



« Le Monde » du 20 juin a coûté 10 centimes de moins aux 30.000 premiers lecteurs. En cause : une erreur d'impression (1,20 euro, au lieu de 1,30). Et quand c'est écrit, c'est écrit... PHOTO ROGER MILUTIN.

**Publicité** / Les avatars vont voyager plus facilement et plus vite

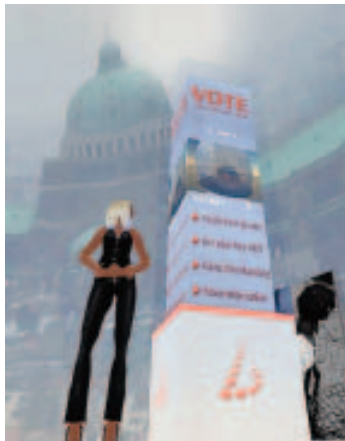
# Brussels Airlines sur Second Life

**BELLE OPÉRATION** pour la compagnie aérienne belge, qui offre un service nouveau dans le monde virtuel.

Une bonne nouvelle pour tous nos avatars : désormais, la compagnie aérienne Brussels Airlines est présente sur Second Life, le monde virtuel en ligne qui permet à chacun de se créer un personnage, appelé avatar. La présence d'une marque commerciale sur ce site n'a rien d'original. C'est même devenu un must pour toute société qui prétend rester dans le coup, de Reebok en passant par Jean-Paul Gautier et l'ambassade de Suède.

Brussels Airlines parvient pourtant à innover de fort belle façon, en donnant aux habitants de Second Life la possibilité de voya-

ger plus facilement dans ce monde virtuel. Concrètement, la compagnie aérienne belge a disposé, sur une vingtaine d'îles bien fréquentées, des bornes interactives sur lesquelles les habitants peuvent voter pour établir le classement des endroits qu'ils préfèrent. Ces bornes offrent également des raccourcis qui permettent de se rendre directement vers les îles plébiscitées. Cerise sur le gâteau, Brussels Airlines permet de voyager plus vite d'une île à l'autre. Sur le site b-places.com, on trouve un classement, actualisé en temps réel, des lieux qui recueillent le plus de voix.



**DES BORNES** interactives pour choisir ses endroits préférés et s'y rendre : belle idée. PH. D.R.

Bornes et site sont évidemment aux couleurs de la compagnie et en un clic, l'avatar curieux peut se retrouver sur le « vrai » site. Le service créé pour Brussels Airlines dans Second Life émane de l'agence interactive Emakina et a été mis au point par l'agence

Bluepill Group, spécialiste des mondes virtuels. « Le système de recherches qu'offre Second Life jusqu'à présent n'est pas très performant, explique Frank Gaugel, de Bluepill Group. Avec ses bornes, Brussels Airlines rend service aux utilisateurs de Second Life. Pas de doute que l'internaute qui est derrière associera la marque à quelque chose de positif dans la vraie vie. Au moment de réserver un voyage, il ira sans doute vérifier ce que Brussels Airlines lui offre ».

Grâce à cette opération, Brussels Airlines peut s'attendre à une augmentation de sa notoriété auprès du grand public. Mais il ne faut pas se faire d'illusion : ce gain est plus dû au fait que les médias classiques en parlent qu'à la présence sur Second Life en soi. La compagnie aérienne espère également des retombées en aval : le passage des avatars sur son site et ses bornes va lui permettre d'enrichir sa base de don-

nées, de proposer sa newsletter et de créer un réseau autour de sa marque.

Une chose est sûre : Second Life n'est pas (encore) un média de masse. La preuve vient de la société Linden Lab, fondatrice de Second Life, qui a sorti les chiffres de fréquentation. Si plus de 7 millions de personnes dans le monde

« Des projections montrent que d'ici 2011, 80 % des internautes actifs auront créé un alter ego dans un monde virtuel »

ont un jour créé leur alter ego, seul un million d'entre eux est réellement actif. La plupart des avatars se découragent après sept heures d'utilisation. Ces deux derniers mois, 6.300 avatars belges ont bougé sur Second Life. De quoi fouetter un chat ?

