

Luxembourg, le 2 octobre 2019

Publication du Cahier d'études n° 132**Why do social networks introduce virtual currencies?**Auteurs: Gaston Giordana et Paolo Guarda

En principe, les monnaies virtuelles, telles que Bitcoin, peuvent remplir certaines fonctions des monnaies émises par les États (moyen d'échange, réserve de valeur) et pourraient donc affecter la transmission de la politique monétaire. C'est pourquoi les banques centrales surveillent de près leur développement. Le plus souvent, les monnaies virtuelles sont introduites par des plateformes dédiées qui permettent d'effectuer des transactions bilatérales (*peer-to-peer*). Cependant, des plateformes destinées à d'autres fonctions (par exemple, les réseaux sociaux ou les plateformes de commerce en ligne) ont aussi introduit des monnaies virtuelles pour attirer de nouveaux utilisateurs (par exemple, *Amazon coins*, *Facebook credits*).

Pour réussir, une monnaie virtuelle doit bénéficier d'un réseau qui atteint une masse critique. De ce point de vue, les réseaux sociaux ont un avantage clé par rapport aux plateformes dédiées aux paiements. De plus, les réseaux sociaux et les plateformes de commerce en ligne sont bien placés pour attirer une clientèle jeune, plus susceptible de ne plus avoir recours aux banques. Dans cet article, nous analysons la décision de plateformes, et notamment les réseaux sociaux, d'introduire des monnaies virtuelles.

Nous développons un cadre théorique afin d'analyser comment certaines caractéristiques de la population des utilisateurs peuvent inciter une plateforme à introduire une monnaie virtuelle. Dans notre modèle théorique, la plateforme peut vendre la monnaie virtuelle directement aux utilisateurs, ou leur permettre de gagner la monnaie virtuelle par certaines activités en ligne, ce qui modifie leur utilisation du temps. La plateforme peut également bénéficier des informations que les utilisateurs révèlent au travers de leur comportement en ligne. Ses bénéfices dépendent de la distribution de salaires à travers la population des utilisateurs, ainsi que de la distribution de leurs préférences « digitales ». Ces deux distributions sont

susceptibles d'évoluer en fonction du processus de vieillissement démographique, ce qui pourra augmenter la rentabilité des monnaies virtuelles pour les plateformes internet.

Notre analyse empirique utilise une mesure des préférences digitales construite à partir des réponses à l'enquête européenne sur l'usage des technologies de l'information et de la communication par les individus. L'indicateur regroupe plusieurs dimensions liées aux préférences digitales dont les compétences numériques et les perceptions vis-à-vis de la sécurité et de l'utilité d'internet. Cet indicateur composite est négativement corrélé avec le niveau de revenu et positivement corrélé avec le temps passé sur les réseaux sociaux, ce qui est cohérent avec notre modèle théorique. De plus, les estimations économétriques confirment que les utilisateurs aux revenus plus élevés passent moins de temps sur les réseaux sociaux. Enfin, nous évaluons la symétrie de la distribution du revenu net mensuel pour différents niveaux des préférences digitales afin d'établir si l'introduction d'une monnaie virtuelle pourrait être rentable.

Le contenu de cette étude ne doit pas être perçu comme étant représentatif des opinions de la Banque centrale du Luxembourg ou de l'Eurosystème. Les opinions exprimées reflètent celles des auteurs et non pas nécessairement la position de la Banque centrale, de ses dirigeants ou de l'Eurosystème.

Ce cahier d'études est disponible sur le site internet de la BCL : www.bcl.lu

Département Relations internationales et communication
Section Communication
Tél. : (+352) 4774-4265 ou 4599
Email : press@bcl.lu
www.bcl.lu