

Créer, lancer et vendre ses propres NFTs

Marques de luxe, de mode, artistes et startups succombent depuis quelques mois à la folie des NFTs. Vous aussi, vous envisagez d'en proposer à votre communauté ? Manuel Valente, directeur scientifique de Coinhouse, et Thomas Bourbon, fondateur d'Octo (ex-Betonyou), nous ont livré quelques conseils. Suivez les guides.

Choisir son type de NFT

« Les NFTs sont des cryptoactifs stockés sur la blockchain qui permettent ainsi un échange décentralisé d'actifs. Contrairement aux cryptomonnaies comme le bitcoin qui sont fongibles, les NFTs ne le sont pas et se distinguent tous les uns des autres. »

Si les NFTs ont la cote, il est tout de même essentiel de vous interroger en amont sur la motivation derrière le lancement de vos propres actifs. *« Cela permet aux marques de montrer qu'elles sont dans la tendance, mais aussi de fidéliser leurs clients »*, constate Manuel Valente. Savoir ce que vous en espérez vous permettra de déterminer quel type de NFT créer, car il en existe plusieurs :

Un URL qui pointe vers une image. En achetant le NFT, on devient propriétaire de l'image en question.

Un numéro de série inscrit sur un objet physique, comme une montre ou un sac à main. Une solution très prisée des marques de luxe, qui leur permet de lutter contre la fraude en offrant un certificat d'authenticité à leurs clients.

Les collections de NFTs, qui consistent à créer une série de compositions uniques. Il peut s'agir d'une paire de baskets dont la couleur des lacets ou du logo sera modifiée. *« C'est la solution la plus développée à l'heure actuelle, elle représente 90 % des échanges au quotidien »*, analyse Manuel Valente.

La startup Octo, qui a développé une offre *play to earn* permettant à ses utilisateurs (joueurs de jeu vidéo) de gagner des avantages en contrepartie de leur temps de jeu, a récemment lancé ses propres NFTs. Ceux-ci permettront à leurs détenteurs d'obtenir des cryptomonnaies et non plus seulement des cartes ou des accessoires.

« Nike fait partie des sociétés les plus avancées sur le sujet », souligne le directeur scientifique de Coinhouse, puisqu'elle a déjà lancé sa collection de baskets virtuels avec le studio ARTFKT, qu'elle a acquis il y a quelques mois. Une manière de mettre un premier pied dans le métavers, comme l'explique le Journal du Geek.

La création des NFTs

Entrons dans la partie technique du sujet. Vous avez décidé de créer votre propre collection de NFTs. Faut-il le faire en interne ou déléguer cette tâche ? *« Si votre collection de NFTs consiste seulement à pointer vers des images, ce n'est pas forcément utile de faire appel à une société. Vous pouvez simplement vous rendre sur OpenSea et créer vos propres NFTs. Mais en réalité, le marché n'est pas vraiment là »*, analyse Manuel Valente.

A l'inverse, si vous souhaitez créer une collection d'images qui se déclinent avec quelques différences, il est préférable de vous tourner vers une entreprise spécialisée qui pourra créer l'identité visuelle de vos NFTs. *« Le design est essentiel, confirme Thomas Bourbon. Nous avons fait réaliser un peu moins de 150 éléments, cette opération a pris moins de deux mois. Ensuite, ils ont été mixés dans une candy machine pour générer nos 4 444 NFTs. »* Cette partie constitue 95 % du coût de la campagne de lancement de NFTs, une somme assez faible au bout du compte.

L'intégration à la blockchain

Une fois les NFTs créés, il faut coder ses données dans un contrat intelligent (smart contract) intégré à la blockchain qui rend celui-ci infalsifiable. Plusieurs entreprises proposent ce service. On peut notamment citer OpenSea, Foundation ou encore Rarible.

De la même manière, plusieurs blockchains existent. Si Ethereum est la plus connue, Solana lui fait concurrence. Cette dernière, choisie par Octo pour se lancer, s'occupe du mint, de la vente et du paiement des NFTs.

Petit conseil à souffler à votre communauté : n'hésitez pas à leur indiquer à votre communauté d'ajouter à leur *wallet* une somme qui permettra de couvrir le prix des NFTs, mais aussi les frais de la plateforme. Dans le cas contraire, il pourrait voir leur achat invalidé.

La préparation de la vente

Plusieurs campagnes et ventes de NFTs ont lieu chaque jour. Pour espérer réussir la vôtre, vous allez devoir faire parler de vous. Généralement, si vous vous êtes lancés dans ce projet, c'est que vous possédez déjà une communauté intéressée. Mais cela ne signifie pas que tout est gagné d'avance.

Il est important d'en parler à votre communauté, d'expliquer l'objectif et ce que cela pourrait leur apporter. Pour Octo, l'idée est claire : répondre à une demande de ses joueurs en leur offrant la possibilité de gagner des cryptomonnaies.

La startup s'est appuyée sur sa communauté – qu'elle construit depuis 2015 – pour partager sa campagne et participer à la vente. Mais elle a également bénéficié des soutiens d'influenceurs et de la plateforme Solana, qui a opéré ses transactions. Résultat : en moins d'une minute, les 4 444 NFT mis en vente ont trouvé des acquéreurs.