



The
Big Whale

The Big Whale_Report_

Comment les grands groupes pilotent leurs innovations **WEB3**

AVEC LE SOUTIEN DE

ORWL

superteam
FR

Pyratz
Labs



L'âge de la maturité

L'ère de l'expérimentation du Web3 est désormais derrière nous. Les grands groupes, après avoir tâtonné et exploré les possibilités offertes par cette révolution technologique, commencent à entrer dans une phase d'adoption plus concrète et massive. **Mais pourquoi ce changement soudain ?**

Initialement, l'intérêt pour le Web3 était principalement motivé par la curiosité et l'innovation. Les grandes entreprises voulaient comprendre cette nouvelle vague technologique, caractérisée par la blockchain, les smart contracts et les cryptos. Quelques initiatives intéressantes avaient vu le jour, comme le fameux "poulet blockchain" de Carrefour, qui permettait de suivre les différentes étapes de la vie du poulet avant qu'il arrive en magasin. **C'était en 2018, soit une éternité !**

Depuis, des laboratoires d'innovation ont été créés, des prototypes développés et des pilotes testés.

Aujourd'hui, certaines de ces expérimentations ont prouvé leur valeur et leur potentiel. D'autres ont également mis en évidence de qui ne fonctionnait pas (vous découvrirez pourquoi dans ce rapport).

Dans le même temps, la technologie elle-même a évolué. Les blockchains sont devenues plus robustes, les solutions de scalabilité ont atténué les problèmes de congestion, et les standards de sécurité se sont renforcés. Ces avancées offrent aux entreprises une base fiable pour des déploiements à grande échelle. Quelques corporates ont déjà une longueur d'avance, comme Société Générale, EDF, PMU ou encore Ubisoft.

Dans ce rapport, vous trouverez des témoignages d'acteurs clé, une analyse des meilleures expérimentations, une liste des bonnes pratiques (et des choses à éviter), ainsi qu'une présentation des acteurs de confiance avec qui s'associer.

Bonne lecture !

Grégory Raymond
directeur de la recherche de
The Big Whale



Sommaire

01

Pourquoi les grands groupes s'intéressent-ils au Web3 ?

02

Quels sont les meilleurs cas d'usage pour eux ?

03

Les projets Web3 à retenir

04

Pourquoi certains projets n'ont pas marché ?

05

Interview Bilal El Alamy [PyratzLabs]

06

Interview William O'Rorke [ORWL Avocats]

07

Quels sont les partenaires de confiance ?

08

Interview Thibault Lecerf [Pernod Ricard]

09

Interview Arthur Dietrich [Solana]

10

Remerciements

Pourquoi les grands groupes s'intéressent au Web3 ?

Depuis l'émergence du Web3, les grands groupes scrutent attentivement ses implications et opportunités.

À la croisée de la révolution numérique et de l'évolution des modèles économiques, il promet de transformer les pratiques commerciales en profondeur.

Pour autant, tout n'a pas été parfait dès le début et il a fallu quelques années avant que l'on observe des expérimentations réellement pertinentes.

« Les grands groupes sont passés d'une phase opportuniste, marquée par des initiatives marketing sans réelle profondeur, à une phase plus stratégique et ambitieuse », indique Julien Furlanetto, cofondateur du cabinet de conseil spécialisé Doors3. « Environ 80 % des groupes du CAC 40 développent désormais des projets utilisant la blockchain pour des enjeux stratégiques, tout en explorant des technologies comme les univers immersifs, l'IA générative et le gaming », souligne-t-il.

Les cas d'usage ont évolué vers des domaines comme **l'excellence opérationnelle (ressources humaines, RSE, supply chain, finance) et la création de nouveaux modèles économiques.**

« En termes d'expérience client, le token gating est très prometteur, mais les transferts internationaux 24/7 et le paiement des prestataires via des smart contracts offrent des avantages considérables », déclare Thibault Lecerf, qui pilote la stratégie Web3 du groupe Pernod-Ricard.

