DOOD - Doodles

Doodles, à l'origine une collection de 10 000 NFTs d'avatars colorés et cartoonish sur la blockchain Ethereum lancée en octobre 2021 par Scott "Burnt Toast" Martin, Evan Keast et Jordan Castro, a évolué pour devenir une marque transmedia ambitieuse. Le projet vise à construire "la franchise médiatique on-chain la plus engageante au monde" en combinant l'art numérique, la narration, la musique et des expériences gamifiées. Cette transformation est soutenue par le lancement de son token natif, DOOD.

Le token DOOD a été lancé sur la blockchain Solana en mai 2025, avec des projets d'extension vers le réseau Base d'Ethereum. Cette approche multi-chaînes vise à maximiser l'accessibilité tout en exploitant la rapidité de Solana pour les interactions en temps réel et l'écosystème Ethereum pour une plus grande accessibilité. L'offre totale de DOOD est fixée à 10 milliards de tokens, avec une allocation significative (68%) destinée à la communauté, incluant des airdrops pour les détenteurs de NFTs Doodles existants, des incitations pour les nouveaux membres ("New Blood") et le financement de l'écosystème. Une partie est également réservée à l'équipe et à l'entreprise, soumise à des périodes de vesting.

DOOD joue un rôle central dans plusieurs aspects de l'écosystème Doodles. Il alimente DreamNet, un protocole de narration basé sur l'IA qui récompense les créateurs de contenu généré par les utilisateurs et la co-création. Les utilisateurs peuvent créer des personnages, des mondes narratifs et des animations, et être récompensés en DOOD si leur travail est adopté. Le token sert également de monnaie pour des achats dans l'univers, comme des accessoires pour avatars ou des améliorations pour les agents IA. De plus, DOOD facilite la gouvernance, permettant aux détenteurs de voter sur les orientations futures du projet, les partenariats et l'utilisation des fonds de la "Doodlebank". Des jeux comme "Lord of the Files", un jeu de survie social hébergé sur X (anciennement Twitter), utilisent DOOD pour les cagnottes et les récompenses.

L'objectif de Doodles est de dépasser le statut de simple projet NFT pour devenir une franchise d'entertainment globale. Cette ambition se reflète dans ses partenariats, tels que celui avec le musicien Pharrell Williams en tant que directeur de la marque, et l'acquisition du studio d'animation Golden Wolf. Le lancement de Doodles 2, basé sur la blockchain Flow, vise à attirer un public plus large en permettant la personnalisation des avatars NFT et

l'accès à des expériences physiques et numériques.

La proposition de valeur de DOOD repose sur la stimulation de la créativité, l'engagement communautaire et l'appropriation par les fans. En intégrant l'IA, la blockchain et des mécanismes de récompense, Doodles cherche à créer un modèle de divertissement où les fans co-propriétaires et profitent de leurs contributions créatives, se positionnant comme un pionnier du média Web3.