

« Nous voulons que les gens comprennent nos technologies et se sentent en sécurité »

Avec 10 milliards de dollars investis annuellement, Meta (ex-Facebook) ne prend pas le développement du metaverse à la légère. Son numéro 3, Chris Cox, promet un futur monde en 3D « mieux encadré » que le puissant réseau social accessible uniquement sur vos écrans.

Avec le metaverse, « au lieu d'assister à un concert uniquement par l'intermédiaire d'une petite boîte, vous êtes propulsé au premier rang pour écouter votre artiste préféré », explique Chris Cox. © D.R.

ENTRETIEN
AMANDINE CLOOT

Ne dites plus Facebook, dites Meta. Empêtré dans les « Facebook Files », le groupe de Mark Zuckerberg s'est offert un nouveau nom il y a quelques semaines. A l'opposé d'une stratégie de diversion, assure son numéro 3, alias Chris Cox, qui chapeaute toutes les applications du groupe (Messenger, Instagram, WhatsApp et Facebook), le metaverse serait le futur - « en mieux » - de l'internet. Logique donc que ceux qui pilotent les réseaux sociaux les plus puissants au monde souhaitent s'y investir pleinement.

Facebook, enfin Meta, annonce en pleine tempête médiatique un changement de nom et des investissements colossaux dans un monde virtuel qui n'existe pas encore... Une tentative de diversion ?

Non. C'est aujourd'hui qu'il faut se lancer en grand. Nous remarquons actuellement une croissance spectaculaire dans toute l'industrie de la réalité virtuelle. Nous sommes persuadés que le metaverse est l'avenir de l'internet, que cet univers permettra des interactions assez incroyables entre les gens. Et il est évident qu'il ne s'agit pas d'un projet né il y a quelques semaines. Une partie substantielle de nos investissements sera consacrée à sa construction (Meta a annoncé un investissement annuel d'environ 10 milliards de dollars, soit 8,8 milliards d'euros, dans le metaverse, NDLR).

Pour le commun des mortels, le concept reste encore très flou...

C'est normal, nous en sommes aux prémices de quelque chose. Il faut d'abord comprendre que le metaverse ne va pas nuire à la « vraie » vie ni lui faire concurrence : il s'agira plutôt d'une meilleure version de ce que nous faisons aujourd'hui sur les écrans. Voyons ce monde comme un internet « moins plat ». Au lieu d'assister à un concert ou à une réunion de travail uniquement par l'intermédiaire d'une petite boîte, vous êtes propulsés au premier rang pour écouter votre artiste préféré et dans la même pièce que vos collègues. Vous « volez » en quelque sorte de lieu en lieu. Vous jouez à un jeu de société avec votre famille dans un environnement qui est presque réel parce que la technologie fait ressentir à votre corps qu'il est là-bas. Vous, vos gestes, votre langage corporel sont perceptibles par les autres joueurs. Internet évoluera en ce sens dans les prochaines années.

Il faudra du temps, non ? Mark Zuckerberg a précisé lors de son annonce, fin octobre, que beaucoup de produits nécessaires au fonctionnement du metaverse « mettraient 10 à 15 ans à être conçus »...

La construction du « hardware » (le matériel, NDLR) est la partie la plus complexe. Pour rendre ce monde possible, il va falloir superposer devant vos yeux plusieurs expériences différentes en même temps, ce qui va nécessiter un nouveau type de verre qui n'existe pas encore. Un tas d'outils optiques sont encore à développer. En réalité, les projets qui sont en cours, et qui pas uniquement chez Meta, vont atteindre un niveau de complexité jamais vu dans le domaine de l'informatique. Cela va prendre du temps, oui, bien sûr. Mais il y a déjà actuellement énormément de progrès réalisés. Quand nous avons acheté Oculus en 2014 (un fabricant de casques de réalité virtuelle, NDLR), nous avions un prototype. Aujourd'hui, des millions de personnes utilisent et s'amuse avec nos appareils... Ce nouveau monde prendra vie, c'est certain.

Pour développer le metaverse, vous voulez engager 10.000 ingénieurs en Europe d'ici à 2026. Pourquoi le Vieux Continent ?

Meta veut être une entreprise internationale, plus internationale. Et donc renforcer sa présence en Europe. Par ailleurs, il y a sur votre marché un grand nombre d'ingénieurs, de développeurs, de « data analysts », de scientifiques... Leur vision doit être prise en considération. Nous leur proposons un endroit assez excitant où venir travailler.

Facebook a déjà du mal à contrôler les discours haineux et les « fake news » en 2D : comment allez-vous vous en sortir dans un monde en 3D ?

