

dreamcities

Virtual tourism / metavers / web3

PITCH
DECK

bpifrance

cap-digital
Paris Region

STATION F

dreamcities

est une plateforme de type metavers / web3, qui permet de visiter les plus belles villes du monde de façon totalement immersive.

- > Une innovation qui permet de se **déplacer en temps réel, depuis chez soit**, dans les rues des plus belles villes du monde !
- > Un produit **simple** à utiliser, et **facilement identifiable du grand public**.
- > Un modèle économique orienté Web3, qui permet de se positionner sur les **deux marchés émergents** que sont le **tourisme virtuel** et les **metavers**.
- > Des sources de revenus **multiples**, qui une fois les villes virtuelles amorties, permet de générer des **dividendes de façon pérenne**.
- > Une stratégie qui permet de déployer le produit de façon **immédiatement rentable** en B2B, et d'évoluer vers un B2B2C **encore plus rémunérateur** à moyen terme.



Selon le magazine Forbes, les marchés les plus « disruptés » d'ici 2025 par l'arrivée de la réalité virtuelle, sont :

L'entertainment
et le tourisme

*Ce sont justement les deux marchés de **dreamcities**.*

LA DEMANDE

1

Au coeur de ces marchés émergents du metavers et du Web3, le grand public attend des produits plus simples d'accès plus facilement identifiables, et qui tire réellement partie du médium virtuel.

2

Malgré la dynamique actuelle, il n'existe pas de proposition qui réponde clairement aux attentes du grand public, qui à soif de « voyages », de découverte, et exprime une volonté de tourisme virtuel.*

3

Le grand public boude les projets de metavers qui ne proposent que d'acquérir des appartements ou des NFT's... Ils attendent des propositions plus humaines et plus proches de la « vie ».

dreamcities

réponds exactement à ces attentes.

NOTRE SOLUTION

Un produit **clairement identifiable du grand public** : *visitez de façon totalement immersive les plus belles villes du monde, depuis chez vous !*

1

Une qualité d'immersion, et de restitution qui réponds aux attentes du grand public, et qui tire réellement partie du médium.

2

Une expérience culturelle enrichie, augmentée d'un gameplay **totalement addictif.**

3

Un modèle économique qui capitalise sur les ressources des villes réelles, et permet de dégager de multiples sources de revenus.

4

Un positionnement qui permet de **s'implanter efficacement** sur les marchés émergents des metavers et du web3.

5

Une stratégie qui permet d'être très largement diffusé en B2B, tout en conservant un lien privilégié avec les visiteurs en B2C.

6



AUTRES CAS D'USAGES

Visite d'une ville et ses lieux emblématiques : Paris, New-York, Shanghai... Vous marchez virtuellement sur les places et dans les rues, en observant les monuments ou bâtiments historiques, les commerçants typiques et atypiques, en développant à chaque voyage une relation privilégiée et intime avec les attraits culturels de chaque ville.

1

Vous venez de visionner un documentaire au sujet d'une ville, ou un film de fiction qui met en scène une ville ou un quartier de ville en particulier, et vous souhaitez vous immerger dans la ville en question. Venez revivre ce que viennent de vivre les personnages du film, en vous rendant aux mêmes endroits, depuis votre fauteuil !

2

Vos personnages de série préférés évoluent dans un quartier de ville particulier, dans des espaces publics ou privés spécifiques. Magasins, maison lambda ou appartement au coeur d'une ville... Nous pouvons les recréer afin que puissiez à votre tour évoluer au coeur de ce lieu et manipuler les mêmes objets, ou y recroiser les personnages du film ou de la série.

3

Lors d'une commémoration sur un lieu historique emblématique [Champs-Élysées, Arc de triomphe, Panthéon, etc...] il sera possible avec notre dispositif, de disposer d'une reproduction « miroir » de l'événement, afin que les spectateurs puissent se déployer à leur tour dans la « réplique » du lieu de commémoration.

4

Pour certains contenus d'annonceurs, ou certaines marques, il est possible de proposer une extension du programme à l'intérieur de nos villes virtuelles, par l'organisation d'événements virtuels spécifiques.

5



REVENUS

Capitaliser sur l'audience

- 1 A l'image des villes réelles, les flux de touristes virtuels évolueront au grés d'espaces virtuels délimités, et seront en contact visuel avec les espaces de nos annonceurs.

