L’agence heaven, en partenariat avec Sysk,
est heureuse de vous présenter :

#Web3Culture

Comment le Web3 transforme les usages numériques et les attentes de la Gen Z ?

Mars 2022

#Web3 Culture

Le web3 est-il l'avenir du web ? Que recouvre exactement ce concept qui semble apparaître dans tous les articles à propos d'Internet ? Quelle est la réalité des usages du web3 au sein de la population ? En quoi le web3 peut-il constituer une opportunité pour les marques ?

Autant de questions sur lesquelles l'agence heaven a souhaité se pencher dans cette exploration réalisée en partenariat avec Fred Cavazza.

NFT, Crypto, DAO, Metaverse... beaucoup de termes associés au concept de web3 sont méconnus et peuvent être perçus comme difficiles d'accès. C'est pourquoi nous proposons dans la première partie de ce document de revenir sur les définitions des principaux concepts et lever quelques mythes associés au web3.

Pour mesurer concrètement la réalité des usages du web3 nous présentons ensuite les résultats inédits d'une étude menée en France auprès de la population de GenZ majeurs, les 18-25 ans. Cette enquête révèle à quel point, sur certains aspects, les jeunes utilisateurs sont attirés par les promesses du web3 et en sont déjà des acteurs.

Nous apporterons ensuite plusieurs éléments de réflexions à propos des vecteurs de motivations sur lesquels reposent le développement d'une nouvelle ère du web et notamment pourquoi le web3 repose sur les communautés.

Enfin dans une dernière partie nous effectuerons un panorama des possibilités de développement que le web3 offre aux marques.

Bonne plongée dans l'univers du web3 !

heaven

Glossaire des principaux concepts associés au web3

Crypto monnaie : Les crypto-monnaies sont des monnaies numériques qui ne dépendent pas d'une banque centrale ou d'une institution. Les plus connues sont le Bitcoin, Ethereum...

NFT : Les NFT ("Non Fongible Token" ou en français "Jetons non Fongibles") sont des certificats numériques qui garantissent l'authenticité et la propriété exclusive d'un objet digital.

Blockchain : Technologie de stockage et de transmission d'informations qui permet de garder la trace d'un ensemble de transactions, de manière décentralisée, sécurisée et transparente, sous forme d'une chaîne de blocs. Cette technologie offre de hauts standards de transparence et de sécurité car elle fonctionne sans organe central de contrôle.

Wallet : Un "wallet" est, en matière de cryptomonnaies, un procédé de stockage, supposément sécurisé, physique ou numérique, de cryptomonnaies. Il peut s'agir d'un logiciel client, d'une application, d'un fichier crypté et sécurisé et faciliter le login à des services (lien)

DAO : Les DAO (Decentralized Autonomous Organization ou en français : Organisations Autonomes Décentralisées) sont des communautés en ligne dont les interactions sont régies par des "contrats". Par exemple une DAO peut disposer de sa propre crypto monnaie qui va servir à rémunérer les contributeurs. Les principales décisions au sein de l'organisation peuvent aussi être partagées entre tous les participants...

Metaverse : Les metaverses sont des mondes virtuels immersifs dans lesquels vous êtes représenté par un avatar en 3D et où vous pouvez effectuer toutes sortes d'interactions comme discuter, jouer, acheter....

Gas Fee : Ce sont des frais de transactions, des commissions que l'on verse au mineur qui effectue la validation d'une transaction donnée qui s'inscrit sur une blockchain. Ces frais peuvent être très élevés (40 $ pour l'achat d'un NFT à 5$ par exemple. Une façon de réduire les gas fees consiste à opérer ses transactions à des heures où le trafic Ethereum est le plus restreint, soit généralement le samedi ou le dimanche. (lien)

Mint : Dans le domaine de la cryptomonnaie, le mint représente un procédé visant à créer des NFT sur la technologie de la blockchain. Tout comme la frappe de pièces de monnaie avant leur introduction sur le marché, les NFT constituent des jetons frappés à leur création. (lien)

Smart Contract : Les smart contracts, ou contrats intelligents, sont des programmes informatiques irrévocables, le plus souvent déployés sur une blockchain, qui exécutent un ensemble d'instructions pré-définies. L'immense majorité des smart contracts servent pour automatiser des échanges de valeur sous forme de cryptoactifs. (source)

Air Drops : Un AirDrop consiste pour une entreprise à offrir des tokens ou des coins de leur crypto-monnaie à des personnes. Bien souvent il existe une contrepartie à effectuer pour obtenir ces tokens. Exemples :
S'inscrire au chan telégram.
Aimez leurs pages sur les différents réseaux sociaux.
Etc. (source)

heaven

Introduction /
Mythes & réalités du web3

Des médias fascinés par des frasques des stars ?

1,1M$ pour acheter deux *Bored apes*

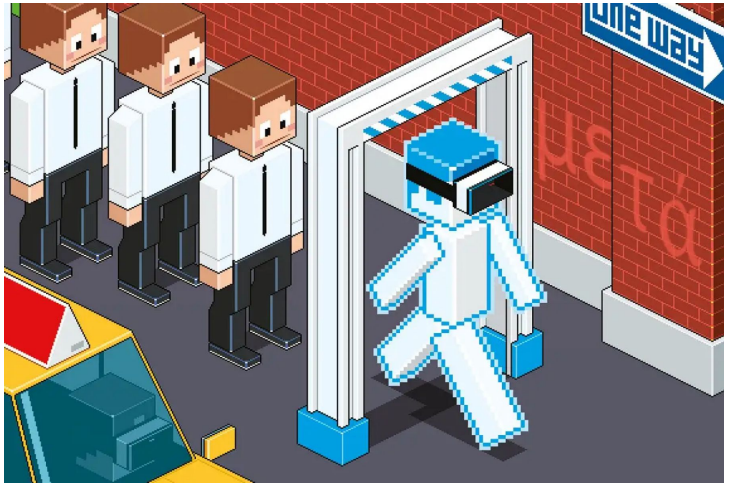
Le « métavers » lancé par Paris Hilton

Des usages très bling-bling et des promesses très ambitieuses (trop ?) qui perturbent notre compréhension des transformations en cours.

De nouveaux services où il faut payer pour rentrer ?

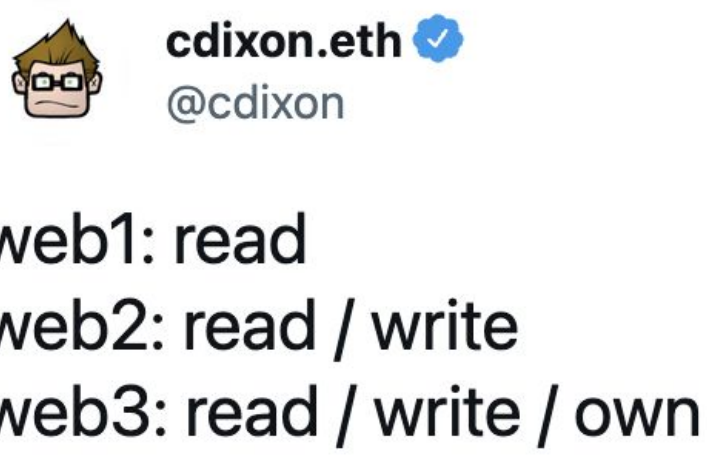
Le premier contact avec les services associés au Web3 est généralement perturbant, car l'aspect transactionnel y est prépondérant. Ceci correspond néanmoins à une logique : l'abandon du modèle de monétisation publicitaire.

Cryptos, NFT et métavers... sont les arbres qui cachent la forêt



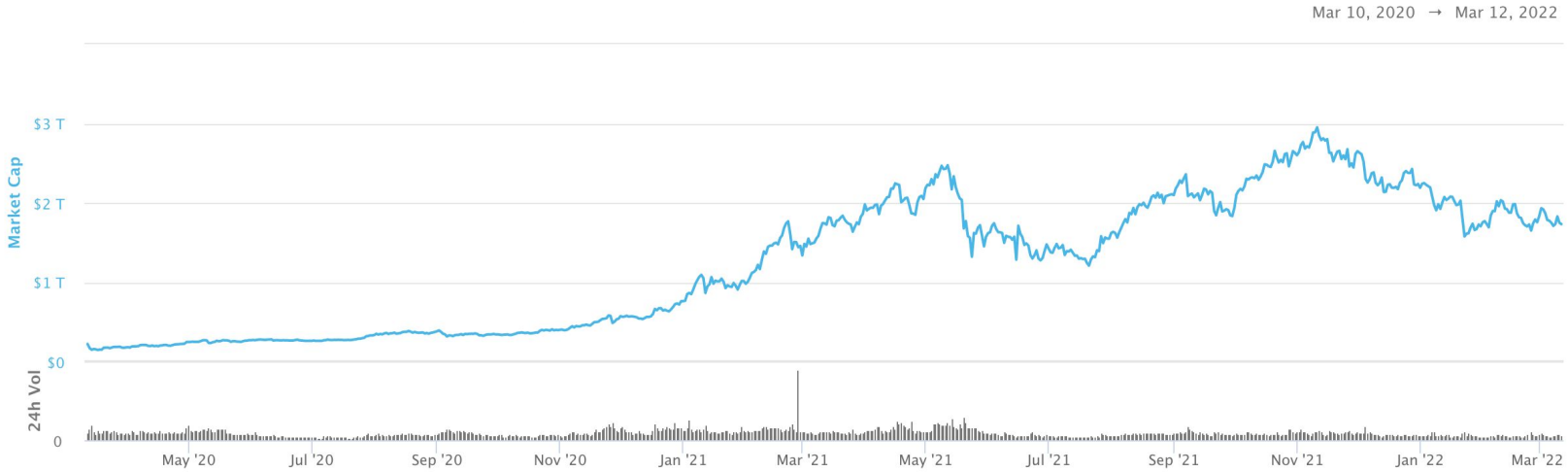
Le paysage numérique est en train de vivre une profonde transformation, malheureusement difficile à appréhender, car noyée dans des discours très réducteurs et surtout racoleurs (ex : "*Le metavers un marché à 800Md de dollars* ").

Le Web dont les utilisateurs sont propriétaires ? Non, pas tout à fait...



Posséder des jetons numériques n'est pas une preuve légale de propriété, contrairement aux actions des sociétés cotées en bourse (ex : Google, Facebook...).

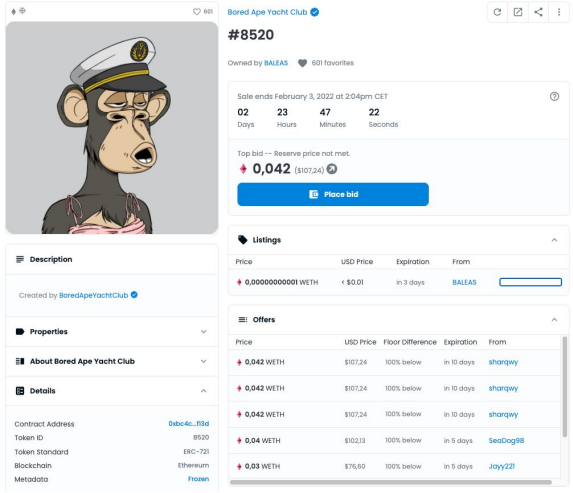
Les cryptomonnaies sont des actifs numériques ultra-spéculatifs, mais terriblement attractifs.



