

Après le PSG, la Juventus émet de la cryptomonnaie pour ses fans

Pour susciter l'engagement des supporters et donc les fidéliser, de grands clubs européens vont émettre des monnaies virtuelles. Les clubs belges ne sont a priori pas (encore) concernés.

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Patrons de grands clubs de foot, oubliez Facebook, Twitter ou Instagram: pour «engager» les fans, c'est-à-dire interagir avec eux afin de les fidéliser, le Paris Saint-Germain (PSG) et la Juventus de Turin croient avoir trouvé la solution: lancer leur propre cryptomonnaie.

Il y a trois semaines, le PSG annonçait devenir le premier club de football à émettre sa monnaie virtuelle. Le club parisien a en effet signé un partenariat avec la société maltaise Chiliz. Cette start-up, spécialisée dans

les cryptomonnaies, a vu récemment entrer dans son capital le Chinois Binance, une des plus importantes plateformes mondiales d'échange de ces monnaies virtuelles. Ce lundi, la Juventus de Turin, double vainqueur de la Ligue des Champions, a annoncé une initiative similaire avec le même partenaire. Avec 340 millions de supporters dans le monde et 60 millions de fans sur les ré-

seaux sociaux, la «Vieille dame» a des arguments à faire valoir. Coup d'envoi pour les deux clubs: début 2019.

Les fans consultés

Via une application mobile, leurs supporters pourront acquérir des tokens (jetons) sur la plateforme Socios.com grâce à la technologie blockchain. Moyennant environ un euro le token – sa valeur n'a pas encore été précisément fixée –, les fans

pourront émettre leur avis sur des questions relatives à l'organisation du club: non pas sur la tactique du coach ou les transferts, bien sûr, mais plutôt sur des points secondaires comme le design des futurs maillots, l'offre du fans shop, la gestion des buvettes, l'organisation de matchs amicaux, etc. Afin d'éviter que des aficionados plus fortunés que d'autres ne parasitent le système, un montant limite sera fixé pour chacun d'entre eux. Mais les plus dépensiers auront droit à de menus avantages, comme des tickets pour des matchs ou des rencontres avec les joueurs.

Chiliz se rémunérera via un pourcentage sur les montants injectés, tout comme les clubs, qui y verront une nouvelle source de revenus, même modestes. Au PSG, on parle de 2 millions d'euros par an sur un chiffre

d'affaires annuel de plus de 500 millions.

Le système fait évidemment penser à celui des socios en Espagne, ces supporters actionnaires de grandes formations, comme le Real Madrid et le FC Barcelone, qui ont leur mot à dire dans la gestion du club, notamment l'élection du président.

Si des ténors européens – du moins par leur puissance financière en ce qui concerne le PSG – se lancent dans l'aventure, d'autres pourraient leur emboîter le pas. C'est en tout cas l'objectif de Chiliz, qui ambitionne de nouer des partenariats avec une cinquantaine de clubs européens et d'injecter 300 millions de dollars dans l'économie du sport dans les années à venir.

Mais que les clubs de notre Jupiler Pro League ne se réjouissent pas trop. Comme l'a déclaré le patron de Chiliz au journal *Les Echos*: «On vise en priorité les têtes d'affiche des cinq grands championnats européens.»

50 clubs

Chiliz compte faire adhérer une cinquantaine de grands clubs européens à son système de cryptomonnaie.