il y a vraiment quelque chose. C'est utile parce que derrière ça on a la possibilité de pas cracher son drones, la possibilité de voir des paysages, d'apprendre à filmer et en plus d'être en coopération avec unpote. Sa petite idée maintenant des marques communales qui est on voit où Ok, on fait un grand magasin virtuel. Ce qui pourrait être intéressant alors c'est de pouvoir peut être le tester avec notre vrai visage ou quoi et enfin tester un t shirt par exemple avec notre vrai visage et voir à nouveau avec notre corps, avec notre proportion neu, notre vrai corps. En fait ça, ça pourrait être. C'est donc avec un avatar très réaliste. Ouais, unavatar vraiment réaliste pour le coup. Parce que là justement, ben c'est pas la même chose que là, ça. Bon, je me contredis un peu avec Walmart sur le fait d'aller au magasin de similés, mais le truc c'est que de faire genre faire des fausses courses, je trouve ça vraiment idiot. Maintenant le fait de tester avec un avatar vraiment réaliste des vêtements. Pour moi ça, ça pourrait être stylé parce que ça te permettrait de les tester avant d'avoir un jugement et hop, vous voilà de les acheter vraiment si t'aimes bien et si t'aimes pas Mais tu l'achètes pas quoi. Ok, là pour moi, là ce serait vraiment une blague. Ce serait un truc de fou, Ce serait trop bien. Mais je sais pas si ça existe d'ailleurs je pense pas. Je t'avoue que je suis pas au courant. Sauf que là, de manière autant réaliste, je ne pense pas que ça existe. Non non je pense pas non plus mais étant encore anticiper mes questions. Du coup on arrive, on arrive au dernier thème. Euh est ce qu'à ta connaissance il existe des réglementations dans les méta verres Mais ta verse? Euh. J'ai jamais entendu parler de ça mais je pense que oui c'est logique parce que. Il en faut en tout cas. Parce que bien voilà, on est dans un monde social qui risque d'avoir pourtant des dérives, des gens qui m'ont insulté, qui vont se moquer, qui vont faire des oui, qui vont dire des propos racistes ou alors des gens qui m'ont hacké, volé. Il y a plein de dérives qu'on peut retrouver. Ouais, c'est bon. Peut être même faire du faux un plus tard. Je ne sais pas si. Peut être qu'il y aurait de la contrebande de faux vêtements, Je ne pense pas. Mais c'était possible et il en faut. Il faut des systèmes de sécurité pour les marques qui vendent des produits, des systèmes aussi pour contrer les vols, les vols de comptes par exemple, les vols de nuit aussi pour contrer tout ce qui est propos racistes, harcèlement, etc. Ok. Donc je pense qu'il y en a. Enfin j'espère en tout cas me faire un nom là. J'imagine que oui. Ben à l'heure actuelle il y a uniquement la réglementation RGPD, donc les données personnelles. Mais a priori vu que c'est des entreprises commerciales du coup qui ont un but commercial qui dirige ces meta vers bien, il n'y a pas de puissances publiques qui viennent au dessus et qui disent on ne peut pas faire ça ou ça ou ça. Donc c'est vraiment le pouvoir qui est uniquement aux entreprises comme méta. Qu'est ce que t'en penses? Du coup, le fait qui Tu ne sens pas qu'il n'y ait pas de puissance publique qui intervient dans les méta verse. Ouais, je pense que ça peut être unproblème parce que et en même temps c'est bien. Bon après je ne vais pas dire ça non. Pour ton enquête, je pense que le vrai c'est quand même ça reste quand même un problème parce que. C'est l'État qui qui juge, c'est l'état qui met en place des mesures. Accrochez. C'est bientôt la fin si tu veux savoir. Euh non t'inquiète je sais je que je trouve que l'état quand même. Imaginons par exemple maintenant il y a quelqu'un de demain qui nous insulte, qui nous vole de l'argent sur méta. Donc du coup je ne peux pas porter plainte en soi si je comprends bla. Ouais ben c'est déjà arrivé. J'ai introduit une histoire dans le méta verse du méta comme quoi une femme s'était faite agressée. Mais du coup de façon virtuelle. Et ils ont mis en place. Frapper ou régresser? Agresser. J'ai pas lu l'article complètement mais euh excuse moi, ça me fait rire parce que je l'ai dit. En fait, on fera que ton personnage, je ne sais pas en l'agresse pas pour ta manière

mais c'est faux. Après certes, mais il y a du boulot, c'est. Ouais c'est la violence apparemment était telle qu'elle n'a pas eu la force de retirer son casque virtuel et sa manette. Et du coup maintenant, depuis lors, je pense que c'est méta. Faut que je vérifie. Mais ils ont. Ils ont interdit aux avatars de se rapprocher depuis plus d'un mètre dans les méta vers. Bon, ça reste à vérifier En tout cas il y a eu des dérives et les entreprises ont alors mis des règles entre guillemets. Mais Mais voilà, moi je pense que. C'est en fait parce que je pense qu'il faudrait quand même une présence de l'état. Ouais parce qu'on pourrait, on devrait pouvoir porter plainte etc. Si on se fait voler, en tout cas en tant qu'argent, en même temps agression et tout soit verbale. Alors par importe après il faut juger au cas par cas. Et aussi il y a toujours des gens qui ont des sensibilités différents et du coup il y en a qui vont se prendre des insultes qui vont pleurer, ou ils vont se sentir vraiment mal harcelés et ou moi je ne suis pas moi alors que tout pourrait s'arrêter en éteignant son PC. Mais non mais les gens ils vont revenir et vont encore se sentir plus mal etc. Du coup oui, il faut que la présence de l'état, il faut une présence préalable parce que imaginons tu, tu te sens harcelée, tu te sens mal mais l'état peut agir contre ses harceleurs en même temps on peut te. Je ne sais pas moi, de te proposer un contact, un suivi pardon psychologie qui n'avait pas amené chez lui à te dire d'aller chez un psychologue etc. Si tu t'es vraiment senti mal qu'il faut que l'état implique des règles. Après au cas par cas par exemple, je trouve ça comme. Ca c'est voilà, c'est mal, c'est subjectif mais je trouve ça incroyable qu'une personne s'est sentie agressée en voyant par exemple son personnage se faire frapper ou alors que c'est un personnage qui n'est pas un vrai jour à l'écran. Son PC c'est fini oui. Je ne sais pas comment c'est fait agresser mais ça c'est l'immersion. C'est c'est oui, voilà, c'est l'immersion mais c'est là que ça devient grave et du coup tout à côté, c'est les raisons pour lesquelles je pense que Méta doit pas être ultra réaliste. C'est parce que faut limiter cette immersion. Sinon ça va pas, ça va partir en cacahuète. Il. Il faut peut être la mettre dans certains endroits. Par exemple comme je l'ai dit pour le test de vêtements pour tout ça. Ben là ça serait bien que ce soit vraiment réaliste pour pouvoir avoir un réel aperçu de nous dans la vraie vie. Pour ce genre d'implication ça peut être intéressant mais pour tu, pour tout ce qui est meta, le contact social, je pense que là il faut vraiment éloigner du réalisme en tout cas en étant conseiller graphisme et tout. Parce que justement les gens vont trop entrer en immersion dans le truc, ils vont trop sentir, ça risque d'orgueil, risque d'avoir des dérives et aussi peut être pas, peut être pourquoi pas. Hum Après je vais trop loin mais créer une police dans le méta tu vois? Ouais, une police parce qu'il y a autant. Là mais je ne sais pas moi c'est un peu ce qu'il y a dans le rp quand je veux faire dans le jdr et tout. Et quelqu'un qui te vole de l'argent, tu peux aller chez la police porter plainte, il va voir vraiment une enquête qui va être menée Après c'est du jeu, c'est pour le fun mais y a quand même des règles, ils ont des codes à respecter. Les policiers disent vraiment des phrases qu'ils ont dû étudier et tout. Ils ont dû faire un test pour entrer dans la police. Il y a vraiment un truc comme ça Le. Peut être engager des vrais policiers. Peut être qu'il. Ce qu'on a pour. J'ai pour un peu calmé les pré, je vais trop loin sans préciser parce que si on se retrouve dans une fausse ville, dans un faux truc et tout et qu'il y a quelqu'un qui vient et qui t'insulte de tous les noms qui te quittent, qui te volent. Je ne sais pas si on peut voler quelqu'un en méta ou pas, qui de bien voler des biens virtuels. Non, ce qui est la technologie de la blockchain et du coup qui appartient à un imitateur, ça lui appartient et c'est tout. Mais. Voilà le temps. Le projet n'était pas libre ou au moins insulté, tout au moins quelqu'un qui vient. Euh. Timeout La personne en administrateur ou Coccoche dit policier C'est un administrateur plus qui vient avec qui? Qui surveille un peu tout le monde dans le serveur et qui. Tiki banni les gens qui en sont