Il existe près de 8.000 cryptomonnaies en circulation, représentant une valeur totale de plus de 1.500 milliards de $, un marché que personne ne peut ignorer.

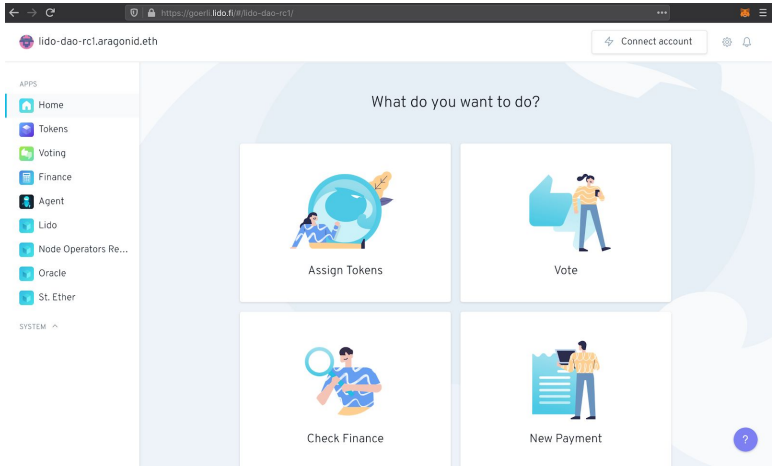
Les NFT ne sont pas des oeuvres, mais des certificats de propriété numérique.

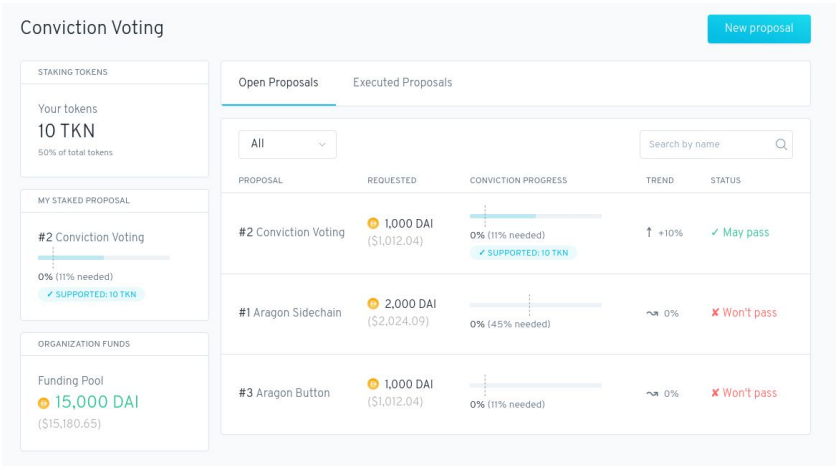
#	Name	Volume All Time	Est. Market Cap	Floor Price	Avg. Price All Time	Sales All Time	Assets
1	Bored Ape Yacht Club Ethereum	417,023.27 ETH	861,291.14 ETH	74.69 ETH	16.78 ETH	307	10,000
2	CryptoPunks Ethereum	853,891.4 ETH	615,677.72 ETH	--	44.12 ETH	296	9,999
3	CLONE X Ethereum	139,128.68 ETH	381,939.93 ETH	10.77 ETH	10.7 ETH	1,361	19,058
4	Mutant Ape Yacht Club Ethereum	255,425.2 ETH	310,207.97 ETH	14.55 ETH	9.662 ETH	1,019	17,990
5	Veefriends Ethereum	44,297.47 ETH	207,707.75 ETH	15 ETH	11.47 ETH	234	10,255
6	Azuki Ethereum	126,668.81 ETH	117,218.81 ETH	9.49 ETH	6.6402 ETH	2,092	10,000
7	Doodles Ethereum	87,030.79 ETH	111,528.71 ETH	8.68 ETH	4.3957 ETH	741	10,000
8	NFT Worlds Ethereum	36,590.08 ETH	105,372.26 ETH	8.75 ETH	2.0336 ETH	1,765	10,000
9	World of Women Ethereum	55,620.58 ETH	87,380.55 ETH	7.4 ETH	2.48 ETH	500	10,000
10	Cool Cats Ethereum	89,860.83 ETH	77,313.4 ETH	6.1 ETH	3.4356 ETH	751	9,941



Un marché principalement composé de collectionneurs et de fans, évalué à plusieurs milliards de $, ouvrant de nombreuses opportunités dans la musique ou dans le sport (en tant que source de revenus alternatifs).

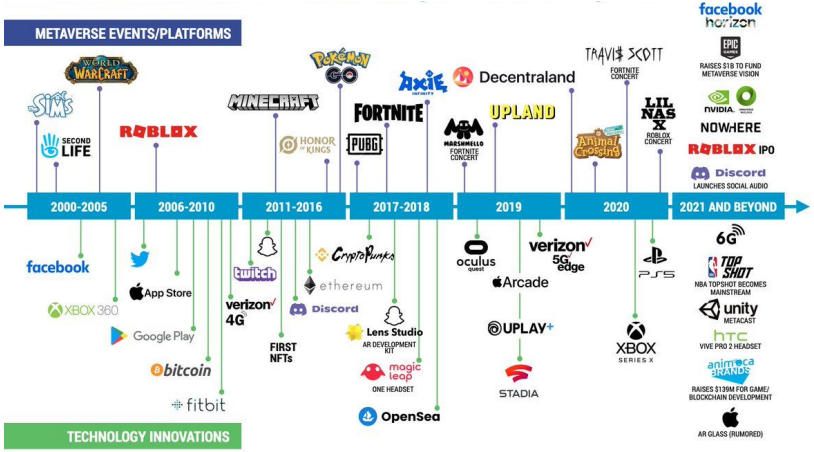
Les DAO sont des organisations autonomes pilotées grâce à des applications distribuées.

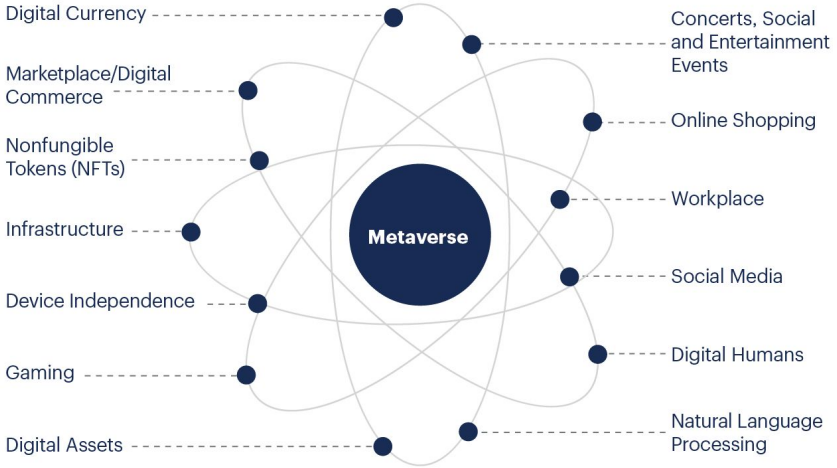




Les DAOs sont les associations du XXIe siècle, celles qui reposent sur le cloud et l'automatisation. Ce sont des entités permettant de réunir des individus et de collecter des fonds pour réaliser un projet ou une mission sans bureau central.

Le métavers est un concept abstrait qui repose sur des technologies en constante évolution





Le métavers est un idéal qui ne sera jamais atteint, car la liste des exigences est très longue. Il existe néanmoins des proto-métavers qui rassemblent des centaines de millions d'utilisateurs (ex : Roblox...) ou qui existent depuis 15 ans (ex : Second Life).

Le Web3 souffre des mêmes maux que le web 2.0 à son époque.

Don't believe the (Web 2.0) hype!

Exciting times - or have we learned?

A large group is rallying around the web 2.0 bandwagon at the moment, somewhat reminiscent of the earlier web dot-com days gone by. Companies are buying out start-ups left and right, and there appears to be a lot of renewed interest and innovation going on in the bay area. I don't think it will be as big as some marketers would have us think, but there's no doubt that we'll see a lot of cool web-centric ideas, products and services come out of it - in fact, we already have.

But first, some whining.

With all due respect to the industry folk who appear to be responsible for creating hype, excitement, interest and buzz around the Internet and its core technologies, I think recent history should be further analysed and considered whenever someone starts *leveraging key business deliverables consistently across the web-enabled platform* *, trying to come up with the next big buzzword that will *revitalize turn-key developments*. I still wonder if we've grown wiser following the results of the first big web bubble.

Pushing "Push Media" at the Web 1.0 summit.
Synergise your e-business deliverables!
(Photo courtesy of laughingsquid.com)

Let's go back to 1997 and recall a few of these Internet instant successes:

The Web 2.0 Bullshit Generator™ is still in Beta!

Instructions:

1. Click the button.
2. Watch the bullshit appear in the box.

tag blogging communities

make bullshit

Immaturité des technologies, scepticisme du marché, nombreuses dérives et arnaques... Nous avons déjà vécu ça avec le web 2.0, l'engouement médiatique va passer et les nouveaux usages vont progressivement s'installer.

L’étude /
Quelle réalité de l’adoption des usages et supports du web3 auprès de la Gen Z ?

