

Le stadium de Toulouse s'offre une réplique virtuelle

Le stade du Toulouse Football Club vient d'être fidèlement reproduit en images de synthèses. Ses tribunes virtuelles accueillent aussi bien les spectateurs que les annonceurs.

Quel supporter n'a pas rêvé de visiter son stade fétiche dans les moindres recoins ? À Toulouse, le rêve est devenu réalité. Une réalité "virtuelle", précisément. En effet, le Stadium, l'enceinte où exercent les joueurs du Toulouse Football Club (TFC), bénéficie d'une fidèle réplique en images de synthèse, publiée dans les jours qui viennent sur le [site internet du club](#). Équipé de son clavier et de sa souris, le supporter internaute arpente la pelouse et les gradins, découvre de nouveaux points de vue et se faufile dans les vestiaires et les salons VIP, d'habitude interdits au public.



Cette réalisation est le fruit de quatre mois de travail de la société toulousaine Immersive Solutions. « Les plans du stade et quelque 3000 photos ont constitué notre matière première », explique Olivier Maffrand, le fondateur. Étape suivante : la modélisation, à l'aide du logiciel 3DS Max, qui aboutit à une maquette numérique finale ne pesant qu'une trentaine de mégaoctets. Découpée en plusieurs tranches, cette maquette est téléchargée au fur et à mesure sur l'ordinateur de l'internaute, selon le secteur visité. L'animation 3D est l'affaire du logiciel Virtools, édité par Dassault Systèmes, et requiert l'installation préalable du plug-in gratuit 3D Life Player.

Visualiser sa place avant de l'acheter

« Il s'agit d'un véritable patrimoine 3D pour le TFC, qui peut être valorisé de nombreuses manières », affirme Olivier Maffrand. Ce qui signifie que les inconditionnels du TFC et les curieux ne sont pas les seuls bienvenus. En effet, les commerciaux du club tiennent là un outil innovant pour démarcher plus efficacement les annonceurs. Après identification, il est possible de modifier l'emplacement des panneaux publicitaires, d'insérer le logo d'une société et d'en observer instantanément l'impact.

Les salons VIP, qui font l'objet de réunions et de séminaires, peuvent être aménagés à volonté : séparation des salles, nombre de tables à prévoir... La formation des agents de sécurité, présents autour de la pelouse pendant les rencontres, devrait également en tirer profit. Mais l'objectif, est avant tout de développer la billetterie en ligne et de l'associer au Stadium virtuel, afin que chaque spectateur puisse sélectionner sa place de visu et l'acheter. « Une phase qui devrait être achevée d'ici à quelques semaines », assure François Martinez, le directeur informatique. L'ouverture de la boutique, remplie d'écharpes et de maillots numériques, est même envisagée.

Le club de la Ville Rose a été devancé par le Stade Rennais. Depuis le mois de juillet dernier, le stade de l'équipe bretonne a en effet été modélisé et mis en ligne, mais le résultat est moins ambitieux. Au Stade de France, la réservation d'une place permet juste d'observer le point de vue, grâce à une photographie, mais rien d'autre. Des initiatives qui devraient se multiplier, dans ces haut-lieux du business que sont devenus les stades de foot.

Par Frédéric Ervel
News.fr.

<http://www.news.fr/actualite/culture-loisirs/0,3800002043,39366535,00.htm>

Publié le: 26 janvier 2007

Copyright © 2007 CNET Networks France, Tous droits réservés.