

Le secteur des NFT tente de s'ouvrir au grand public à travers les jeux vidéo

Lors du « Paris NFT Day », qui se tenait cette semaine au Palais Brongniart, les acteurs du domaine ont tenté - non sans effort - de montrer aux joueurs qu'ils pouvaient tirer des bénéfices de ces objets numériques.

Temps de lecture : minute

14 avril 2022

Le secteur des NFT a mis en avant le jeu vidéo, ce mardi 12 avril 2022 à Paris, pour convaincre que ces objets numériques en vogue, qui affolent notamment les salles de ventes, ne sont pas réservés à un microcosme de " geeks ", de collectionneurs et de spéculateurs. " *Le plus important, c'est de mettre un NFT entre les mains des joueurs et qu'ils voient quels bénéfices ils peuvent en retirer* ", a expliqué Tony Pearce, spécialiste des jeux utilisant des NFT, lors du " Paris NFT Day ", un événement consacré à cet univers dont la première édition avait lieu au Palais Brongniart.

L'appellation NFT est l'acronyme de l'anglais " Non-Fungible Token ", ou " jeton non fongible " en français, c'est-à-dire qu'il est unique et non interchangeable. Ces objets numériques uniques et infalsifiables, dont le marché a explosé en 2021 avec 44,2 milliards de dollars de transactions selon le cabinet spécialisé Chainalysis, ont investi une multitude de domaines, de l'art au sport, en passant par le jeu vidéo. Mais entre complexité technologique et prix parfois exorbitants, il leur est encore difficile d'intéresser le plus grand nombre au-delà du simple effet de curiosité.

L'éditeur français de jeu vidéo Ubisoft vient de terminer une première expérience dans son titre " Ghost Recon : Breakpoint ". Pendant une durée limitée, il était possible d'obtenir des NFT " cosmétiques " (une tenue pour son personnage par exemple) pouvant ensuite être revendus sur une plateforme dédiée.

Des barrières à l'entrée

Selon Tony Pearce, les fonctionnalités liées aux NFT souffrent d'une mauvaise image auprès des joueurs, notamment à cause de leur dimension spéculative, ce qui pourrait expliquer " *la croissance lente* " de cette tendance auprès des " gamers ". Pour autant, " *une fois que l'utilisateur en a compris les bénéfices, le concept se vend de lui-même* ", veut croire Robby Yung, producteur de jeux mobiles.



À lire aussi

La NFT Factory, plus qu'un lieu dédié aux objets numériques à Paris

S'il est possible de revendre des NFT pour gagner de l'argent grâce à ses performances vidéoludiques, il est également possible d'en acheter, mais

les barrières à l'entrée sont parfois élevées pour les néophytes. Par exemple, " Axie Infinity " ou " The Sandbox " - deux jeux populaires - imposent pour commencer la création d'un porte-monnaie afin d'y accueillir des cryptomonnaies servant à acquérir des NFT.

Sur " Axie Infinity ", " *il faut mettre 500 euros en moyenne pour bien démarrer* ", affirme Sami Chlagou, le directeur de " Cross The Ages ", un jeu de cartes utilisant ces objets numériques. " *On n'est pas du tout sur un projet qui s'adresse au plus grand nombre* ", estime-t-il, même si le titre a compté plus de deux millions de joueurs à travers le monde, dont la majorité aux Philippines.

La " meilleure passerelle "

D'autres créateurs, comme Sami Chlagou, tentent une stratégie différente : le jeu est gratuit et, en passant du temps dessus, on peut débloquent des NFT sans rien dépenser. " *Un joueur classique* ", sans portefeuille de cryptomonnaies, " *peut jouer* " et " *tout avoir* ", assure-t-il. Le cofondateur du jeu de cartes " The Legends of Elysium ", Eryk Rutkowski, confirme : pas question " *de payer pour voir à quoi ressemble* " un jeu-NFT, insiste-t-il sur son stand.

Avec " 3 milliards de joueurs ", le jeu vidéo est, selon Sami Chlagou, " *la meilleure passerelle* " pour rendre les NFT " *accessibles* ". Le chemin est toutefois encore long. Au " Paris NFT Day ", le grand public était quasi absent : en dehors de tarifs réduits pour les étudiants, il fallait déboursier plus de 1 000 euros pour un ticket d'entrée.