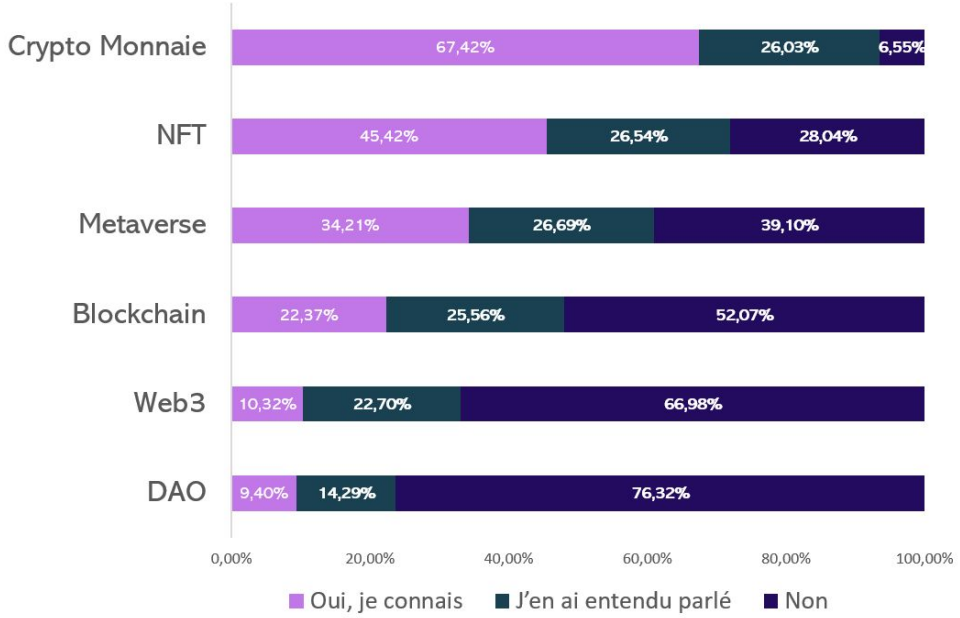
Méthodologie

- Questionnaire quantitatif administré entre le 8 et le 9 mars 2022
- Panel SurveyMonkey
- Effectifs : 538, *intervalle de confiance à 95% entre 1,9% et 4,5%*
- **Âge des répondants entre 18 et 25 ans**
- Quotas : sexe, grandes régions françaises

Un niveau élevé de connaissances pour certains piliers du Web3 sans que cela soit le cas pour l'expression en elle-même

Nous allons vous présenter différents termes, indiquez pour chacun d'entre eux si vous les connaissez ?

Quand 67% des répondants déclarent connaître les crypto monnaies, ils ne sont plus que 10% lorsqu'il s'agit de Web3



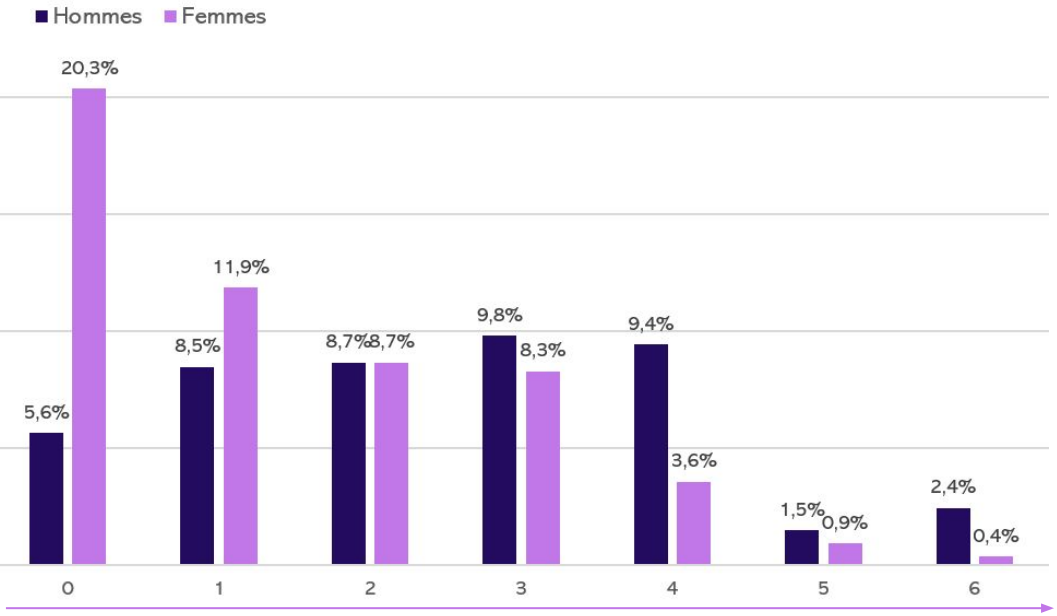
heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

Une connaissance principalement partagée au sein d'une sous population masculine.

#web3boysClub

Genre en fonction du nombre de concepts déclarés comme connus (Crypto, Metaverse, NFT...) ?

87% des répondants déclarant connaître tous les concepts web3 testés sont des hommes.

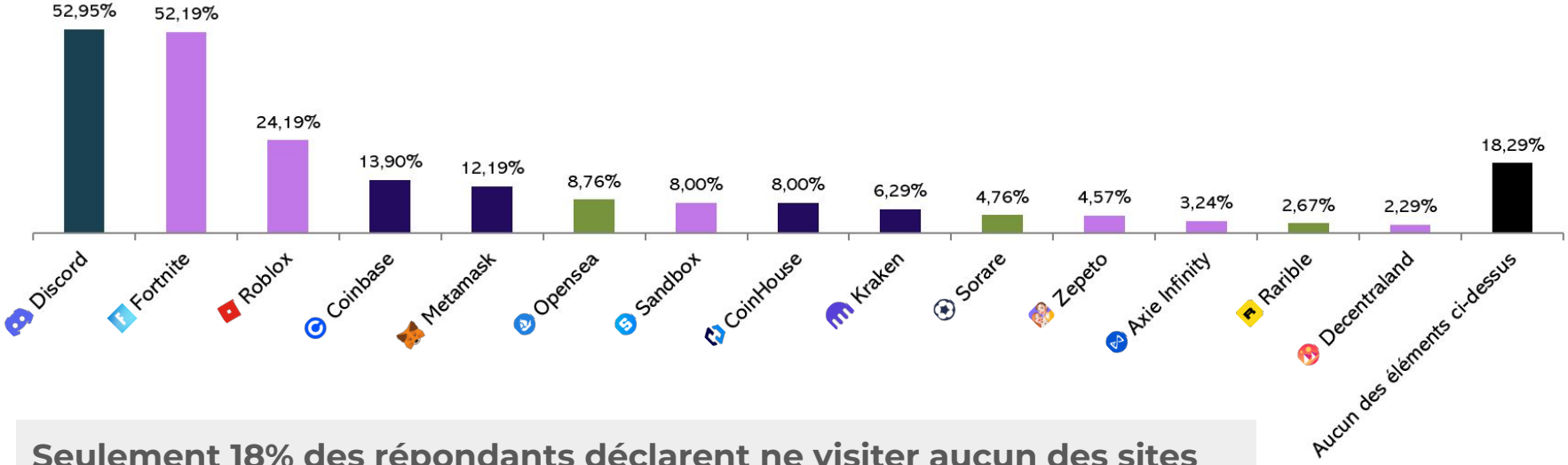


Nombre de concepts déclarés comme connus (Crypto, Metaverse, NFT, Blockchain, Web3, DAO...) ?

heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

Discord et Fortnite, fers de lance des plateformes associées au Web3.

Parmi les sites, applications et jeux suivants, indiquez ceux que vous visitez. (Plusieurs réponses possibles)



Seulement 18% des répondants déclarent ne visiter aucun des sites et plateformes proposés (il s'agit d'ailleurs à 83% de femmes)

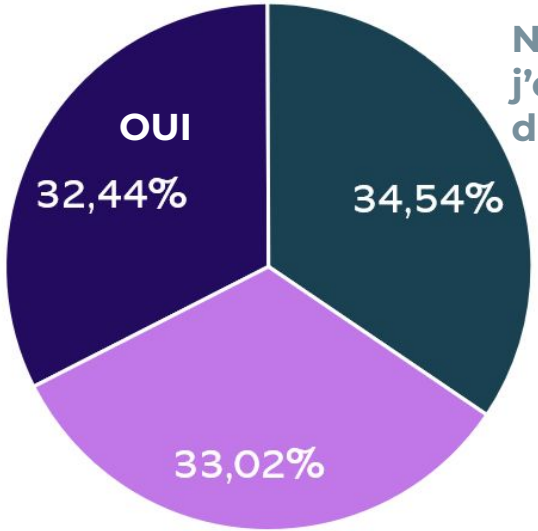
heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

Un taux de possession de cryptomonnaie impressionnant chez les plus jeunes !

32% des 18-25 ans versus 8% du total des français* ou 12% des moins de 35 ans*

Les crypto-monnaies sont des monnaies numériques qui ne dépendent pas d'une banque centrale ou d'une institution. Les plus connues sont le Bitcoin, Ethereum...
En possédez-vous ?

Vu dans l'autre sens, seulement 1 tiers des répondants semble réfractaire aux cryptos.



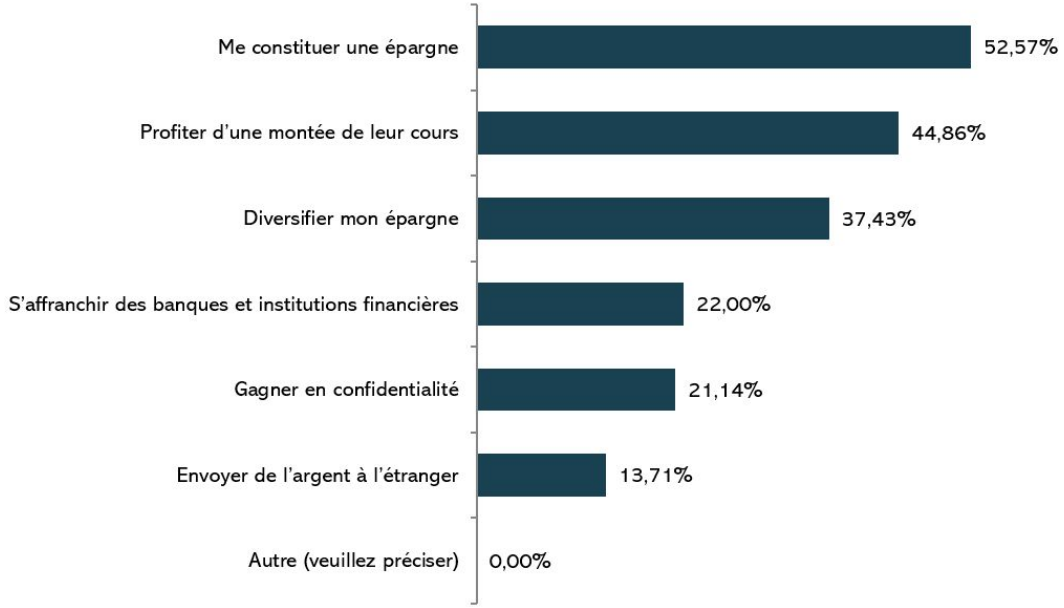
NON, mais j'envisage d'en acheter

NON, et cela ne m'intéresse pas

* La crypto en France, KPMG, février 2022
heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

Des motivations de possession de crypto bien plus financières qu'idéologiques ou pratiques.