insultants, qui sont un peu comme les modérateurs dans des tchats ou de. Ok, il y a un modérateur qui vient, il relaye une demande de signalement, il y a un signalement mais directement il se téléporte vers les personnes en invisible. Il écoute un peu ce que ce qui se dit. Et puis il peut émettre un jugement et essayer de les séparer ou alors envoyer une des personnes dans un autre serveur pour qu'il ne vous contacte plus. Ou alors faire des possibilités de blocage aussi. Donc je ne sais pas si on peut, mais tu bloques quelqu'un et tu le vois plus dans le monde virtuel quoi. Oui. Ce jour là, Il faut trouver des alternatives pour pouvoir éviter tous les problèmes comme ça. Des problèmes solutions? Ok, parfait. Là pour revenir aux marques et ça sera enfin ma dernière question. Et ça c'était par rapport aux méta verses uniquement. Mais tu penses que vis à vis des marques il devrait y avoir une réglementation sur le contenu auquel tu es exposé toi en tant que consommateur dans le méta verse? Une réglementation. Est ce que tu penses que tu devras avoir le contrôle sur le contenu auquel t'es exposé ou bien je parle? Je pense que ça c'est un droit. On doit tous savoir. En fait, dans la vie c'est dans la vraie vie, c'est plus simple. Parce que si si, je le fais même. Par exemple si je déteste une marque ou un magasin, je fais le choix de ne pas rentrer dans ce magasin et je fais le choix de pas y aller de peur de pas m'y rendre quoi. Oui mais tu es quand même sujet aux publicités dans les rues ou dans ce cas? Ouais ben. C'est bien là ce moment où on n'en a pas le choix. Maintenant, je pense que ça deviendrait problématique s'ils mettent des pop up à chaque fois qu'ils viennent et tu peux pas les arrêter, tu dois payer un abonnement pour les arrêter alors que tu ne veux pas voir ça. Tu vois ça, ça là, ça devient problématique. Mais sinon si c'est comme dans la vraie vie. Mais voilà, on y est habitué donc je ne pense pas que c'est un réel problème. Par exemple. Moi je vous déteste. Quelle marque? Il n'y a pas de marque que je déteste vraiment, mais il y a des. Des marques qui partagent des certains messages ou quoi que je n'apprécie pas spécialement. Imaginons que je ne sois pas là. J'ai pas d'idée en tête. Le voilà, je la vois dans la rue mais voilà, je m'en fous quoi. Maintenant si cette marque là, elle m'envoie tous les jours une newsletter tatata tatata ça va me souler, je vais la bloquer. Donc il faut qu'il y ait toujours la possibilité pour moi de bloquer un peu plus qu'on n'aime pas en tout cas. Ok, ça va bien, notre chat est terminé. Est ce qu'il y a des sujets qui te semblent importants qu'on n'a pas abordés? Euh. Euh. Non, non. Maintenant je peux faire un petit. Enfin dire un petit truc, c'est juste pour toi Julien. Il y a un épisode incroyable, incroyable de Black Mirror sur le même serveur qui est l'un de leurs premiers épisodes. Ça fait dix ans ce script. Oui, il y a un peu vraiment tout mais inverse c'est l'impression que c'est neuf. C'est un peu une représentation, c'est artistique et tout, mais c'est vraiment stylé. C'est l'épisode deux de la saison un, c'est un peu le casino, le mérite. C'est pas axé sur le méta reverse mais il y a des il y a des. Il y a un peu du méta virus, il y a des skill et tout. Alors qu'à l'époque là ce qui est incroyable c'est que c'était pas trop à la mode, tu vois. Disons c'est peut être une méta inversée. Donc si tu veux regarder cet épisode, c'est bien parce que ça pourrait. Je vais la voir, je vais voir même si ce soir je suis toujours bourré, c'est vraiment pour moi. C'est mon épisode préféré d'ailleurs. Ok ça va donc s'appelle Casino le mérite. Voilà, ça va ça juste pour un enregistrement. Merci d'avoir répondu à ma question.

12. Annexe 12 : Between-Subjects design

Between-subjects design



13. Annexe 13: Questionnaire quantitatif

Bonjour !

Dans le cadre de mon mémoire de fin d'étude à l'UCLouvain Fucam Mons, je réalise une enquête sur les mondes virtuels tels que les **Metavers**.

Les **Metavers** sont des **environnements virtuels immersifs et interactifs** où les gens peuvent interagir entre eux, jouer, travailler et même voyager. L'objectif de ce questionnaire est de collecter vos avis et ressentis par rapport à cette situation.

Vos réponses resteront **anonymes et serviront uniquement dans le cadre de ce mémoire**. N'hésitez pas à me contacter pour tous autres détails et/ou questions via mon adresse e-mail : **benjamin.bouazza@student.uclouvain.be**

Merci d'avance pour votre contribution et pas d'inquiétude, il n'y a pas de mauvaise réponse !

- Benjamin Bouazza

Pour rappel, dans le cadre de cette étude, des informations seront **récoltées & enregistrées**. Cependant, celles-ci seront utilisées uniquement à des fins

scientifiques et resteront **confidentielles & anonymes**. Acceptez-vous de participer à ce questionnaire ?

- J'ai bien compris que mes données seront récoltées/ enregistrées et j'accepte de participer à cette étude
- J'ai bien compris que mes données seront récoltées/ enregistrées mais je ne souhaite pas participer à cette étude

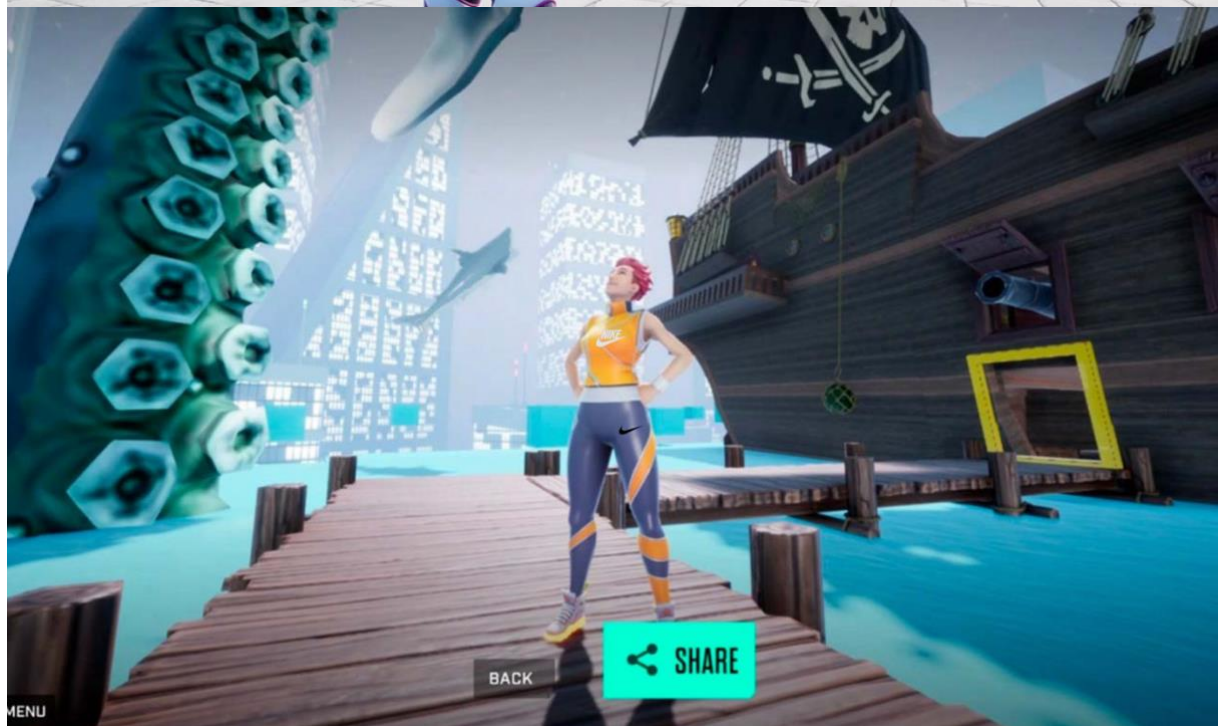
Groupe 1 :