Soyons clairs : nous avons fait des progrès sur ces questions et des investissements significatifs également, à raison de 5 milliards de dollars par an. Quarante mille employés sont chargés de lutter contre ces phénomènes. Et les discours haineux sont tombés à 0,05 % du contenu qui circule sur notre plateforme. Ces discours baissent significativement chaque année (selon un rapport publié récemment par Meta, la visibilité des discours haineux aurait diminué de 50 % sur Facebook en 2021, NDLR). Nous rapportons désormais chaque trimestre à ce niveau. Ces progrès, nous les mettons en œuvre aussi pour construire le metaverse. Nous allons réaliser beaucoup de recherches en amont. Meta a déjà annoncé la création d'un fonds de 50 millions de dollars (44,2 millions d'euros) pour mener ces études avec des tiers indépendants : des groupes universitaires, des organismes de défense des droits civiques...

Le metaverse apparaît également comme une formidable opportunité pour collecter des données personnelles de vos utilisateurs encore plus fines et pour ensuite les monétiser...

Les grands principes éthiques qui nous guideront dans la construction du metaverse ont déjà été publiés. Comme indiqué, nous nous entourons d'une communauté académique pour nous assurer de construire ce monde dans la sécurité. Nous venons d'annoncer un grand pas en arrière en décidant d'abandonner la reconnaissance faciale et la destruction des modèles enregistrés sur nos serveurs. Ce qui va dans le sens voulu : nous voulons que les gens comprennent les technologies utilisées et se sentent en sécurité.

Votre patron a répété à plusieurs reprises « qu'aucune entreprise ne possèdera ni n'exploitera le metaverse ». Pourquoi ?

Nous ne sommes pas les seuls intéressés par l'avenir ! Microsoft, Google, beaucoup d'autres y travaillent déjà... Nous leur parlons. Nous travaillons ensemble pour définir des protocoles qui ont du sens. Notre objectif est que cette collaboration avec l'ensemble de l'industrie se fasse au grand jour, à la vue de tous. Internet n'est intéressant que s'il est interconnecté. Internet est construit sur un langage de base, c'était un défi majeur à relever que beaucoup ont oublié, qui a abouti à une compréhension universelle. Ce sera la même chose avec le metaverse. En 3D cette fois, les mêmes challenges vont s'imposer. C'est notre job de faire en sorte que cela fonctionne.

Chris Cox

Chris Cox, 37 ans aujourd'hui, rejoint Facebook en 2005. Ingénieur, diplômé de Stanford, il a contribué à construire les premières fonctionnalités du réseau social, dont le fil d'actualité. Proche de Mark Zuckerberg, il rejoint le comité de direction en 2014 et devient chef produit (en charge des applications du groupe). En 2019, il quitte l'entreprise à la suite de divergences de vues avec le CEO, selon le *New York Times*. Pour se consacrer à des nouveaux projets axés sur le climat, selon Meta. Il reprend son poste dans l'entreprise en juin 2020. A.C.

Des données, toujours plus de données

Le mot a soudainement envahi le langage commun, passionné. Depuis que Mark Zuckerberg a annoncé, fin octobre, le changement de nom de son groupe en Meta ainsi que sa volonté d'investir dans la construction d'un « double numérique » du monde physique, vous mangez du metaverse dès le petit-déjeuner. Le « futur de l'internet » n'a pourtant pas émergé avec les déclarations du patron : Gafa (Google et consorts), géants du jeu vidéo, start-up travaillent à votre immersion dans une réalité virtuelle, augmentée et, bien sûr, marchandisée depuis des années déjà. Le metaverse est un monde en marche, une évolution inéluctable et nous serons très nombreux à progressivement le consommer. Utile ou pas, dommageable ou pas pour la santé, opportunité de développement économique ou pas... A ce stade, les inconnues sont nombreuses.

Comment Facebook tirera-t-il parti de ce nouveau monde connecté ? Ce n'est peut-être pas encore écrit non plus. Comme le rappelle la docteure en sciences et entrepreneure française Aurélie Jean, autrice du livre *Les algorithmes font-ils la loi ?*, il ne s'agit pas de craindre un monopole du réseau social sur le metaverse : trop d'entreprises s'y investissent déjà. Mais de s'inquiéter de ce que Facebook fera de « sa » version du metaverse : « Cela permettra à l'entreprise de collecter de façon plus granulaire et approfondie des données sur nos comportements incluant nos envies, nos préférences ou encore nos opinions sur des sujets divers, par nos comportements toujours plus diversifiés et précis au sein de ses outils », dit-elle.

Mark Zuckerberg a annoncé que certains instruments indispensables à la création de ces nouvelles expériences prendraient 10 à 15 ans à être construits : ce ne sera pas trop long pour que les régulateurs essaient de répondre à la problématique. « Il faut davantage s'interroger sur ce qui va être fait avec ces données, au sein d'algorithmes par exemple, pour orienter toujours davantage les utilisateurs, voire manipuler leurs opinions. La question est avant tout algorithmique », alerte Aurélie Jean. A.C.