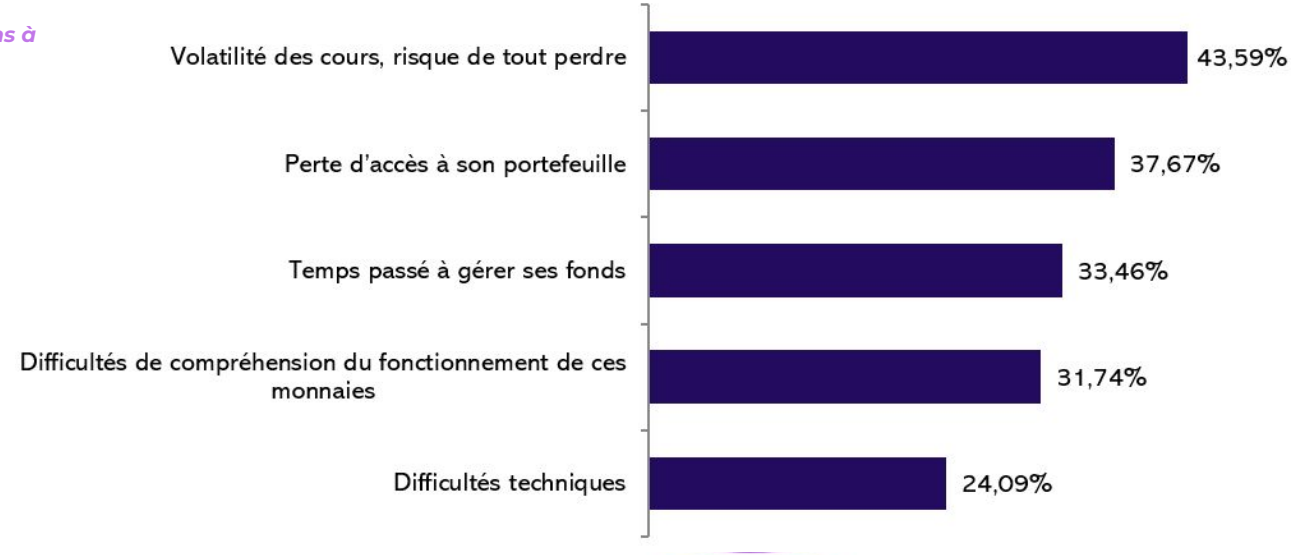
Quelles sont vos motivations à l'égard de l'acquisition de crypto monnaies (plusieurs réponses possibles)



heaven, n=350, 18-25 ans, mars 2022

Des craintes liées à la volatilité des cours et des difficultés légitimes de compréhension du fonctionnement des monnaies.

Quelles sont vos principales craintes ou freins à l'achat ? (plusieurs réponses possibles)



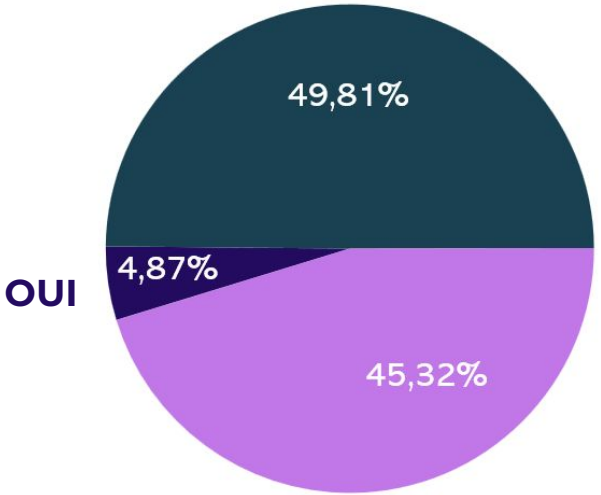
heaven, n=523, 18-25 ans, mars 2022

Des NFT encore peu possédés mais qui suscitent un fort désir d'acquisition !

5% des genZ majeurs en possèdent versus 2% du total des français*

Les NFT ("Non Fongible Token" ou en français "Jetons non Fongibles") sont des certificats numériques qui garantissent l'authenticité et la propriété exclusive d'un objet digital.
Possédez vous des NFT ?

La moitié des 18-25 ans envisagent d'en acheter !



OUI

NON, mais j'envisage d'en acheter

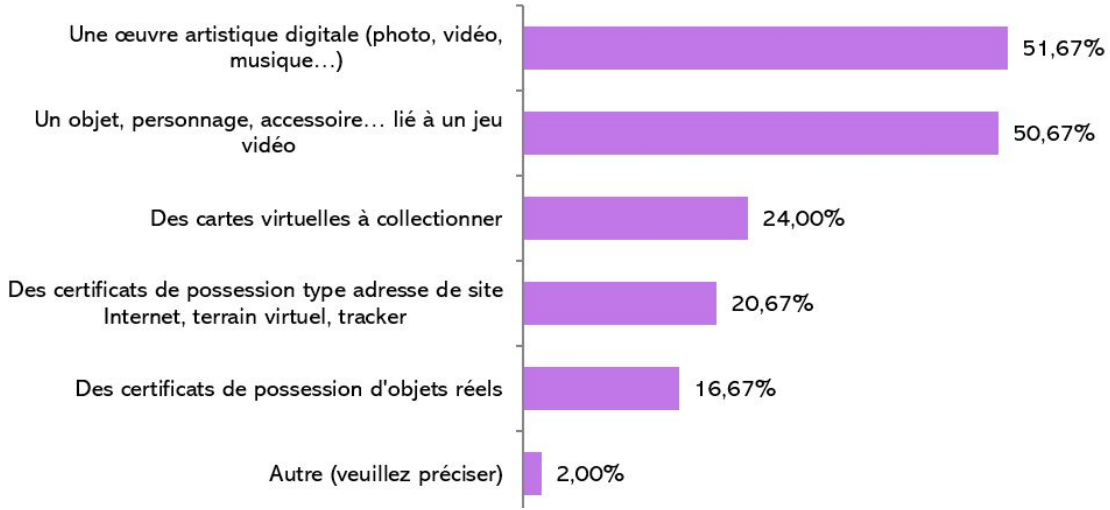
NON, et cela ne m'intéresse pas

* La crypto en France, KPMG, Février 2022
heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

Une attirance égale vers les types de NFT les plus médiatiques (et sans aucun doute perçus comme financièrement les plus valorisés)

Quels types de NFT possédez-vous ou envisagez-vous d'acquérir ?
(plusieurs réponses possibles)

L'art et les jeux vidéos apparaissent comme les secteurs plus naturellement associés aux NFT.

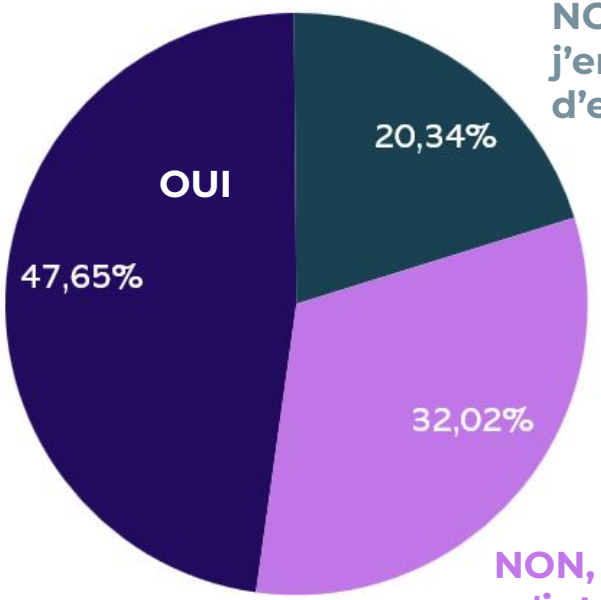


heaven, n=300, 18-25 ans, mars 2022

L’achat d’items virtuels déjà installé au sein de la population des GenZ...

Sans parler des NFT, avez-vous déjà acheté des objets virtuels type “skin”, “emotes”, accessoires pour un avatar...

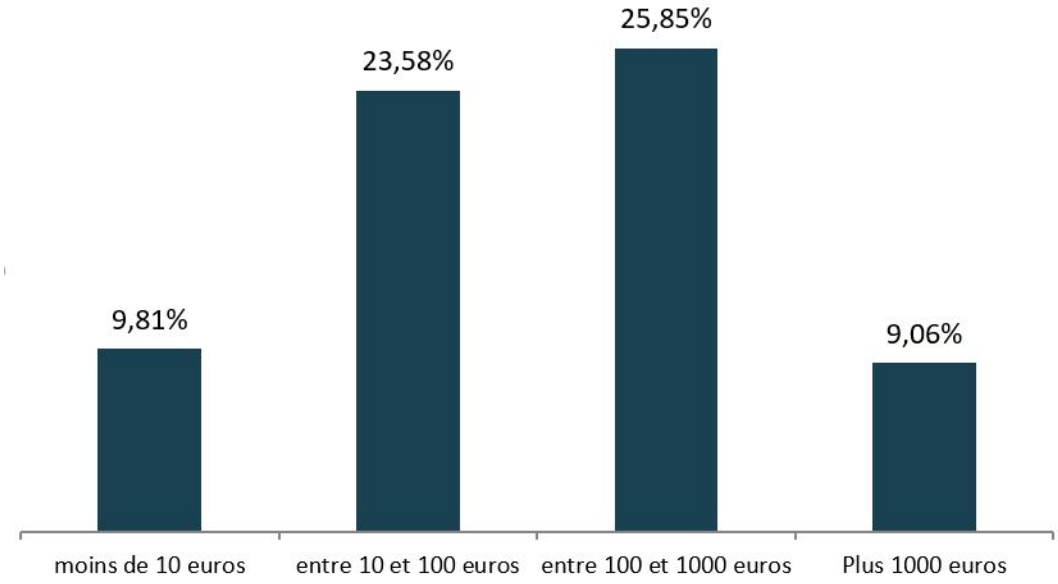
Près de 50% des 18-25, ont déjà acheté des biens virtuels, un taux à mettre en relation avec l’usage de Fortnite... mais aussi des plateformes sociales incluant des micro-transactions comme TikTok.



heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

...avec des achats qui représentent des sommes cumulées importantes.

Combien pensez-vous avoir déjà dépensé en objets virtuels (NFT compris)...

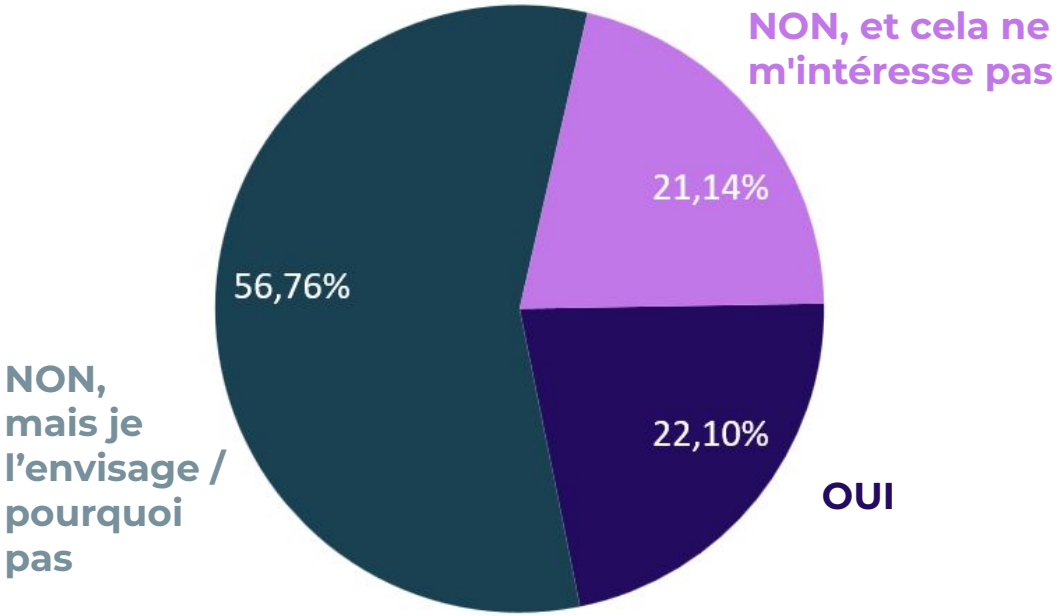


heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

Des metaverses encore peu fréquentés mais qui suscitent l’intérêt.

