

# CONCLUSION: LA DÉCENNIE RÉALITÉ AUGMENTÉE 5/5

LE 22 AVRIL 2010 MARTIN LESSARD

Est-ce que 2010 sera l'année de la réalité augmentée ? C'est aller un peu vite en affaires. Elle est surtout cantonnée à des expériences marketing pour l'instant. Le vecteur de propagation mainstream sera probablement les applications touchant le « local augmenté », où on pourra s'informer sur un lieu «just-in-time».



Est-ce que 2010 sera l'année de la réalité augmentée ? C'est aller un peu vite en affaires. Elle est surtout cantonnée à des expériences marketing pour l'instant, premier contact pour le grand public. Le vecteur de propagation mainstream sera probablement les applications touchant le « local augmenté », où on pourra s'informer sur un lieu «just-in-time». Conclusion de ma série sur la réalité augmentée.

La réalité augmentée, en reliant un objet à du data en ligne, permet quelque chose de diamétralement opposé au web : naviguer sur le web, c'est encore aujourd'hui, être physiquement en un endroit (devant son écran d'ordi) et vagabonder ailleurs dans le monde virtuel de la connaissance, à des lieux d'où l'on est. Il y a une dichotomie entre où se trouve sa tête et où se trouve son corps. La réalité augmentée est profondément ancrée dans l'« ici et maintenant ».

On est/doit être présent dans un lieu pour expérimenter cette réalité augmentée. Les « objets qui parlent » ont physiquement des coordonnées spatiales et non pas seulement un URL.

C'est un peu sens du « **locative media** », nouveau concept pour exprimer le « média » attaché à un lieu et permet des interactions sociales (asynchrones ou non).

Les applications « hyperlocales » sont les têtes de pont entre le virtuel (les datas en ligne) et le réel (les « immeubles » qui ont des coordonnées), et vu le véritable avantage de posséder des informations sur un lieu, il ne serait pas étonnant que ce soit par ce vecteur que se démocratisera l'usage des la réalité virtuelle.

Certains peuvent dire que la réalité augmentée distrait du réel, mais il faut y voir a priori plutôt une chance de transporter avec soi un savoir tacite qui nous permet d'intégrer un nouvel environnement plus rapidement.

**Les commerçants veulent vous augmenter la réalité pour diminuer votre portefeuille**

Les commerçants ont rapidement vu le potentiel et ils sont les premiers à vouloir « augmenter notre réalité ». Par exemple :

- Les « **pages jaunes** » **immersives** : on peut repérer les commerçants et les services autour de vous.

- **Les marques de céréales**, en manque de traits distinctifs, chercheront à se distinguer de leurs concurrents (le genre d'expérimentation qui réduit le phénomène à un gadget inutile)

- Les Legos **augmentés** : offrir de voir le produit final avant d'acheter

### **Comprendre le monde qui nous entoure**

Parfois l'idée n'est pas de vous faire acheter quelque chose, mais de vous aider à comprendre comment marche le monde.

Pour les aveugles, par exemple, la réalité augmentée peut leur permettre d'interpréter les objets : **la valeur d'une note de banque par exemple**. Ou, comme dans le prochain exemple, offrir une « interaction encyclopédique » avec des réalités biologiques difficiles à expérimenter : **quelle grandeur a le fœtus dans le ventre de la mère** ? L'expérience, pour être « virtuelle » n'en est pas moins très près du réel.

- How big is the baby ?

- Relier le papier au numérique

Dans l'exemple au-dessus, Ricoh propose « icandy » qui identifie du contenu non pas à partir de codes barres, mais à partir de la signature visuelle du texte : les caractéristiques naturelles de la page forment le code (ou plutôt le pattern) qui est reconnu par une base de données et permet de recevoir de l'information supplémentaire sur un magazine, ou un livre. **Amazon a fait l'acquisition l'an passé de SnapTell** qui fait à peu près la même chose (avec la différence que l'application permet de trouver l'endroit le moins cher pour acheter le livre).

Les deux exemples suivants le font avec des objets.