« Ces chiffres doivent être nuancés par le fait que, d'un point de vue marketing, ces quelque 6.000 personnes représen-

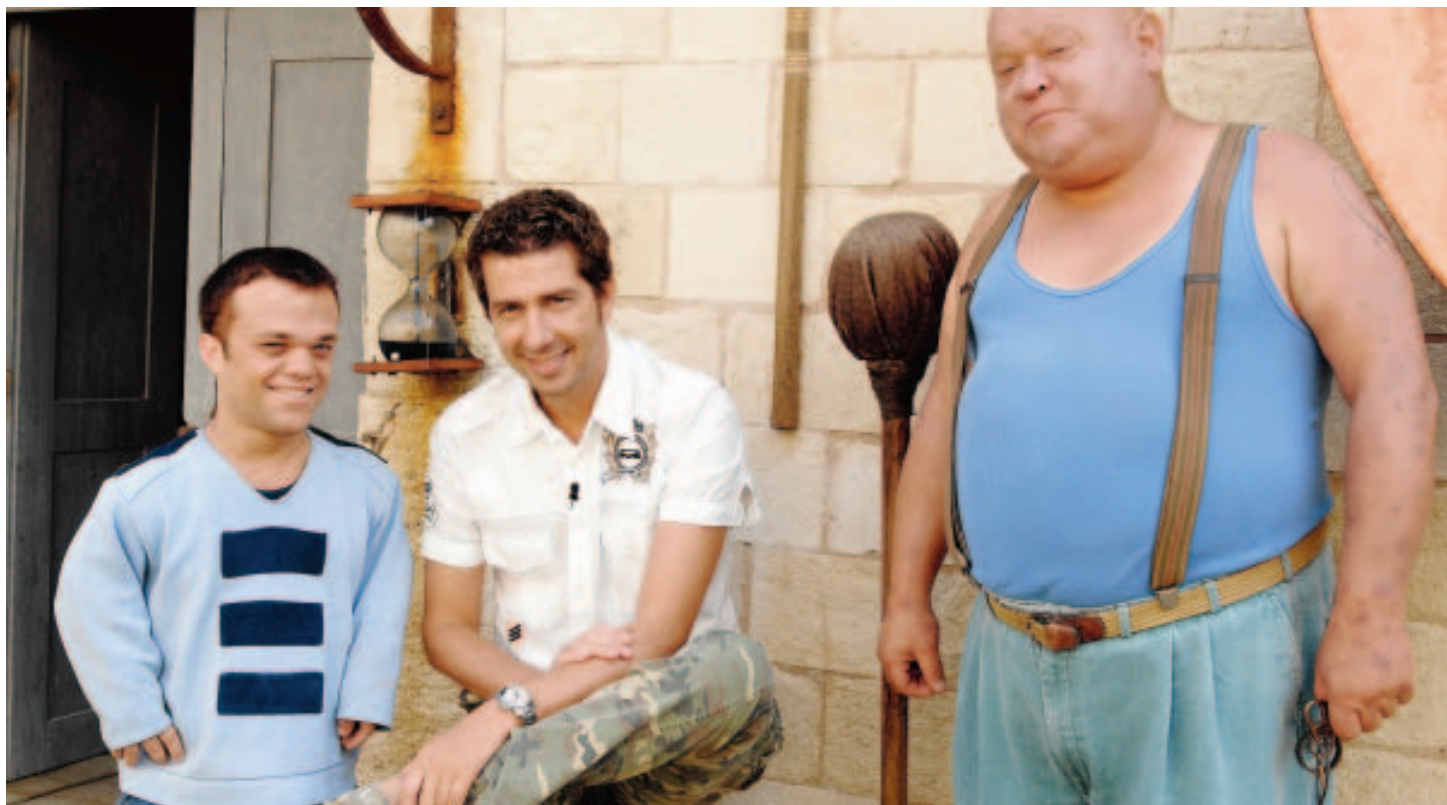
tent une cible intéressante, estime Frank Gaugel. La majorité a entre 15 et 35 ans et un niveau d'éducation élevé. Ce sont des personnes qui passent beaucoup de temps sur Second Life et sur Internet de façon générale et qui sont difficiles à atteindre par d'autres canaux. Il est vrai que Second Life et les autres mondes virtuels ne touchent pas encore une masse de gens, mais des projections montrent que d'ici 2011, 80 % des internautes actifs auront créé un alter ego dans un monde virtuel et que 80 % des plus grandes entreprises mondiales y auront investi. Aujourd'hui, 3.000 employés d'IBM travaillent non-stop sur cette question du virtuel et des plates-formes en 3D. Brussels Airlines et les sociétés qui saisissent dès aujourd'hui ces opportunités auront de l'avance sur les autres au moment de l'explosion, inévitable, de ce genre de sites », conclut le spécialiste des mondes virtuels. ■ ISABELLE DRESSE