Les metaverses sont des mondes virtuels immersifs dans lesquels vous êtes représenté par un avatar en 3D et où vous pouvez effectuer toutes sortes d’interactions comme discuter, jouer, acheter....

Fréquentez-vous des metaverses ?

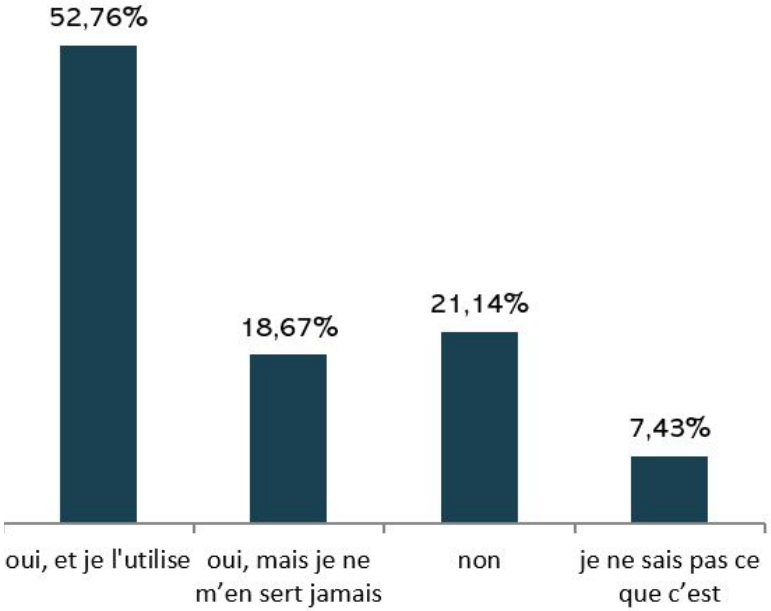


heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

Des GenZ déjà préparés à accéder au métaverse

Avez-vous créé ou acheté votre propre avatar virtuel (sur Snapchat, iPhone...) ?

Un taux d'usage des avatars au dessus de 50%.



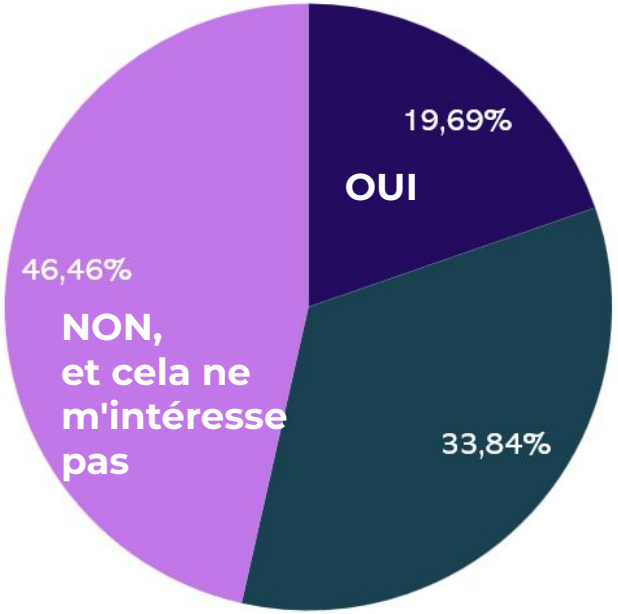
heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

Les DAOs constituent la composante du Web3 la moins attractive pour la GenZ.

Les DAO (Decentralized Autonomous Organization ou en français : Organisations Autonomes Décentralisées) sont des communautés en ligne dont les interactions sont régies par des "contrats". Par exemple une DAO peut disposer de sa propre crypto monnaie qui va servir à rémunérer les contributeurs. Les principales décisions au sein de l'organisation peuvent aussi être partagées entre tous les participants...

Faites vous partie d'une telle organisation ?

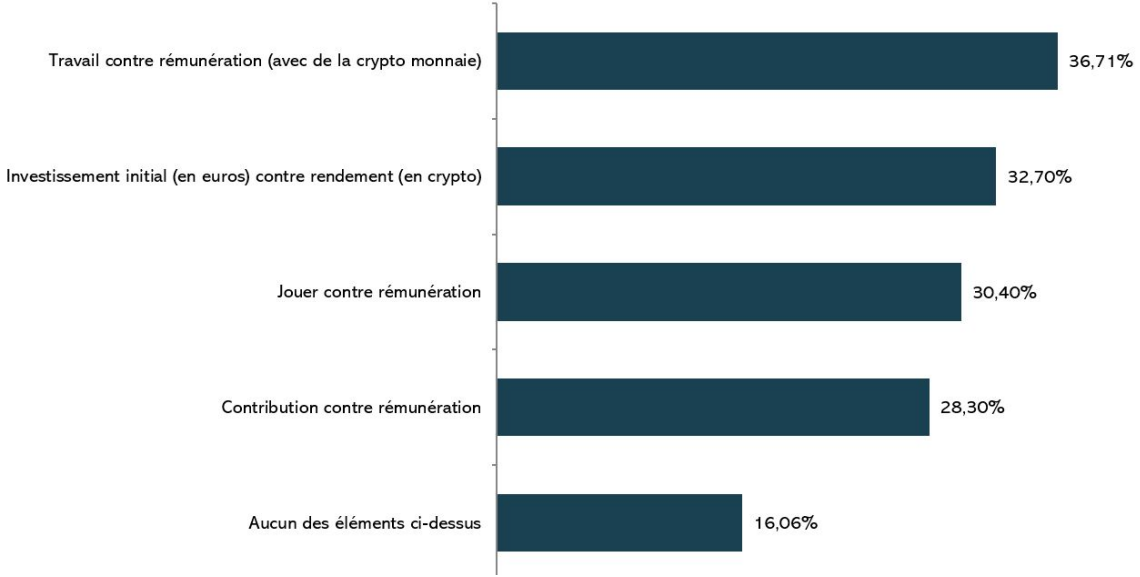
Un concept encore obscur et difficile à définir simplement, ce qui peut expliquer le désintérêt déclaré.



heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

En lien avec la prévalence de la possession de crypto, plus d'un tiers des GenZ sont ouverts à des rémunérations en crypto au sein de DAO

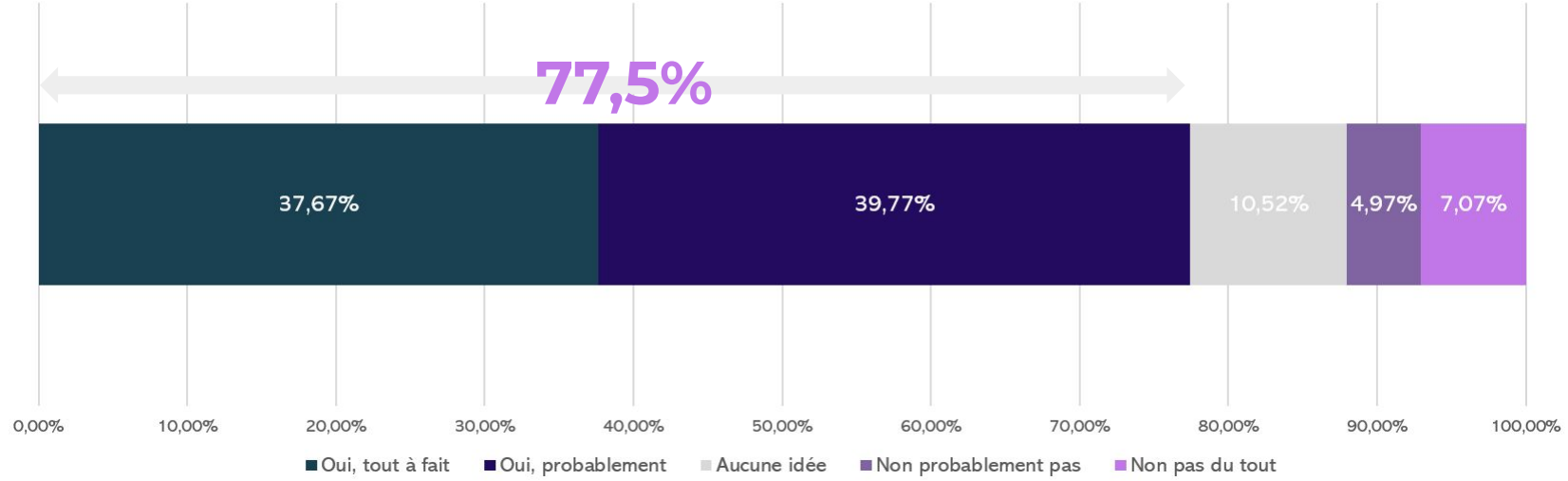
Parmi les "contrats" pouvant être mis en place dans de ce type d'organisation, lesquels pourraient vous intéresser ?(plusieurs réponses possibles)



heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

Une large adhésion à la croyance que l'avenir de l'usage Internet repose sur le Web3.

