

Virtuel

Le métavers, un terrain qui ne fait pas (encore?) l'unanimité

Les transactions immobilières dans le métavers ont fait le buzz cette année. Qu'en est-il en Suisse? Le point de la situation avec des acteurs du domaine.

Mélanie Blanc

En juin, les premiers appartements du quartier des Plaines-du-Loup, à Lausanne étaient livrés. Ce quartier, souvent décrit comme un des écoquartiers les plus ambitieux de Suisse, voyait 200 premiers habitants investir leur logement. A terme, cette zone devrait accueillir plus de 10'000 personnes. Imaginez que, chaque fois qu'un nouvel habitant reçoit les clés de son logement, il obtienne en même temps un code numérique unique lui permettant d'accéder à la réplique digitale de son logement... dans le métavers.

Une utopie? Pas vraiment. A Dubai, c'est ce que le géant de l'immobilier Damac promet déjà aux propriétaires d'une surface dans une de ses nouvelles tours. Selon le directeur du groupe, il s'agit de «créer un sens de la communauté», comme il l'affirmait récemment dans une interview accordée à la chaîne de télévision CNN. Si votre quartier ou votre immeuble était répliqué dans le métavers, vous pourriez, par exemple, organiser des fêtes entre voisins sans vous déplacer. Vous pourriez aussi assister à une réunion de PPE alors que vous seriez tranquillement allongé sur un transat à l'autre bout du monde en train de siroter un cocktail.

L'utilité n'est plus une finalité

Si certains ne voient pas du tout l'intérêt, Guillaume Helleu, cofondateur du studio de création Web3 Hint3rland, se veut plus prudent. «En 2013, nous avons observé une rupture totale avec la première vente d'objets cosmétiques, les skins, au sein d'un jeu vidéo. Avant, il fallait qu'un objet ait une utilité pour qu'il se vende sur Internet. Celui-ci devait par exemple permettre à votre avatar d'être plus fort ou d'avancer plus

vite. Des jeux comme Fortnite ont tout changé puisque les gens achètent désormais des objets qui ne servent à rien, si ce n'est à se créer une identité numérique, à exprimer sa personnalité en ligne», poursuit l'expert. Pour Guillaume Helleu, exposer une belle maison dans le métavers va dans le même sens. «On ne va pas habiter ce bien immobilier. Ce n'est pour l'instant qu'un objet ostentatoire qui n'a pas encore d'usage.»

Nicole Wieting-Kaelin est responsable marketing chez Properti, une société qui offre des services visant à simplifier tous les processus liés à la commercialisation et à la gestion des biens immobiliers. Si cette entreprise est très orientée technologie, elle n'est pas encore active dans le métavers. Mais la responsable marketing suit le sujet de très près, persuadée que cette question sera centrale pour les acteurs de son secteur dans quelques années. «Il va y avoir un mélange entre le monde physique et le monde digital dans un avenir proche, affirme Nicole Wieting-Kaelin. La nouvelle génération (ndlr: la génération Z née à partir des années 2000) a l'habitude de vivre dans ce monde digital plusieurs heures par jour. Pour elle, cela sera une évidence.»

Et pas que pour la génération Z d'ailleurs. «Pendant la crise du Covid, s'il était possible de visiter des propriétés en ligne, il manquait l'interaction humaine. Les gens veulent pouvoir avoir des contacts avec d'autres personnes. Dans le métavers, c'est possible car tout le monde peut se connecter en même temps et se retrouver au même endroit depuis n'importe où sur la planète. Ensemble, ils peuvent alors visiter virtuellement une propriété tout en interagissant.»

Ira, ira pas...

Nico Müller est conseiller stratégique chez Wüest Partner. Depuis quelques mois, il observe que les clients du groupe de conseil en immobilier demandent de plus en plus ce qu'il se passe sur ces plateformes. «Nous avons voulu analyser le marché nous-mêmes, explique le conseiller. Nous avons commencé à étudier le métavers The Sandbox, qui est très populaire. On a répertorié toutes les transactions sur ce métavers. Comme tout est basé sur la technologie de la blockchain, les échanges sont publics. On voit quels prix sont payés à quel endroit. On a constaté que



Les règles du métavers sont encore sans logique. Certains emplacements se vendent très chers et d'autres à des prix modérés. GETTY IMAGES

«Il va y avoir un mélange entre le monde physique et le monde digital dans un avenir proche. La nouvelle génération a l'habitude de vivre dans ce monde digital plusieurs heures par jour.»

Nicole Wieting-Kaelin, responsable marketing chez Properti

«On voit quels prix sont payés à quel endroit. On a constaté que quelques transactions étaient très chères alors que d'autres étaient très bon marché. Il n'y avait pas vraiment de logique. C'est sûrement dû au fait qu'il y a un vrai engouement autour de ce sujet. Il n'est donc pas encore possible d'établir un modèle de régression multiple comme on peut le faire dans le monde réel.»

