

# Crypto, gaming, réseaux sociaux : Les tendances du Web 3 à horizon 2030

*Alors que l'Intelligence artificielle continue de capter l'attention du grand public, le web 3 veut continuer de transformer les usages des secteurs comme le gaming, les actifs physiques et les réseaux sociaux. Où en est son développement ? Quelles sont les grandes tendances à venir d'ici les prochaines années ? Maddyness a participé au Club Inno, organisé par le cabinet de conseil Wold, spécialiste de l'innovation digitale, à Paris, à l'Elyseum, il y a quelques semaines où il était justement question de l'avenir du Web 3. On vous donne quelques éléments de réponse.*

Temps de lecture : minute

---

6 janvier 2025

Là où le web 1, dans les années 1990, permettait la consultation d'informations statiques et où le web 2 (« *internet lecture seul* »), dans les années 2000, a mis l'accent sur l'interaction et les contenus générés par les utilisateurs, le web 3 a permis d'introduire un concept clé : la décentralisation.

## Vers plus de propriété et de transparence

Cette transformation découle d'un constat : les données personnelles et les contenus des utilisateurs, bien que créés massivement, bénéficient principalement aux géants du numérique. En rétablissant la notion de propriété numérique, notamment grâce à la blockchain, le web 3 propose une alternative plus équitable et transparente. L'évolution vers le web 3 s'accompagne donc d'une redéfinition de la relation entre utilisateurs,

plateformes et données puisque les utilisateurs peuvent non seulement interagir, mais aussi posséder des actifs numériques, contrôler leurs données et participer activement aux écosystèmes en ligne.

*« Le web 3 part du constat que le web 2 présente une limite importante : l'intégralité du contenu généré par les utilisateurs profite à quelques acteurs clés, comme les GAFAM, et les données personnelles sont centralisées et gérées par ces mêmes acteurs », explique John Karp, fondateur de NFC Summit. « Avec le web 3, on ajoute une nouvelle dimension : celle de la valeur et de la propriété, permettant aux utilisateurs d'être propriétaires de leurs activités en ligne. Ce principe s'applique également aux items virtuels, l'art numérique, à nos abonnements culturels, à nos jeux vidéos ou à nos interactions sur les réseaux sociaux dont nous ne sommes finalement pas propriétaires. Le web 3 vise à rétablir cette autonomie et cette gestion des biens numériques. »*

*« [Le web 3], c'est comme imaginer qu'au marché, au lieu de passer par un intermédiaire pour acheter des fruits, nous faisons directement affaire avec le producteur, et nous gardons un reçu indélébile pour prouver son achat. Nous nous passons des "intermédiaires" comme les banques ou les grandes entreprises. La blockchain agit alors comme [un] reçu infaillible, garantissant sécurité et transparence. Cela permet aussi de partager les bénéfices avec ceux qui participent, comme si chaque client du marché devenait copropriétaire d'un étal », détaille Erwan Hérault, cofondateur de WORLD (Groupe EDG).*

## Une transition vers un internet décentralisé

Les premiers secteurs à tirer parti du web 3 montrent déjà des applications concrètes. Le secteur du gaming, par exemple, multiplie les expérimentations. Les joueurs dépensent chaque année près de 6 milliards de dollars dans des items virtuels sur des plateformes comme

Fortnite, sans avoir la possibilité de revendre ou d'échanger ces biens : grâce à la tokenisation, ces items deviendront des actifs numériques échangeables et véritablement possédés par les utilisateurs. Des entreprises comme Ubisoft expérimentent ainsi régulièrement ces modèles via des NFT.

La tokenisation des actifs physiques, ou Real World Assets, constitue un autre enjeu majeur de la prochaine décennie. Ce processus permet de fractionner des biens réels, comme des œuvres d'art, des biens immobiliers ou même des cartes de collection, en tokens échangeables sur des plateformes blockchain. Ce modèle offre non seulement davantage de transparence mais aussi une sécurité accrue en éliminant les risques liés à la manipulation physique des objets. Les experts estiment qu'en 2030, une part significative des transactions dans ces marchés se fera via des plateformes basées sur la blockchain.

*« Avec des acteurs comme BlackRock et d'autres géants de la finance traditionnelle entrant dans la crypto, cette transformation prend une toute autre dimension. Leur présence valide l'idée que des trillions d'actifs du monde réel pourraient basculer vers la blockchain. En apportant crédibilité et expertise, ils accélèrent l'adoption des RWA tout en renforçant la légitimité de l'ensemble de l'écosystème »,* affirme Erwan Hérault.

## Une révolution à venir pour les entreprises et les startups

Sur le plan financier, le paiement en crypto-monnaies représente également une tendance de fond. 600 millions de personnes possèdent déjà des cryptos en 2023, avec une croissance annuelle de 30 %. D'ici 2030, ce chiffre pourrait dépasser le milliard, ce qui incite des acteurs comme le Printemps à accepter ces paiements pour attirer une clientèle internationale haut de gamme.

*« Nous atteindrons bientôt le milliard de personnes détenant des crypto-actifs. Cette population représente souvent des CSP+ et une clientèle haut de gamme, souvent étrangère, qu'il convient d'attirer en proposant le paiement par crypto-monnaie. Cette dynamique reflète une nouvelle culture, issue des usages numériques de la génération actuelle, qui est en train de devenir dominante », rappelle John Karp. « Enfin, les données personnelles, longtemps centralisées, pourraient voir leur gestion transformée par la blockchain. De même, les programmes de fidélité évoluent : Michelin, par exemple, utilise des NFT pour offrir à ses clients des privilèges et des accès exclusifs. Cela renforce l'engagement et permet d'établir un lien direct et mesurable entre une marque et ses utilisateurs. »*

Le web 3 pourrait également permettre aux marques d'accéder à des données décentralisées plus riches et mieux organisées, afin d'optimiser les CRMs. Ce modèle crée aussi des liens plus directs avec les communautés grâce aux NFT et aux organisations autonomes décentralisées (DAO). Michelin, par exemple, utilise les NFT pour fidéliser ses clients en leur offrant des privilèges exclusifs et une interaction directe avec la marque.

*« Un conseil : informez-vous et anticipez ! Le web3 n'est plus un challenger, c'est un acteur central qui redéfinit les règles du jeu », souligne Erwan Hérault. « Innovez en explorant des modèles décentralisés et des outils blockchain adaptés à votre secteur et ne laissez pas passer ce train, car il pourrait transformer votre marché plus vite que vous ne l'imaginez. »*

*« Que vous le vouliez ou non, c'est en train d'arriver ! Le web 3 ouvre des perspectives immenses et mérite que l'on s'y intéresse dès aujourd'hui », conclut John Karp, fondateur de NFC Summit.*



À lire aussi  
A NFT Paris, un écosystème français du Web3 qui veut continuer  
à s'affirmer



**MADDYNEWS**

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups

françaises !

JE M'INSCRIS

---

Article écrit par Maddyness avec le cabinet Wold