Vous allez maintenant voir plusieurs exemples de ce que vous pouvez retrouver dans les **metavers**. Regardez attentivement les photos qui vont suivre (bâtiment, accessoires, **vêtements**, **enseignes**, etc.). Elles présentent l'expérience que vous pourriez vivre dans un metavers **social**. Un metavers social désigne un environnement principalement dédié à la sociabilisation (où l'objectif est d'entretenir des interactions sociales). Regardez ces metavers et essayez de vivre l'expérience comme si vous les visitiez réellement.





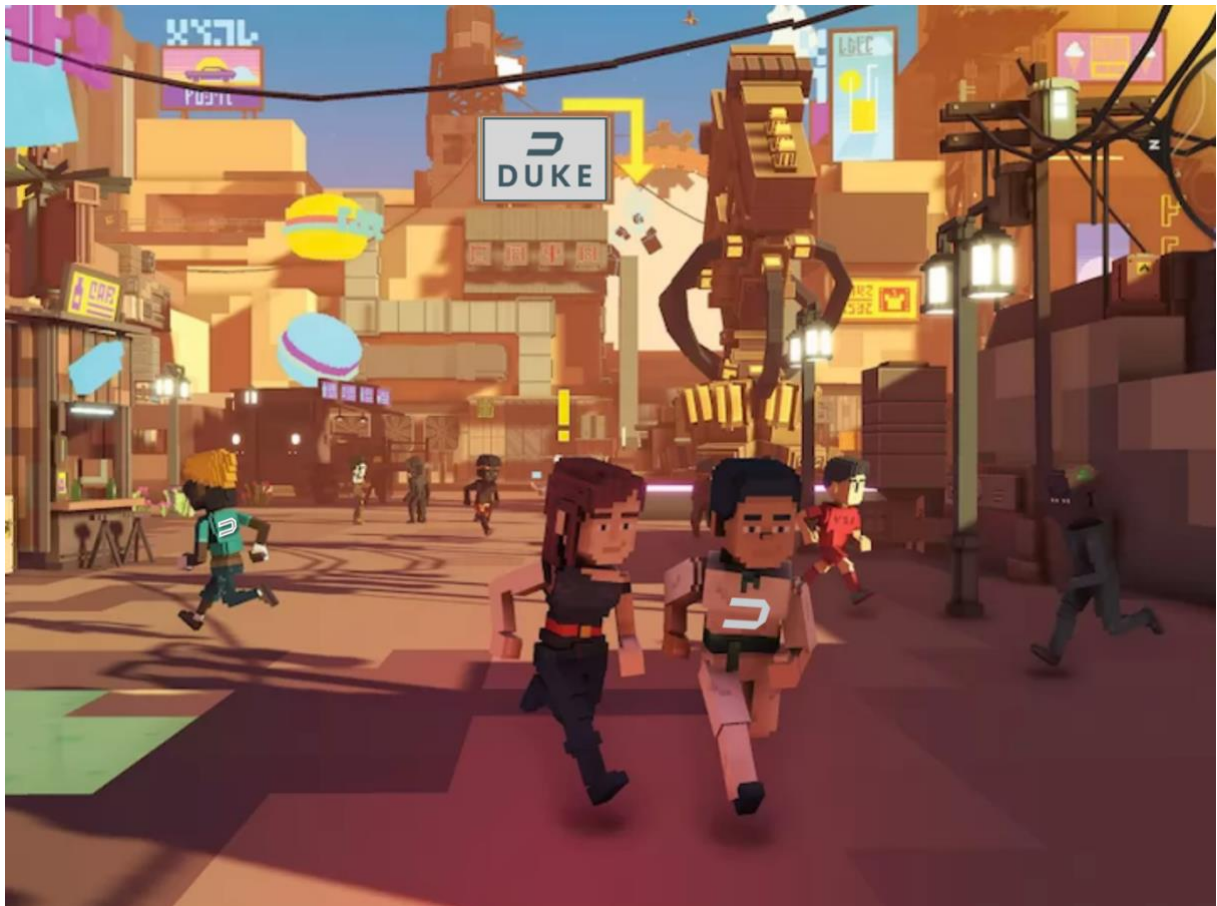
Groupe 2 :

