



BUSINESS PLAN

[Sous-titre du document]

EXECUTIVE SUMMARY

CONTEXTE & ANALYSE DES BESOINS

L'ETUDE DE FAISABILITE

L'ETUDE DE MARCHÉ

LE BUSINESS MODEL

LE CADRE LEGAL DU PROJET

LE PREVISIONNEL FINANCIER

L'ETAT D'AVANCEMENT DU PROJET

Les annexes cmbindji@gmail.com

[Titre du cours]

EXPRESSION DES BESOINS

EXPRESSION DES BESOINS

Table des matières

Contexte du projet	3
Expression des besoins	Erreur ! Signet non défini.
Expression des exigences.....	4

Contexte du projet

Contexte du projet

Le start up Khultur est une société française créée en 2019, spécialisé dans la création de jeu vidéo. Afin de d'amplifier le lancement de son jeu premier produit : Pow, Jeux quiz au contenu éducatif et culturel. Actuellement le jeu n'est distribué que de façon indirecte, via des partenariats stratégiques liée au secteur du tourisme.

Cependant, ce secteur est en pleine crise dû à la situation sanitaire mondiale. Cette stratégie en silos constitue une limite dans la création de valeur pour la société.

Elle souhaite donc le proposer directement aux gamers au sein d'une blockchain et ainsi intégré cette nouvelle économie pleine de promesse.

De plus, elle est dépendante d'acteurs issue du même secteur ce qui constitue un risque en cas de crise majeur au sein du secteur de tourisme.

Pour toutes ces raisons, il est nécessaire de d'accéder directement à ses clients, car Pow à l'opposé de beaucoup de concurrent qui requiert une appétence particulière pour les jeux, (course automobile, jeu de combat, etc) Pow est un outil de culture général ludique, qui parle à chacun d'entre nous.

D'autre part, de plus en plus, l'utilisation des blockchains devient courante dans l'univers des jeux vidéo, le crypto gaming et la token economy permet de générer des revenus substantiels, et est un socle solide pour développer des programmes d'incitation de forte valeur.

Expression des exigences

Exigences

Exigences techniques

- Le serveur de jeu doit rester off-Chain
- Les communautés de joueur off-Chain et On-Chain doivent rester distinctes
- Les fonctionnalités et l'esprit de Pow ne doivent pas être transformés : il ne doit pas s'agir d'un nouveau jeu du point de vue fonctionnel.
- Le réseau informatique sera adapté aux besoins, en fonction de l'étude des experts disponible au service informatique

Exigences humaines

- Le dirigeant de l'entreprise Khultur éditrice du jeu, par le Comité de Pilotage afin de coordonner les ressources nécessaires à la réalisation du projet
- Les ressources informatiques seront assignées à temps plein au projet

Exigences Réglementaires / Légales

- Le jeu ne peut procéder en aucun cas à une activité de change de cryptomonnaie, nécessitant une licence de l'AMF
- Pour assurer une clôture de fin d'année correcte, avec des données vérifiées. Le basculement se fera en novembre 2021 – et au plus tard en décembre 2021

Exigences Financières

- Le budget et la date de démarrage seront respectés. Toute modification devra être approuvée par le comité de direction, et en particulier par la direction financière
- Les anciens systèmes seront arrêtés avant la fin du mois de janvier 2022, et désinstallés

Exigences liées à la stratégie de l'entreprise

- La stratégie de diffusion en marque blanche de la société ne doit pas être impactée par le développement du jeu sur la blockchain
- Les systèmes serveurs installés devront supporter les besoins de cette expansion

ETUDE D'OPPORTUNITE

ÉTUDE D'OPPORTUNITÉ

Table des matières

Sommaire exécutif	7
État du problème ou de l'opportunité	8
Objectifs et Bénéfices	9
Analyses des options	10
Recommandation	10
Livrables	11
Ressources et parties prenantes	Erreur ! Signet non défini.
Impact en cas de refus du projet	Erreur ! Signet non défini.

Sommaire exécutif

Résumé synthétique (rentabilité, options, recommandation ...)

Le concept d'achat et de vente d'objets numériques contre de l'argent réel n'est pas nouveau, mais il s'est répandu au fur et à mesure que les communautés en ligne se sont développées et sont devenues d'énormes entreprises. Les jeux sont synonymes d'imagination et de créativité, mais aussi de connexion : des personnes qui ne peuvent pas se rencontrer en personne se rapprochent grâce aux jeux. Néanmoins, le secteur ne représente qu'une fraction de la taille qu'il deviendra inévitablement.

L'aspect le plus passionnant de l'essor du jeu est la façon dont tous les acteurs de l'écosystème vont en bénéficier. Jusqu'à récemment, il n'existait pas de technologie permettant de mettre en place une "économie communautaire", c'est-à-dire de donner aux joueurs des droits de propriété et des perspectives économiques. Les joueurs dépensent désormais plus de 100 milliards de dollars par an en monnaie et actifs virtuels, soit cinq fois la taille de l'industrie musicale mondiale. Aujourd'hui, grâce à la technologie de la blockchain, les joueurs peuvent véritablement posséder des biens dans les jeux auxquels ils jouent.

Les entreprises et les développeurs travaillent encore à faciliter l'intégration de la blockchain dans les jeux.

État du problème ou de l'opportunité

Quel est le problème et en quoi il est important de le résoudre

Le start up Khultur est une société française créée en 2019, spécialisé dans la création de jeu vidéo. Actuellement son jeu premier produit : Pow, Jeux quiz au contenu éducatif et culturel, est distribué que de façon indirecte, via des partenariats stratégiques liée au secteur du tourisme. Cependant, ce secteur est en pleine crise dû à la situation sanitaire mondiale.

Elle souhaite donc évaluer la possibilité de proposer directement aux gamers son produit sur la blockchain et ainsi intégré ce nouvel écosystème plein de promesse.

En effet, les fonctionnalités (le gameplay) de Pow présente des caractéristiques permettant d'envisager qu'il est parfaitement adapté à la Token economy :

- Jeu décentralisé,
- Monnaie digitale,
- Une market place d'échange d'éléments du jeu entre joueurs,
- Présence d'objet numérique unique
- Constitution d'une communauté de consommateurs engagés et passionnés
- Un concept de quizz de culture générale multilingue

De plus, elle est dépendante d'acteurs issue du même secteur ce qui constitue un risque en cas de crise majeur au sein du secteur de tourisme.

Pour toutes ces raisons, il est nécessaire de d'accéder directement à ses clients, car Pow à l'opposé de beaucoup de concurrent qui requiert une appétence particulière pour les jeux, (course automobile, jeu de combat, etc) Pow est un outil de culture général ludique, qui parle à chacun d'entre nous.

D'autre part, de plus en plus, l'utilisation des blockchains devient courante dans l'univers des jeux vidéo, le crypto gaming et la token economy permet de générer des revenus substantiels, et est un socle solide pour développer des programmes d'incitation de forte valeur.

Objectifs et Bénéfices

Résumé synthétique (rentabilité, options, recommandation ...)

La stratégie de distribution indirecte via des partenariats en marque blanche apporte une réduction importante des investissements pour atteindre le client final mais avec la crise sanitaire du COVID limite le développement. En effet, la diffusion du jeu est directement impactée par la baisse drastique de l'activité touristique, et Pow est actuellement accessible à via deux clients, soit 200 joueurs. Cette situation engendre des manques à gagner, alors même que la crise du sanitaire est l'un des facteurs de croissance de l'industrie du gaming au cours des derniers mois, puisque les populations doivent rester à leurs domiciles.

Dans le même temps, l'industrie du gaming sur blockchain est certes balbutiante mais représente non seulement un marché en pleine expansion, mais aussi un écosystème de fonctionnalité innovante et créateur de valeur ajouté pour l'entreprise.

Jusqu'à récemment, les jeux vidéo étaient une activité largement centralisée, toutes les données, les actifs et la monnaie du jeu étant généralement confinés au jeu d'où ils provenaient, et la propriété de ces éléments étant conservée par les développeurs. L'ajout de la blockchain pourrait ouvrir la voie à un avenir décentralisé où les objets gagnés ou achetés dans un jeu pourraient être transférés et utilisés dans un autre, ce qui donnerait une valeur réelle aux actifs numériques du jeu. Même si certains de ces actifs peuvent coûter des milliers de dollars chacun, la blockchain permet de les posséder et de les sortir du jeu pour les vendre sur le marché libre avec un bénéfice.

Le but de notre démarche est d'évaluer une stratégie de développement blockchain (crypto-gaming) permettant à Pow non seulement d'accéder directement aux joueurs. qui disposeraient d'un plan incitatif basé sur les récompenses en token.

Les objectifs d'une implémentation des technologies blockchain aux systèmes de l'entreprise sont donc multiples :

- Utiliser le segment du crypto-gaming pour atteindre le consommateur final.
- Permettre un développement du crypto-gaming tout en respectant les contraintes fonctionnelles issues des ventes en marque blanche.
- Mettre en place pour l'ensemble des joueurs un business model axé sur la token economy :
- Concevoir et renforcer par les éléments propres à cet écosystème le plan des incitations pour motiver chaque partie prenante du jeu.
- Permettre le droit de propriété sur l'ensemble des objets créés par chaque joueur
- Une market place d'échange entre joueurs sécurisée et transparente pour l'échange d'éléments entre joueurs.
- En s'appuyant sur un contenu vidéo de qualité, valoriser les objets numériques uniques valoriser les performances des joueurs en permettant la propriété d'un objet numérique
- Utiliser le jeton pour inciter et récompenser les parties prenantes à faire davantage ce que nous attendons d'elles pour construire une croissance durable

Analyses des options

Options de résolution du problème					
	Description	Avantages	Inconvénients et limites	Opex	Capex
Option 1 : « Status Quo »	Garder le serveur de jeu et une diffusion via des partenariats	Pas d'investissement	Lente évolution de revenus et de la diffusion du jeu. Multiplication de version des Pow	20K€	43K€
Option 2 : Migration vers un multiverse	Implémenter un serveur de jeu uniquement pour l'écosystème blockchain	Initiation de l'équipe aux technologie blockchain. Réduction des risques	Démarrer sans communauté. Difficulté technique.		
Option 3 : Unification des communautés	Unifier les communautés de gamers en respectant les différences fonctionnelles	Forte création de valeur ; Token economy	Coûts et risques élevés. Difficulté technique. Investissement infrastructure nécessaire. Projet d'environ six mois		

Livrables

Livrables attendus

Le projet délivrera une Preuve de Concept (PoC) en s'appuyant sur le serveur de jeu en production. Ceci comprendra :

- L'étude de faisabilité s'attachera à vérifier que le projet soit techniquement faisable et économiquement viable pour une petite structure.
- L'architecture de la solution doit permettre de ne pas impacter les communautés, sans que cela affecte la communauté quizz gamer, notamment lié aux ventes réalisées en marque blanche par l'éditeur.
- Le Business Model pertinent à offrir via la blockchain
- La Logistique et
- Le support de la Production.

Critères de réussite et indicateurs de mesure de la performance

Comment mesurer la réussite du projet

Les indicateurs de performance seront :

- Le nombre d'utilisateur quotidien
- Le nombre d'utilisateur quotidien par langue
- Le nombre d'utilisateur quotidien en France
- Le nombre de transaction
- Le volume journalier des transactions
- Le volume journalier des transactions NFT
- Evolution du taux de conversion
- Le nombre de Wallet actif
- Le nombre d'article dans la presse spécialisé

ETUDE DE MARCHE

Etude de marché du crypto-gaming

ÉTUDE DE MARCHÉ

Table des matières

Sommaire exécutif	7
Taille du Marché.....	9
Analyses des options	10
Recommandation.....	10
Livrables	11
Ressources et parties prenantes	Erreur ! Signet non défini.
Impact en cas de refus du projet.....	Erreur ! Signet non défini.

Index des sources

<https://www.toptal.com/insights/future-of-work/blockchain-game>
<https://dailygazette.com/is-cryptocurrency-the-future-of-online-gaming/>
<https://www.entrepreneur.com/article/363381>
<https://triple-a.io/crypto-ownership-gaming/>
<https://www.nasdaq.com/articles/how-play-to-earn-is-changing-the-business-of-gaming-2021-07-06>
<https://www.gamedesigning.org/gaming/cryptocurrency/>
<https://www.coininsider.com/leverage-gaming-cryptocurrencies/#:~:text=Game%20developers%20now%20integrate%20new%20cryptocurrencies%20in%20their,and%20winners%20get%20rewards%20in%20the%20in-game%20currency>
<https://www.playtoearn.online/2021/02/27/cometh-gives-more-insight-in-play-to-earn-revenue/>
<https://nonfungible.com/market/history/cometh>
<https://www.statista.com/statistics/297871/mobile-games-revenue-region/>
<https://www.askgamblers.com/gambling-news/blog/bitcoin-gambling/>
<https://www.gamesd.app/rise-of-crypto-gaming-market-2020>
<https://www.investorideas.com/news/2021/gaming/07271Gamers-Europe.asp>
<https://focusn.com/atari-crypto-casino>
<https://www.globenewswire.com/news-release/2021/04/06/2204621/0/en/Atari-announces-the-creation-of-two-divisions-Atari-Gaming-and-Atari-Blockchain-and-a-change-in-Leadership.html>

Aperçu du marché

Résumé synthétique (rentabilité, options, recommandation ...)

Les joueurs représentent environ 1/3 de la population mondiale de nos jours. Le secteur du jeu a pris une ampleur qui influencera grandement l'avenir des crypto-monnaies. La popularité des crypto-monnaies dans les jeux augmente rapidement, avec des sociétés de jeux de premier plan comme Microsoft Xbox, Twitch et Steam qui entrent dans l'espace des crypto-monnaies.

Les jeux Crypto sont un ajout relativement nouveau à l'industrie du jeu. Les jeux Crypto impliquent l'utilisation de crypto-monnaies dans les systèmes de récompenses des jeux. Au lieu d'échanger de la monnaie numérique, les joueurs achètent et échangent une variété d'objets dans le jeu. Le tout premier jeu cryptographique était CryptoKitties.

Aujourd'hui, plusieurs jeux font appel aux crypto-monnaies ; certains d'entre eux se concentrent principalement sur le bitcoin tandis que d'autres font appel à de nombreuses autres crypto-monnaies. À mesure que la monnaie numérique gagne en popularité et attire l'attention de Wall Street, de plus en plus d'options deviennent disponibles. Il existe actuellement plus de 5 000 crypto-monnaies sur le marché.

Le crypto gaming consiste à utiliser la blockchain ou les monnaies numériques dans l'industrie du jeu, que ce soit pour parier ou jouer à des jeux en ligne. Les jetons d'utilité de jeu et les cryptos peuvent changer les économies du jeu et, étant donné la croissance actuelle de ces deux technologies, elles peuvent créer des croissances exponentielles.

En effet, alors que la technologie blockchain fournit un système de récompense fiable aux joueurs pour collecter des objets numériques rendant le jeu intéressant, le processus de gamification, d'autre part, crée un environnement convivial pour l'apprentissage et l'adoption de masse. En matière de crypto-jeux, le Japon est en tête du peloton avec une valeur nette estimée à plus de 40 milliards de dollars. En outre, les chercheurs spécialisés dans la blockchain prévoient qu'avec l'augmentation de la pénétration des smartphones dans le monde, le secteur des cryptojeux prendra encore plus d'ampleur dans les années à venir.

Les monnaies numériques n'existent tout simplement pas depuis trop longtemps et ces jeux n'ont pas eu encore l'occasion de montrer leur véritable potentiel. Cependant, nous pensons que les choses changent et 2021 pourrait être une année pivot dans l'explosion des jeux de crypto-monnaies. L'une des raisons en est la pandémie mondiale de COVID-19. En raison des règles de distanciation sociale, davantage de personnes restent à leurs domiciles. Cela signifie qu'ils explorent de nouvelles façons de s'amuser et beaucoup d'entre eux ont décidé de donner une chance aux crypto-jeux. Peu importe ce qui les passionnent, il existe un moyen de collecter et de l'échanger en utilisant des cryptoactifs.

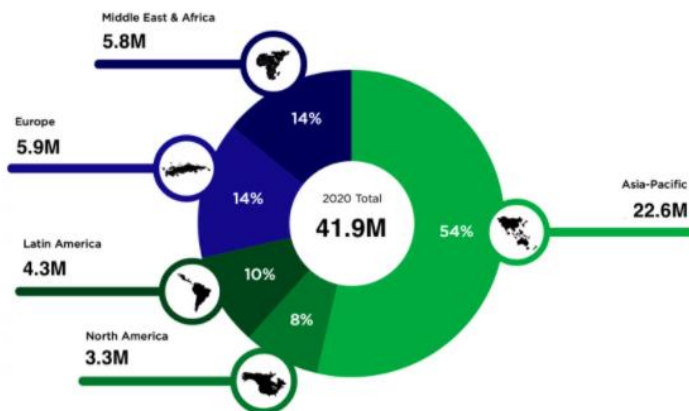
Taille du Marché

Quel est le problème et en quoi il est important de le résoudre

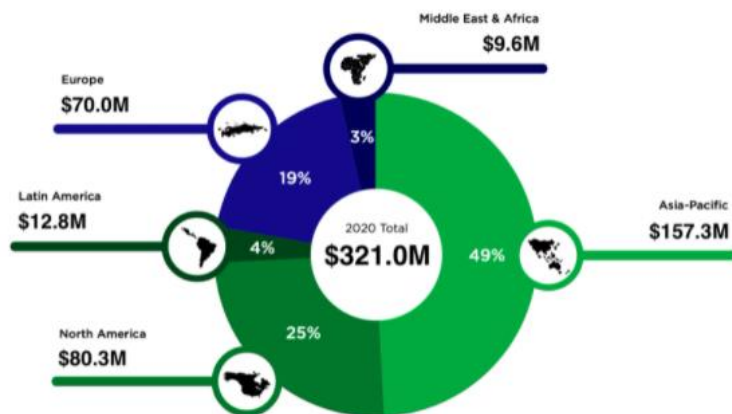
L'industrie des jeux de crypto-monnaies à un revenu de marché estimé à **321 millions de dollars** en 2020 avec plus de **41,9 millions de** joueurs qui possèdent des crypto-monnaies. Selon les données de Newswagg, 38 % d'entre eux sont des Millenials âgés de 21 à 38 ans, ce qui en fait le groupe d'âge le plus important.

Il est important de noter que 55 % des joueurs milléniaux détiennent des crypto-monnaies, contre seulement 5 % de l'ensemble des milléniaux, ce qui implique que les joueurs sont beaucoup plus susceptibles de posséder des crypto-monnaies que les autres. Quarante pour cent des joueurs qui détiennent des crypto-monnaies sont intéressés par l'utilisation de crypto-monnaies pour leurs achats de jeux, et 67 % pensent qu'il y aura plus d'opportunités d'utiliser des crypto-monnaies dans les jeux à l'avenir. Cela démontre l'énorme potentiel des crypto-monnaies pour s'impliquer davantage dans le secteur des jeux.

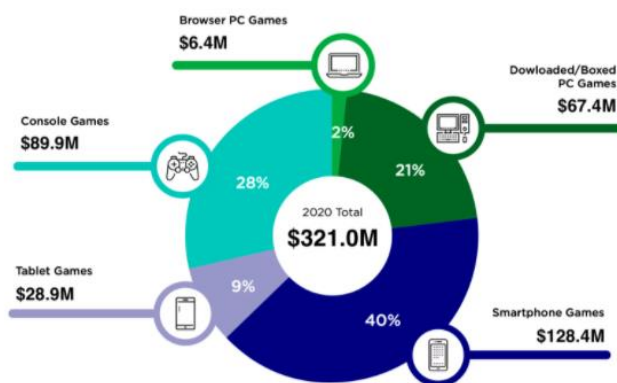
La région APAC a le taux de possession le plus élevé avec 22,6 millions de joueurs qui détiennent des crypto-monnaies, suivie par l'Europe avec 5,9 millions de joueurs, le Moyen-Orient et l'Afrique, l'Amérique latine et l'Amérique du Nord.



Les joueurs de crypto-monnaies de la région Asie-Pacifique ont généré les revenus les plus élevés, soit 157,3 millions de dollars (49 %), suivis par les Nord-Américains avec 80,3 millions de dollars (25 %), l'Europe, l'Amérique latine ainsi que le Moyen-Orient et l'Afrique.



Les jeux pour mobiles génèrent les revenus les plus élevés, soit 128,4 millions de dollars (40%), suivis des jeux pour consoles qui génèrent 89,9 millions de dollars (28%), puis des jeux pour PC téléchargés/en boîte, des jeux pour tablettes et des jeux pour PC par navigateur.



Les tendances des jeux en cryptoactifs

Résumé synthétique (rentabilité, options, recommandation ...)

- Les fournisseurs d'iGaming ont été parmi les premières entreprises à mettre ensemble crypto et jeu. Ils ont permis à leurs clients de payer en monnaies numériques lorsqu'ils jouent dans leurs casinos numériques. Cela a rendu l'ensemble du processus de transfert de fonds plus rapide et plus facile. Jouer en ligne est généralement devenu plus pratique que de se rendre dans des casinos. Si l'on ajoute à cela les effets de la pandémie, il est clair que l'iGaming se porte à merveille. D'ici 2025, la valeur du secteur devrait atteindre 300 milliards d'euros. Cette année, un nombre encore plus important de personnes délaisseront les casinos traditionnels pour les remplacer par des casinos en ligne. Non seulement cela, mais beaucoup d'entre eux utiliseront des crypto-monnaies pour la première fois. L'année 2021 sera importante en ce qui concerne l'utilisation du bitcoin dans les jeux d'argent, à en juger par la façon dont la monnaie et le secteur se sont comportés ces derniers temps.
- Dans le monde des jeux en cryptocurrency, il n'y a que quelques noms connus. La majorité des entreprises présentes sur le marché sont de petites startups blockchain indépendante qui ont l'intention de combiner jeux et crypto-monnaies. Ces entreprises ont créé une flopée de jeux au cours des dernières années, dont plusieurs ont obtenu des résultats admirables. Cela n'ait pas passé inaperçu, et d'autres acteurs sont susceptibles d'entrer dans le secteur à l'avenir. Il y a beaucoup de potentiels pour que ces entreprises opèrent dans l'industrie des jeux en crypto. Par conséquent, les jeux de crypto-monnaies susciteront encore plus d'intérêt.
En outre, certaines de ces entreprises ont une longue histoire dans l'industrie du jeu, ce qui implique qu'elles apporteront des capitaux, du talent et de l'influence au secteur. Pour conclure, il est clair que les jeux de crypto-monnaie vont continuer à se développer à un rythme rapide.
- Les animaux domestiques numériques dominent les jeux en crypto-monnaies. Dans le domaine des jeux en crypto-monnaies, il semble que les animaux de compagnie numériques suscitent un enthousiasme indéfectible. De nombreux autres jeux de la catégorie ont suivi, avec un gameplay basé sur les animaux domestiques numériques. Par exemple, Axie Infinity, un jeu de crypto-monnaie célèbre, au lieu de chats, le jeu emploie une variété d'espèces qui rendent la collecte incroyablement agréable. En plus de pouvoir produire ces animaux, les joueurs peuvent également s'engager dans un combat contre eux. Certains le décrivent comme un jeu de crypto-monnaie dans la veine de Pokemon. Axie Infinity n'en est encore qu'à ses débuts, mais il a déjà suscité beaucoup d'émotion dans la communauté des joueurs. Il a déjà généré environ 6 4000 Ether, soit environ plus de 2 millions de dollars ! Si certains jeux permettent aux joueurs d'acquérir des héros, des vaisseaux spatiaux et des biens immobiliers, les créatures numériques continueront à jouer un rôle important dans les jeux cryptographiques.

Parmi les crypto-monnaies de jeu en vogue, citons :

Pièce de monnaie Enjin

Enjin, la plus grande communauté de jeux en ligne au monde, est à l'origine de la création de la crypto-monnaie Enjin. Certains jeux, comme 9 Lives Arena et ReBounce, Forest Knight, Bitcoin Hodler, Age of Rust et War of Crypto, utilisent déjà la technologie des tokens Enjin. La collaboration d'Enjin avec Samsung pour la distribution du wallet d'Enjin sur les smartphones Galaxy S10/S10+ de la société offre à cette crypto-monnaie de jeu une longueur d'avance.

Jeton DreamTeam

Ce projet de crypto-monnaie est un outil puissant conçu pour l'e-sport et les jeux en tant que plateforme d'infrastructure et passerelle de paiement. L'équipe à l'origine du projet, dirigée par Alexander Kokhanovskyy, possède une longue expérience dans le domaine du sport électronique et des jeux. Cet token est polyvalent et il peut servir à des fins de gamification et de récompenses, au paiement de frais, à l'achat d'actifs, au paiement, et bien plus encore.

Jeton Thêta

Il s'agit d'un projet de crypto-monnaie qui vise à perturber l'industrie du jeu vidéo. L'idée est d'offrir aux joueurs un mode de streaming décentralisé et d'en faire ainsi la première plateforme vidéo sur la blockchain. En utilisant le token Theta, le projet cherche à concrétiser son modèle de partage de la consommation de bande passante. THETA est déjà en train de grimper dans la liste des crypto-monnaies les plus valorisées et mérite d'être considéré comme un acteur important.

Token Etheremon (EMONT)

C'est le jeton du jeu pour un jeu alimenté par la blockchain connu sous le nom d'*Etheremon*. Il s'agit de l'une des crypto-monnaies de jeu les plus populaires. La crypto-monnaie Etheremon Token (EMONT) surfera sur la popularité du jeu *Etheremon* inspiré de *Pokemon*. Pour l'instant, les joueurs utilisent l'Ethereum pour acheter des "mons" (créatures à collectionner dans le jeu). Avec le temps, les développeurs veulent utiliser le Token Etheremon (EMONT) pour les achats dans le jeu et pour récompenser les joueurs.

TRON (TRX)

Il s'agit d'une monnaie numérique populaire utilisée dans de multiples jeux cryptographiques. Bien que ces jeux ne soient pas exceptionnels, la popularité de TRON Legend, un RPG multijoueur en ligne, promet de faire progresser le TRX dans l'industrie du jeu.

D'autres crypto-monnaies de jeu méritent d'être mentionnées, notamment **EOS, Steem, RUN, MobileGo (MGO), FirstBlood, GameCredits, RevolutionVR et Decentraland.**

Analyses Pestel

FACTEUR	TENDANCES STRUCTURELLES	
	DESCRIPTION	INTENSITE
P Politique	<ul style="list-style-type: none"> - Stabilité politique sur les marchés existants - Libéralisation socioéconomique dans les pays émergents d'Asie - Contrôle des réseaux et protocoles internet/blockchain par certains régimes autoritaires - Cybersécurité et émergence de groupes de hackers politiques - Réglementation de la Token Economy en France et à l'international 	Moyenne
E Économique	<ul style="list-style-type: none"> - Part croissante de la tertiarisation de l'économie - Écosystème du jeu vidéo atomisé en de nombreux acteurs - Développement de l'économie de l'e-tourisme - Développement de l'achat programmatique (le poids de la Data dans l'économie) - Coûts de développement des jeux de plus en plus élevés - Croissance du pouvoir d'achat dans les pays émergents - Démocratisation du « panier rapide » 	Forte
S Sociologique	<ul style="list-style-type: none"> - Acceptation de nouveaux modèles de jeux : DLC, free-to-play et microtransactions, ainsi que souscription - Développement de jeux de diversités culturelles et de genres - Les smartphones comme première plateforme de gaming mondial 	Moyenne
T Technologique	<ul style="list-style-type: none"> - Démocratisation des infrastructures internet très haut débit en Europe et partout dans le monde, - Dynamique du marché de la crypto-gaming - Évolution des normes de transfert de données au sein de l'écosystème blockchain - Développement de l'intelligence artificielle et des objets connectés - Des smartphones aux spécifications techniques de plus en plus élevées 	Forte
E Écologique	<ul style="list-style-type: none"> - Empreinte écologique et consommation des ressources importantes des serveurs de jeux en ligne - Disparition des supports de jeux physiques - L'exploitation des terres rares génère des dégâts écologiques majeurs 	Moyenne
L Légal	<ul style="list-style-type: none"> - Législation croissante autour des lootboxes et contenus additionnels payants des jeux - Règlement général sur la protection des données personnelles en Europe - Mise en place de la législation aux États-Unis concernant la fin du principe de neutralité du net, avec une application différente selon chaque État et chaque ville 	Moyenne

De l'analyse PESTEL ressort des tendances structurelles majeures sur l'industrie du jeu-vidéo constituant des variables-pivots majoritairement politiques, technologiques et légales.

Si l'émergence économique de nouveaux marchés en Asie ouvre de nouvelles opportunités de développement, la déclinaison de l'impératif de cybersécurité dû à l'existence de groupes de

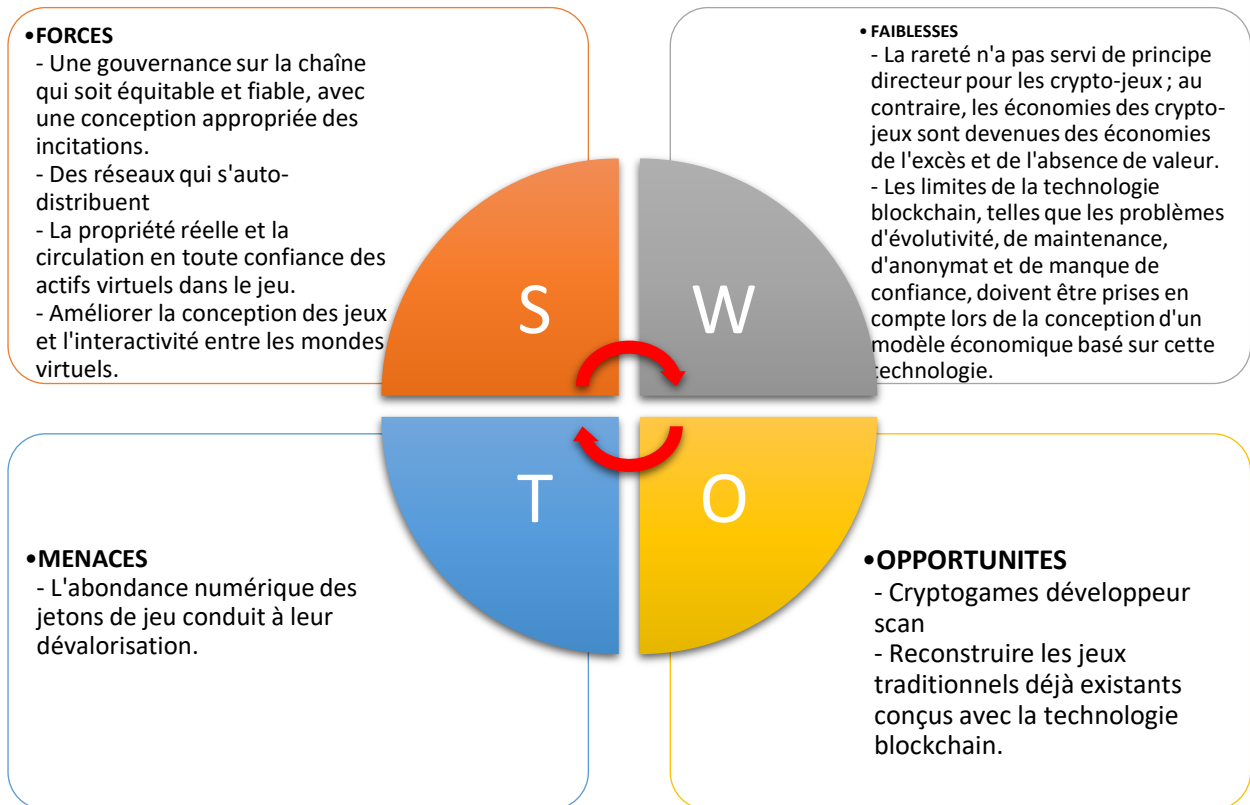
hackers politiques et des nouvelles lois sur la protection des données constitue néanmoins une menace globale pour les acteurs de l'industrie.

Enfin, l'innovation technologique dans d'autres marchés présentant de fortes synergies avec celui des jeux-vidéos (télévision, intelligence artificielle, objets connectés et composants PC) ainsi que l'accélération du développement des technologies blockchain et de la Token economy peuvent être bridés par la mise en œuvre du cadre, avec des restrictions et des pratiques d'accès discriminatoires à des services digitaux selon le lieu de résidence des consommateurs.

Analyses des concurrents

	Axie Infinity	MegaCryptoPolis	Ville d'Alpaca	Cometh	Pow
Education			✓		✓
Contenu visuel & sonore	✓	✓		✓	✓
Diversité thématique	✓		✓		✓
Diversification de valeur		✓			✓
Récompenses réelles	✓			✓	✓
Compétition	✓	✓		✓	✓
Jeu solo		✓	✓	✓	✓
Marketplace				✓	
Réseau social	✓				✓
Token				✓	✓
NFT				✓	✓
DeFi				v	
Yield Farming					✓
Start up /Major					
Membre de la communauté					
Nb de Wallet actif					
Volume des transactions 24h					

Matrice SWOT



Segmentation du marché

Quel est le problème et en quoi il est important de le résoudre

L'industrie des jeux basés sur les crypto-monnaies et la blockchain se concentre sur l'importante base d'utilisateurs de smartphones et son énorme potentiel sur le marché.

Si l'on ventile la possession de crypto-monnaies en fonction du revenu, on constate que les niveaux de possession sont nettement plus élevés chez les personnes très riches. 67 % des Français interrogés ont un revenu annuel supérieur à 300 000 €, soit plus du double de celui de toute autre catégorie de revenus.

Le marché français des jeux devrait croître à l'avenir en raison de l'augmentation des dépenses consacré au divertissement, de la croissance des jeux mobiles et de l'adoption croissante des jeux numériques. Les paris sportifs représentent le marché des jeux à la croissance la plus rapide avec une augmentation des tournois sportifs et un nombre croissant de compétitions sportives en ligne sous forme de jeux vidéo.

La scène du Crypto gaming se développe rapidement, car de plus en plus de jeux sont inventés avec la technologie blockchain et de plus en plus d'objets à collectionner dans le jeu sont

également construits sur la technologie blockchain. Les jeux blockchain rendent possible l'adoption massive de la blockchain et des cryptoactifs et incitent les investisseurs et les amateurs de crypto à investir dans l'industrie du jeu.

Cibles

Profil (âge, sexe, catégorie socio-professionnelle, région du monde), Motivations/centres d'intérêt



- Age :

38 % des crypto-joueurs sont des Millenials âgés de **21 à 38 ans**, ce qui en fait le groupe d'âge le plus important.
24% sont âgés de **34 à 54 ans**.

- Sexe :

Le jeu a été considéré comme un passe-temps plutôt **masculin**. Cependant, **l'augmentation du nombre de joueuses** a été rapide ces dernières années. Selon un chiffre de 2019, 46% (augmentation de 12% en 13 ans) de tous les joueurs d'ordinateurs et de vidéos aux États-Unis sont des femmes.

- Régions du monde :

- **l'Asie**, dont principalement le Japon, est en tête du peloton : 1417,2 millions de joueurs
- **l'Europe** : 667,8 millions
- **l'Amérique Latine** : 382,8 millions

- Temps de jeu :

- 38% du temps des 18-34 ans
- 26% du temps pour les 34-54 ans
- 9% du temps pour les 55-64 ans

- Motivations / centre d'intérêts :

- Gagner de l'argent
- Développement du e-tourisme culturel
- Espace communautaire et de socialisation, notamment pendant la pandémie Covid 19
- Jouer à des jeux à un niveau professionnel peut également être une carrière lucrative pour ceux qui sont au sommet de leur art.

Profil (âge, sexe, catégorie socio-professionnelle, région du monde), Motivations/centres d'intérêt



- Age :

30%, la majorité, se situe dans la tranche d'âge **18-34 ans**.

4 % d'entre eux ont **55 ans** et plus.

- Sexe :

Un pourcentage plus élevé de crypto-joueurs sont d'hommes que de femmes (6%)

- Régions du monde :

la France

- Catégorie socio-professionnelle :

Les Français ayant un niveau d'éducation élevé : **21%** d'entre eux étant **titulaires** d'un **doctorat** ou d'un diplôme équivalent, tandis que **5%** ont suivi des **études secondaires**.

- Motivations / centre d'intérêts :

- Effectuer des achats (59%),

- Uniquement à des fins d'investissement (41%).

- Gagner de l'argent

- Espace communautaire et de socialisation, notamment pendant la pandémie Covid 19

Recommandations

Recommandation suite à l'analyse marketing

- Les cryptoactifs liés aux jeux sont le rêve de tout créateur, joueur, développeur, trader, investisseur en raison de l'extraordinaire expansion du secteur des jeux et de l'intérêt massif pour les cryptoactifs. De nombreuses crypto-monnaies liées aux jeux sont encore en train d'émerger, et si toutes ne connaîtront pas le succès, il est certain que nombre d'entre elles ont un avenir des plus prometteur. Une chose est sûre : les jeux et les crypto-monnaies/blockchain ont besoin les uns des autres et s'épanouiront ensemble.
- 38 % des crypto-joueurs sont des Millenials âgés de 21 à 38 ans, ce qui en fait le groupe d'âge le plus important. Quatre-vingt pour cent des joueurs qui détiennent des crypto-monnaies sont intéressés par l'utilisation des crypto-monnaies pour leurs achats de jeux, et 67 % pensent qu'il y aura plus d'opportunités d'utiliser les crypto-monnaies dans les jeux à l'avenir.
- Dans le monde crypto-gaming, il n'y a que quelques noms connus. La majorité des entreprises présentes sur le marché sont de petites startups blockchain indépendantes qui ont l'intention de combiner jeux et crypto-monnaies.

Business Model

BI BUSINESS MODEL

Table des matières

Sommaire exécutif	7
Taille du Marché.....	9
Analyses des options	10
Recommandation.....	10
Livrables	11
Ressources et parties prenantes	Erreur ! Signet non défini.
Impact en cas de refus du projet	Erreur ! Signet non défini.

Index des sources

<http://f.cl.ly/items/321D100j1f0f311Xon3z/futureplay2010bojinludemes.pdf>

<https://dailygazette.com/is-cryptocurrency-the-future-of-online-gaming/>

<https://www.entrepreneur.com/article/363381>

<https://triple-a.io/crypto-ownership-gaming/>

<https://www.nasdaq.com/articles/how-play-to-earn-is-changing-the-business-of-gaming-2021-07-06>

<https://www.gamedesigning.org/gaming/cryptocurrency/>

<https://www.coininsider.com/leverage-gaming->

[cryptocurrencies/#:~:text=Game%20developers%20now%20integrate%20new%20cryptocurrencies%20in%20their,and%20winners%20get%20rewards%20in%20the%20in-game%20currency](https://www.coininsider.com/leverage-gaming-cryptocurrencies/#:~:text=Game%20developers%20now%20integrate%20new%20cryptocurrencies%20in%20their,and%20winners%20get%20rewards%20in%20the%20in-game%20currency)

<https://www.playtoearn.online/2021/02/27/cometh-gives-more-insight-in-play-to-earn-revenue/>

<https://nonfungible.com/market/history/cometh>

<https://www.statista.com/statistics/297871/mobile-games-revenue-region/>

<https://www.askgamblers.com/gambling-news/blog/bitcoin-gambling/>

Notre Produit

Notre produit

Parts Of the World (POW) est un jeu de quiz interculturel en crypto-monnaie développé pour les smartphones, les tablettes et les ordinateurs. Il présente des contenus visuels et sonores exclusifs et variés. Le concept de POW est de permettre aux joueurs de tester leurs connaissances du monde et de ses cultures. Les 194 pays du monde ont été divisés en 29 régions pour faciliter le déverrouillage d'un globe interactif et informatif.

L'objectif est de cultiver l'envie d'ouvrir sa vision du monde et d'encourager les voyages, avec la possibilité pour les joueurs de se mesurer aux autres joueurs et de gagner plusieurs objets qui sont 150 monuments de notre planète reproduits en 3D, et plusieurs "skins" qui peuvent être placés sur le globe. Le globe est ici considéré comme l'avatar du joueur, ce qui permet une personnalisation sans précédent dans un tel jeu. De plus, POW vous permet également de soumettre vos questions avec votre contenu. C'est donc une approche géoculturelle, communautaire de partage et de récompense qui rend POW innovant et addictif.

Dans le monde du jeu, une économie de jeu est la configuration des boucles de jeu au sein du jeu (monnaies, boucles de temps, XP, niveaux, prix, etc.). Son objectif est de structurer les comportements et les incitations des joueurs.

Pourquoi est-ce important pour les jeux de blockchain ?

Le principal résultat de l'intégration de la blockchain dans les jeux vidéo est de permettre aux joueurs de posséder réellement leurs objets virtuels. Cependant, la possession d'objets de jeu n'a de valeur que dans le monde où les joueurs veulent être.

La véritable propriété n'a de valeur que dans un monde virtuel où les joueurs ont envie d'être. Qu'est-ce qui crée un monde virtuel dans lequel les joueurs ont envie d'être ? L'ensemble des incitations, des récompenses, des configurations de jeu et des effets de réseau qui rendent le jeu amusant et incitent les autres joueurs à vouloir participer à ce monde. En bref, l'économie du jeu.

Objectifs et Bénéfices

KPI, Ciblage par

Le budget de communication est de 10 000 BTC chaque mois.

Le coût par clic étant de 1 BTC, il est donc possible de d'obtenir 10 000 utilisateurs, que nous appelons Utilisateurs Achetés.

Chaque utilisateur peut toucher, via le parrainage / le bouche-à-oreille, de nouveaux utilisateurs. Le nombre d'utilisateurs collatéralement acquis est ainsi de 20% supplémentaire.

Nous obtenons un nouveau nombre d'Utilisateurs Acquis.

Puis partons du principe que le taux de conversion en acheteurs de ces utilisateurs est de 2,5% en moyenne, nous obtenons le nombre d'Utilisateurs Acheteurs pour une période de 1 mois.

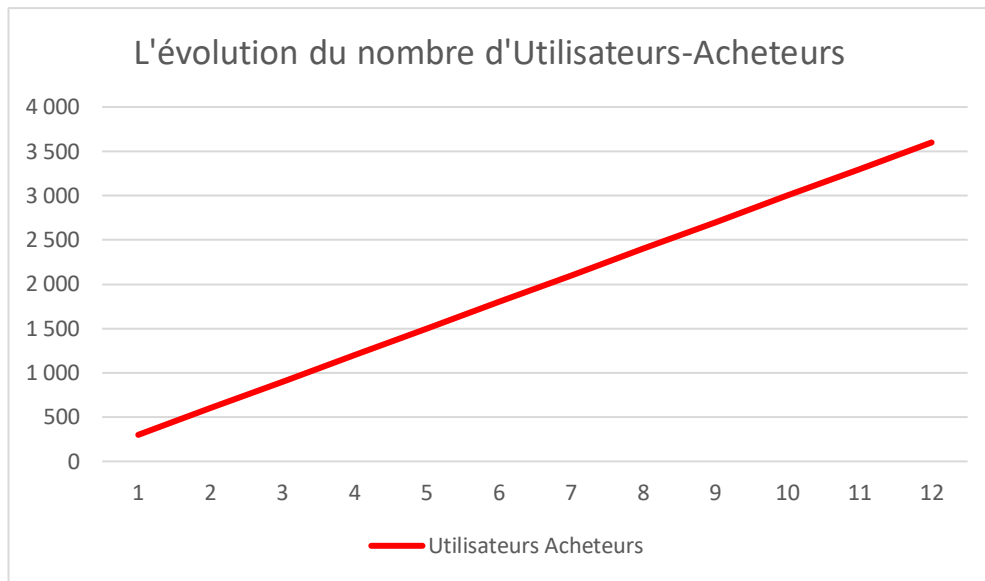
Nous avons donc perpétué cette logique sur une année afin d'obtenir le nombre d'Utilisateurs Acheteurs pour cette durée.

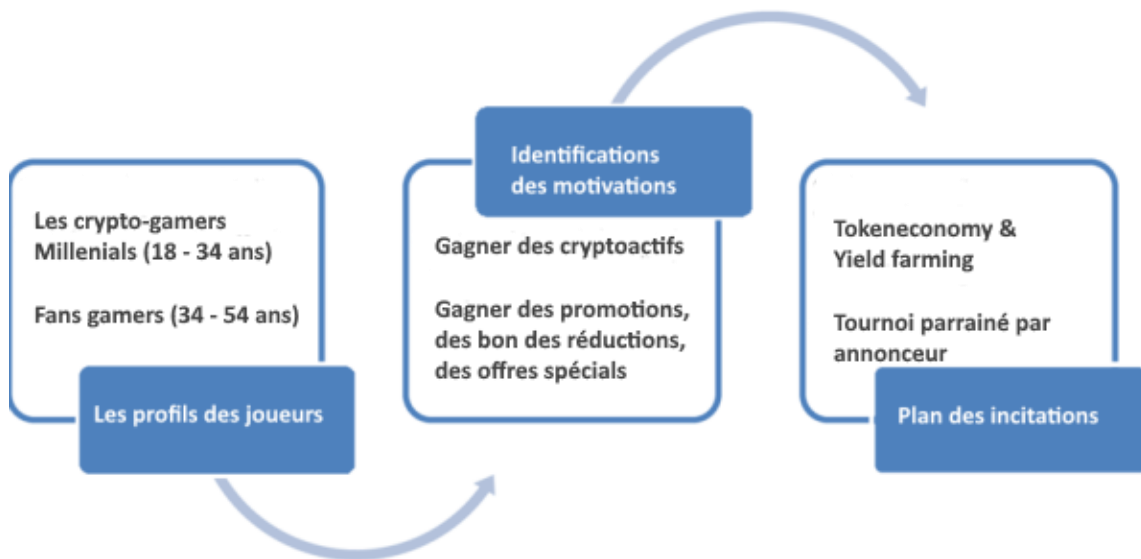
Mois	Coût par acquisition	Utilisateurs Achetés	Utilisateurs Acquis	Utilisateurs Acheteurs
1	1	10 000	12 000	300
2	1	10 000	12 000	600
3	1	10 000	12 000	900
4	1	10 000	12 000	1 200
5	1	10 000	12 000	1 500
6	1	10 000	12 000	1 800
7	1	10 000	12 000	2 100
8	1	10 000	12 000	2 400
9	1	10 000	12 000	2 700
10	1	10 000	12 000	3 000
11	1	10 000	12 000	3 300
12	1	10 000	12 000	3 600
TOTAL SUR 1 AN				23 400

Avec un budget de départ de 10 000

Utilisateurs Acquis = Utilisateurs Acheté * Coefficient Bouche à Oreille 20%

Utilisateurs Acheteurs = Utilisateurs Acquis * Taux de conversion 2,5%





Nous avons identifié les parties prenantes, et pour chacune d'entre elles identifiez ses motivations et ses moteurs. Notre but est d'établir pour chaque profil de joueur, quelles sont les actions qu'elle doit entreprendre pour contribuer à la croissance de la métrique exploitable. Afin de concevoir des incitations pour motiver chaque partie prenante à effectuer des actions identifiées.

Aujourd'hui, pour qu'un jeu atteigne le succès commercial, il doit avoir une économie de jeu forte. Pourquoi ? Parce que la plupart des jeux ne sont plus vendus à un coût initial fixe. Au lieu de cela, ils sont généralement gratuits pour les joueurs qui commencent à y jouer, puis génèrent des revenus à partir de la vente de contenu, d'achats dans le jeu ou d'un abonnement pour continuer à jouer.

En conséquence, la mesure clé pour les sociétés de jeux est devenue : Combien de temps pouvons-nous garder un joueur dans notre jeu ? Cela signifie qu'elles doivent continuellement s'engager et fournir de la valeur à leurs utilisateurs.

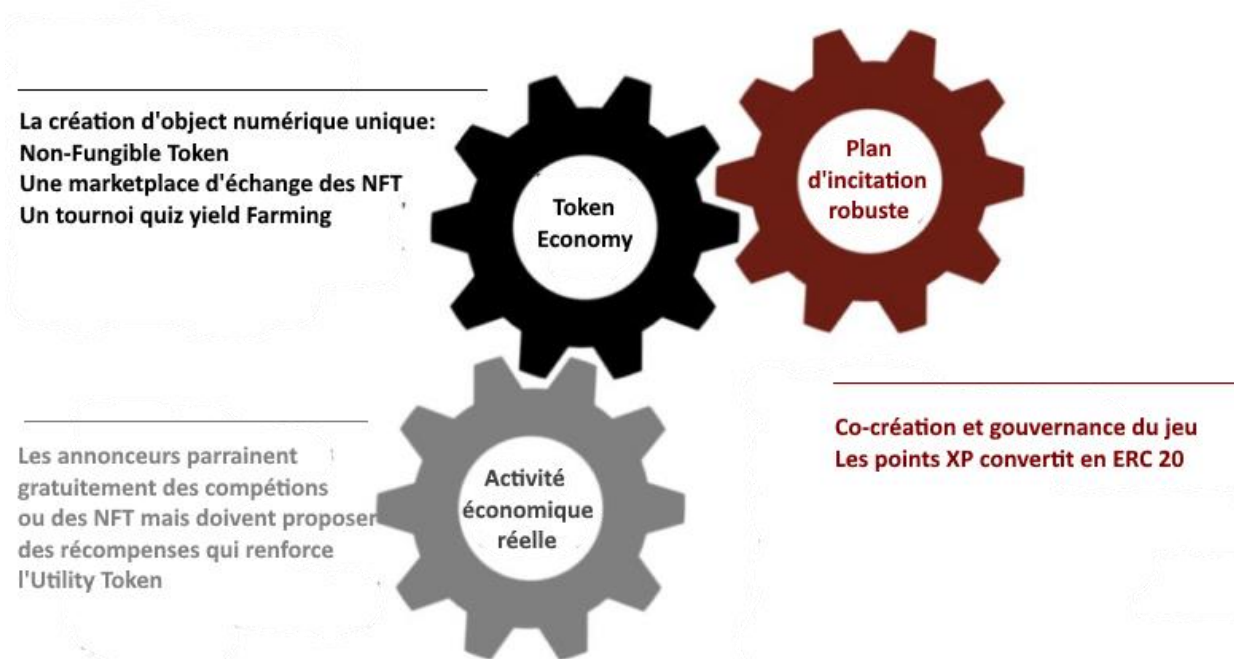
Tokenisation des actifs du jeu : non fungible token erc721

Les développeurs de jeux ont commencé à tokeniser leurs actifs de jeu en s'appuyant sur la technologie blockchain. Cela signifie que les joueurs peuvent désormais utiliser leur crypto-token de jeu en dehors de la plateforme de jeu.

Gains grâce aux crypto-monnaies

Alors que la plupart des jeux proposent des gains sous forme de devises propriétaire dans le jeu, certains développeurs de jeux proposent désormais des crypto-monnaies pour récompenser les joueurs et même les développeurs. Les joueurs peuvent également échanger cette monnaie virtuelle en dehors du jeu, ce qui en fait un actif cryptographique négociable populaire. Le développement des cryptoactif de jeu offre une opportunité commerciale irrésistible. La popularité des jeux signifie que toute crypto-monnaie qui gagne en popularité dans l'industrie se répandra rapidement. C'est pourquoi les joueurs identifient désormais les cryptoactifs de jeu potentiel en examinant leurs performances initiales.

Proposition de valeur



L'augmentation de l'utilisation des jeux comme moyen de socialisation a été accélérée pendant les mesures du COVID-19. Les espaces virtuels au sein des jeux à grande base de joueurs sont également utilisés comme des points de rassemblement où les joueurs socialisent et vivent un événement en direct et des expériences immersives.

Notre proposition de valeurs réside sur l'alignement de la co-crédation avec les intérêts de chaque partie prenante : En effet les acteurs du monde culturel en communiquant sur leurs sites, leurs événements, contribuent au quiz et renforce le plan d'incitations des joueurs, qui font usage de l'utility token pour accéder au service et développer la valeur de leurs actifs via la marketplace.

Business Model Canvas

Partenaires clefs	Activité clefs	Proposition de valeur	Relations clients	Segmentation clients
Priceminister Air France SNCF	Conception, création et édition de jeux vidéo	<ul style="list-style-type: none"> • Un jeu quizz innovant • Un plan de récompense robuste e-tourisme & récompenses • Une marketplace achat & vente NFT 	Comunity manager Chat support	<ul style="list-style-type: none"> • Les 'crypto-gamers • Les fans de culture • Les joueurs habituels
	Ressources clés		Canaux	
	Game designer Blockchain Labs		Site web	
Structure de coûts		Flux de revenu		
Copex : 43 K€		Les revenus sont issue de l'utilisation du powToken pour fonctionner au sein de son jeu free to play ; cette circulation permet une valorisation. Les revenus sont assurer par la vente du powToken contre de l'ETH.		

Notre business model s'appuie sur le concept marketing du « free to play car Pow est entièrement gratuit, ce concept est devenu incontournable sur smartphones, les jeu free-to-play ne restreignent pas l'expérience du joueur, c'est sur les revenus indirects que se rémunère l'éditeur. Notre vision business est sans intermédiaire, la valeur dégager de l'expérience utilisateurs, (achat/vente de produit, publicité intégrée, etc) fait partie du plan d'incitation des joueurs de Pow, notre rémunération est basé sur la valorisation de l'Utility Token permettant à cette écosystème fonctionner.

Stratégie Commerciale

Pour attirer des internautes sur un jeu vidéo, il existe trois grandes catégories de méthodes :

- L'achat de clics pour le web, ou d'installation d'applications pour le mobile, est une forme de publicité au coût important. Des jeux similaires sur le web ou sur mobile signalent un coût environnant 60 centimes d'euro. Point de départ du reste de la communication, l'achat de joueurs permet d'engranger le bouche à oreille et de former une communauté. Il nécessite des taux importants de conversion des joueurs en acheteurs pour être rentable.
- La gestion communautaire implique l'utilisation de représentants de la marque sur différents supports : Facebook, Twitter, forums de joueurs, site propre du jeu, blogs et presse spécialisée... Elle permet de communiquer avec des joueurs existants ou de faire venir de nouveaux joueurs. Impérative pour un jeu social de ce type, la gestion communautaire est également un élément important de la chaîne de valeur, permettant de faire une véritable différence par rapport à la concurrence. Son coût correspond à l'embauche d'une personne dédiée à ce métier.
- Le bouche à oreille représente le facteur de viralité dans les jeux en ligne. Ce facteur est représenté concrètement par la notation des applications mobiles. Il peut être encouragé par des récompenses au parrainage de nouveaux joueurs, par exemple. En pratique, la seule garantie de bouche à oreille est un contenu de jeu original et de qualité.

