

IBM s'offre des îles virtuelles

IBM s'offre une campagne marketing étonnante en proposant aux 1,95 million d'abonnées au monde virtuel en 3D Second Life de visiter les douze îles qu'il a développées.

C'est une « *étape expérimentale* » a déclaré le docteur Irving Wladawsky-Berger, technicien en chef d'IBM, qui a indiqué que le géant de l'informatique n'en attendait pas de profit? dans l'immédiat.



Second Life est donc un monde virtuel qui permet à chaque abonné de créer un avatar, un double numérique en quelque sorte, qui vivra dans ce monde proche d'un univers capitaliste, avec son économie, sa place de marché et sa monnaie (virtuelle, mais aussi réelle), d'où son surnom de Monopoly du 21^{ème} siècle.

D'autres lieux virtuels ont été créés par IBM, mais ils restent réservés aux employés qui rejoindront Second Life. C'est déjà le cas pour 800 d'entre eux ? dont le patron ? sur les 330.000 employés que compte Big Blue.



Source IBM

Mais pourquoi IBM expérimente-t-il les mondes virtuels, des environnements qui semblent bien ludiques ?

Il semble que le géant de l'informatique étudie de très près la possibilité de créer des lieux d'échange, de partage, de communication, où des milliers d'employés, mais aussi de partenaires ou de clients pourraient se retrouver, accéder à l'information.

La formation, la maintenance, le conseil pourraient y trouver leur compte, et même un regain de productivité en profitant de l'immersivité d'un monde en 3D.

Intel, Sun, Toyota ou Adidas ont d'ailleurs précédé IBM et créé leurs propres mondes virtuels sur Second Life?

Le monde de Second Life : <http://secondlife.com/>