Nico Müller, conseiller stratégique chez Wüest Partner

quelques transactions étaient très chères alors que d'autres étaient très bon marché. Il n'y avait pas vraiment de logique. C'est sûrement dû au fait qu'il y a un vrai engouement autour de ce sujet. Il n'est donc pas encore possible d'établir un modèle de régression multiple comme on peut le faire dans le monde réel.»

Acteurs suisses prudents

Mais alors, qui sont les acteurs suisses actifs sur ce marché? «Nous ne pouvons pas le savoir, répond Nico Müller. Si chaque transaction est publique, on ne peut en revanche pas savoir qui se cache derrière. Ce qui est sûr, c'est que le marché NFT a atteint une certaine popularité en Suisse.»

Louis Vuitton, Gucci, Burberry, Adidas, Sotheby's ont fait grand bruit dans les médias en annonçant avoir acquis des terrains dans le métavers

pour construire des surfaces événementielles et commerciales. Mais qu'en est-il du côté des entreprises helvétiques? On se souvient que la Banque cantonale vaudoise (BCV) avait fait le buzz en annonçant avoir créé un bâtiment, et même une île, dans le monde virtuel Second Life pour présenter les activités de la banque ainsi que des expositions issues de sa collection d'art. C'était en 2007. Cette fois, la BCV ne semble pas vouloir réitérer l'expérience. N'a-t-elle pas été concluante? La banque ne croit-elle plus dans les opportunités que peuvent offrir ces nouveaux mondes virtuels? Jean-Pascal Baechler, du service de communication de la banque vaudoise, nous répond brièvement par e-mail: «Nous suivons bien entendu tous les développements en matière de technologie digitale. En ce qui concerne le métavers, nous n'avons pas aujourd'hui

Le secteur immobilier en mode observation

● En sollicitant les entreprises actives dans l'immobilier en Suisse, toutes nous répondent à peu près la même chose: curieuses mais pas encore actives. «Les métavers, comme toutes les nouveautés, font partie de notre veille sur l'innovation et les technologies. Mais nous n'avons actuellement aucun projet concret ni d'investissement sur une plateforme de métavers», déclare Serge Mercier, responsable marketing et communication chez de Rham avant de poursuivre: «A la question de savoir si nous y croyons ou pas, nous laissons le soin aux

métavers de nous convaincre qu'il s'agit d'un investissement intelligent. L'avenir nous le dira...»

Nous recevons à peu près la même réponse de la part d'Implenia: «Dans le contexte de la digitalisation du secteur immobilier, nous observons, parmi divers autres sujets, les développements dans le domaine du métavers. Pour le moment, nous ne prévoyons pas d'investissements dans ce domaine.»

Chez Bernard Nicod, on nous dit aussi être intéressé par le sujet. Sans qu'on ait pu obtenir plus de détails.

MBL

Le métavers, c'est quoi?

Le métavers est un méta-univers, soit un univers virtuel en 3D dans lequel les gens peuvent vivre, interagir, travailler, consommer grâce à des avatars, des personnages virtuels. Il existe plusieurs plateformes de métavers. Les plus connues sont Decentraland et The Sandbox. Chaque plateforme mixe tout ce qu'il est possible de faire en ligne: réalité virtuelle, vidéos en

streaming, jeux vidéo, intelligence artificielle, vidéos conférences, réseaux sociaux,...

Dans le Web3, les transactions se font en cryptomonnaie. La base de la finance dans ces mondes est la blockchain. Les NFT (jetons non fongibles) servent à prouver la propriété d'un bien et ne peut pas être falsifié.

MBL

de projet concret. Et en ce qui concerne Second Life, il s'agissait simplement à l'époque d'une expérience dans un domaine entièrement nouveau.»

Horlogerie en avant

Du côté des marques de luxe suisses, c'est de l'horlogerie qu'il semble y avoir des tentatives d'investissement dans le métavers. Si plusieurs marques vendent des montres en version digitale grâce à la technologie des NFT, l'une d'elles a fait un pas supplémentaire en créant un lieu dans le métavers. La marque IWC annonçait en effet fin mars ouvrir un espace virtuel communautaire imaginé par l'architecte Hani Rashid. Cet espace appelé IWC Diamond Hand Club permet à ses membres d'assister à des expériences exclusives dans le monde réel et dans le monde virtuel.

Sur CNN, le responsable de LandVault, considérée comme la plus grande société immobilière du métavers, expliquait il y a quelques mois à quel point il était important de se mettre à la place des jeunes générations. «Au lieu de regarder la télévision, ils jouent à des jeux vidéo. Ce sont des citoyens du métavers et les marques aujourd'hui doivent comprendre cela ou elles ont de fortes chances de ne plus intéresser personne.»

Guillaume Helleu, en tant que Web3 stratège, fait aussi partie des enthousiastes. «Les 5 à 10 prochaines années vont être passionnantes. Jusqu'ici, les gens ne vont pas dans le métavers car il n'y a rien à y faire. Seulement 1% de ce qui est fait sur ces plateformes est intéressant. L'éclatement de cette bulle spéculative pourrait rebattre les cartes.» Prêt à passer aux choses sérieuses?