**Télévision** / RTL-TVI vient juste de tourner les émissions qui seront diffusées au printemps prochain

## « Fort Boyard » belge, clap, deuxième !

Attention, P.A.T. dans cinq minutes ». Autrement dit, prêts à tourner. Et effectivement, quelques poignées de secondes plus tard, tout le personnel non indispensable, sur les 120 membres de la production, est prié de quitter les parties visibles de l'édifice. Place à Jean-Michel Zecca, Sandrine Dans et aux candidats belges de Fort Boyard.

Pendant trois jours cette semaine, c'est en effet RTL-TVI qui a pris possession du fort construit en 1804 par Napoléon pour protéger la rade de Rochefort (et la Charente en général) de la flotte anglaise. Pour la deuxième édition belge de cette célèbre émission, qui a vu le jour en France il y a dix-sept ans. Cette deuxième salve noir-jaune-rouge est légèrement différente de la précédente. Cette fois, plus de vicomte de Tribouriau (alias Jean-Paul Andret) en vigie, mais le véritable père Fouras. On retrouve par ailleurs les maîtres des ténèbres, absents de la première édition. Pourquoi ces changements ? « Contrairement à d'autres nationalités qui ne connaissent pas l'émission d'origine, les téléspectateurs belges, eux, sont habitués au Fort Boyard français et étaient un peu désarçonnés par les modifications que nous avons introduites », admet-on à RTL-TVI. La chaîne a donc rectifié le tir. Mais elle a choisi de garder son format



**JEAN-MICHEL ZECCA** a pris pendant trois jours ses quartiers à Fort Boyard. Sous la surveillance attentive de La Boule, sonneur de gong et géolier de service pour les candidats malchanceux. PHOTO EZEQUIEL SCAGNETTI/RTL.

plus court - 52 minutes au lieu de 90.

Sur un rythme endiablé, les tournages se sont succédé. Un numéro spécial « hommes et femmes politiques », avec Paul Furlan (PS), Jean-Marc Nollet (Ecolo), Frédérique Ries (MR) et An-

ne Delvaux (CDH). Mais d'autres avaient un enjeu personnel, celui de rapporter de l'argent pour leur association. Neuf équipes de trois candidats se sont donc frottées aux tigres de Felindra, aux cages de La Boule, aux défis des maîtres des ténèbres et aux épreuves et aventures corsées - avec les bestioles diverses que l'on connaît. Et, autre nouveauté, ils étaient aidés cette année par deux « peuples », dont au moins une personnalité de RTL-TVI.

### Bonheurs et déceptions

Se sont ainsi prêtés au jeu : Béa Diallo et Charlotte Baut, Grégory Willocq et Caroline Fontenoy, Tom et Nancy, Dominique Demoulin et Jean Barbera, Jacques van den Biggelaar et André Lamy, Mario Del Rio et Didier de Radigès, Philippe Malherbe et Gene Thomas, Jonatan Cerrada et Hakima Darhmouch, Sandrine Corman et Dante Brogno.

