

**➤ Multimédia****La réalité augmentée
Quand virtuel et réel
s'entremêlent**

La réalité augmentée fait le buzz en cette fin de l'année. Cette « technologie », qui permet de capter les éléments du réel et de les intégrer dans un environnement virtuel, déferle dans de nombreux secteurs grâce aux téléphones portables et aux webcams.

L'IDÉE n'est pas à proprement parler de créer un monde virtuel, mais plutôt d'insérer des éléments potentiels dans le monde réel et de proposer aux utilisateurs d'interagir avec ces objets imaginaires. Développée jusqu'à présent à l'intention de publics spécialisés (les simulateurs de vols pour les aviateurs, la 3D au cinéma...), la technologie se démocratise à vitesse grand V.

Les enfants sont évidemment des cibles privilégiées de cette influence. C'est ainsi qu'à l'occasion de la sortie, le 2 décembre, du film de Luc Besson, « Arthur et la vengeance de Maltazard », et des 25 ans de Chocapic, le paquet de petit déjeuner est transformé en une plate-forme de jeu vidéo 3D pour faire sortir Bétamèche du monde des Minimoys. Une révolution dans le secteur du conditionnement. De la même façon, une affiche de publicité, dans la rue, pourra, une fois scannée par un téléphone portable, se transformer en un support interactif détaillant le produit et vantant ses mérites.

Jouer, c'est acheter. L'immobilier s'intéresse beaucoup à la réalité augmentée. MeilleursAgents.com a lancé la première application immobilière française, qui offre de connaître le prix du mètre carré pour chaque immeuble résidentiel de Paris et d'Île-de-France directement au travers de la caméra de son téléphone mobile (sur iPhone 3GS). Et bientôt, en filmant avec son téléphone les rues d'une ville, s'afficheront non seulement les appartements à vendre mais les restaurants, les distributeurs automatiques de billets les plus proches, etc. Une autre stratégie est d'inviter les futurs acheteurs à « jouer », au sein de l'agence immobilière, sur une table tactile. Réalisé par [After-Mouse.com](#), le premier logiciel tactile « multi-touch » du marché met le client en immersion totale dans son projet d'achat et lui offre de visiter son futur logis en manipulant des images du bout des doigts, tout en bénéficiant des avis du professionnel.

Les magasins de meubles et de décoration ne sont pas en reste. La marque suédoise Ikea vous invite à devenir votre propre architecte d'intérieur en téléchargeant (PC uniquement) l'outil de conception 3D. On peut ainsi choisir un ameublement adapté aux dimensions de son logement, essayer différentes combinaisons, déplacer les éléments et imprimer les options retenues. Plusieurs constructeurs automobiles invitent, de la même façon, à s'installer dans l'intérieur de leur voiture.

Voyages, voyages. Envie de tester la chaussure à roulettes chez vous ? C'est possible grâce au partenariat de Go Sport et de la marque américaine Heelys; il suffit de placer la quatrième de couverture du catalogue de l'enseigne ou sa photocopie devant sa webcam, pour « essayer » la chaussure en la faisant virtuellement rouler en 3D, sauter et éviter les obstacles d'un parcours urbain. On peut aussi télécharger la page du parcours sur le site [www.go-sport.com](#).

Le secteur touristique s'intéresse également à cette nouvelle technologie. Dans les musées, les audioguides traditionnels vont laisser la place à des terminaux offrant des animations plus in-



teractives avec le public, offrant par exemple le « scan » d'une œuvre. Une expérience de fusion d'une table d'orientation avec un télescope optique a été expérimentée au sommet de l'Arc de triomphe, à Paris, afin d'apporter différents niveaux de lecture et d'interprétation du paysage urbain. Les informations s'affichent directement sur l'objet, le monument ou la rue. Mieux encore, on se projette dans le passé en découvrant des monuments disparus, comme le palais des Tuileries.

Les projets ne manquent pas. Comme Eyepet, développé par Sony, un adorable animal de compagnie qui entre en interaction avec vous et votre environnement, ou Kweekies, un jeu pour téléphone portable développé par la société Int13 et prévu également pour cet hiver, qui permet de faire « naître » et de manipuler des petites créatures. En



France, la société Total Immersion a déjà lancé la version 2 de ce qui a été, l'année dernière, la première attraction au monde à avoir été réalisée intégralement sur le principe de la réalité augmentée : « Les animaux du futur », au Futuroscope. À bord d'un véhicule d'expédition, muni de jumelles et d'un bracelet capteur, on se déplace au milieu de créatures qui pourraient peupler la Terre dans 5 à 200 millions d'années. Le futur est-il déjà pour aujourd'hui ?

> MOSTEFA BRAHIM

Le premier livre

L'éditeur Nathan a damé le pion à ses concurrents en intégrant la réalité augmentée au livre. « Dokéo - Comprendre comment ça marche ! », destiné aux enfants dès 9 ans, détaille le fonctionnement de 250 objets, appareils et machines de tout poil, du GPS au four à micro-ondes, de l'Escalator à la navette spatiale. Treize de ces objets et 4 films (la domotique, le tableau blanc interactif, le robot trayeur, la navette spatiale) s'animent en 3D sur l'ordinateur. Une fois le logiciel téléchargé (www.dokeo-commentca-marche.com), la page, filmée par une caméra, apparaît sur l'écran ; les objets ou les personnages se détachent du livre pour apparaître en 3D et en mouvement.

Prix du livre : 24,90 euros ; prix du coffret livre + webcam : 39,90 euros.