Cependant, des défis organisationnels et de gouvernance subsistent.

« Les directions métiers veulent de plus en plus se saisir des enjeux, mais n'ont pas toujours le socle

de connaissances nécessaire, tandis que les directions innovations restent souvent bloquées à la phase de preuve de concept », tempore Julien Furlanetto. **L'une des clés est donc l'acculturation en interne et de ne pas trop déléguer à des tiers afin de bien maîtriser le développement.**

« Pour les grandes entreprises souhaitant se lancer dans le Web3, il est déjà essentiel de dialoguer avec leurs pairs pour identifier les «Do» et les «Don't». Le choix des prestataires doit être également effectué avec soin. Il est aussi crucial, à mon sens, de ne pas tout déléguer : il faut s'impliquer directement, développer une expertise interne et se forger une conviction solide », ajoute Thibault Lecerf.

« Enfin, il est important d'arbitrer avec discernement et de n'adopter le Web3 que s'il apporte une véritable valeur ajoutée, une réalité économique et que ce cas d'usage ne peut être réalisé avec les technologies Web2 » conclut Thibault Lecerf

Quels cas d'usage Web3 pour les grands groupes ?

Avec Julien Furlanetto,
cofondateur du cabinet de conseil spécialisé Doors3

- ✓ **Engagement 3.0**
Programmes d'engagement utilisant des expériences gamifiées et des récompenses.
- ✓ **Digital Product Passport**
Traçabilité et authenticité des produits grâce à la blockchain.
- ✓ **Social & Gaming Platforms**
Construction de communautés via des plateformes sociales et de gaming.
- ✓ **Tokenisation & Real World Assets**
Transformation d'actifs physiques en jetons numériques pour des transactions plus fluides et sécurisées.
- ✓ **Industrial Metaverse**
Utilisation dans les industries pour améliorer les processus et optimiser la production.
- ✓ **Ressources humaines**
Amélioration de l'expérience des employés, apprentissage et certification via des technologies immersives.
- ✓ **Digital Identity**
Gestion sécurisée des identités digitales.
- ✓ **Digital Twin**
Simulations et optimisations dans diverses industries, du manufacturing au luxe.
- ✓ **Blockchain for Good**
Utilisation de la technologie blockchain et de ses atouts pour atteindre des objectifs RSE.

Les projets Web3 les plus importants

Forge [Société Générale]

La filiale à 100 % du groupe Société Générale est un modèle du genre. Lancée en 2018 comme une start-up indépendante, Forge s'est depuis rapprochée de la maison mère et travaille désormais aux côtés de la partie Global Banking and Investor Solutions. Cette dernière réunit 12 000 personnes et fournit des solutions bancaires, de conseil, de marchés de capitaux et de trading sophistiquées aux clients de la Société Générale.

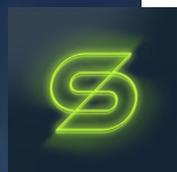
Forge émet un stablecoin euro (EUR CoinVertible) et dispose de l'agrément PSAN délivré par l'Autorité des marchés financiers.



Exaion [EDF]

Également conçue sur le même modèle que Forge, Exaion est une filiale à 100 % du groupe EDF. Elle est issue du programme d'intrapreneuriat de l'énergéticien et s'appuie sur l'expertise de la DSIT et de la R&D d'EDF, mais également sur celle de ses propres techniciens, ingénieurs et développeurs, pour proposer une offre clé en main aux acteurs développant des projets de grande ampleur dans le Web3 (Cloud 3D, Blockchain, Edge Computing) avec une approche écoresponsable, souveraine et sécurisée.