Qui a dû faire quoi ? Qui a gagné quoi ? Silence absolu jusqu'à la diffusion, pour ne pas gâcher le plaisir. On dira juste qu'il y a

eu des très, très déçus et des très, très heureux. Pour en savoir plus, il faudra attendre la diffusion, au printemps 2008, des dix épisodes tournés - pas question de les passer maintenant, en même temps que le Fort Boyard de France 2 et ce n'est pas franchement un programme d'hiver.

Cela dit, gros et petits gagnants sont repartis avec une image en tête : celle d'une équipe de production française hyper professionnelle, montant et démontant le matériel en un temps record, débranchant les caméras dès la fin de la prise pour aller immédiatement se rebrancher, pendant qu'une autre équipe tourne, à un autre point bien précis parmi les milliers de kilomètres de câbles... Et le tout dans la bonne humeur, qui plus est. Petite précision : c'est la même équipe de production pour les 24 pays qui sont déjà venus réaliser leur propre version du jeu - la postproduction est ensuite réalisée en coproduction avec la chaîne concernée, ici RTL-TVI.

Une efficacité et une technicité

qui n'enlève rien à la magie de pénétrer dans le fort, interdit au public. ■ AGNÈS GORISSEN

BREF

### PRESSE

« Les Echos » : LVMH négocie

LVMH a annoncé jeudi être « entré dans une phase de négociation exclusive avec le Groupe Pearson susceptible de conduire à l'acquisition du Groupe Les Echos ». Le groupe a assuré que si la cession du quotidien économique devait avoir lieu, il inclurait dans l'accord des dispositions assurant son « indépendance éditoriale ». Cette officialisation intervient alors que la veille, le quotidien Les Echos était absent des kiosques en raison d'un mouvement des journalistes contre la vente éventuelle du journal au groupe de luxe de Bernard Arnault, déjà propriétaire du quotidien économique La Tribune. (afp)

### « Libération » respire

Le président du directoire du quotidien Libération, Laurent Joffrin, affirmait jeudi dans un entretien au Monde que la « survie » de son quotidien « n'est plus en jeu » et pense que la ligne éditoriale pendant la campagne a fait « revenir » des lecteurs. « La survie du quotidien n'est plus en jeu », déclare M. Joffrin, arrivé il y a six mois aux commandes du journal, dont les ventes en kiosque ont progressé de 9,3 %. (afp)

### LA LOTERIE



Tirage du 21/6/2007  
Kenophone : 0900/22880

4	9	13	16	20
24	29	30	33	35
36	44	47	49	50
53	60	64	65	72



Tirage du 21/6/2007

9	0	2
---	---	---

La loterie nationale signale que les lots inférieurs à 75 euros sont payables dans les centres Lotto/Joker. Ces résultats sont donnés sous réserve. Les résultats définitifs seront disponibles dans votre centre Lotto/Joker.

**mativa**  
meubles design & classic

**LIQUIDATION TOTALE ESPACE DESIGN**  
jusqu'au 31 juillet 2007 avant transformations

Profitez de votre passage à Ben-Ahin pour visiter notre 2<sup>ème</sup> magasin **Mativa Classic** à 3km. Toutes les grandes marques de mobiliers classiques aux prix les plus bas toute l'année. La livraison et les conseils **gratuits**.

MATIVA DESIGN [www.meublesmativa.be](http://www.meublesmativa.be) MATIVA CLASSIC  
du lundi au vendredi : 10h-12h, 13h30-18h30 du lundi au vendredi : 9h30-12h, 13h30-18h  
le samedi : 10h-18h le samedi : 10h-12h, 13h30-18h  
Av. de Beaufort, 15 - Ben-Ahin (Huy) Av. du Bosquet, 31 - Ben-Ahin (Huy)  
tél. 085 23 42 27 tél. 085 21 59 06