

VIRAGE À 360°

Technologie, culture, mobilité... La Belgique est un nid d'innovateurs. Les génies qui y naissent aujourd'hui mèneront les révolutions de demain. Cette semaine: la réalité virtuelle. Une série en partenariat avec BX1.

Vous ne connaissez sûrement pas son nom, pourtant il est le cerveau créatif d'une des agences médias les plus innovantes de Bruxelles. Au milieu de l'été 2015, Jean-Louis Decoster, 36 ans, a créé sa propre start-up, le studio Poolpio, afin de se consacrer entièrement à son dada: la vidéo à 360 degrés, conçue pour proposer des expériences de réalité virtuelle à des marques, des médias ou des organisateurs d'événements. *"En développant nous-mêmes nos propres caméras, nous avons créé la première campagne de sensibilisation " immersive " de la Ligue Braille", explique Jean-Louis. Concrètement, la vidéo permet de se plonger dans la vue d'une personne malvoyante, atteinte d'une rétinopathie diabétique ou de la cataracte. Avec un réalisme hors du commun.*

Comme lui, ils sont quelques pionniers, à Bruxelles, à former un fragile écosystème autour de ce nouveau média. Chacun y va de sa spécialité: la start-up bruxelloise Ouat se focalise sur l'industrie pharma, en proposant un logiciel permettant aux ingénieurs de modéliser leur future ligne de production. La société Nozon, quant à elle, a créé Presenz, une technologie qui améliore le rendu panoramique des casques VR (pour virtual reality), et donc la sensation d'immersion. Mais cette fièvre entrepreneuriale gagne aussi la Wallonie. À Namur, Vigo Universal, une société spécialisée dans le gaming, a ainsi développé une application pour l'Euro Space Center, en envoyant littéralement les visiteurs sur la Lune ou sur Mars. Mieux: lors de la dernière reconstitution de la bataille de Waterloo, Immersia films, une jeune entreprise verviétoise, a posé sa caméra 360° au milieu de l'action. En résulte un film hyperréaliste de six minutes, qui permet de revivre la bataille en se déplaçant parmi les soldats. *"Le prix des caméras est élevé et nous ne sommes qu'une poignée à filmer en VR, confie Jean-Louis Decoster. Mais les possibilités sont énormes: comme la TV dans les années 50, c'est un média qui va réinventer l'expérience utilisateurs, autour de l'émotion et des sensations. Du coup, on se sent un peu comme des cow-boys partis à la conquête du Far West!"*

DE SPECTATEUR À TÉMOIN

Dès cet automne, les rayons des magasins vont se garnir d'une multitude de casques de réalité virtuelle comme l'Oculus Rift de Facebook ou le Playstation VR de Sony. Après avoir mis au placard son fameux projet "Google Glass", il y a deux ans, Google aussi a mis un pied dans cet

te technologie à la faveur du "Cardboard", un casque en carton dans lequel s'insère un smartphone pour offrir une expérience de réalité virtuelle bon marché. Le géant américain pourrait désormais servir de vrai détonateur: il vient de présenter sa propre plateforme, "Daydream", proposant une expérience haute définition sur la plupart des smartphones Android existants. Parmi ses premiers partenaires: Netflix, Ubisoft et... le *New York Times*. Le célèbre quotidien a ainsi distribué plus de 1,3 million de visionneuses Google à ses abonnés pour regarder, en réalité virtuelle, une vidéo en 360 degrés sur les enfants réfugiés en mer Méditerranée. Jake Silverstein, rédacteur en chef du *New York Times Magazine*, exprimait mi-mai l'impact de la réalité virtuelle sur le métier: *"Cela change ce que signifie être témoin d'un événement"*. Une expérience de journalisme immersif également testée par la BBC, en juin dernier, sur le même thème: un reportage en VR montrant la vie dans un camp de réfugiés syriens à Calais.

"COMME LA TV DANS LES ANNÉES 50, CETTE NOUVELLE TECHNOLOGIE VA RÉINVENTER LA NOTION DE SPECTACLE."

Au-delà des jeux vidéo, l'industrie du divertissement - sous toutes ses formes - entend s'emparer de cette technologie. Ainsi, VR Bangers, une société spécialisée dans le X filmé à 360 degrés, s'est associée à une start-up britannique pour offrir du contenu pornographique aux clients des hôtels de Las Vegas. Pour 20 dollars, l'entreprise propose un compagnon de sexe masculin ou féminin, qui rejoint le client dans une réplique de sa chambre recréée par ordinateur. À Amsterdam, une première salle de cinéma en réalité virtuelle vient d'ouvrir. Au programme: casques de réalité virtuelle et sièges pivotants. Et déjà un concurrent américain, The Void, ambitionne d'ouvrir des salles de cinéma en réalité virtuelle dans le monde entier. La société a même un partenariat avec Sony Pictures pour la sortie du remake de *SOS Fantômes*.