Les projets Web3 les plus importants



Stables [PMU]

Le jeu hippique développé par le groupe PMU a rencontré un certain succès d'estime à son lancement au printemps 2023 (6666 NFT vendus). Il est l'illustration qu'un grand groupe focalisé sur une activité traditionnelle peut innover avec les codes les plus modernes. Le pari initial de PMU de s'ouvrir à un nouveau public est réussi puisque Stables rassemble aujourd'hui une communauté de plusieurs milliers de joueurs engagés, âgés de 25 à 40 ans en moyenne et majoritairement des novices. Désormais, la start-up souhaite s'internationaliser et a ouvert son capital à Nomadic Labs, l'une des plus grosses structures en charge du développement de l'écosystème Tezos.

Pernod Ricard

Le numéro un mondial des vins et spiritueux a réussi son expérience dans le Web3 avec le rachat en 2021 de Whisky Exchange Cabinet, un site d'achat et de vente d'alcools rares qui utilise la technologie NFT. Pernod Ricard a également lancé début 2024 sa collection NFT "Ricard 3.0". "Les use cases marketing ont ouvert la voie, nous nous préparons maintenant à des cas d'usage plus axés sur les aspects financiers et les transferts de valeur", indique Thibault Lecerf, responsable de la stratégie Web3 du groupe.



Les projets Web3 les plus importants

Ubisoft

Le géant du gaming a choisi très tôt d'avancer dans le Web3 en multipliant les hackathons organisés en son sein et en investissant dans de nombreuses start-up du secteur.

Son expérience s'est heurtée fin 2021 au mécontentement d'une partie des gamers qui ont vu l'incursion d'Ubisoft dans le Web3 comme un moyen de monétiser encore davantage ses jeux. Cet épisode a durablement impacté la stratégie de l'entreprise qui préfère désormais multiplier les partenariats avec des cadors du Web3 (Immutable, Cross The Ages, etc.) plutôt que d'avancer seul.



UBISOFT

Et aussi...

Nike

Création de sneakers virtuelles et de NFTs, permettant aux utilisateurs de personnaliser et de posséder des articles de mode numériques.

Adidas

Collaboration avec des créateurs de contenu Web3 pour lancer des collections NFT exclusives et des expériences immersives.

Siemens

Développement de jumeaux numériques pour optimiser la maintenance prédictive et les opérations industrielles.

Lufthansa

Programme de fidélité Web3 via l'application Utrip.

Samsung

Utilisation de la blockchain pour sécuriser les données des appareils IoT et renforcer la confidentialité des utilisateurs.

Microsoft Azure

Plateforme de gestion des identités numériques basée sur la blockchain, assurant la sécurité et le contrôle des données personnelles.



Pourquoi certains projets n'ont pas marché ?

**Avec Julien Furlanetto,
cofondateur du cabinet de conseil spécialisé Doors3**

- ❌ Initiatives isolées**
Projets lancés sans intégration dans une stratégie globale.
- ❌ Manque d'animation communautaire**
Faible suivi post-lancement, animation du Discord insuffisante.
- ❌ Évaluation incorrecte des coûts**
Sous-estimation des ressources nécessaires pour gérer et animer les projets.
- ❌ Choix conceptuels inadaptés**
Projets mal ciblés ou concepts inappropriés.
- ❌ Problèmes d'organisation et de priorité**
Manque de transmission aux directions métiers, vision silotée, et intégration insuffisante dans les processus existants.



Bilal El Alamy [PyratzLabs]

« Les grands groupes ont beaucoup d'avantages à apporter aux start-up et vice versa »

Le patron du start-up studio PyratzLabs partage sa vision sur l'innovation Web3 au sein des grands groupes



Quelles sont les bonnes pratiques à destination des corporates qui souhaitent innover dans le Web3 ?

Je pense que cela commence par faire un panorama de ce qui se fait et

de comparer les modèles entre eux. L'écosystème entrepreneurial constitue autant d'expérimentations que de start-up ! Ensuite, je conseillerais de rester ouvert, au sens où certains sujets doivent être internalisés et d'autres externalisés (s'appuyer sur des produits de start-up). Cela dépend vraiment des enjeux stratégiques du corporate et de son équilibre vis-à-vis du budget alloué.

