Image not found or type unknown

Le régulateur britannique condamne les publicités des jetons de supporters (fan tokens) du club de foot Arsenal FC

Fiche pratique publié le **05/01/2022**, vu **1641 fois**, Auteur : Anthony BEM

Les jetons de supporters (fan tokens) sont-ils soumis à une réglementation particulière en matière de publicité et d'information des consommateurs ?

Les fan tokens (« jetons de supporters » en français) sont émis grâce à la technologie de la blockchain (« chaîne de blocs » en français).

Il n'y a pas qu'un mais plusieurs types de chaîne de blocs avec des spécificités particulières.

Une chaîne de blocs est une technologie qui désigne concrètement une base de données.

Cette base de données se charge techniquement de la gestion d'une liste d'enregistrements certifiées et protégées contre la falsification ou la modification.

Les chaînes de blocs allient flexibilité, simplicité, efficacité, rapidité, sécurité de la transmission et permettent de multiples utilisations des données en automatisant certaines opérations par le biais notamment de « contrats intelligeant ».

Cette technologie a aussi comme aspects positifs de supprimer la bureaucratie inutile et de réduire les coûts.

De nombreuses applications pratiques sont nées de la technologie permise par les blockchain.

Le sport n'a pas manqué le virage, bien au contraire, ces nouvelles technologie apportent beaucoup au milieu sportif.

Oleksandra Oliynykova, une joueuse de tennis croate affiche le 619ème rang au classement Women's Tennis Association (WTA), et férue de crypto-monnaie, a vendu en avril dernier une zone de 15x8 centimètres de son bras aux enchères contre trois Ethereums, une crypto-monnaie.

C'est ainsi que, suite à la crise sanitaire liée au Covid 2019 et aux fermetures des stades d'une part, et puis aux restrictions sanitaires dans les stades d'autre part, de nombreux clubs sportifs se sont rendu compte de leur trop grande dépendance de la billetterie comme source de revenus.

Les clubs ont donc envisagés l'émission de jetons de supporters virtuels pour diversifier leurs sources de revenu.

Depuis la signature de l’argentin Lionel Messi au Paris Saint Germain (PSG), qui a été rémunéré notamment en jetons du club , on peut donc dire que les jetons de supporters sont sur le devant de la scène.

Actuellement, plusieurs clubs sportifs se sont déjà laissé tenter par les fans tokens.

Des clubs comme le Paris Saint Germain, le FC Barcelone, la Juventus de Turin, le Milan AC, Manchester City, l’AS Roma, l’Atlético de Madrid, le Galatasaray ou des équipes nationales comme celle d’Argentine ont déjà créé leur fans tokens.

Les fans tokens se développent aussi dans d’autres sports comme dans l’UFC ou la NBA, le football américain, le baseball ou encore le hockey sur glace).

La plateforme Socios.com, dont le token Chiliz (CHZ) est le token de gouvernance permet d’échanger ces fans tokens à tout moment sur des réseaux plateforme d’échange.

A l’instar des plus grands club de football de la planète, en 2021, le club londonien Arsenal FC a lancer son propre « token fan ».

En pratique, les fans tokens sont des actifs numériques qui permettent aux supporters d’un club sportif de participer à la vie de leur club.

Ces jetons ont pour fonction de lier étroitement les fans du club à ses joueurs notamment par le biais de cadeaux ou privilèges.

Pour le club qui émet le jeton de supporters, le but est aussi de renforcer le sentiment d’appartenance des supporters.

Concrètement au travers de ces jetons, les clubs accordent des avantages à leurs détenteurs tels que la rencontre d’un joueur, la possibilité d’assister à une rencontre en VIP, le droit de bénéficier de promotions sur le prix des places ou la boutique officielle du club, le choix de la musique d’ambiance pour l’entrée des joueurs, la couleur du maillot, des droits de vote sur la vie du club, etc ...

Chaque club est libre d’attribuer les contreparties qu’il souhaite aux détenteurs de leurs jeton de supporters.

Les jetons de supporters peuvent également constituer en tant que telle des pièces de collection.

Or, l’organisme de régulation de la publicité du Royaume-Uni qui se dénomme l’Advertising Standards Authority (ASA) vient de condamner les publicités de ce type de produits.

En effet, le rôle de cet organisme est de *« réglementer le contenu des publicités, des promotions des ventes et du marketing direct au Royaume-Uni »* en enquêtant sur *« les plaintes déposées au sujet des publicités, des promotions des ventes ou du marketing direct »* et en décidant si cette publicité est conforme à ses codes de normes publicitaires.

L’autorité régulatrice de la publicité accuse le club de profiter de l'inexpérience des consommateurs en matière de cryptomonnaies et en conséquence interdit la promotion des fans tokens.

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

Ces jetons ne sont pas simplement destinés à encourager la participation des supporters et l'autorité considère qu'ils ne sont matériellement pas différents des cryptomonnaies.

L'autorité de contrôle assimile donc la publicité qui serait faite pour les monnaies virtuelles utilisées comme moyen de paiement aux fans tokens.

Par ailleurs, l'autorité a relevé que les annonces ne contenaient aucune information sur l'obligation d'acquitter l'impôt sur les plus-values.

Compte tenu que les implications fiscales potentielles n'étaient pas suffisamment claires pour les consommateurs, le régulateur a exige du club qu'il s'assure que leurs « *futures publicités ne banalisent pas l'investissement dans les crypto-actifs et ne profitent pas de manière irresponsable du manque d'expérience ou de la crédulité des consommateurs en ne précisant pas que la la taxe pourrait être due sur les bénéfices issus des crypto-actifs* ».

Les crypto-actifs doivent faire l'objet d'une réglementation afin que leur promotion n'entraîne pas des conséquences néfastes pour les consommateurs et les investisseurs.

L'attention de ces derniers doit être attirée sur le fait que le jeton de supporter est une crypto-monnaie et qu'en tant que telle il existe un risque financier de perte du capital investit.

Enfin, il convient de souligner que, fin 2021, la Commission des jeux anglaise a ouvert une enquête pour déterminer si le jeu Sorare qui utilise la technologie blockchain dans lequel les joueurs achètent, vendent, échangent et gèrent une équipe virtuelle avec des cartes de joueur numériques, prenant la forme de « jetons », avait besoin d'une licence pour opérer et si les services proposés constituent des jeux d'argent.

Pour cause, ce jeu requiert d'investir de l'argent pour acheter des cartes et ainsi pouvoir participer aux autres compétitions.

En septembre 2021, Sorare a réalisé une levée de fonds de 580 millions d'euros, portant sa valorisation à 4,3 milliards de dollars, et établi ainsi le record de la plus importante levée de fonds en France.

L'Angleterre apparaît ainsi à la pointe de la réglementation juridique en matière d'information des consommateurs sur les produits issus de la technologie des chaînes de block et les investissements dans des « jetons ».

Je suis à votre disposition pour toute action ou information (en cliquant ici).

Anthony Bem
Avocat à la Cour
27 bd Malesherbes - 75008 Paris
01 40 26 25 01
abem@cabinetbem.com

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés