

Balado sur l'état des cryptoactifs

Épisode 10

Adam Rodricks:

Bonjour tout le monde et bienvenue à ce nouvel épisode de la série de baladodiffusions sur l'état des cryptoactifs de KPMG au Canada. Nous sommes de retour avec un épisode très spécial sur les jetons non fongibles (JNF), un phénomène récent qui fait fureur dans le monde des cryptoactifs. Aujourd'hui, je suis heureux d'accueillir de nouveau Kareem Sadek, Kunal Bhasin et Ken Viegas, et de présenter un auditeur de longue date qui nous appelle pour la première fois, Kaan Farahani. Donc d'abord et avant tout, bienvenue Messieurs. C'est un plaisir d'être de retour en studio avec vous. À la suite de l'acquisition d'un JNF de la collection World of Women, qui reflète les valeurs de KPMG et ses efforts de soutien pour la Journée internationale des femmes et pour les femmes travaillant avec les cryptoactifs, cet épisode est important pour nous. Lançons-nous dans le vif du sujet. Kareem, en tant que vétéran de la baladodiffusion, je commence par toi comme d'habitude. Les JNF semblent être partout de nos jours. Peux-tu nous dire ce qu'est un JNF et pourquoi KPMG a choisi d'acheter celui de World of Women?

Kareem Sadek:

Absolument! Je suis heureux d'être de retour à la baladodiffusion. Je vais commencer avec la deuxième partie de la question : « Pourquoi le JNF de World of Women? » Dans ton introduction, Adam, tu as effleuré ce qu'est le JNF de World of Women lui-même. Je pense que notre acquisition démontre ce que KPMG au Canada fait en soutien à l'écosystème des cryptoactifs. Elle s'aligne aussi sur une chose qui nous tient vraiment à cœur en ce qui concerne les femmes en cryptoactifs [et] en technologie, si je pense de façon plus large. Je pense qu'en comparant World of Women aux valeurs de KPMG au Canada, on voit qu'elles s'harmonisent très bien. Nous regardons la communauté de World of Women, et ce qu'elle soutient en ce qui concerne la diversité et l'égalité pour les femmes, et je pense que cela correspond très bien à ce que nous faisons. Franchement, avec le JNF, nous ne touchons qu'un des nombreux domaines auxquels nous pensons quand nous parlons de continuer de soutenir l'écosystème, mais aussi d'être une équipe de cryptoactifs innovatrice dans sa façon d'interagir avec l'écosystème ici au Canada. Voilà pourquoi nous avons choisi le JNF de World of Women.

Qu'est-ce qu'un jeton non fongible? « Non fongible » signifie quelque chose d'unique. Je t'explique maintenant ce qu'est un JNF.

C'est un certificat numérique unique qui est assigné à n'importe quel objet, qu'il soit matériel ou numérique. Un JNF est enregistré dans le registre de la chaîne de blocs et il garde une trace des données en temps réel, fournissant essentiellement à l'acheteur une preuve de propriété.

Et c'est un concept important dans le domaine des JNF. Je vais reformuler tout ça et te donner un exemple pour simplifier un peu la notion. Donc, à quoi renvoie le mot « fongible »? Quand on dit « fongible », on parle de l'interchangeabilité d'un objet. Voici mon exemple : prenons cinq dollars, sous la forme d'un billet ou de pièces. C'est hautement fongible, car je peux utiliser l'une ou l'autre de ces formes pour acheter quelque chose, et elles ont essentiellement la même valeur. Mais réfléchissons-y une seconde : je peux avoir un billet de cinq dollars avec une sorte de caractéristique unique. N'importe quoi, un numéro de série intéressant, par exemple. Quelqu'un d'autre pourrait être prêt à payer cher pour ce billet de cinq dollars à cause de cette particularité. Il donc appelé à devenir moins fongible à cause de ce travail.

Donc, voilà en gros ce qu'est un jeton non fongible, et la comparaison avec le jeton fongible. En réalité, ce que j'adore dans l'espace des JNF, c'est le grand nombre de variation et d'évolutions. On connaît les arts et les pièces de collection, bien sûr, et la façon dont les JNF sont utilisés dans le domaine des médias, de la musique, etc., mais je pense que ce qui est bien avec cette baladodiffusion, c'est que nous parlerons de son application, aujourd'hui et dans un futur proche, donc ça m'intéresse vraiment. Ken et Kaan pourront peut-être nous en dire plus et plonger plus en profondeur dans certaines de ces applications et les types de JNF qui existent aujourd'hui.

Kaan Farahani:

Parlons de certains types de JNF sur le marché aujourd'hui. Actuellement, il existe deux grandes catégories, la première étant l'art et les pièces de collection, et la seconde, le jeu. Parlons d'abord de l'espace artistique. Trois collections dominent le marché par leur volume, soit Bored Ape Yacht Club, CryptoPunks et Art Blocks.

Balado sur l'état des cryptoactifs

Épisode 10

Kaan Farahani (continué):

Les deux premières sont des collections d'images de profil en édition limitée comprenant chacune 10 000 JNF qui ont aussi des caractéristiques uniques. Par exemple, si vous possédez un Bored Ape, le jeton lui-même sert d'inscription pour accéder à un club social exclusif. Il est intéressant de noter que les JNF de CryptoPunks pouvaient d'abord être réclamés gratuitement par toute personne ayant un portefeuille Ethereum, mais les 10 000 ont été réclamés rapidement, donc maintenant, ils doivent être achetés sur les marchés secondaires. Pour sa part, Art Blocks est une plateforme d'art programmable. Elle utilise un algorithme pour générer aléatoirement du contenu numérique, dont la sortie pourrait être une image statique, un modèle 3D ou une expérience interactive.

Maintenant, en ce qui concerne les pièces de collection, les amateurs de sport ont popularisé deux plateformes. La première est celle qui monétise des jalons au basketball et des faits saillants viraux en JNF officiellement autorisés. Ces JNF sont classés par rareté; certains sont très communs, il peut y avoir 50 000 exemplaires, d'autres sont rares, et enfin, certains sont très exclusifs et présentent moins de 99 exemplaires. Des collections thématiques existent, qui peuvent être un hommage, par exemple, aux smashes ou à la présentation de recrues. La seconde est un jeu de fantasy soccer mondial où les joueurs collectionnent des cartes d'athlètes sous forme de JNF et créent des équipes virtuelles pour s'affronter ou échanger. Ils peuvent créer une équipe de cinq cartes et participer à des tournois hebdomadaires dans lesquels ils obtiennent des scores, selon la performance des athlètes réels, et ceux qui choisissent les meilleurs alignements gagnent des récompenses par le biais d'un système de récompense dynamique intégré et, une fois de plus, ces JNF sont classés par rareté. Par exemple, chaque saison, il y a un nombre maximum de cartes émises pour chaque joueur, et elles sont distribuées comme des cartes rares, extrêmement rares et uniques.

Nous constatons également que d'autres JNF de jeu se sont récemment taillé une part du marché. Axie Infinity est un exemple populaire. Les joueurs de ce jeu de chaîne de blocs collectionnent des créatures appelées « Axies » en tant qu'animaux de compagnie, qui sont représentées par les JNF.

L'univers a une économie virtuelle où les joueurs possèdent et échangent des Axies contre d'autres ressources qu'ils gagnent, soit en jouant ou en contribuant à l'écosystème. Dans l'ensemble, nous observons que les JNF de jeu ont tendance à engendrer un nombre très élevé de transactions secondaires par rapport à l'art et aux pièces de collection puisqu'ils ont une utilité dans le jeu et sont beaucoup plus activement utilisés.

Kareem Sadek:

Oui, merci les gars. Ça donne un bel aperçu, et comme je l'ai dit, les cas d'utilisation sont intéressants. Je dis toujours que le potentiel dans cet espace est incroyable. Je pense entre autres au moment où il y aura plus de cas d'utilisation de JNF et que le méta-univers sera plus populaire, il y aura un écosystème, ou un écosystème social dans le méta-univers avec l'adoption de JNF. Je suis heureux de voir ça. Passons à un autre aspect maintenant. Que pensez-vous de ce que nous avons tous vu en 2021, entre autres l'explosion de tous ces JNF? À quoi ressemble vraiment le marché?

Kenneth Viegas:

Croyez-moi quand je dis que 2021 a été une année record pour les JNF. De nombreux événements ont eu lieu tout au long de l'année pour assurer la place de la technologie dans l'écosystème des cryptoactifs. Parmi les plus notables, mentionnons la vente de JNF de Beeple pour près de 69 M\$ US à des célébrités et des influenceurs montrant leurs Bored Apes, ou des entreprises ayant acheté des CryptoPunks. Comme Adam et toi l'avez mentionné plus tôt, KPMG a pu acquérir une œuvre rare de la collection World of Women, achat auquel j'étais très heureux de participer. Quand on regarde les données autour des JNF, les chiffres sont vraiment impressionnants.

En 2021, le volume total des transactions de JNF était de près de 13 G\$ US. OpenSea, qui est la plus grande place de marché de JNF au monde, permet la plupart de ces transactions et détient la plus grande part de marché en comparaison à d'autres places de marché comme Magic Eden, LooksRare et Nifty Gateway. Aujourd'hui, la moyenne des dépenses quotidiennes sur tous les marchés en 2021 a augmenté à près de 40 M\$ US par rapport à 180 000 \$ US en 2020.

Balado sur l'état des cryptoactifs

Épisode 10

Kenneth Viegas (continué):

C'est une croissance énorme de 200 %. Le nombre de portefeuilles actifs a aussi grandement augmenté, et le nombre de portefeuilles qui ont déjà détenu un JNF est actuellement d'environ 4 millions. Bored Ape et CryptoPunks ont quelques-unes des communautés les plus solides et ils exigent actuellement un prix d'environ 75 ETH, soit environ 187 000 \$ US ou 237 000 \$ CA. Ça montre vraiment que ces communautés, ces groupes qui collectent ces JNF, se soutiennent les uns les autres et jouissent d'une très forte demande.

Kaan Farahani:

D'ailleurs, Ken, je voulais vite mentionner que certains de ces exemples démontrent le pouvoir des jeux fondés sur les enchères et découvrent un nouveau modèle d'affaires connu sous le nom de « jouer pour gagner ». C'est un modèle de jeu gagnant-gagnant. Il avantage à la fois les utilisateurs et les développeurs de jeux en leur permettant de posséder et d'interchanger des actifs, et de gagner des récompenses. Le modèle « jouer pour gagner » révolutionne la relation entre le jeu et le joueur parce qu'il permet à ce dernier de gagner de la valeur réelle en échange de son temps, et donc, ce qui était autrefois une activité de marché opaque du point de vue d'un développeur est maintenant remplacé par un commerce transparent des actifs dans le jeu, ce qui améliore la supervision et la monétisation.

Adam Rodricks:

C'est vrai que c'est gagnant-gagnant. Merci, Kaan. Vous savez, je pense que nos auditeurs sont probablement d'accord sur le fait qu'il y a eu aussi une croissance mesurable dans l'adoption institutionnelle. Kunal, c'est à ton tour. Peux-tu nous en dire plus?

Kunal Bhasin:

Oui, absolument. Pour donner suite à tout ce que l'équipe a dit jusqu'à présent, certaines grandes marques ont commencé à s'intéresser aux JNF vers le deuxième trimestre de 2021, quand l'une des chaînes de restauration rapide aux États-Unis a été la première société à lancer sa propre collection d'art sous la forme de JNF, comprenant environ 25 GIF. Ils ne valaient pas très cher, mais l'initiative s'est rapidement propagée et a incité toute une gamme d'entreprises à réfléchir à la façon dont elles

devraient tirer parti de cette technologie pour faire ce type de marketing, et à la stratégie qu'elles devraient utiliser pour interagir avec leurs clients. En gros, je pense qu'à partir du T2 de 2021, 15 ou 16 collections de JNF ont été lancées dans les domaines des aliments et des boissons, des articles de sport ou de mode, des produits de consommation et de vente au détail, et de médias sociaux. Des constructeurs automobiles ont aussi lancé leurs propres collections

De tous ces secteurs, je pense que le plus dominant était celui des aliments et des boissons, qui couvrait à lui seul la moitié des lancements de JNF d'entreprise en 2021. Les secteurs de la mode et des articles de sport étaient à égalité en deuxième place. Vous savez, les organisations de ces trois secteurs profitaient des occasions qui leur étaient offertes et ont mis en œuvre certaines de ces stratégies très rapidement. Parmi certains des lancements réussis de JNF dans le secteur des aliments et des boissons, un fabricant de boissons a lancé une collection de seulement quatre JNF uniques qu'il a vendus aux enchères pour environ 228, ou plutôt 217 Ethers, je crois. Un brasseur mondial a collaboré avec un jeu de chaîne de blocs pour sortir une collection de 50 JNF de jeux où chacun a été mis aux enchères pour un prix entre 2 à 24 Ethers. La valeur réelle en dollars américains n'est pas pertinente parce que cela dépendait de la valeur à l'époque.

