

Voyagez dans Second Life avec Brussels Airlines

BRUXELLES, 20 JUIN 2007 - Grâce à Brussels Airlines, les internautes du monde entier peuvent désormais élire et visiter facilement les meilleures îles de Second Life, le célèbre univers virtuel qui rassemble plus d'un million d'utilisateurs à travers la planète.

Dès aujourd'hui, vous rencontrerez dans Second Life de nouvelles bornes interactives installées sur une vingtaine d'îles sélectionnées par Brussels Airlines. Ces bornes vous permettent de voter pour votre île favorite.

Sur le site [b.places](http://www.b.places.com) (www.b.places.com), vous trouverez un classement, actualisé en temps réel, des lieux qui recueillent le plus de voix. Un lien direct vous transportera directement vers chacune de ces destinations à l'intérieur même de Second Life. Vous pouvez également y proposer des coups de cœur personnels que vous avez peut-être découverts au hasard de vos pérégrinations dans cet univers parallèle. Ambition de [b.places](http://www.b.places.com) : devenir un véritable guide des "places to be" pour l'ensemble des habitants de Second Life.

Par ailleurs, les bornes interactives vous fournissent gratuitement un HUD ("Heads-Up Display"). Cette fenêtre spéciale s'ajoute à l'interface traditionnelle de Second Life et vous offre des raccourcis vers les îles plébiscitées sur [b.places](http://www.b.places.com). Le HUD de Brussels Airlines vous permet également de voler plus vite dans Second Life.

"La rapidité et l'efficacité du service sont deux valeurs fondamentales de notre compagnie aérienne, explique Audrey Benoit, Head of e-Business chez Brussels Airlines. Nos clients doivent trouver facilement le chemin le plus rapide vers la destination de leur choix. Aujourd'hui, nous appliquons ce même engagement à Second Life en guidant les utilisateurs vers les meilleurs endroits à visiter au sein

de cet immense univers virtuel. B.places se positionne comme un véritable service de voyage... tout comme Brussels Airlines dans le monde réel. Pour nous, il s'agit d'une fantastique opportunité pour attirer de nouveaux clients hors des frontières belges grâce au caractère cosmopolite de Second Life, qui réunit des internautes issus du monde entier. Notre ambition est donc internationale."

"Nous voyons actuellement la montée en puissance des mondes virtuels comme Second Life ou World of Warcraft, explique Grégory Heeren, Account Manager au sein de l'agence Emakina qui a conçu cette campagne en collaboration avec bluepill Group. Les marques ne peuvent ignorer plus longtemps ces communautés qui comptent des millions d'adeptes et qui forment de véritables mondes parallèles. Avec ce projet, nous voulons apporter une véritable valeur ajoutée aux citoyens de Second Life et ne pas nous contenter de jouer sur l'effet de mode comme le font d'autres annonceurs."

Quelques faits et chiffres à propos de Second Life

- Créé en 2003 par Linden Lab, Second Life est un univers en 3D qui vous permet de vivre une "seconde vie" en créant votre alter ego virtuel ("avatar"). Originalité de Second Life: la majeure partie de son univers est créée par les habitants eux-mêmes qui organisent chaque jour conférences, concerts, débats politiques, expositions...

- Second Life possède sa propre monnaie, le Linden Dollar, entièrement convertible en véritables dollars américains. La micro-économie de Second Life compte de nombreux vendeurs qui gagnent leur vie en proposant des biens et services virtuels aux autres résidents de Second Life. Le volume des transactions atteint ainsi quelque 5 millions de Linden Dollars chaque mois.

- Plus de 6 millions d'avatars ont déjà été créés dans Second Life. Une étude du cabinet comScore a récemment révélé qu'environ 1,3 million de personnes ont

téléchargé le logiciel de Second Life et s'y sont connectés en mars dernier. 61% de ces utilisateurs étaient en Europe, contre 19% en Amérique du Nord.

- Le cabinet de consultance Gartner estime que, fin 2011, 80% des internautes les plus actifs sur la Toile auront créé un alter ego dans un univers virtuel comme Second Life.

Plus d'info?

Olivier De Doncker
Communication Manager Emakina
E-mail: odo@emakina.com
Tél. : 02/400.40.21
GSM : 0473/96.93.37

Geert Sciot
VP Communication Brussels Airlines
E-mail: geert.sciot@brusselsairlines.com
Tél. : 02/723.84.00
GSM : 0477/77.49.11

A propos d'Emakina

Créée en 2001, Emakina est la première agence interactive indépendante en Belgique. Emakina offre des services en conseil, création, design et technologie à de nombreux clients nationaux et internationaux comme Fortis, Proximus, D'Ieteren, Electrabel, Total, Brussels Airlines ou Wrangler. Depuis le 7 juillet 2006, Emakina est une société cotée en Bourse sur Alternext, segment d'Euronext réservé aux PME en forte croissance (mnemo: ALEMK). L'année dernière, les ventes d'Emakina Group se sont élevées à 8.448.423,21 euros.