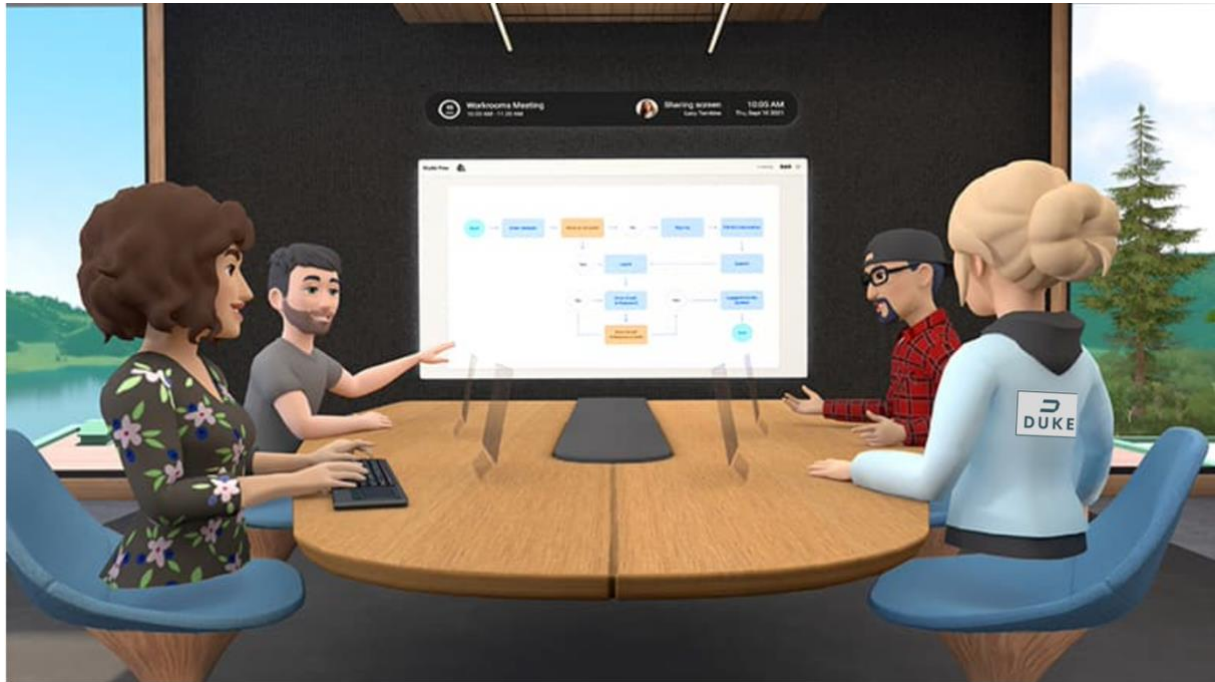




Avez-vous bien regardé les metavers ? Oui/Non

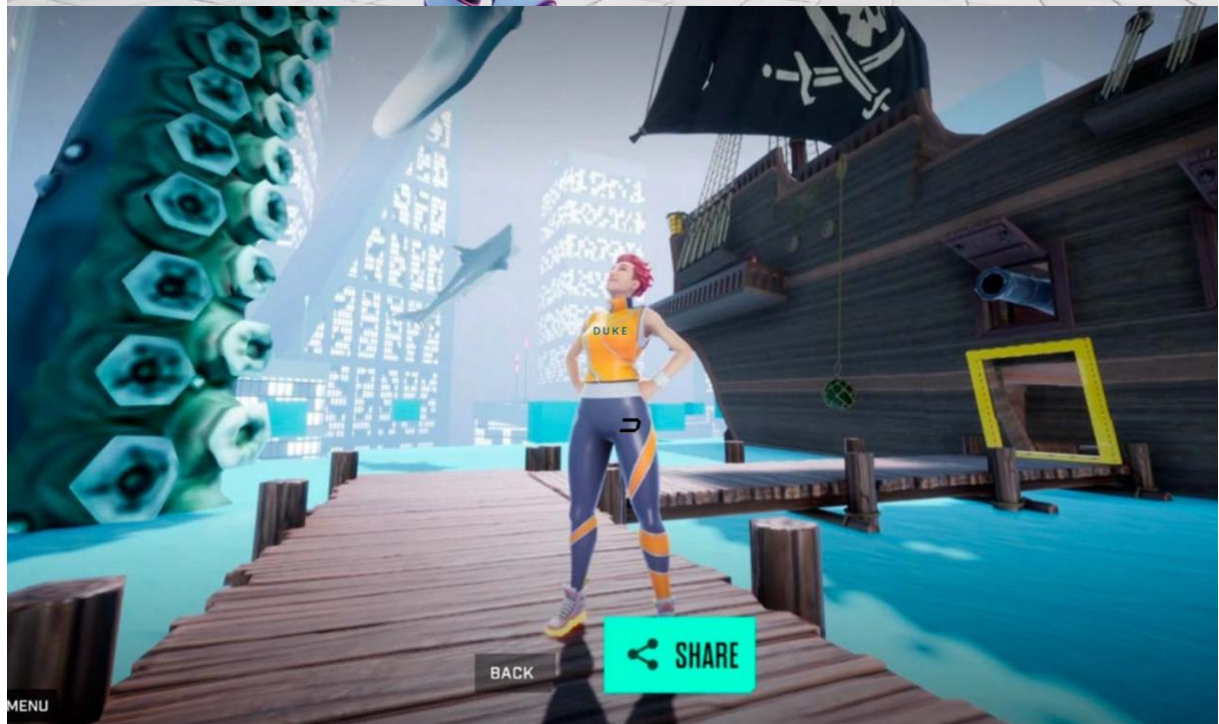
Groupe 3 :





Avez-vous bien regardé les metavers ? Oui/Non

Groupe 4 :





Avez-vous bien regardé les metavers ? Oui/Non

Expérience ludique :

En gardant à l'esprit l'environnement que vous venez de découvrir et en vous imaginant dans les metavers, comment vous sentez-vous ?

Triste	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Joyeux(se)
Malheureux(se)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Heureux(se)
Hostile	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Amical(e)
Introverti(e)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Extraverti(e)
Solitaire	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sociable
Raisnable	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Spontané(e)
Réfléchi(e)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Impulsif(ve)
Prévisible	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Imprévisible
Prudent(e)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Aventureux(se)
Posé(e)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Fait le clown
Sérieux(se)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Taquin(e)
Dépourvu(e) d'humour	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Plein(e) d'humour
Ennuyeux(se)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Drôle
Inactif(ve)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Actif(ve)
Fatigué(e)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Energique

Expérience sociale :

En gardant à l'esprit l'environnement que vous venez de découvrir et en vous imaginant d'autres univers similaires, quel est votre niveau d'accord avec les affirmations suivantes ?

	Pas du tout d'accord	Plutôt en désaccord	Ni d'accord, ni en désaccord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Faire connaissance avec les autres utilisateurs dans le metavers m'a donné un sentiment d'appartenance à une communauté.	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai pu me faire une idée distincte de la personnalité de certains utilisateurs dans le metavers.	☐	☐	☐	☐	☐
La communication dans les metavers est un excellent moyen d'interaction sociale.	☐	☐	☐	☐	☐
Dans un environnement en ligne tel qu'un metavers, je me sens à l'aise de converser avec d'autres utilisateurs.	☐	☐	☐	☐	☐
Dans un environnement en ligne tel qu'un metavers, je me sens à l'aise de participer aux discussions.	☐	☐	☐	☐	☐
Dans un environnement en ligne tel qu'un metavers, je me sens à l'aise d'interagir avec les autres utilisateurs.	☐	☐	☐	☐	☐
Dans un environnement en ligne tel qu'un metavers, je me sens suffisamment à l'aise et confiant pour affirmer mon point de vue.	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai ressenti que mon point de vue était reconnu par les autres utilisateurs dans le metavers.	☐	☐	☐	☐	☐
Les discussions en ligne dans le metavers m'aident à développer un sentiment de collaboration.	☐	☐	☐	☐	☐

Engagement métavers :

En gardant à l'esprit l'environnement que vous venez de découvrir, quel est votre niveau d'accord avec les affirmations suivantes ?

Suite à mon expérience, ...

	Pas du tout d'accord	Plutôt en désaccord	Ni d'accord, ni en désaccord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
...Tout ce qui concerne le metavers capte mon attention.	☐	☐	☐	☐	☐
...J'aimerais en apprendre davantage sur le metavers.	☐	☐	☐	☐	☐
...Je porte beaucoup d'attention à tout ce qui concerne les expériences dans le metavers.	☐	☐	☐	☐	☐
...Je compte consacrer beaucoup de mon temps libre à explorer le metavers.	☐	☐	☐	☐	☐
...Je compte fortement m'impliquer dans les activités du metavers.	☐	☐	☐	☐	☐
...Je suis passionné(e) par les possibilités offertes par le metavers.	☐	☐	☐	☐	☐
...Les metavers pourraient potentiellement modifier mes habitudes.	☐	☐	☐	☐	☐
...J'adorerais partager des expériences avec mes amis dans le metavers.	☐	☐	☐	☐	☐
...J'apprécierais davantage les interactions dans le metavers lorsque je suis avec d'autres personnes.	☐	☐	☐	☐	☐
...Je trouve que les expériences dans le metavers seraient plus amusantes si d'autres personnes étaient présentes.	☐	☐	☐	☐	☐

Engagement marques :

En gardant à l'esprit l'environnement que vous venez de découvrir et en vous remémorant les marques auxquelles vous avez été exposé, quel est votre niveau d'accord avec les affirmations suivantes ?

	Pas du tout d'accord	Plutôt en désaccord	Ni d'accord, ni en désaccord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Consommer cette marque dans les metavers me pousse à réfléchir à son sujet.	☐	☐	☐	☐	☐
Je pense souvent à cette marque lorsque j'interagis avec elle.	☐	☐	☐	☐	☐
L'utilisation/ la consommation de cette marque dans les metavers stimule mon intérêt à en apprendre davantage à son sujet.	☐	☐	☐	☐	☐
Je ressens beaucoup de positivité lorsque j'interagis avec cette marque dans les metavers.	☐	☐	☐	☐	☐
L'interaction avec cette marque me rend heureux.	☐	☐	☐	☐	☐
Je me sens bien lorsque j'interagis avec cette marque dans les metavers.	☐	☐	☐	☐	☐
Je suis satisfait d'utiliser/ consommer cette marque.	☐	☐	☐	☐	☐
Je compte consacrer beaucoup de temps à interagir avec cette marque, comparé à d'autres marques dans le metavers.	☐	☐	☐	☐	☐
Chaque fois que j'interagirais avec des marques dans le metavers, j'aurais tendance à choisir cette marque.	☐	☐	☐	☐	☐
Cette marque est l'une des marques que je consommeraïs lorsque j'interagirais avec des marques dans le metavers	☐	☐	☐	☐	☐

Familiarité aux technologies :

Quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes ?