Selon des études récentes sur des jeux comparables ayant du succès, l'attraction des joueurs par ces 3 méthodes se ventile ainsi : 30% / 30% / 40%

Token Economy Canvas

PROBLEM	SCALE & GROWTH	THE ECONOMY	GOVERNANCE	Stakeholders
list 1-3 problems that the token economy solves.	List 1-3 things that the economy needs to scale and be engaging for participants.	A short, clear description of what the economy does and how it works	Who makes decisions about the economy and how are they implemented?	Network, roles, responsibilities,
Droit d’auteur sur les éléments crée dans le jeu gain réel en Token ERC20	Robuste plan de récompense. Des partenariats de prestiges récompenses international	<ul style="list-style-type: none">• Un jeu quizz innovant• Un plan de récompense robuste	Les fondateurs, mais l’objectif est d’être une DAO à terme	<ul style="list-style-type: none">• Les ‘crypto-gamers• Les joueurs habituels• Les fans de culture
EXISTING ALTERNATIVES	Issuance & Circulation	WHY BLOCKCHAIN?	OUTSIDE ECONOMY	INCENTIVES
List how the problems are solved today	SystemToken issuance, to whom, when, how much, burn	Why is using blockchain a requirement for this economy?	Which outside actors, data, technology or systems interface with the token economy?	List the incentives for participation.
Game serveur centralisé et économie du jeu complètement clos	Emission: 3 125 000 PowToken 1pow = 0,00048 ETH	Valeur des objets gagné transférable Décentralisation des jeux	Des partenaires annonceurs	Réduction tourisme/culture Token ERC20 Token NFT Gains des tournoi
TOKEN DISTRIBUTION & VALUE		TOKEN USAGE		
How are tokens initially distributed? How does the token value increase or change over time?		How are tokens used within the economy?		
20% des powToken pour les fondateurs		Le powToken est Utility token, nécessaire dans l’économie du jeu Pow, en échange de point XP, ou pour participer aux compétitions.		

Gains grâce aux crypto-monnaies

Alors que la plupart des jeux proposent des gains sous forme de devises propriétaire dans le jeu, certains développeurs de jeux proposent désormais des crypto-monnaies pour récompenser les joueurs et même les développeurs. Les joueurs peuvent également échanger cette monnaie virtuelle en dehors du jeu, ce qui en fait un actif cryptographique négociable populaire.

Le développement des crypto-actif de jeu offre une opportunité commerciale irrésistible. La popularité des jeux signifie que toute crypto-monnaie qui gagne en popularité dans l'industrie se répandra rapidement. C'est pourquoi les joueurs identifient désormais les cryptocurrencies de jeu potentiel en examinant leurs performances initiales

Le Cadre légal du projet

Faisabilité juridique

Une grande partie de l'activité réglementaire dans l'espace crypto s'est concentrée sur les offres initiales de pièces de monnaie (ICO). Peu d'attention a été accordée aux questions juridiques entourant les jeux de crypto-monnaie et les objets à collectionner. Certaines des questions relatives aux lois sur les valeurs mobilières liées aux ICO peuvent être pertinentes pour certaines mises en œuvre dans l'espace des jeux de crypto et des objets à collectionner. De nombreuses entreprises ont lancé des ICO sans se conformer aux exigences réglementaires. Il existe d'énormes possibilités de tirer parti de la technologie blockchain pour les applications de divertissement interactif, y compris les jeux en crypto et les objets de collection en crypto. Cependant, pour les entreprises qui entrent dans cet espace, il est essentiel d'obtenir une évaluation juridique de leur modèle d'affaires et de leur mise en œuvre spécifique pour atténuer les problèmes juridiques.

Voici quelques-unes des questions juridiques qui peuvent se poser dans ces domaines :

- **Les jetons en tant que valeurs mobilières** S'ils ne sont pas structurés correctement, certains actifs symbolisés (par exemple, les articles virtuels dans les jeux de crypto-monnaies et les crypto-collections) pourraient enfreindre les lois sur les valeurs mobilières. De nombreuses entreprises proposent des "objets de collection numériques" à l'aide d'un crypto-jeton ERC-721, le jeton représentant la propriété de l'objet. Certaines de ces entreprises proposent également une place de marché où les utilisateurs peuvent acheter, échanger et vendre les jetons. Dans certains cas, la valeur de l'objet de collection numérique peut être augmentée par diverses interactions avec la plateforme. Si les utilisateurs paient de l'argent pour des articles numériques dans l'espoir d'en tirer un profit et que l'espoir de profit est dérivé des efforts de gestion d'autres personnes (par exemple, l'opérateur de la plateforme de jetons), le jeton pourrait être considéré comme une valeur mobilière.
- **Tenir compte des brevets** : Comme pour d'autres aspects des applications basées sur la blockchain, le nombre de brevets déposés est en augmentation. À titre d'exemple, Tap Project a déposé un brevet sur une méthode qui permet aux joueurs de convertir leurs devises de jeu en crypto-monnaies. Il existe de nombreuses idées fausses sur le brevetage des jeux, en général.
- **Jeux d'argent** : De nombreux crypto-jeux et plateformes d'objets de collection numériques proposent une place de marché où les utilisateurs peuvent acheter, vendre et échanger des objets. La présence d'une place de marché n'implique pas la présence de jeux d'argent, mais lorsqu'elle est combinée à d'autres faits, elle pourrait conduire à une telle conclusion. Une analyse des jeux d'argent, par exemple, serait nécessaire si un jeu permet à un utilisateur de miser quelque chose de valeur pour avoir une chance de gagner des objets virtuels qui peuvent être vendus sur une place de marché ouverte fournie par l'éditeur. De même, si un utilisateur peut miser ou risquer de tels objets virtuels en échange d'une chance de gagner quelque chose d'autre de valeur, une telle analyse serait nécessaire.

- **Les places de marché de jetons en tant que bourses de valeurs** : si les places de marché de jetons permettent la vente de jetons qui répondent au critère de sécurité, elles pourraient être considérées comme une bourse de valeurs. La SEC a récemment publié des orientations sur les plateformes qui permettent aux utilisateurs d'acheter et de vendre des actifs numériques, y compris des pièces et des jetons numériques. Selon la SEC, un certain nombre de ces plateformes offrent un mécanisme de négociation d'actifs qui répondent à la définition de "valeur mobilière" en vertu des lois fédérales sur les valeurs mobilières. Si une plateforme offre à la négociation d'actifs numériques qui sont des valeurs mobilières et fonctionne comme une " bourse ", au sens des lois fédérales sur les valeurs mobilières, alors la plateforme doit s'enregistrer auprès de la SEC en tant que bourse nationale de valeurs mobilières ou être exemptée d'enregistrement. Un exemple de crypto-monnaie basée sur le jeu est Enjin Coin, une plateforme personnalisable de crypto-monnaie et de biens virtuels pour le jeu. Il est possible, dans certaines circonstances, qu'une place de marché de jetons, qui permet aux utilisateurs d'acheter, de vendre et d'échanger des actifs tokenisés, soit considérée comme une bourse de valeurs mobilières si les jetons sous-jacents sont considérés comme des valeurs mobilières.
- Le régulateur des jeux d'argent en France a pris une mesure inhabituelle en émettant un avertissement public contre l'utilisation de deux sites de jeux en ligne qui proposent des paiements en cryptocurrency le 13 juillet 2021. Le régulateur a désigné cbet.gg et stake.com comme deux sites de jeux en crypto-monnaies particulièrement populaires qui servent les joueurs en France sans licence locale et en violation de la réglementation interdisant l'utilisation des crypto-monnaies pour les jeux d'argent. " L'utilisation des crypto-monnaies est interdite sur les sites des opérateurs agréés qui sont tenus de lutter contre la fraude, le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme, précise le régulateur français. " [5]