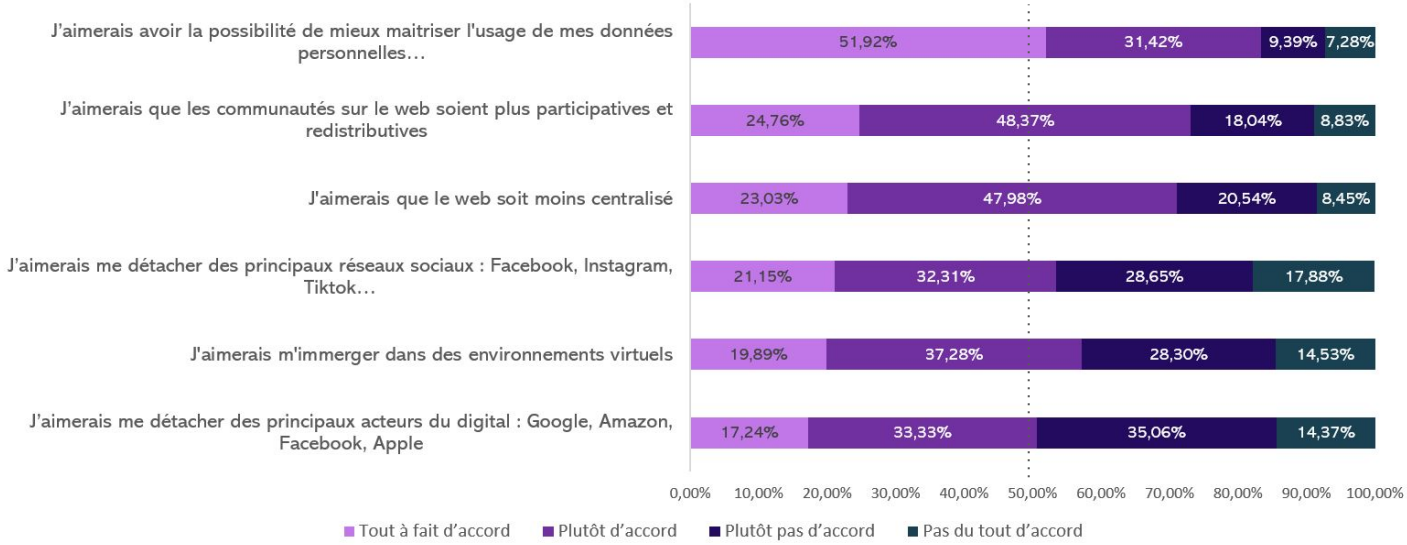
Nous avons parlé de NFT, Metaverse, Crypto... de manière générale pensez-vous que ces tendances vont transformer l'usage d'internet dans les années à venir ?



heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

De toutes les promesses du Web3, celle de la maîtrise de ses données personnelles est la plus attendue par les 18-25 ans.

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes:



heaven, n=538, 18-25 ans, mars 2022

#Web3 & Gen Z

Pour les GenZ le web3 est un concept global peu connu en tant que tel mais dont certains sites et apps sont déjà très présents dans leurs usages.

Cette tangibilité du web3 s'illustre notamment par :

- l'usage de Discord
- la possession de crypto
- l'intérêt pour les NFT et l'achat déjà actuel d'objets virtuels
- ...

Les attentes d'évolution du web résident d'abord dans :

- une espérance financière
- une envie de maîtrise de ses données personnelles

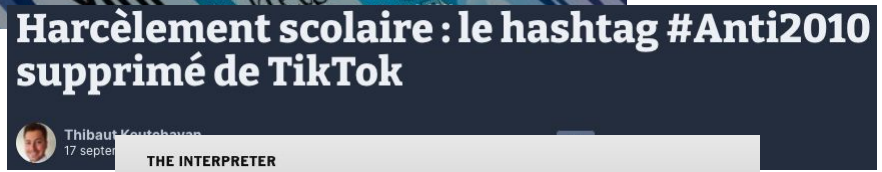
Cette étude témoigne d'une adhésion générale aux principales promesses du Web3 (la décentralisation, l'attrait pour le(s) metavers(es)

Au final, les GenZ sont déjà un vecteur de propagation des nouveaux usages du Web3 !

heaven

Réflexions /
Motivations des utilisateurs du Web3

30 ans après sa création, le web souffre de nombreux problèmes.



Une crise de croissance (contenus haineux, désinformation, monétisation des données personnelles...) qui pousse les internautes à changer leurs habitudes.

Des utilisateurs qui cherchent des refuges.

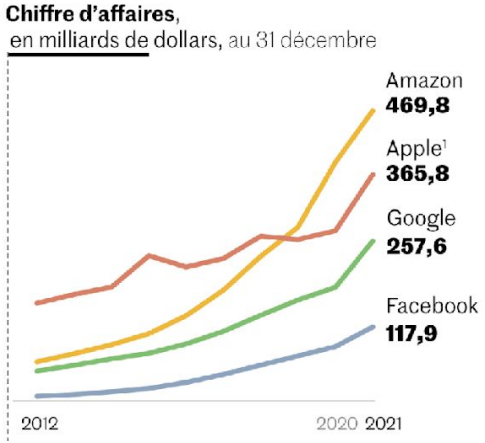
The Rift Trail, un collectif de 1.500 passionnées de chevaux qui se retrouvent dans Red Dead Online

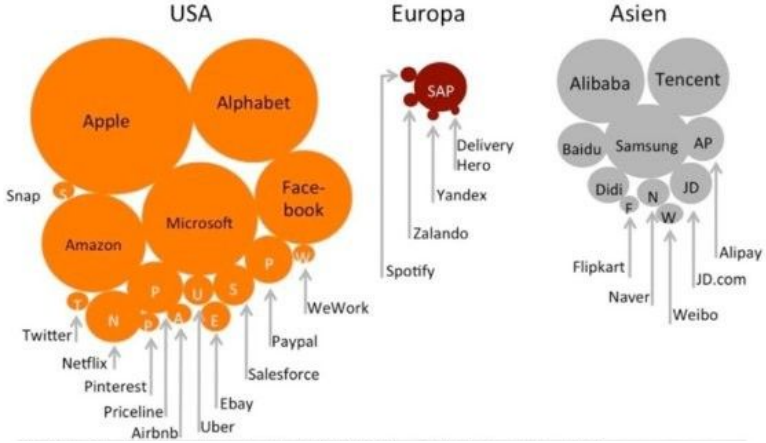
Les pays européens les plus curieux du métaverse			
Rang	Pays européen	Recherches en ligne moyennes par million d'internautes	Recherches en ligne mensuelles moyennes
1.	La France	**1 020**	60 640
2.	Royaume-Uni	**942**	61 220
3.	la Suisse	**831**	6 600
4.	Allemagne	**778**	60 500
5.	la Belgique	**659**	6 600

Source : WalkMe / SEMrush

De nombreuses personnes se sont réfugiées dans les jeux vidéos pendant les périodes de confinement. Un comportement qui se perpétue aujourd'hui avec les environnements virtuels pour lesquels il existe une très forte demande en France.

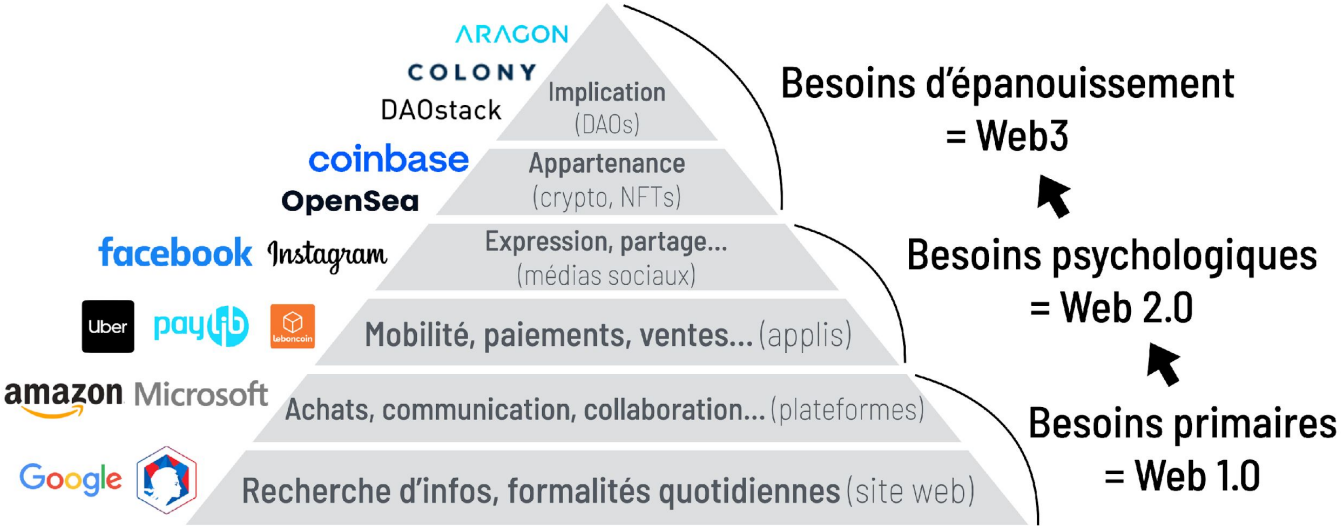
Une volonté légitime de réduire la dépendance aux grandes plateformes numériques





De nombreuses voix s'élèvent pour dénoncer la position dominante des GAFAM et plus généralement l'hégémonie des plateformes numériques (concentration des richesses et pouvoirs). Les utilisateurs cherchent à inverser ce rapport de force.

* Après le web utilitaire et le web social, nous vivons l'émergence du web communautaire

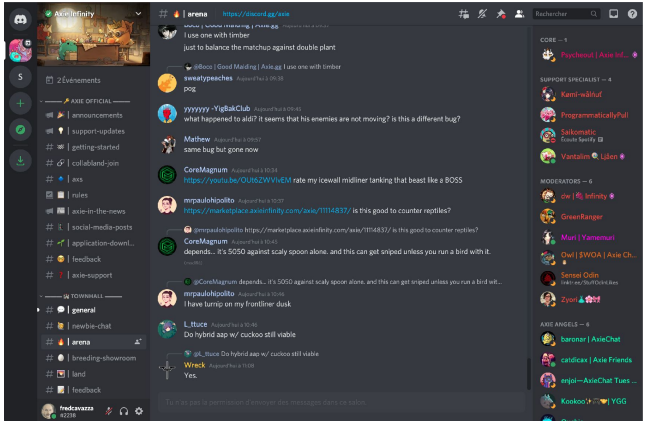


Voilà 30 ans que le web existe, en trois décennies les internautes ont développé de nouvelles habitudes et attentes (des raisons de cliquer).

Réflexions /

La culture du Web3 repose sur des communautés en ligne

En sociologie, la culture désigne ce qui est commun à un groupe d'individus, ce qui les rassemblent.

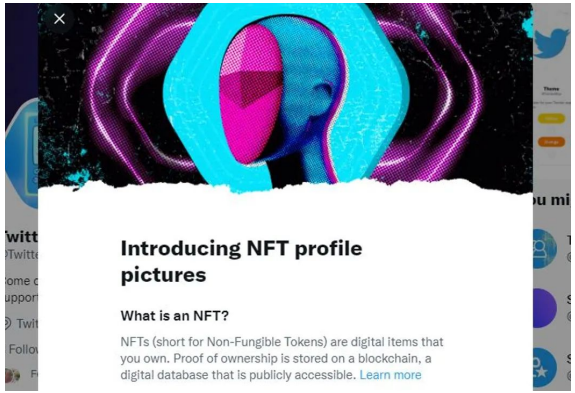


Communauté dédiée à Axie Infinity sur Discord

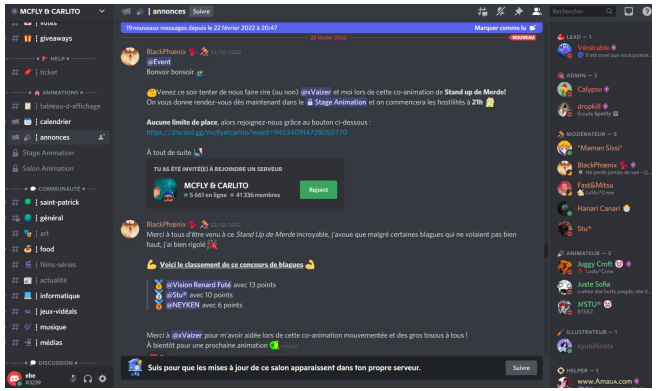
Le jargon utilisé par les fans de cryptos

Discord est devenu le principal lieu de rassemblement et de discussion de nombreuses micro-communautés dont l'accès est restreint et soumis à des "rites de passage" (il faut comprendre le fonctionnement et s'approprier le vocabulaire).