	Pas du tout d'accord	Plutôt en désaccord	Ni d'accord, ni en désaccord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Je préfère généralement utiliser la haute technologie.	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai l'habitude d'utiliser des produits ou des services dotés des technologies les plus récentes.	☐	☐	☐	☐	☐
Je pense que la technologie permet de travailler efficacement.	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai tendance à utiliser les nouvelles technologies avant mon entourage.	☐	☐	☐	☐	☐
Je suis bien conscient de la tendance des produits ou services appliqués aux nouvelles technologies.	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai tendance à suivre les derniers développements technologiques dans mes domaines d'intérêt.	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai tendance à informer les autres sur les nouvelles technologies.	☐	☐	☐	☐	☐

Familiarité aux jeux vidéo :

Quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes ?

	Pas du tout d'accord	Plutôt en désaccord	Ni d'accord, ni en désaccord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
J'ai confiance dans l'exécution des commandes de base des jeux vidéo.	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai confiance en mes connaissances et compétences en matière de jeux vidéo en ligne.	☐	☐	☐	☐	☐
En général, je sais utiliser les jeux vidéo.	☐	☐	☐	☐	☐

Manipulation check :

Quel était le nom de la marque mise en avant dans ces environnements ?

- ☐ Duke
- ☐ Adidas
- ☐ Nike
- ☐ Hast

Connaissiez-vous cette marque avant de répondre à ce questionnaire ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Quel type d'environnement vous a été proposé ?

- ☐ Metavers propice aux interactions sociales
- ☐ Metavers propice aux jeux vidéo
- ☐ Je ne me rappelle plus

Informations démographiques :

Quel âge avez-vous ?

- ☐ Moins de 18 ans
- ☐ Entre 18 et 24 ans
- ☐ Entre 25 et 34 ans
- ☐ Entre 35 et 44 ans
- ☐ Entre 45 et 54 ans
- ☐ Entre 55 et 64 ans
- ☐ Entre 65 et 74 ans
- ☐ Entre 75 et 84 ans
- ☐ 85 ans ou plus

Quel est votre genre ?

- ☐ Homme
- ☐ Femme
- ☐ Ne souhaite pas répondre

Quel est votre plus haut niveau d'éducation ?

- ☐ Primaire (CEB ou équivalent)
- ☐ Secondaire inférieur
- ☐ Secondaire supérieur (CESS ou équivalent)
- ☐ Bachelier
- ☐ Master
- ☐ Doctorat
- ☐ Autre

Avez-vous déjà utilisé des plateformes de mondes numériques de type metavers ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

14. Annexe 14 : Analyse en composantes principales (ACP)

14.1. XLUD

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.87967707														
XLUD1	XLUD2	XLUD3	XLUD4	XLUD5	XLUD6	XLUD7	XLUD8	XLUD9	XLUD10	XLUD11	XLUD12	XLUD13	XLUD14	XLUD15
0.88779589	0.88218200	0.88049981	0.89352608	0.91321083	0.93542881	0.84129791	0.80995509	0.90441199	0.85826774	0.82800664	0.86745527	0.92005063	0.86872618	0.85406728

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 15 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	7.10026889	5.26412217	0.4734	0.4734
2	1.83614652	0.51556740	0.1224	0.5958
3	1.32057912	0.42213117	0.0880	0.6838
4	0.89844795	0.28213873	0.0599	0.7437
5	0.61630921	0.03549765	0.0411	0.7848
6	0.58081156	0.08150492	0.0387	0.8235
7	0.49930665	0.06629391	0.0333	0.8568
8	0.43301274	0.03498644	0.0289	0.8857
9	0.39802630	0.05789053	0.0265	0.9122
10	0.34013576	0.09230730	0.0227	0.9349
11	0.24782846	0.00768985	0.0165	0.9514
12	0.24013860	0.04893564	0.0160	0.9674
13	0.19120297	0.03934629	0.0127	0.9801
14	0.15185668	0.00592788	0.0101	0.9903
15	0.14592880		0.0097	1.0000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.915954
Standardized	0.915878

14.2. XSOC

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.91439053								
XSOC1	XSOC2	XSOC3	XSOC4	XSOC5	XSOC6	XSOC7	XSOC8	XSOC9
0.92177719	0.88704944	0.92351085	0.92623051	0.90694536	0.88997052	0.93054289	0.92204872	0.91939279

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 9 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	6.02156069	5.13229339	0.6691	0.6691
2	0.88926730	0.34164559	0.0988	0.7679
3	0.54762171	0.09599634	0.0608	0.8287
4	0.45162537	0.04895041	0.0502	0.8789
5	0.40267496	0.14744429	0.0447	0.9236
6	0.25523068	0.04049203	0.0284	0.9520
7	0.21473864	0.09332693	0.0239	0.9759
8	0.12141172	0.02554278	0.0135	0.9893
9	0.09586894		0.0107	1.0000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.937653
Standardized	0.936822

14.3. ENMETA

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.92279850									
ENMETA1	ENMETA2	ENMETA3	ENMETA4	ENMETA5	ENMETA6	ENMETA7	ENMETA8	ENMETA9	ENMETA10
0.94736065	0.94958365	0.92584278	0.89803864	0.90209482	0.94472622	0.94118482	0.93783222	0.88686696	0.89982464

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 10 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	6.61490876	5.60476455	0.6615	0.6615
2	1.01014421	0.47443258	0.1010	0.7625
3	0.53571162	0.10434482	0.0536	0.8161
4	0.43136680	0.06659628	0.0431	0.8592
5	0.36477052	0.07518267	0.0365	0.8957
6	0.28958785	0.03155330	0.0290	0.9246
7	0.25803454	0.04644892	0.0258	0.9505
8	0.21158563	0.03915179	0.0212	0.9716
9	0.17243383	0.06097759	0.0172	0.9889
10	0.11145624		0.0111	1.0000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.942326
Standardized	0.942398

14.4. ENMAR

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.90689343									
ENMAR1	ENMAR2	ENMAR3	ENMAR4	ENMAR5	ENMAR6	ENMAR7	ENMAR8	ENMAR9	ENMAR10
0.84884900	0.90357813	0.89941427	0.94851266	0.89899169	0.91048447	0.93213642	0.91677482	0.87748699	0.91029469

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 10 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	6.35237147	5.23166404	0.6352	0.6352
2	1.12070743	0.49459708	0.1121	0.7473
3	0.62611035	0.11049842	0.0626	0.8099
4	0.51561194	0.15715263	0.0516	0.8615
5	0.35845931	0.09850021	0.0358	0.8973
6	0.25995910	0.01387381	0.0260	0.9233
7	0.24608530	0.04373104	0.0246	0.9479
8	0.20235426	0.03161598	0.0202	0.9682
9	0.17073828	0.02313572	0.0171	0.9852
10	0.14760256		0.0148	1.0000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.933704
Standardized	0.935040

14.5. TEC

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.87363935						
TEC1	TEC2	TEC3	TEC4	TEC5	TEC6	TEC7
0.86306162	0.86541570	0.92444210	0.91440750	0.87816026	0.85754387	0.82780143

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 7 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	4.30647598	3.53201049	0.6152	0.6152
2	0.77448549	0.10613770	0.1106	0.7258
3	0.66832779	0.22899126	0.0955	0.8213
4	0.43933653	0.09446880	0.0628	0.8841
5	0.34486773	0.09598096	0.0493	0.9334
6	0.24888677	0.03124706	0.0356	0.9689
7	0.21763970		0.0311	1.0000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.893691
Standardized	0.892958