Quels sont les meilleurs cas d'usage relevés jusqu'à présent ?

Les cas d'usages doivent se focaliser sur trois enjeux : la croissance du chiffre d'affaires, l'optimisation des coûts/process et le respect de la réglementation. Pour augmenter le chiffre d'affaires, on peut en capturer les marchés "gris" comme le secondaire de produits de luxe, ou faire de l'upsell et de l'engagement comme Cohort. Je pense aussi à des cas autour de la tokenisation d'actifs traditionnels et alternatifs, un sujet FinTech/InsurTech, avec des exemples comme Spiko, Intercellar, Bolero ou Equisafe. Enfin, côté réglementaire, les passeports numérique et l'identité décentralisée vont être de gros sujets dans toutes les industries (éducation, arts, luxe, secteur public, etc.). Je pense à des entreprises comme Verifiables.

Voyez-vous plus de perspectives au B2B ou au B2C ?

Je pense que c'est l'avènement des sujets B2B, en raison de l'abstraction et de la normalisation de la blockchain qui devient une technologie mature. Les entreprises ont beaucoup d'avantages à apporter aux start-up et vice versa.

Comment connecter de la meilleure manière les corporates avec le tissu entrepreneurial du Web3 ?

Il faudrait être en capacité de faire une veille stratégique sur le marché et de synthétiser les opportunités, les risques, les facteurs clés de succès. Mais cela passe aussi par une conduite du changement en interne des corporates, car il faut que plusieurs business units (l'innovation, les métiers, les financiers, etc.) s'investissent pour que cette connexion porte ses fruits.

Comment PyratzLabs répond-il aux besoins des corporates ?

Nous avons créé une offre pour améliorer la veille stratégique des grands groupes et formaliser une méthodologie pour infuser aux équipes d'un corporate l'importance de ces sujets et comment maximiser l'après POC !



Bilal El Alamy [PyratzLabs]

Quel est l'ensemble de la palette de services que vous proposez ?

Concrètement, nous proposons un abonnement annuel pour la veille stratégique, la possibilité d'opérer en marque blanche l'accélérateur du corporate, qui consiste à sourcer et maximiser l'intégration de solutions innovantes dans un groupe. Nous avons également une offre de corporate startup studio où nous créons des start-up pour des grands groupes sous forme de joint-venture. C'est un modèle que nous préférons à l'intrapreneuriat, car il fournit un meilleur alignement d'intérêts avec les fondateurs et émancipe le corporate des risques réputationnels.

Vous avez également fondé la Blockchain Business School. En quoi cette structure de formation est-elle pertinente pour les corporates ?

En tant qu'organisme de formation, nous permettons aux grands groupes d'utiliser leur "opco" pour certifier des collaborateurs sur des sujets blockchain généralistes, financiers et technologiques. Nous avons récemment annoncé travailler avec Delubac, par exemple.



William O'Rorke [ORWL Avocats]

« Avoir des prestataires et des conseils ayant les réflexes pour s'adapter au Web3 »

Pour mener à bien des projets Web3, les grands groupes ont besoin de collaborateurs ayant une grande appétence pour le sujet, mais également de partenaires spécialisés.



Beaucoup de grands groupes ont tenté des expériences dans le Web3 ces dernières années. Quelles difficultés ont-ils rencontrées du point de vue réglementaire ?

D'un point de vue réglementaire, le Web3 pose deux grandes difficultés. La première est assez évidente : c'est un domaine nouveau et complexe pour les juristes. Deuxièmement, il implique des valeurs numériques, souvent associées à des actifs numériques, ce qui comporte des risques financiers et de blanchiment.

Dans quelle mesure MiCA permet-il d'envisager plus sereinement des projets Web3 chez les entreprises ?