- Google Goggles – reconnaissance d'objets

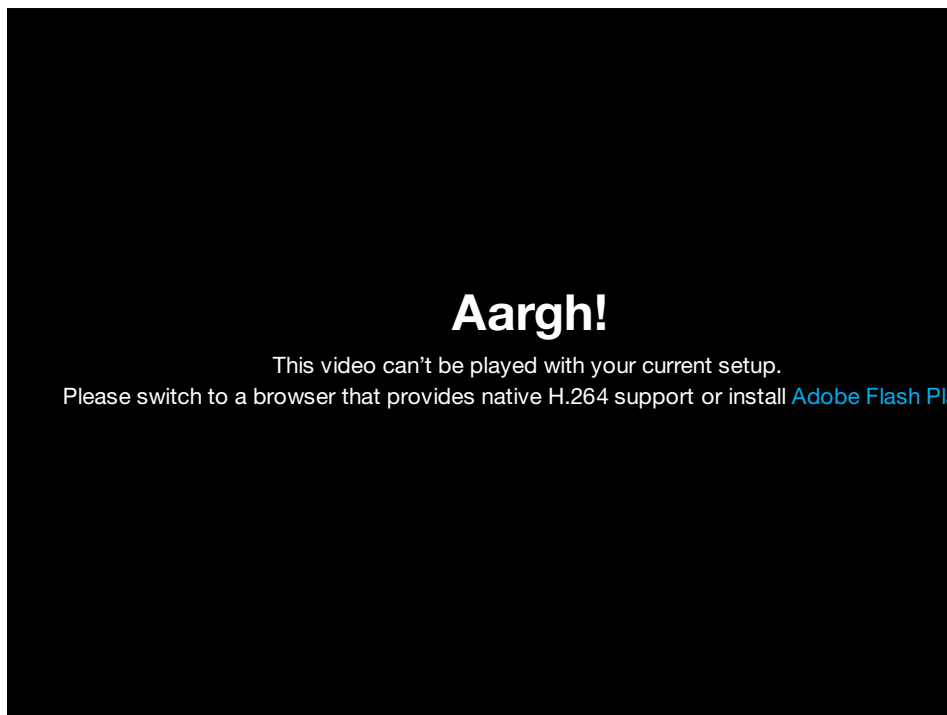
- Nokia Point & Find – reconnaissance d'objets

### Les interfaces naturelles

Fred Cavazza a écrit un bon billet sur les **nouvelles interfaces naturelles**, « bientôt dans notre quotidien », et qui s'interroge sur la pertinence du modèle « écran/clavier/souris ». La réalité augmentée fait partie de ces interfaces de l'avenir.

Actuellement la recherche d'informations demande une recherche procédurale (ouvrir son navigateur, aller dans un engin de recherche, taper les mots clefs), alors que les interfaces naturelles, la réalité augmentée et les objets parlants devraient rendre tout ça beaucoup plus « naturel ».

- et comme dessert :



**Demo of Augmented Reality Cookies** from **Tellart** on **Vimeo**.

### Un début, pas une fin

Que le succès arrive cette année, je serais surpris, mais on peut parier que « réalité augmentée » a un avenir radieux au courant de cette décennie : l'omniprésence des téléphones dits « intelligents » est le cheval de Troie pour envahir l'espace public et

s'incruster dans les habitudes des gens.

Actuellement la réalité augmentée offre de nombreuses possibilités dans une dizaine de secteurs :

- Le tourisme et marché locatif : guide assistée
- Le secteur manufacturier et industriel : instruction assistée, réparation
- La vente au détail : catalogue augmenté
- Les publications : extra interactif
- La publicité directe : dépliants augmentés
- L'éducation et la médecine : apprentissage et assistance opérationnelle
- Le secteur militaire : examen de scénario
- L'art, décoration et architecture: prévisualisation in situ
- Les jeux: apparition d'hybride jeu de plateau et vidéo

On quittera bientôt le niveau anecdotique pour aller une intégration encore plus essentiel. Cette décennie sera celle de la réalité augmentée...

—

**Billet initialement publié sur Zéro seconde**

—

**Notre dossier sur la Réalité Augmentée :**

- > Appréhender le monde en réalité augmentée 1/5
- > **Réalité augmentée: la 3D virtuelle 2/5**
- > **Réalité augmentée: du virtuel dans le réel 3/5**
- > **Réalité augmentée: objets communicants 4/5**
- > **La vision augmentée et la décennie de l'ubiquité , par Robert Rice**
- > **L'AR, une tendance de fond du marketing**

**1 ping**

Les chats qui dormaient sur la télé ont-ils dû changer leurs habitudes, depuis les écrans plats ? | Animaux le 22 avril 2010 - 21:20

*[...] Conclusion: la décennie réalité augmentée 5/5 [...]*