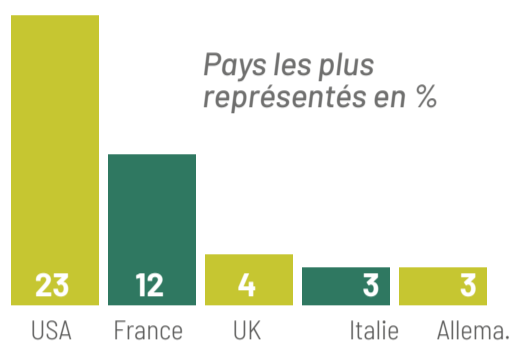


50 NFTs VENDUS PAR DES MARQUES

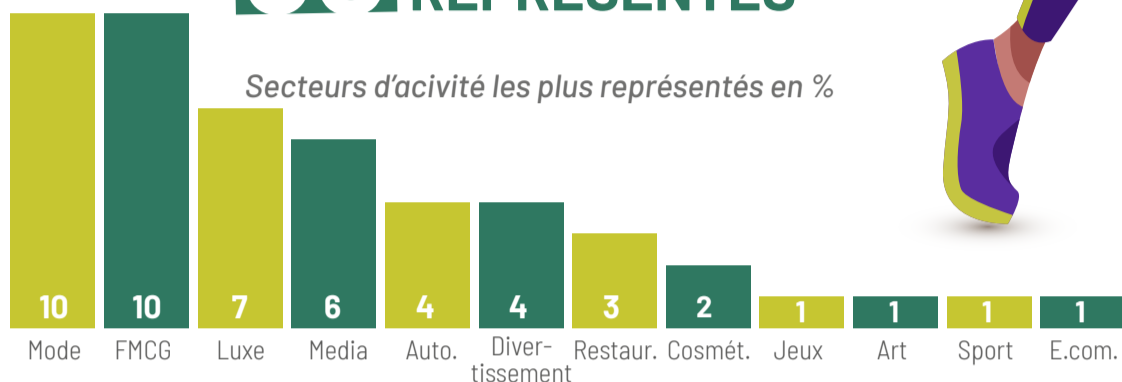
Les NFTs sont des titres de propriétés, enregistrés sous forme de "jetons" archivés dans une blockchain. Ils permettent d'acheter et de vendre des produits souvent virtuels et parfois physiques. De plus en plus d'annonceurs utilisent cette technologie du Web3. Voici pourquoi et comment grâce à un benchmark de 50 cas réels.



10 PAYS REPRÉSENTÉS



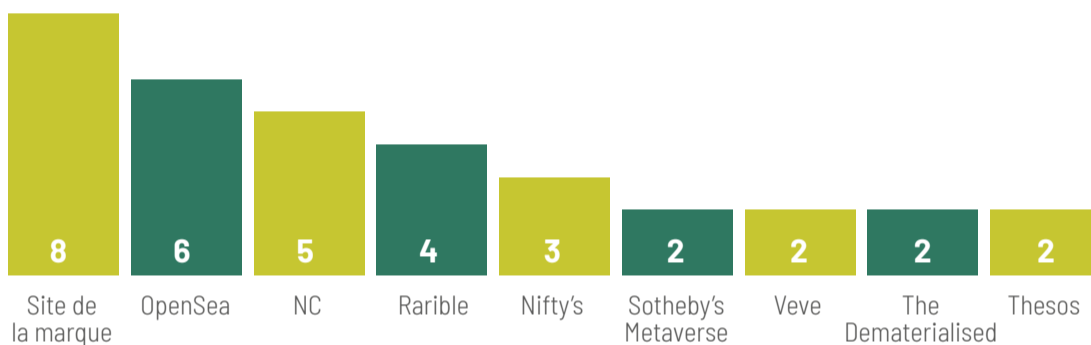
50 ANNONCEURS REPRÉSENTÉS



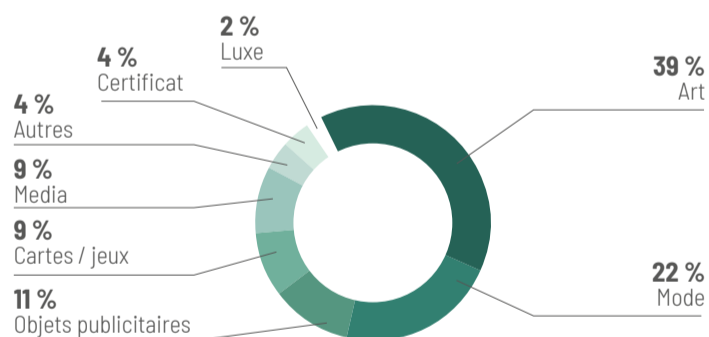
25 ÉCOSYSTÈMES* DIFFÉRENTS

Nombre de cas par écosystème (les plus représentés)