MiCA a un effet direct et indirect sur les projets Web3 des entreprises. Pour mener à bien certains projets, elles auront l'obligation d'obtenir un agrément auprès de l'Autorité des marchés financiers, surtout si cela touche le secteur crypto-financier. Néanmoins, MiCA permet aux partenaires des projets Web3 de proposer des services régulés. Pour les entreprises non crypto-natives, pouvoir compter sur des fournisseurs régulés pour les wallets ou les brokers est crucial pour la responsabilité et la réputation. Enfin, MiCA trace une ligne claire entre ce qui est régulé et ce qui ne l'est pas, apportant sécurité et clarté juridique pour les projets non financiers (NFT, etc.).

Est-ce qu'il y a encore des barrières ou des incertitudes au niveau réglementaire ?

Le risque réglementaire existe toujours, mais il est maîtrisable avec une bonne connaissance des régulations. Les risques technologiques (bugs, conception) et réputationnels (hacks, blanchiment) sont désormais les plus préoccupants pour les entreprises.

Est-ce que le Web3 redéfinit la propriété intellectuelle ?

Pas vraiment. Le Web3 permet de nouveaux modèles de partage de la propriété intellectuelle avec ses utilisateurs, mais dans un cadre balisé (licence notamment).

L'utilisation de la blockchain, qui offre une grande transparence des données, est-elle compatible avec les règles RGPD ?

Depuis 2017, j'affirme que la blockchain n'est pas incompatible avec les droits et les obligations prévus par le RGPD. Cependant, les modèles économiques du Web3 (interopérabilité, partage des données, décentralisation) posent des défis en termes de partage et de sécurisation des données. Pour l'anecdote, je n'ai jamais conseillé à un client d'abandonner un projet pour des raisons liées au RGPD.



William O'Rorke [ORWL Avocats]

Comment les entreprises peuvent-elles équilibrer les structures décentralisées avec les besoins de contrôle et de gouvernance ?

La décentralisation est surtout réelle au niveau protocolaire. Au niveau applicatif, la plupart des projets restent centralisés. Il faut donc être prudent avec la mise en œuvre de la gouvernance décentralisée et adopter une approche progressive et maîtrisée. Et rester lucide !

Comment aider les directions juridiques des grands groupes sur le sujet Web3 ?

Sur le plan juridique, les barrières peuvent être levées de deux manières. D'abord en s'appuyant sur les textes existants et l'expérience des régulateurs sur le sujet. Ensuite, il est possible de rassurer en mobilisant des solutions et des méthodes habituelles pour ces acteurs.

Quelles compétences et ressources sont nécessaires pour mener à bien des projets Web3 au sein d'une grande organisation ?

Il faut des oiseaux rares (rires). Plus sérieusement, les projets qui fonctionnent reposent sur deux types de compétences. Côté entreprise, il est indispensable d'avoir des collaborateurs bien implantés avec une appétence pour le Web3. Ce sont eux qui évangélisent en interne pour lever les barrières. Et côté Web3, il faut des prestataires et des conseils ayant les réflexes pour s'adapter à ce type d'acteurs et à leurs codes.

Comment ORWL peut y participer ?

En tant qu'avocats spécialisés, mais disposant d'une expérience de longue date dans l'accompagnement des entreprises, nous sommes en mesure de proposer des solutions adaptées, notamment en matière de suivi de projet et de formation, qui sont essentielles sur le plan juridique.

Quels partenaires de confiance ?

Avocats



ORWL AVOCATS

CLIFFORD
CHANCEHASHTAG
AVOCATS

REVO AVOCATS



GIDE

DE GAULLE
FLEURANCESIMMONS
& SIMMONS

LCO.LEGAL



KRAMER LEVIN



DNA PARTNERS

Formation

BLOCKCHAIN
BUSINESS SCHOOL

ALYRA

Outils de conformité



BUBBLEMAPS



SCORECHAIN



CHAINALYSIS

Protocoles



ETHEREUM



TEZOS



SOLANA

Start-up studio



PYRATZLABS



50PARTNERS



321

Brokers



BITPANDA



DELUBAC



COINHOUSE



Quels partenaires de confiance ?