Les fondamentaux du Web3 sont des marqueurs culturels qui fédèrent des communautés.



Intégration des NFTs dans les profils d'utilisateurs de Twitter

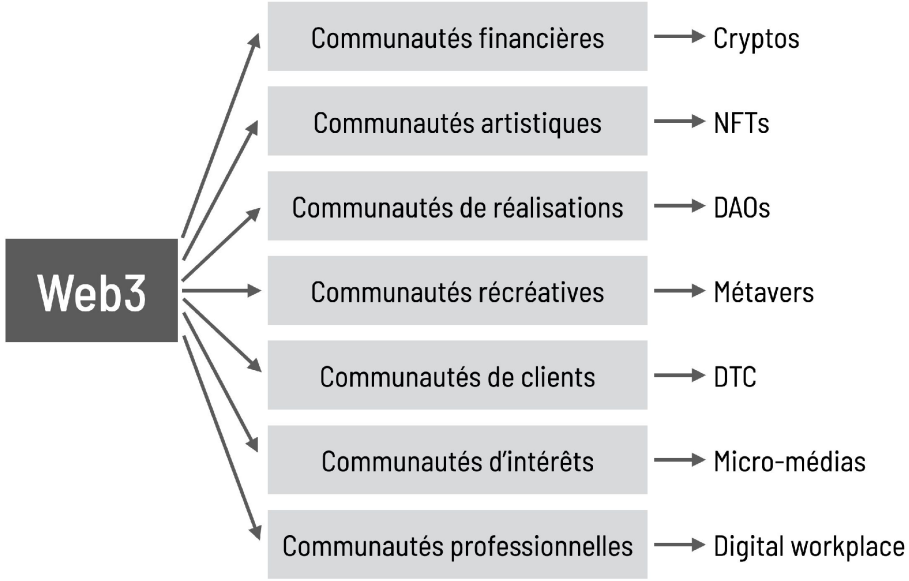


Serveurs de discussions privés réservés aux initiés

Rencontre de la communauté des développeurs blockchain

Nous retrouvons l'esprit des débuts du web où chacun pouvait être un acteur reconnu et/ou un contributeur.

* Le Web3 est le socle permettant aux communautés de se fédérer autour de valeurs communes

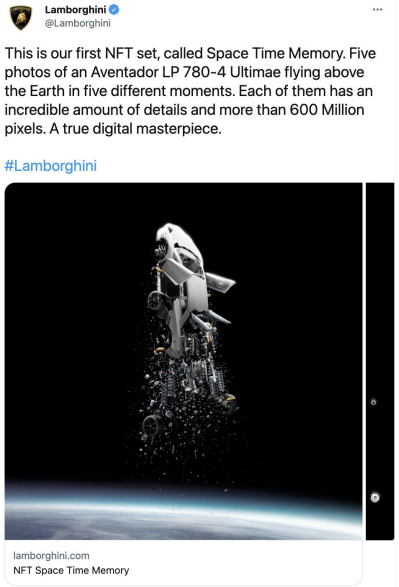


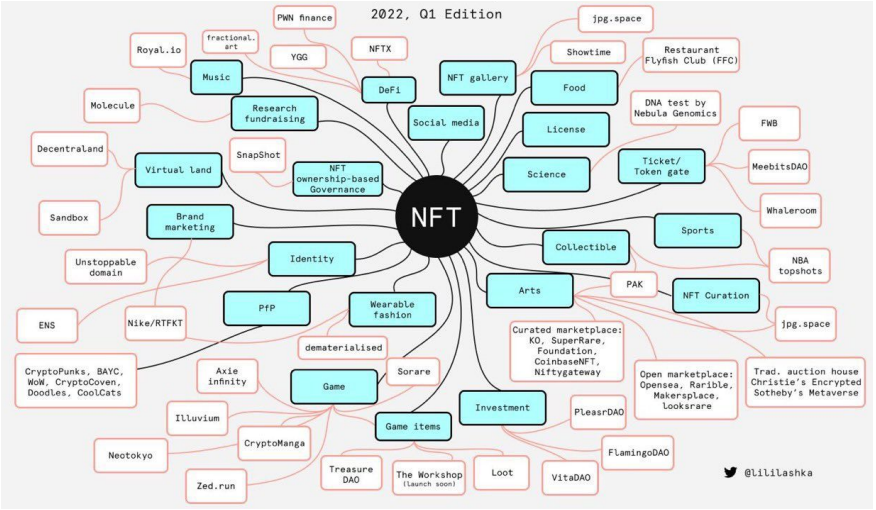
La logique communautaire se décline selon les différents usages du Web3.

Application /
Quelles opportunités pour les marques ?

Augmenter la visibilité, rajeunir l’image de marque.

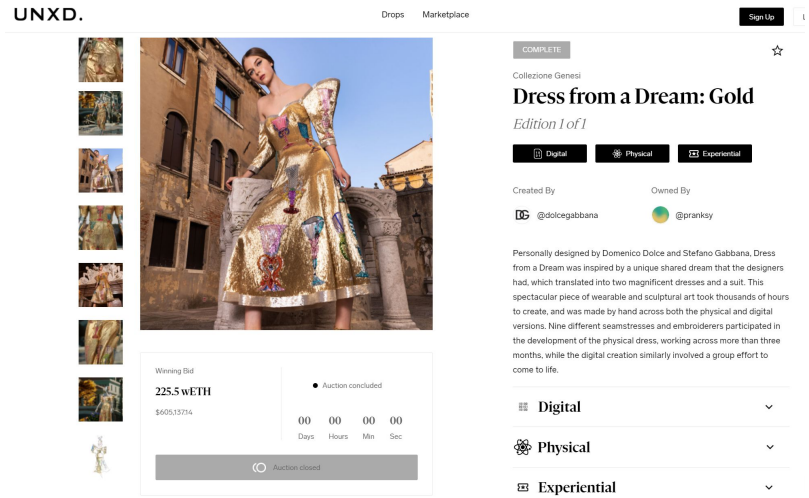
Créer de la rareté autour de produits, contenus, événements...

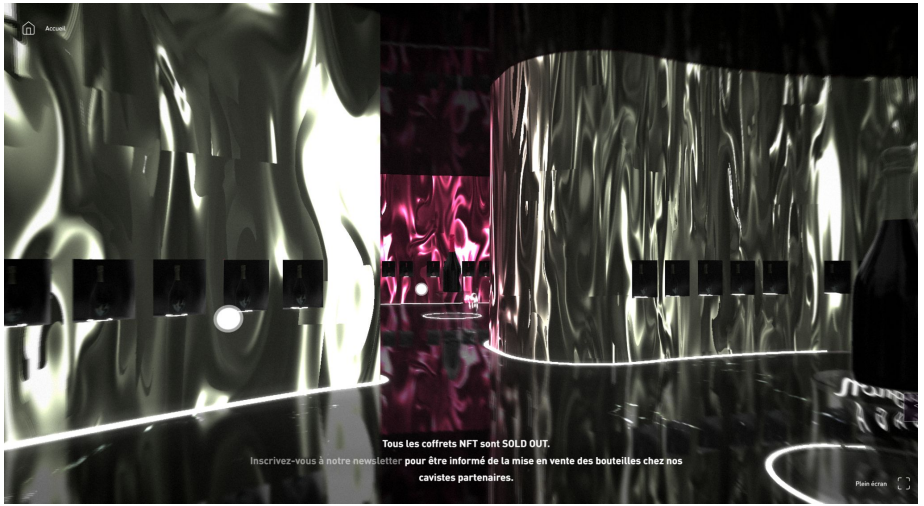




Panorama des usages des NFTs

Augmenter la valeur perçue des produits





Une offre qui associe le physique avec le digital avec et l'expérientiel

Offrir des expériences différenciantes

Le jeu de tir édité par Nerf dans Roblox

L'univers de Kellogg's dans Roblox

Proposer de nouveaux moyens de paiement ou services financiers.

Paiement en cryptos chez Starbucks

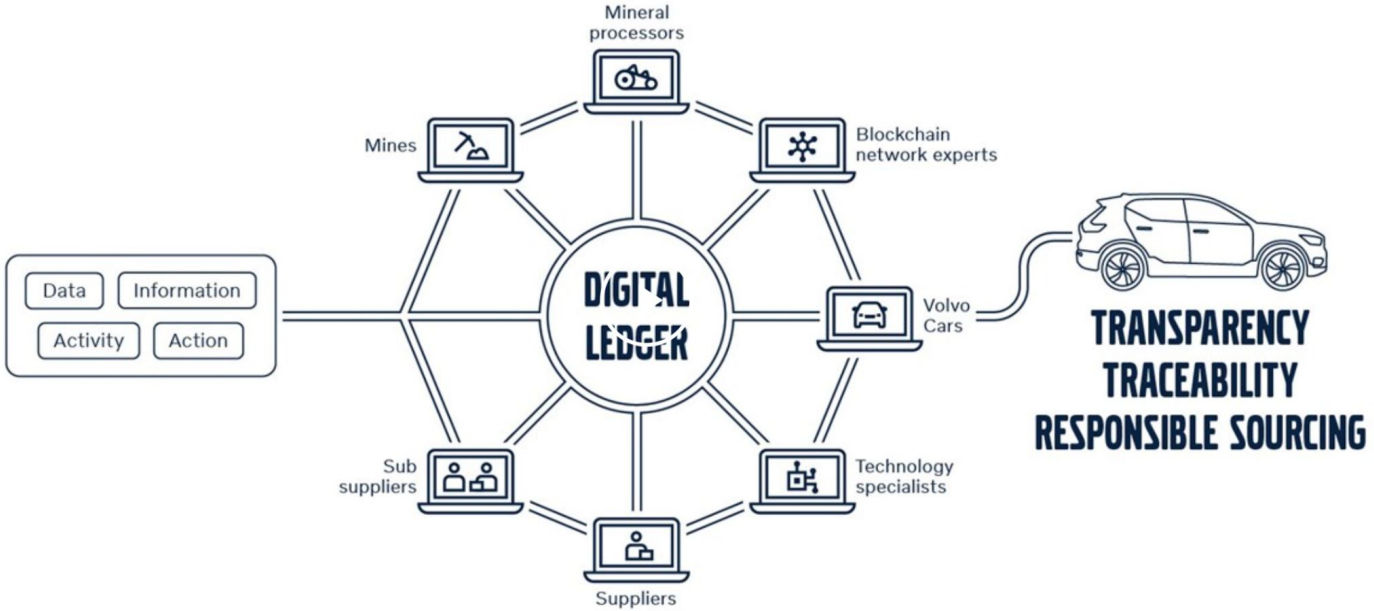
Cashback en cryptos chez Shake Shack

Créer une communauté de clients.

