

Droits et devoirs



Alain Bensoussan

Vers un droit des métavers ?

Divertissement, interaction, conception immersive, analyse prédictive... Comment ces nouveaux usages du numérique vont-ils être encadrés dans le métavers ? A quelles règles seront soumises nos interactions numériques dans ce monde virtuel parallèle ?

Le métavers est au cœur des technologies d'avenir. Les usages à imaginer n'en sont encore qu'à leurs prémices, mais ouvrent de nombreuses perspectives. Au-delà de l'industrie des jeux en ligne (accessoires numériques, vêtements griffés pour les avatars, jumeaux virtuels, etc.), il intéresse aussi l'industrie 4.0 à travers notamment la maintenance prédictive de machines complexes.

Divertissement, interaction, conception immersive, analyse prédictive... Comment ces nouveaux usages vont-ils être encadrés dans le métavers ?

Mais qu'est-ce, au fond, que le métavers (ou metaverse en anglais) ? Si la définition reste floue sur le plan juridique, une chose est sûre : il faudra en fixer les règles éthiques de base et peut-être même créer un droit des métavers.

Le métavers, un cyberspace

Le métavers peut être considéré comme une forme de cyberspace. Il diffère quelque peu de la réalité augmentée, même si certains l'y associent : la réalité augmentée, permet de superposer des informations stockées dans le virtuel sur le monde réel, tandis que le métavers est un monde virtuel en tant que tel.

Métavers : ce nom a été créé par Neal Stephenson dans son roman de science-fiction «*Snow Crash*» (Samourai virtuel) publié en 1992. Il y décrit une société virtuelle

que l'on peut explorer à travers son avatar. En cela il est considéré par les GAFAM comme le «Nostradamus technologique», au point que Facebook (rebaptisé «Meta») prévoit maintenant de construire ce monde virtuel.

Le métavers est en fait un ensemble d'espaces virtuels interconnectés dans lesquels des utilisateurs peuvent partager des expériences immersives en 3D en temps réel. Certains y voient le «prochain Internet». Pour d'autres, le métavers serait à ces différents mondes virtuels ce qu'Internet est aux sites Web.

Tour d'horizon des questions soulevées par le métavers

Certaines grandes marques ont déjà sauté le pas en assurant une présence virtuelle dans le métavers. Ainsi, Nike, qui a racheté la griffe de mode digitale RTFKT (prononcer : «Artifact»)(1), fournit de quoi habiller les avatars naviguant dans des mondes parallèles. Adidas a lancé sa première collection d'accessoires numériques associée à des NFT (jetons non-fongibles) et utilisable dans le jeu de réalité virtuelle *The Sandbox*.

Cela amène les entreprises à se demander si leurs marques enregistrées pour des produits du monde réel sont également protégées contre l'utilisation par des tiers pour des biens virtuels. Nike, Abercrombie & Fitch ou encore Urban Outfitters ont d'ores et déjà déposé des demandes d'enregistrement de marque spécifiquement



à l'égard de biens virtuels téléchargeables⁽²⁾. Une incertitude demeure toutefois, celle de savoir comment la jurisprudence prendra en compte le caractère «interdimensionnel» d'une contrefaçon fondée sur des réalités virtuelles.

D'autres acteurs de l'industrie, du commerce et du numérique, en particulier les créateurs d'actifs numériques sous-jacents aux NFT, s'interrogent également sur la protection de leurs créations (par exemple, des œuvres d'art numériques). On se souvient qu'un NFT de l'œuvre numérique américain Beeple a été vendu par la célèbre maison de vente aux enchères Christie's pour 69,3 millions de dollars en mars 2021⁽³⁾.

La protection des données

Le Laboratoire d'Innovation Numérique de la Cnil (LINC) a dès le mois de novembre 2021 tracé les grands enjeux du point de vue de la protection des données et des libertés, dans un article intitulé «Métavers : réalités virtuelles ou collectes augmentées ?»⁽⁴⁾

Le métavers nécessite en effet le transfert d'énormes quantités de données personnelles qui peuvent être des données «sensibles». Loin du monde idéal présenté par Mark Zuckerberg, le LINC nous ramène à certaines évidences : le métavers est loin d'être un «univers magique».

En effaçant la frontière entre vie privée et vie numérique, nous risquons de perdre la main sur la collecte

des données par l'usage de nouvelles interfaces et de nouveaux capteurs qui peuvent également «capter» plus en profondeur les personnes sans qu'elles en aient conscience.

Actuellement, nul ne peut dire comment les trois réglementations actuelles suivantes vont pouvoir s'appliquer au métavers :

- le projet de Règlement *e-Privacy* censé remplacer la directive du même nom⁽⁵⁾,
- le règlement général sur la protection des données (RGPD),
- le futur Règlement sur l'intelligence artificielle toujours en cours de discussion entre le Parlement et la Commission européenne⁽⁶⁾.

Mais peut-être faudra-t-il aller plus loin et redéfinir une « sphère privée virtuelle » dans le métavers. Cette nouvelle virtualité va probablement nécessiter l'adaptation des cadres juridiques existants. A l'évidence, il faudra également rendre cette technologie «éthique».

Le monde de demain est celui de la coexistence du monde réel et du monde virtuel et la possibilité de vivre à la fois dans l'un et dans l'autre, c'est-à-dire dans un monde hybride harmonieux.

► **Alain Bensoussan**

(1) Les Echos du 14 déc. 2021.

(2) The Metaverse: legal challenges and opportunities, Lexology.com, January 31 2022.

(3) L'EXPRESS.fr avec AFP, 11 mars 2021.

(4) Métavers : réalités virtuelles ou collectes augmentées ?, LINC du 5 nov. 2021.

(5) Proposition de règlement (e-privacy), compromis du 18 septembre 2019.

(6) Cf. notre chronique Planète Robots n° 70, novembre/décembre 2021, p.8.