Cabinets de conseil



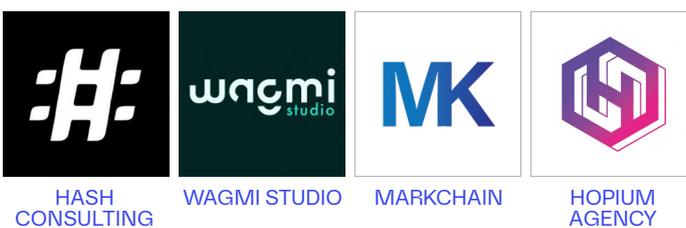
Cabinets de conseil spécialisés



Onboarding



Agences d'influence



Fournisseurs de wallet



Audit de smart contract



Support local des fondations



Thibault Lecerf [Pernod Ricard]

« Nous sommes désormais prêts à explorer des cas d'usage plus axés sur les aspects financiers »

Fort d'une première expérience réussie en 2024, le géant des spiritueux compte accélérer dans le Web3



Qu'est-ce qui a motivé Pernod Ricard à se lancer dans le Web3 ?

Pernod Ricard a été motivé par les opportunités offertes par la nouvelle technologie Web3, qui présente de nouveaux cas d'usages

intéressants. La société a donc jugé crucial de ne pas manquer ces nouveaux services potentiels et d'être en anticipation plutôt qu'en réaction. L'engouement de 2021, marqué par un bull run et l'émergence de nombreux projets NFT et métavers, a également poussé certaines des 240 marques du groupe à exprimer leur intérêt pour ce secteur. Pour aborder ces sujets de manière structurée et sécurisée, nous avons formé une task force multidisciplinaire en interne, ayant aboutie sur la création d'une Web3 factory : un service d'expertise interne accompagnant les marques Pernod Ricard dans leurs initiatives blockchain / Web3.

Pouvez-vous présenter les projets réalisés ?

Il y a eu beaucoup de projets au cours des derniers mois, mais je retiens particulièrement The Whisky Exchange Cabinet et Ricard 3.0.

The Whisky Exchange Cabinet pour la proposition de valeur offerte aux clients. En effet, la plateforme met en vente des bouteilles de spiritueux exceptionnels. Une fois vendue, la bouteille reste en sécurité dans un coffre. L'utilisateur a le NFT, titre de propriété du spiritueux. Cela permet de limiter les risques de casse, de vol, de mauvais

stockage mais surtout de faciliter la revente sur le marché secondaire (la bouteille n'ayant jamais quitté le coffre, il n'y a pas besoin de la faire expertiser), et il y a aussi des royalties sur les prochaines ventes, notamment pour rétribuer la marque à travers le temps.

Le second projet que je retiens est celui mené par les équipes de Pernod Ricard France et de l'artiste contemporain Neïl Beloufa. L'artiste a réalisé 6 objets de service qui intègrent les technologies Web3 et proposent un mode de service interactif du Ricard. L'utilisateur a en effet l'opportunité de créer et personnaliser son NFT Ricard 3.0 : ce dernier s'affiche en temps réel sur l'écran des sculptures et s'anime lorsque les bonnes quantités de Ricard et d'eau auront été servies. Pour le lancement du projet, les 6 objets ont été présentés à l'occasion du salon NFT Paris. À cette occasion, les utilisateurs avaient l'opportunité de créer leur NFT et d'interagir avec les objets.