Créer une véritable communauté

- 2 Événements récurrents pour inciter les publics à revenir régulièrement. « Escape games » et autres « chasses aux trésors » totalement addictives, permettant de fidéliser les publics sur plusieurs mois.

Présences des marques conceptualisées

- 3 Nos marques partenaires seront accueillies dans un contexte propice au B2C, enrichies de la valeur ajoutée de **dreamcities**, et de l'image de marque des villes proposées : Paris, New-York, Tokyo, etc...

freemium, zones VIP et licences globales

- 4 A l'image des villes réelles, les accès aux espaces publics et commerciaux de nos villes seront gratuits. Mais des espaces « privés », (Clubs, musées, restaurants, ou espaces de divertissement, Ex: MoulinRouge) pourront donner lieu à des revenus en *Licence globale* auprès de nos partenaires.

> **Bénéfices estimés : 200K€ /an** par ville virtuelle*



**Une fois construite
et mise en ligne,
une ville virtuelle ne coûte
quasiment plus rien.
Par contre, elle continue
de rapporter beaucoup...**

*Les villes sont des marques
par nature, bien identifiables du
grand public. La notoriété de ces
villes réelles – et leur ressources –
vont permettre de générer
une audience mondiale.*

TOURISME VIRTUEL

Tourisme réel

dreamcities est un produit d'entertainment et de tourisme virtuel, qui tisse des liens avec les acteurs clés du tourisme réel : Offices du tourisme, chaînes d'hôtel et de restauration, compagnies aériennes et tours opérateurs qui souhaitent diversifier leur approche du tourisme.

Au-delà du réel

Nos expériences sont nourries du réel, mais bien plus riches que le réel. Faisant abstraction des coûts du voyage réel, et des limites physiques du réel. Facilement accessible depuis chez soit, ***dreamcities*** est une expérience de substitution aux voyages réels, et au tourisme culturel de masse qui peuvent parfois avoir un impact négatif sur les sites réels.

Voyages et empreunte carbone

À l'avenir, les déplacements lointains seront peut-être plus difficiles, soit à cause de pandémies, soit par la limitation de nos empreintes carbone. Ce projet ne sauvera pas la planète à lui seul, mais il pourrait s'avérer être une alternative crédible aux voyages réels.

Voici 5 liens sur le phénomène naissant du tourisme virtuel :

[Article 1](#) / [Article 2](#) / [Article 3](#) / [Article 4](#) / [Article 5](#)
et la passionnante étude de l'Agence REVFINE, [ici](#)



dreamcities

LES MARCHÉS CONCERNÉS

Entre **2022** et **2030** le marché des metavers et web3 devraient se développer à un taux de croissance annuel de :

40% /an.

(source : Grandviewresearch.com)

Le marché de la réalité virtuelle devrait à lui seul passer de **3 milliards en 2021** à

20 milliards de \$

d'ici 2025 (selon Blomberg)

60%

des consommateurs sont enthousiasmés par la transition de certaines activités vers le metavers.

79 %

des visiteurs actifs sur ces métavers y ont déjà effectué au moins un achat.

(source : Grandviewresearch.com)

LES INVESTISSEMENTS

En **2021**, les investissements dans les projets de metavers et web3 étaient de **13 milliards de \$***

En 2022, ces investissements ont atteint plus de :

120 milliards de \$*

(soit un facteur X 10 en un an)

D'ici **2030**, ces investissements pourraient atteindre **5000 milliards de \$***

*source Mc Kinsey, dans leur étude de 2022

STRATÉGIE

A financial candlestick chart with a dark blue background. The chart features several candlesticks in red and green, overlaid with multiple moving average lines in blue, green, and yellow. The chart is set against a grid of light blue lines.

***Notre « white paper » est disponible à la demande,
en fonction de votre marque d'intérêt.***

*Il contient tous les détails de notre positionnement,
la stratégie court et moyen terme, le GTM,
le business plan et les revenus à N+5.*

NOS PARTENAIRES STRATÉGIQUES

[en avril 2023]



dreamcities

Notre MVP est disponible sur demande - et nous serons sur VIVATECH 2023

> www.dreamcities.net <

go@dreamcities.net