

Sébastien Borget, parcours d'un visionnaire du gaming

Co-fondateur de The Sandbox en 2011, pionnier du blockchain gaming et figure emblématique mondiale du métaverse, Sébastien Borget est un créateur. Plus que de concevoir des jeux vidéo, son fil rouge est de permettre à quiconque d'être le créateur de son propre jeu, grâce à un metaverse ouvert et monétisable.

Comme beaucoup d'adolescents, Sébastien Borget s'est passionné très tôt pour le monde des jeux vidéo et a grandi dans les années 1990 avec les univers de Tomb Raider ou encore Super Mario. Diplômé de Telecom SudParis (après notamment une année d'échange à l'Université chinoise de Hong Kong), il s'est d'emblée lancé dans l'entrepreneuriat avec son ami et associé Arthur Madrid, enchaînant créations et reventes de boîtes. « *En 2008, j'ai rejoint Arthur dans une aventure qui évoluait dans l'univers des technologies peer-to-peer. On l'a revendue pour lancer Wixi, un service de stockage photos, vidéos et musique sur le cloud que l'on a également revendu deux ans plus tard* ». En 2011, ils lancent ensemble le jeu vidéo sur smartphone Pixowl, revendu sept ans après son lancement à Animoca Brands. « *Créer son propre jeu vidéo était un mythe inaccessible à l'époque, mais qui est redevenu accessible grâce aux smartphones* » se rappelle Sébastien Borget.

L'aventure The Sandbox

Créé en 2011, The Sandbox est à ses débuts un jeu vidéo en 2D en ligne permettant de créer des cartes de type *Pixel Art*, « avec cette idée que l'on voulait permettre à quiconque de devenir un créateur et de rendre la création et le partage accessibles grâce aux nouvelles technologies » précise ce pionnier du gaming. Un beau succès avec plus de 4 millions de téléchargements en 8 ans et 70 millions de créations réalisées par les utilisateurs. Mais aussi une frustration : celle de voir les créateurs quitter la plateforme, car « nous n'avons aucun moyen technique de partager une partie du revenu des contenus créés, notamment à cause des règles des systèmes *Google Play* et *Apple Store* ». C'est en découvrant la blockchain utilisée dans le jeu *Crypto Kitties* que les deux associés testent cette technologie où les créateurs peuvent alors monétiser leurs contenus.

Fin 2017, ils lancent donc une nouvelle version de The Sandbox : un jeu en 3D multiplateforme qui utilise les NFTs. Et dont le modèle économique repose sur l'achat de terrain. « Il y en a 166 464 et pas un de plus. Nous en avons vendu 70% des terrains à 22 000 joueurs. Le reste va nous permettre de nous financer pendant encore un an, puis nous toucherons une commission de 5% sur les transactions » détaille Sébastien Borget.

Un metavers ouvert et monétisable

Des expériences virtuelles sans avoir besoin de savoir coder ? Pour ce gamer qui veut faire du jeu, une création simple et accessible, The Sandbox met à disposition l'application Vox Edit pour créer des objets et Game Maker pour créer des jeux. D'autre part, « c'est un monde virtuel de gaming en métaverse ouvert où les créateurs détiennent leur propre carte, leur propre terrain et leur propre monnaie. Ils sont souverains et leurs NFTs peuvent être utilisés en externe » résume Sébastien Borget qui affiche sa différence face aux métaverses de Facebook, Microsoft ou Roblox.

Car dans The Sandbox, les créateurs peuvent percevoir la valeur de leurs créations sans être contraint par la plateforme. « Les NFTs annoncent l'avènement d'une nouvelle économie numérique car ces assets renforcent l'expérience de jeu tout en pouvant être vendus à l'extérieur » assène celui qui dit ainsi contribuer à la naissance du « *play-to-earn* ».

Sandbox Alpha Saison 3 : une expérience enrichie par les marques

Le 24 août 2022 marque le lancement de l'Alpha Saison 3 avec 98 expériences dont 22 marques (portant à 400 le nombre total de marques présentes sur The Sandbox) d'horizons divers : musique (Snoop Dogg), luxe, mode (Gucci, Adidas), divertissement (Warner Music)... « *C'est une excellente vitrine de ce que peuvent offrir les marques en termes d'expériences immersives. Les joueurs peuvent se réinventer en créant un avatar et plonger dans un écosystème Web3 où la musique, l'art, l'architecture, le jeu et la mode se réunissent pour annoncer l'avenir du divertissement* ».

Un avenir où la créativité de l'utilisateur est la pierre angulaire. « *Ma volonté est que les utilisateurs puissent à leur tour créer leurs propres jeux et leurs propres expériences, les enrichir, les revendre, en recréer d'autres et ainsi de suite* ». Si l'Alpha Saison 2 a déjà attiré 350.000 joueurs, les deux associés tablent sur 500.000 à 1 million d'utilisateurs d'ici deux mois.

Et la crise du metaverse ?

« *Le monde se dirige vers un taux record d'inflation et toutes les valeurs technologiques sont touchées, perdant jusqu'à 90% de leur valeur. Cela touche également les cryptomonnaies et tokens, cependant, notre monnaie, le SAND, qui fait partie du Top 40 des Tokens sur CoinMarketCap, a conservé sa position comme l'un des premiers tokens au sein des Metaverse tokens* » assure Sébastien Borget, dont le portefeuille de 4 millions d'utilisateurs ne cesse de croître.

Pour lui, la crise est conjoncturelle mais le marché de la blockchain se porte bien. D'ailleurs, selon le Blockchain Game Report du 3ème trimestre 2021 de DappRadar, ce marché a connu une croissance de 509% par rapport à l'année précédente - dont près de la moitié captée par les jeux vidéo ayant recours aux NFTs.

De quoi voir l'avenir avec optimisme pour le co-fondateur de The Sandbox, également président de la Blockchain Game Alliance qui réunit 4.000 membres de l'industrie (plateformes, studios, marketplaces...) et dont le but est de mettre en avant les usages de la blockchain au sein du jeu vidéo.