Ce qui m'a surtout frappé, c'est l'engouement du public autour de cette activation : avec la possibilité de changer les métadonnées du NFT après sa création, de monitorer la consommation des utilisateurs, et la mise à jour en temps réel de l'écran des sculptures pour laisser apparaître le NFT de chaque utilisateur, les équipes ont proposé un projet vraiment solide d'un point de vue tech. NFT Paris regroupe un public de crypto-experts, d'artistes numériques, et j'ai été ravi de voir une marque bientôt centenaire susciter autant d'intérêts dans cette communauté.



Thibault Lecerf [Pernod Ricard]

Comment le développement des projets a-t-il été mené en interne ?

Pour centraliser les meilleures pratiques et minimiser les risques, nous avons créé une "Web3 Factory". Celle-ci a permis de structurer plusieurs aspects clés de nos différents projets, tels que l'audit des smart contracts, la création et la gestion de wallets pour nos marques, ainsi que la conformité KYA (Know Your Address) et KYT (Know Your Transaction) pour nous assurer de l'origine et de la provenance des fonds. Nous avons également établi un service de brokerage. Pour garantir la qualité et la sécurité, nous avons collaboré avec des partenaires de renom. Je pense à Taurus, Chainalysis et aussi Ennea, que je salue et remercie au passage.

Qu'est-ce qui fait que cela a été une réussite ?

Le succès repose à mon sens sur le savant mélange entre la liberté créative laissée aux marques et à la centralisation des compétences Web3 en interne. Nous avons constitué une équipe multidisciplinaire au sein de notre task force, comprenant des experts business, juridiques, techniques, fiscaux, légaux et marketing. Une coordination étroite avec nos prestataires, les marques du groupe et la Web3 Factory a également été essentielle. Nous avons adopté une approche pratique et proactive, ce qui nous a permis de maintenir une visibilité et une compréhension claire de chaque étape de la chaîne de valeur. L'idée a toujours été de mettre les mains dans le moteur, sans se laisser diriger par différents acteurs sans savoir de quoi il retournait.

Est-ce que vous avez quelques chiffres à partager ?

Lors de NFT Paris, les équipes de Neil et Ricard France ont minté environ 750 NFT pour le projet Ricard 3.0. En ce qui concerne The Whisky Exchange, les équipes ont vendu une bouteille à 14 ETH (soit 40.000 euros au cours de l'époque) en moins de cinq minutes.

Qu'est-ce que cette expérience a apporté au groupe ?

Cette expérience nous a permis de faire nos premiers pas dans le secteur du Web3 de manière

mesurée, en intégrant le sujet en interne plutôt qu'en déléguant à des tiers. Cela a conduit à une grande évangelisation et formation des différentes parties prenantes au sein de l'entreprise. Nous avons également relevé des défis majeurs liés à l'audit, ainsi qu'aux problématiques comptables et fiscales. Les premiers cas d'usage marketing ont ouvert la voie à de nouvelles opportunités. Nous sommes désormais prêts à explorer des cas d'usage plus axés sur les aspects financiers et les transferts de valeur, notamment la tokenisation d'actifs qui pourrait être très intéressante pour le secteur des spiritueux.

Fort de cette expérience, quelles sont les bonnes pratiques à retenir pour les grands groupes qui souhaitent se lancer dans le Web3 ?

Pour les grandes entreprises souhaitant se lancer dans le Web3, il est déjà essentiel de dialoguer avec leurs pairs pour identifier les Do et le Don't. Le choix des prestataires doit être également effectué avec soin. Il est aussi crucial, à mon sens, de ne pas tout déléguer : il faut s'impliquer directement, développer une expertise interne et se forger une conviction solide. Enfin, il est important d'arbitrer avec discernement et de n'adopter le Web3 que s'il apporte une véritable valeur ajoutée, une réalité économique et que ce cas d'usage ne peut être réalisé avec les technologies Web2.

Quels sont les cas d'usage les plus pertinents dans le Web3 pour un grand groupe ?