14.6. JEU

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.70325700		
JEU1	JEU2	JEU3
0.79545373	0.65471931	0.69187798

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.30191538	1.85596400	0.7673	0.7673
2	0.44595137	0.19381812	0.1487	0.9160
3	0.25213325		0.0840	1.0000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.845896
Standardized	0.847666

15. Annexe 15 : Analyses préliminaires

15.1. Normalité des distributions

Tests de normalité							
GROUPE	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk			Sig.
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.	
XLUD	1	,101	38	,200 [*]	,965	38	,272
	2	,091	33	,200 [*]	,966	33	,370
	3	,098	29	,200 [*]	,985	29	,936
	4	,130	36	,128	,938	36	,043
XSOC	1	,192	38	,001	,929	38	,019
	2	,212	33	<,001	,895	33	,004
	3	,120	29	,200 [*]	,956	29	,268
	4	,194	36	,002	,905	36	,005
ENMETA	1	,081	38	,200 [*]	,962	38	,213
	2	,141	33	,096	,949	33	,122
	3	,131	29	,200 [*]	,962	29	,359
	4	,130	36	,131	,959	36	,194
ENMAR	1	,073	38	,200 [*]	,985	38	,891
	2	,095	33	,200 [*]	,971	33	,515
	3	,150	29	,092	,946	29	,142
	4	,092	36	,200 [*]	,969	36	,406
TEC	1	,129	38	,114	,937	38	,034
	2	,159	33	,034	,943	33	,083
	3	,194	29	,007	,949	29	,174
	4	,155	36	,029	,960	36	,209
JEU	1	,145	38	,042	,960	38	,194
	2	,092	33	,200 [*]	,947	33	,110
	3	,163	29	,049	,922	29	,034
	4	,147	36	,047	,930	36	,026

*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.
a. Correction de signification de Lilliefors

15.2. Homogénéité des variances

➔ **Unidirectionnel**

Tests d'homogénéité des variances

		Statistique de Levene	df1	df2	Sig.
XLUD	Basé sur la moyenne	2,605	3	132	,055
	Basé sur la médiane	2,419	3	132	,069
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	2,419	3	115,622	,070
	Basé sur la moyenne tronquée	2,634	3	132	,053
XSOC	Basé sur la moyenne	2,539	3	132	,059
	Basé sur la médiane	1,791	3	132	,152
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	1,791	3	125,061	,152
	Basé sur la moyenne tronquée	2,675	3	132	,050
ENMETA	Basé sur la moyenne	,684	3	132	,563
	Basé sur la médiane	,535	3	132	,659
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,535	3	130,889	,659
	Basé sur la moyenne tronquée	,708	3	132	,549
ENMAR	Basé sur la moyenne	,510	3	132	,676
	Basé sur la médiane	,476	3	132	,700
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,476	3	129,273	,700
	Basé sur la moyenne tronquée	,506	3	132	,679
TEC	Basé sur la moyenne	,272	3	132	,845
	Basé sur la médiane	,185	3	132	,906
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,185	3	131,393	,906
	Basé sur la moyenne tronquée	,248	3	132	,863
JEU	Basé sur la moyenne	1,738	3	132	,162
	Basé sur la médiane	1,556	3	132	,203
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	1,556	3	130,397	,203
	Basé sur la moyenne tronquée	1,732	3	132	,164

15.3. Équivalence des groupes

GROUPE * AGE

Tableau croisé

Effectif

		AGE								Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	
GROUPE	1	1	17	7	4	5	3	0	1	38
	2	1	19	6	2	4	1	0	0	33
	3	0	15	2	5	4	3	0	0	29
	4	0	11	8	3	10	3	1	0	36
Total		2	62	23	14	23	10	1	1	136

Tests du khi-carré

	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	19,449 ^a	21	,556
Rapport de vraisemblance	20,403	21	,496
N d'observations valides	136		

a. 22 cellules (68,8%) ont un effectif théorique inférieur à 5.
L'effectif théorique minimum est de ,21.

GROUPE * GENRE

Tableau croisé

Effectif

		GENRE			Total
		1	2	3	
GROUPE	1	21	16	1	38
	2	14	18	1	33
	3	13	15	1	29
	4	16	20	0	36
Total		64	69	3	136

Tests du khi-carré

	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	2,730 ^a	6	,842
Rapport de vraisemblance	3,486	6	,746
N d'observations valides	136		

a. 4 cellules (33,3%) ont un effectif théorique inférieur à 5.
L'effectif théorique minimum est de ,64.

GROUPE * EDUC

Tableau croisé

Effectif

		EDUC						Total
		2	3	4	5	6	7	
GROUPE	1	3	3	14	16	1	1	38
	2	1	5	13	13	0	1	33
	3	0	4	7	17	1	0	29
	4	0	3	9	23	1	0	36
Total		4	15	43	69	3	2	136

Tests du khi-carré

	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	14,182 ^a	15	,512
Rapport de vraisemblance	16,542	15	,347
N d'observations valides	136		

a. 16 cellules (66,7%) ont un effectif théorique inférieur à 5.
L'effectif théorique minimum est de ,43.

GROUPE * UTILISE

Tableau croisé

Effectif

		UTILISE		Total
		1	2	
GROUPE	1	13	25	38
	2	13	20	33
	3	11	18	29
	4	13	23	36
Total		50	86	136

Tests du khi-carré

	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	,228 ^a	3	,973
Rapport de vraisemblance	,228	3	,973
N d'observations valides	136		

a. 0 cellules (0,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de 10,66.

16. Annexe 16 : Tests des hypothèses

16.1. H1

Tests de normalité							
	Metavers	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
XLUD	0	,105	69	,059	,963	69	,038
	1	,054	67	,200 [*]	,987	67	,705
XSOC	0	,174	69	<,001	,900	69	<,001
	1	,133	67	,005	,943	67	,004
ENMETA	0	,098	69	,170	,958	69	,021
	1	,087	67	,200 [*]	,970	67	,100
ENMAR	0	,074	69	,200 [*]	,976	69	,217
	1	,088	67	,200 [*]	,979	67	,299
TEC	0	,127	69	,008	,961	69	,031
	1	,159	67	<,001	,947	67	,007
JEU	0	,113	69	,030	,948	69	,006
	1	,140	67	,002	,956	67	,018

*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.
a. Correction de signification de Lilliefors

Test d'homogénéité de variance

		Statistique de Levene	df1	df2	Sig.
XLUD	Basé sur la moyenne	6,474	1	134	,012
	Basé sur la médiane	6,487	1	134	,012
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	6,487	1	117,382	,012
	Basé sur la moyenne tronquée	6,519	1	134	,012
XSOC	Basé sur la moyenne	6,214	1	134	,014
	Basé sur la médiane	4,773	1	134	,031
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	4,773	1	131,942	,031
	Basé sur la moyenne tronquée	6,587	1	134	,011
ENMETA	Basé sur la moyenne	,104	1	134	,748
	Basé sur la médiane	,077	1	134	,782
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,077	1	132,385	,782
	Basé sur la moyenne tronquée	,102	1	134	,750
ENMAR	Basé sur la moyenne	,002	1	134	,963
	Basé sur la médiane	,000	1	134	,983
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,000	1	132,626	,983
	Basé sur la moyenne tronquée	,001	1	134	,970
TEC	Basé sur la moyenne	,042	1	134	,837
	Basé sur la médiane	,049	1	134	,825
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,049	1	133,122	,825
	Basé sur la moyenne tronquée	,039	1	134	,844
JEU	Basé sur la moyenne	,003	1	134	,956
	Basé sur la médiane	,000	1	134	,984
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,000	1	132,387	,984
	Basé sur la moyenne tronquée	,003	1	134	,957

→ T-Test

Group Statistics

	Metavers	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
XLUD	0	69	4.8444444444	.89637371602	.10791071449
	1	67	4.2099502488	1.2684333098	.15496379266
XSOC	0	69	3.4122383253	.86866316236	.10457475584
	1	67	3.1326699834	1.1086232764	.13543988968
ENMETA	0	69	2.7956521739	1.0616904920	.12781251559
	1	67	2.7701492537	1.0743588540	.13125382423
ENMAR	0	69	2.7971014493	.86125268112	.10368263874
	1	67	2.7641791045	.89234140303	.10901685338