La communauté D&G avec trois niveaux d'accès en fonction du statut des clients

Les différents types de communautés de clients (DTC, offres exclusives, ambassadeurs, co-création...)

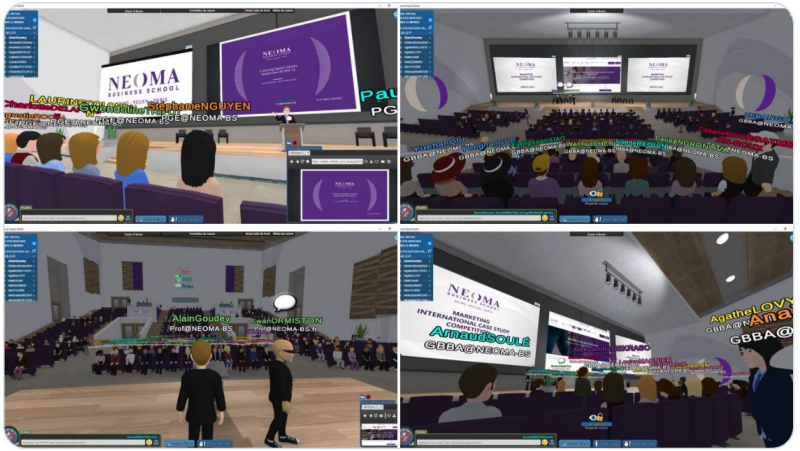
Transformer un discours en preuves.



La blockchain utilisée par Volvo et ses sous-traitants
pour tracer le recyclage des batteries

Développer les usages virtuels en interne

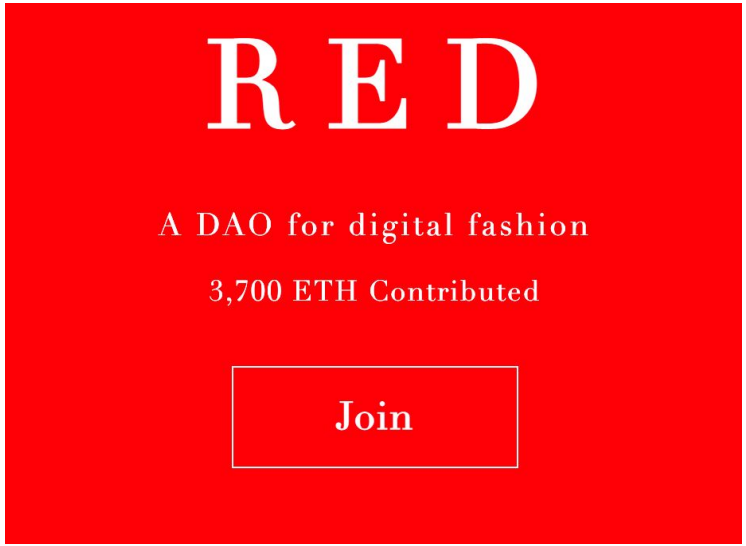
Bureaux virtuels (Wunderman)



Campus virtuel (NEOMA)

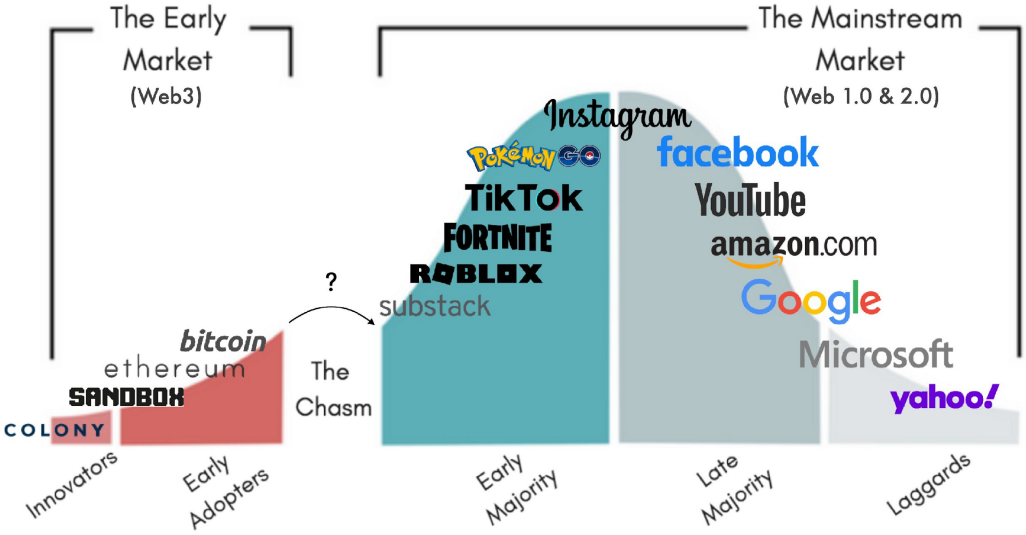
Créer une communauté d’actions.

Des baskets qui rémunèrent en jetons
en fonction du nombre de km parcourus



Une organisation décentralisée
pour soutenir les jeunes créateurs

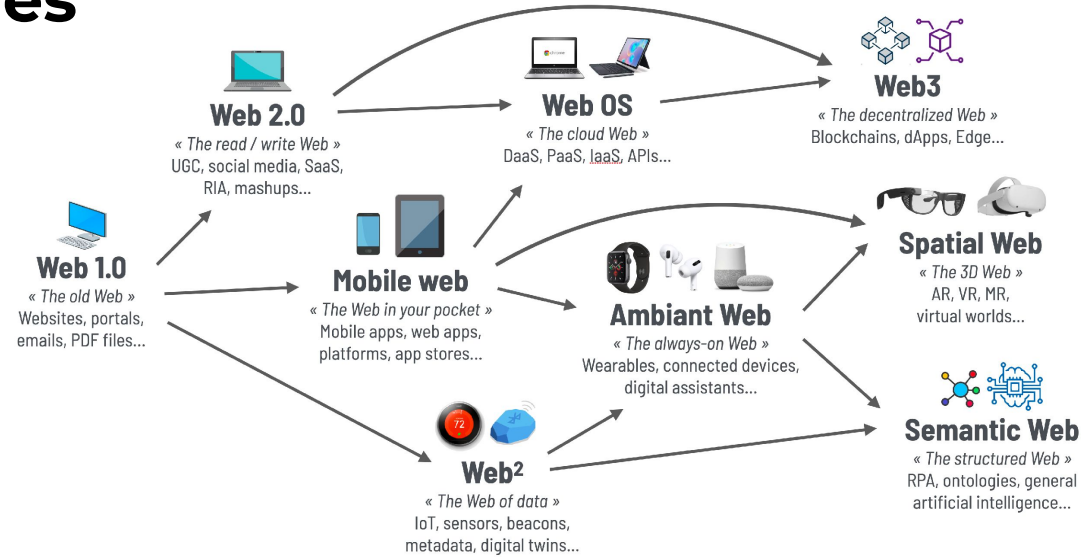
* De nombreux domaines d'application pour les marques, mais un recrutement problématique.



Les centaines de millions d'utilisateurs de la majorité précoce sont presque prêts, mais il reste encore un cap à franchir pour réussir à les convaincre et les mobiliser.

Conclusions /

Le Web3 est le fruit d'une longue maturation des usages



Ce n'est pas une révolution, mais une longue évolution : les usages se cumulent et ne se remplacent pas (une collection de NFTs ne compense pas un référencement défaillant ou une application mobile pleine de bugs).

Une recherche de solutions aux problématiques actuelles et futures

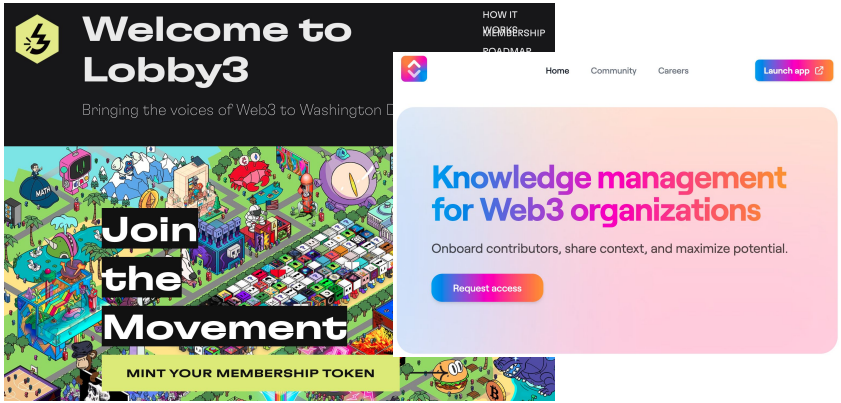
David Chaum, inventeur du eCash en 1995

« Web3 is computing with a conscience »

Face à un web où se côtoient le pire et le meilleur, surtout le pire, les internautes cherchent à s'élever, faire autre chose que consommer des contenus frivoles.

* Le Web3 pose les bases d’un paradigme sociétal

Une génération Z en rupture avec les précédentes



Des plateformes pour simplifier la création
de communautés en ligne

Dans une société fracturée, en quête de sens, les outils numériques peuvent augmenter de façon considérable la portée des initiatives communautaires. Ceci coïncide avec l'émancipation d'une nouvelle génération qui cherche à s’approprier de nouveaux territoires et à passer à l’action.

Besoin de partager le glossaire Web3 ?
https://heaven.paris/web3/

Nous contacter ?

https://heaven.paris/

25, rue Notre-Dame-des-Victoires
75002 Paris

+33 (0)1 75 77 63 00

Envie d’échanger avec nous ?
Call Shirley at : +33 (0)6 71 61 80 49
Or send her an email at : shirley.halimi@heaven.fr

Merci pour votre attention

copyright

All the intellectual (concepts, originality of the name...) and operational (principle, mechanism, programming, recommended means, know-how...) elements of this recommendation are legally protected and confidential.

Custodian : Heaven Conseil

Etude : Web3 Culture
Date : march 2022
C
The contents of this file are the exclusive property of the Company HEAVEN CONSEIL.

In case of total or partial non realization of the original concept proposed in this document, this one keeps its confidential character and cannot be revealed or given to a third party in accordance with the article L121-2-CPI. Article 111-1 and following, Intellectual Property Code.