Pour le secteur des spiritueux, l'exemple de The Whisky Exchange Cabinet est particulièrement pertinent. En termes d'expérience client, le "token gating" est un dispositif prometteur. À l'avenir, la tokenisation d'actifs : comme les fûts pourrait devenir courante. Les transferts internationaux 24/7 et le paiement de prestataires via des smart contracts offrent des avantages considérables.

Je pense enfin à l'authentification. Bien que ce cas d'usage soit intéressant, il peut parfois être réalisé efficacement avec du Web2, comme le démontre l'exemple de ce que les équipes de Martell ont réalisé en Chine.



Arthur Dietrich [Solana]

« **Superteam intervient au niveau local pour dessiner le projet d'un corporate** »

Le nouveau patron de Solana pour la France détaille les bénéfices pour les grands groupes d'utiliser Solana pour développer leurs projets



Qu'est-ce que Superteam France ?

Superteam France est l'antenne française de Solana. L'objectif est de recenser les projets Solana français existants, soutenir les nouvelles initiatives et leur donner les

moyens de voir le jour puis de se développer à l'international en créant un écosystème de partenaires ultra-qualitatifs (développeurs, VC, médias, etc.). Nous avons également une mission d'éducation et de fédération car nous pensons que c'est en rassemblant les gens que nous pourrions créer une scène Web3/Web2 innovante.

En quoi le choix de Solana est-il pertinent pour un grand groupe qui veut se lancer dans le Web3 ?

Avant de choisir une blockchain, il faut regarder quel est l'usage que l'on souhaite en faire. Solana est conçue pour un usage intensif et une forte scalabilité. La vitesse et le coût des transactions sont évidemment des avantages, mais je pense que le plus important est le support et le soutien que Superteam France ou la fondation Solana apportent tout au long du partenariat qui est mis en place. Il y a des entités dans les secteurs du retail, de la finance, du gaming, de l'art, etc., qui sont là pour soutenir et conseiller les grands groupes afin qu'ils ne partent pas sans assistance.

Quelles sont les plus grandes réalisations de l'écosystème Solana au sein des grands groupes ?

Solana est spécialisée en solutions de paiement et transactions. Je pense que les partenariats avec Visa, Shopify et Stripe sont des exemples concrets où des mastodontes ont fait confiance à Solana pour devenir leur partenaire privilégié sur les paiements en cryptomonnaies.

Ethereum a souvent été l'acteur de référence pour les entreprises, en quoi Solana peut-elle se distinguer ?

Je n'aime pas comparer et je ne dénigre jamais les autres blockchains, mais la simplicité d'utilisation, les frais très bas et la rapidité d'exécution des transactions font de Solana un excellent candidat pour des cas d'usage en conditions réelles afin de rendre mainstream l'utilisation des cryptomonnaies.

Quels sont les moyens à disposition des entreprises pour échanger sur des points techniques si elles travaillent sur Solana ?

Superteam intervient au niveau local pour dessiner le projet d'une entreprise, puis la fondation Solana arrive dans un second temps pour affiner la demande en passant par des spécialistes dans différents domaines (gaming, finance, retail, etc.).



Remerciements

—

Sheraz Ahmed

[CEO Storm Partners]

—

Justine Destobbeleire

Blockchain lead SIA Partners]

—

Arthur Dietrich

[Lead ecosystem Solana France
SuperTeam]

—

Bilal El Alamy

[CEO PyratzLabs]

—

Maxime Gonnet

[Consultant Sia Partners]

Thibault Lecert

[Web3 leader Pernod Ricard]

—

Houda Leroy

[COO PyratzLabs]

—

William O'Rorke

[ORWL Avocats]

—

Julien Furlanetto

[Cofondateur Doors3]

Ce rapport a été conçu par le service recherche de **The Big Whale**
et sous la direction de **Grégory Raymond**.

—

Céline Robin

[Graphisme]

<https://www.thebigwhale.io/>

Nous contacter : contact@thebigwhale.io
9 rue des Colonnes, 75002 Paris, FRANCE