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means				95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Significance		Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
XLUD	Equal variances assumed	6.474	.012	3.377	134	<.001	<.001	.63449419569	.18790277040	.26285525638	1.0061331350
	Equal variances not assumed			3.360	118.487	<.001	.001	.63449419569	.18883458194	.26056622366	1.0084221677
XSOC	Equal variances assumed	6.214	.014	1.640	134	.052	.103	.27956834187	.17050820075	-.0576671695	.61680385327
	Equal variances not assumed			1.634	125.023	.052	.105	.27956834187	.17111353914	-.0590859874	.61822267114
ENMETA	Equal variances assumed	.104	.748	.139	134	.445	.889	.02550292018	.18317153535	-.3367784606	.38778430094
	Equal variances not assumed			.139	133.770	.445	.889	.02550292018	.18320372681	-.3368478137	.38785365408
ENMAR	Equal variances assumed	.002	.963	.219	134	.414	.827	.03292234480	.15036955401	-.2644824323	.33032712194
	Equal variances not assumed			.219	133.435	.414	.827	.03292234480	.15044854236	-.2646501336	.33049482318

16.2. H2

Tests de normalité

Kolmogorov-Smirnov ^a					Shapiro-Wilk		
	Marques	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
XLUD	0	,079	65	,200 [*]	,971	65	,130
	1	,067	71	,200 [*]	,976	71	,193
XSOC	0	,165	65	<,001	,938	65	,003
	1	,207	71	<,001	,917	71	<,001
ENMETA	0	,092	65	,200 [*]	,976	65	,241
	1	,091	71	,200 [*]	,959	71	,020
ENMAR	0	,100	65	,172	,967	65	,080
	1	,055	71	,200 [*]	,989	71	,808
TEC	0	,123	65	,016	,957	65	,024
	1	,138	71	,002	,945	71	,004
JEU	0	,121	65	,020	,933	65	,002
	1	,099	71	,079	,968	71	,071

*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

Test d'homogénéité de variance

		Statistique de Levene	df1	df2	Sig.
XLUD	Basé sur la moyenne	,025	1	134	,876
	Basé sur la médiane	,022	1	134	,883
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,022	1	133,977	,883
	Basé sur la moyenne tronquée	,022	1	134	,881
XSOC	Basé sur la moyenne	,979	1	134	,324
	Basé sur la médiane	,812	1	134	,369
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,812	1	133,979	,369
	Basé sur la moyenne tronquée	,973	1	134	,326
ENMETA	Basé sur la moyenne	1,517	1	134	,220
	Basé sur la médiane	1,570	1	134	,212
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	1,570	1	133,876	,212
	Basé sur la moyenne tronquée	1,526	1	134	,219
ENMAR	Basé sur la moyenne	,599	1	134	,440
	Basé sur la médiane	,584	1	134	,446
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,584	1	133,759	,446
	Basé sur la moyenne tronquée	,592	1	134	,443
TEC	Basé sur la moyenne	,413	1	134	,522
	Basé sur la médiane	,397	1	134	,529
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	,397	1	133,999	,529
	Basé sur la moyenne tronquée	,427	1	134	,514
JEU	Basé sur la moyenne	2,910	1	134	,090
	Basé sur la médiane	2,176	1	134	,143
	Basé sur la médiane avec ddl ajusté	2,176	1	132,570	,143
	Basé sur la moyenne tronquée	2,882	1	134	,092



T-Test

Group Statistics

	Marques	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
XLUD	0	65	4.6276923077	1.1328977293	.14051866917
	1	71	4.4441314554	1.1415914073	.13548197433
XSOC	0	65	3.1897435897	1.0494566269	.13016907418
	1	71	3.3521126761	.95396432951	.11321473688
ENMETA	0	65	2.7630769231	1.0083354524	.12506862022
	1	71	2.8014084507	1.1195015419	.13286038962
ENMAR	0	65	2.7015384615	.85247659566	.10573670829
	1	71	2.8535211268	.89232136842	.10589906333

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means				95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Significance One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
XLUD	Equal variances assumed	.025	.876	.940	134	.174	.349	.18356085229	.19526075265	-.2026308938	.56975259842
	Equal variances not assumed			.940	133.119	.174	.349	.18356085229	.19519442039	-.2025229767	.56964468127
XSOC	Equal variances assumed	.979	.324	-.945	134	.173	.346	-.1623690863	.17178761010	-.5021350465	.17739687386
	Equal variances not assumed			-.941	129.630	.174	.348	-.1623690863	.17251540372	-.5036793359	.17894116326
ENMETA	Equal variances assumed	1.517	.220	-.209	134	.417	.835	-.0383315276	.18331358337	-.4008938546	.32423079937
	Equal variances not assumed			-.210	133.967	.417	.834	-.0383315276	.18246655281	-.3992193762	.32255632098
ENMAR	Equal variances assumed	.599	.440	-1.014	134	.156	.313	-.1519826652	.14995306779	-.4485637052	.14459837477
	Equal variances not assumed			-1.016	133.749	.156	.312	-.1519826652	.14964913328	-.4479676286	.14400229818

16.3. H3

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.690 ^a	.476	.472	.77340590112

a. Prédicteurs : (Constante), XSOC

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	72,698	1	72,698	121,537	<,001 ^b
	de Student	80,153	134	,598		
	Total	152,851	135			

a. Variable dépendante : ENMETA

b. Prédicteurs : (Constante), XSOC

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	
		B	Erreur standard	Bêta	t
1	(Constante)	,381	,228		1,672
	XSOC	,734	,067	,690	11,024

a. Variable dépendante : ENMETA

16.4. H4

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.560 ^a	.314	.309	.88451504643

a. Predictors: (Constant), XLUD

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.014	1	48.014	61.370	<.001 ^b
	Residual	104.837	134	.782		
	Total	152.851	135			

a. Dependent Variable: ENMETA

b. Predictors: (Constant), XLUD

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.406	.313		1.298	.197
	XLUD	.525	.067	.560	7.834	<.001

a. Dependent Variable: ENMETA

16.5. H5

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.488 ^a	.239	.233	.76513859383

a. Prédicteurs : (Constante), XSOC

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	24,582	1	24,582	41,989	<.001 ^b
	de Student	78,449	134	,585		
	Total	103,030	135			

a. Variable dépendante : ENMAR

b. Prédicteurs : (Constante), XSOC

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,384	,225		6,142	<.001
	XSOC	,427	,066	,488	6,480	<.001

a. Variable dépendante : ENMAR

16.6. H6

Cas 1 :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 ^a	.333	.328	.81995491462

a. Predictors: (Constant), XLUD

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44.993	1	44.993	66.922	<.001 ^b
	Residual	90.092	134	.672		
	Total	135.085	135			

a. Dependent Variable: XSOC

b. Predictors: (Constant), XLUD

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.973	.290		3.357	.001
	XLUD	.508	.062	.577	8.181	<.001

a. Dependent Variable: XSOC

Cas 2:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 ^a	.333	.328	.93196078413

a. Predictors: (Constant), XSOC

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.125	1	58.125	66.922	<.001 ^b
	Residual	116.386	134	.869		
	Total	174.511	135			

a. Dependent Variable: XLUD

b. Predictors: (Constant), XSOC

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.384	.274		8.686	<.001
	XSOC	.656	.080	.577	8.181	<.001

a. Dependent Variable: XLUD

16.7. H7

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.630 ^a	.397	.392	.68098793169

a. Predictors: (Constant), ENMETA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.889	1	40.889	88.170	<.001 ^b
	Residual	62.142	134	.464		
	Total	103.030	135			

a. Dependent Variable: ENMAR

b. Predictors: (Constant), ENMETA

Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
→	1	(Constant)	1.341	.164	8.177	<.001
		ENMETA	.517	.055	9.390	<.001

a. Dependent Variable: ENMAR

16.8. H8

GLM :