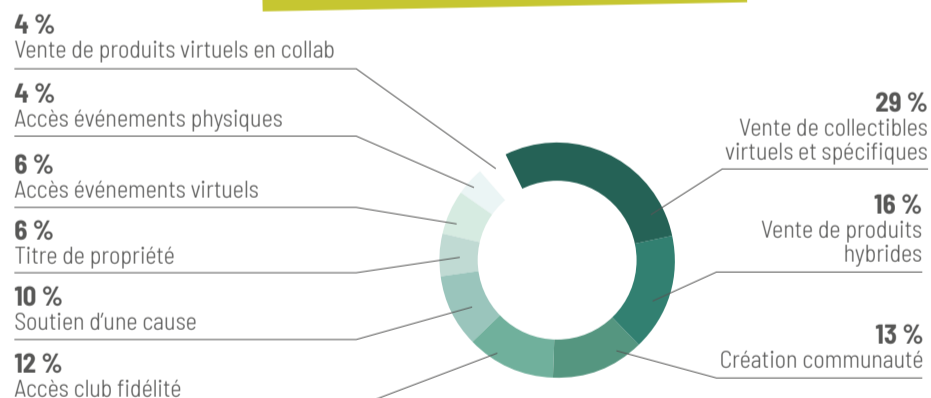
* Nous avons retenu soit :
 > Les sites & applications spécialisées NFTs,
 > Les écosystèmes d'ores et déjà considérés comme des Métaverses (ex : The Sandbox, Decentraland),
 > Les environnements qui annoncent comme des futurs Métaverses (Roblox, Fortnite...),
 > Des sites ou applications avec des technologies immersives et proches de ce que sera l'expérience utilisateur d'un Métaverse.



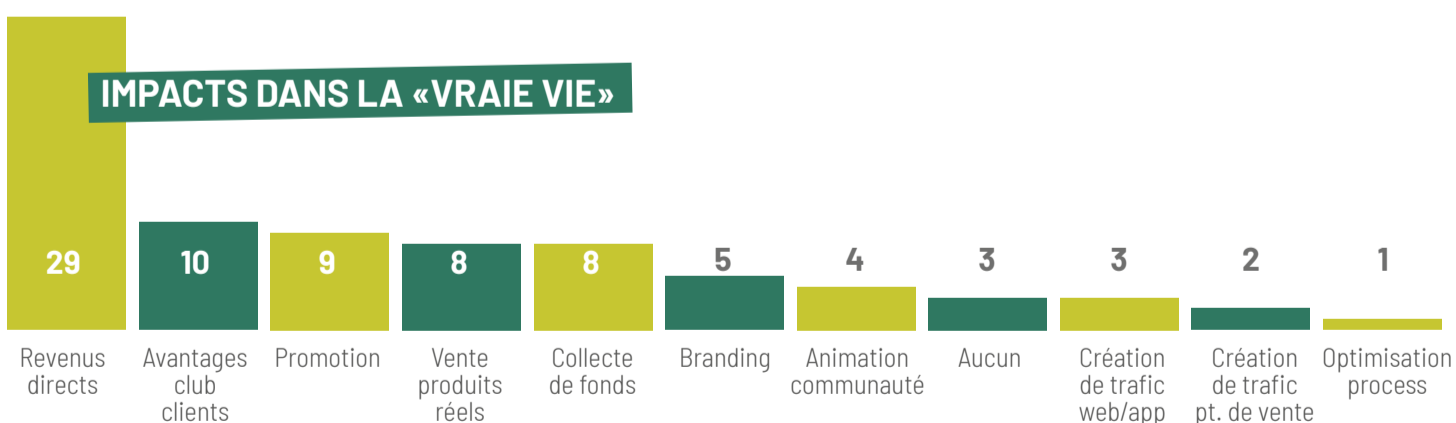
TYPE DE NFT VENDUS



OBJECTIF DE L'OPÉRATION



IMPACTS DANS LA « VRAIE VIE »



EN SYNTHÈSE

- 1 Pour le grand public, les NFTs sont généralement utilisés à des fins de spéculation.
- 2 Pour les annonceurs, s'il s'agit souvent de faire du buzz, mais certaines campagnes génèrent des revenus significatifs.
- 3 Mais les NFTs ont d'autres intérêts comme enrichir l'expérience client.
- 4 La vente de produits virtuels ne se limite pas aux NFTs. D'autres technologies existent.
- 5 Et vous, comment utiliserez vous la technologie NFT ?