Beaucoup de marques de mode haut de gamme ont fait des expériences en fusionnant la mode physique et la mode numérique. Certaines se sont associées à un jeu de chaîne de blocs, d'autres ont fait équipe avec des projets en publiant des JNF à l'image de leurs sculptures faites à la main. Mais je pense que l'activité que nous avons vue en 2021 n'est que le début d'une nouvelle tendance. L'économie numérique est réelle, et elle arrivera plus tôt que ne le prévoient de nombreuses entreprises. Je pense que toutes les mesures prises par les sociétés jusqu'à maintenant vont dans le bon sens, et servent à comprendre la valeur des JNF et les propositions de valeur que cela pourrait représenter pour elles et pour leurs relations avec leurs clients. Par analogie, certaines des marques qui ont connu du succès à l'ère de la bulle Internet n'ont pas arrêté après avoir acheté un nom de domaine et publié un site web statique. Elles se sont demandé : « Nous avons fait ceci. Quelle est la prochaine étape? Comment pouvons-nous inciter nos clients à tirer davantage parti de cette technologie? »

Balado sur l'état des cryptoactifs

Épisode 10

Kunal Bhasin (continué):

Sur les marchés, elles deviennent de grandes entreprises. OpenSea et Rarible sont les deux marchés les plus reconnaissables pour les JNF. Tout a commencé avec Rarible et son lancement exclusif en mars 2021, mais OpenSea lui a vite pris une importante part de marché. Cette grande tendance d'achat des JNF, et le fait que toutes ces sociétés lancent leurs propres collections, démontrent une motivation motrice derrière la participation des entreprises. Je pense que les entreprises font des essais avec le marché des JNF et essaient de voir comment elles peuvent s'intégrer et interagir avec les clients.

Elles trouvent des idées encore plus créatives de temps en temps. Quand je regarde toutes les sociétés qui cherchent à entrer dans le monde des JNF et à voir comment interagir avec le Web 3.0 et le méta-univers, je trouve très intéressant que KPMG puisse travailler dans un tel espace, avec certains clients qui réfléchissent à de nouvelles façons innovantes d'interagir avec leur clientèle parce qu'ils veulent être présents là où leurs clients le seront. Si les clients veulent être dans le méta-univers, et acheter des vêtements et des chaussures pour leurs avatars, c'est là que nos clients veulent être aussi. C'est donc très intéressant de voir comment les institutions continuent d'apprendre sur tout ce qui touche non seulement les JNF, la chaîne de blocs et le méta-univers, mais aussi les cryptoactifs et la technologie qui les sous-tendent. Ce sera beaucoup plus que des photos de profil; on parle de méta-économies, d'économies numériques, et c'est génial de faire partie de ce monde. On ne s'ennuie jamais selon moi.

Adam Rodricks:

Kunal, tu poses avec éloquence la question parfaite pour finir avec le monde des JNF, qui est peut-être un peu rhétorique : « Quelle sera la suite, vraiment? » Ce sera génial de le découvrir. Kareem, Kunal, Ken et Kaan, vous avez été très intéressants. J'ai été impressionné en entendant quelques-unes des plus grandes histoires du monde des cryptoactifs en 2021. Malheureusement, cela nous amène à la fin de notre épisode, mais avant de vous laisser, je tiens à remercier sincèrement chacun d'entre vous de nous avoir parlé aujourd'hui. Je sais que nos auditeurs vont adorer l'épisode. À nos abonnés et nos auditeurs remarquables : merci beaucoup de votre écoute. Ne manquez pas le prochain épisode de la série de baladodiffusions de KPMG au Canada sur l'état des cryptoactifs. À bientôt!