Statistiques descriptives

Variable dépendante: XLUD

Metavers	Moyenne	Ecart type	N
0	4,8444444444	,89637371602	69
1	4,2099502488	1,2684333098	67
Total	4,5318627451	1,1369576590	136

Test d'égalité des variances des erreurs de Levene^a

Variable dépendante: XLUD

F	df1	df2	Sig.
6,616	1	134	,011

Teste l'hypothèse nulle selon laquelle la variance des erreurs de la variable dépendante est égale sur les différents groupes.

a. Plan : Constante + TEC + Metavers + Metavers * TEC

Tests des effets intersujets

Variable dépendante: XLUD

Source	Somme des carrés de Type III	df	Carré moyen	F	Sig.	Eta-carré partiel
Modèle corrigé	38,480 ^a	3	12,827	12,446	<,001	,221
Constante	66,912	1	66,912	64,929	<,001	,330
TEC	24,280	1	24,280	23,560	<,001	,151
Metavers	1,711	1	1,711	1,660	,200	,012
Metavers * TEC	,228	1	,228	,221	,639	,002
Erreur	136,031	132	1,031			
Total	2967,649	136				
Total corrigé	174,511	135				

a. R-deux = ,221 (R-deux ajusté = ,203)

RLS :

Model Summary

Model

R

R Square

Adjusted R Square

Std. Error of the Estimate

1

.470^a

.221

.203

1.0151542895

a. Predictors: (Constant), interaction, Zscore(Metavers), Zscore (TEC)

ANOVA^a

Model

Sum of Squares

df

Mean Square

F

Sig.

1

Regression

38.480

3

12.827

12.446

<.001^b

Residual

136.031

132

1.031

Total

174.511

135

a. Dependent Variable: XLUD

b. Predictors: (Constant), interaction, Zscore(Metavers), Zscore(TEC)

Coefficients^a

Model

Unstandardized Coefficients

Standardized Coefficients

Collinearity Statistics

B

Std. Error

Beta

t

Sig.

Tolerance

VIF

1

(Constant)

4.534

.087

52.018

<.001

Zscore(TEC)

.425

.088

.373

4.843

<.001

.993

1.007

Zscore(Metavers)

-.297

.087

-.261

-3.392

<.001

.997

1.003

interaction

.041

.088

.036

.470

.639

.996

1.004

a. Dependent Variable: XLUD

16.9. H9

GLM :

Statistiques descriptives

Variable dépendante: XLUD

Metavers	Moyenne	Ecart type	N
0	4,8444444444	,89637371602	69
1	4,2099502488	1,2684333098	67
Total	4,5318627451	1,1369576590	136

Test d'égalité des variances des erreurs de Levene^a

Variable dépendante: XLUD

F	df1	df2	Sig.
10,055	1	134	,002

Teste l'hypothèse nulle selon laquelle la variance des erreurs de la variable dépendante est égale sur les différents groupes.

a. Plan : Constante + Metavers + JEU + Metavers * JEU

Tests des effets intersujets

Variable dépendante: XLUD

Source	Somme des carrés de Type III	df	Carré moyen	F	Sig.	Eta-carré partiel
Modèle corrigé	37,270 ^a	3	12,423	11,949	<,001	,214
Constante	131,679	1	131,679	126,650	<,001	,490
Metavers	1,050	1	1,050	1,010	,317	,008
JEU	23,580	1	23,580	22,680	<,001	,147
Metavers * JEU	,001	1	,001	,001	,982	,000
Erreur	137,241	132	1,040			
Total	2967,649	136				
Total corrigé	174,511	135				

a. R-deux = ,214 (R-deux ajusté = ,196)

RLS :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.462 ^a	.214	.196	1.0196595906

a. Predictors: (Constant), interaction_meta_jeu, Zscore (Metavers), Zscore(JEU)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.270	3	12.423	11.949	<.001 ^b
	Residual	137.241	132	1.040		
	Total	174.511	135			

a. Dependent Variable: XLUD

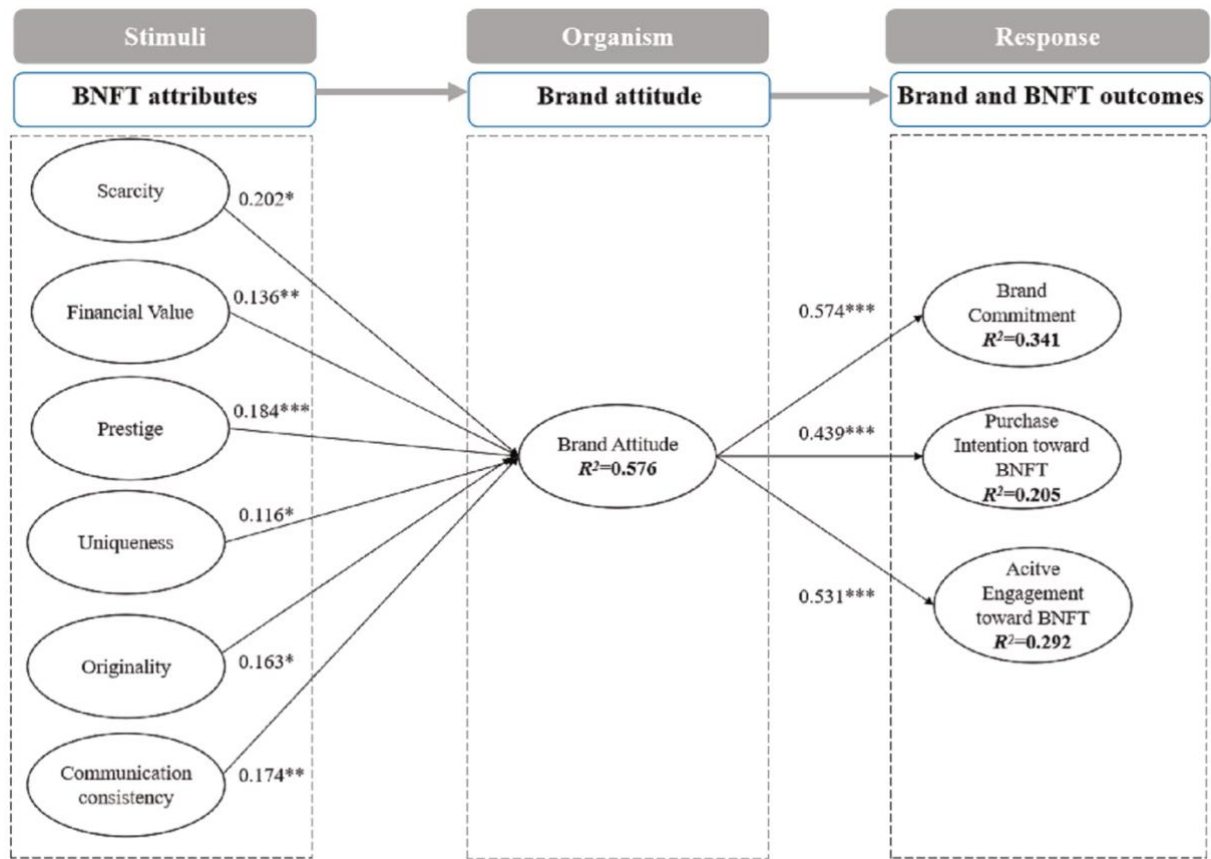
b. Predictors: (Constant), interaction_meta_jeu, Zscore(Metavers), Zscore(JEU)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.532	.088		51.751	<.001
	Zscore(JEU)	.419	.088	.368	4.763	<.001
	Zscore(Metavers)	-.295	.088	-.260	-3.360	.001
	interaction_meta_jeu	-.002	.088	-.002	-.022	.982

a. Dependent Variable: XLUD

17. Annexe 17 : Résultats hypothèses « Brand attitude » de Lee et al. (2023)



Notes. *** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$

