

LE FINANCEMENT PARTICIPATIF,

une alternative à la politique culturelle ?

Quelles sont les raisons de l'essor considérable du *crowdfunding* dans le monde culturel ? Peut-il devenir une alternative crédible au financement public de la culture ? L'Espagne, qui vient de connaître des baisses budgétaires significatives, constitue en cela un véritable laboratoire.

LLUÍS BONET ET EVA SASTRE

En plein essor ces dernières années, le financement participatif profite des possibilités offertes par Internet de créer des communautés de micro-mécénat, et des recettes non négligeables que celui-ci génère. Le développement d'une culture numérique parmi la jeunesse et la population qui dispose d'un haut niveau d'études favorise cette évolution.

Ce phénomène qui, par de nombreux aspects, n'est pas si novateur qu'on pourrait le croire, mérite qu'on évalue son éventuel impact dans le cadre des politiques publiques de la culture. Notre réflexion s'appuie sur les données d'une enquête menée sur les projets culturels ayant utilisé la principale plate-forme espagnole de financement participatif, Verkami. Mais cette problématique concerne tout aussi bien le contexte français et, plus largement, l'Europe occidentale. Toute une série de questions se posent : Pourquoi le nombre des projets culturels faisant appel à un financement participatif augmente-t-il de manière aussi notable et rapide ? Pourquoi ce système est-il particulièrement efficace lorsqu'il inclut un certain type de contreparties (*reward crowdfunding*) ? Quelle est la typologie des projets présentés ? Quels en sont les promoteurs et quelles stratégies déploient-ils pour boucler les financements ? Jusqu'à quel point l'éclosion de ce phénomène a-t-elle été accentuée par la crise économique ? En matière de politique culturelle, le financement participatif peut-il être facteur d'une plus grande démocratie culturelle ? Comment les pouvoirs publics réagissent-ils à la réduction de

leur rôle, jusqu'ici central, de légitimation et de configuration de l'offre culturelle ? Allons-nous vers un changement de paradigme en matière de financement culturel, ou le phénomène se limitera-t-il à des types de projets bien déterminés ? Quelle politique gouvernementale d'aide ou d'accompagnement pourrait être envisagée ?

LE FINANCEMENT PARTICIPATIF DANS LE DOMAINE CULTUREL

Par le biais des plates-formes numériques, le financement participatif atteint un grand nombre de secteurs d'activité, plus particulièrement ceux en relation avec l'*empowerment* numérique et ceux qui correspondent à des logiques d'intérêt collectif. Les premiers cherchent des investisseurs et des conseils (ceux qu'on nomme les *business angels*) pour lancer des projets qui pourront être viables et soutenables sur le marché. Ce sont la plupart du temps des start-up basées sur la technologie, et rarement orientées vers la production culturelle. Nous parlons alors de financement participatif d'investissement ou de prêt (en anglais, *equity* et *debt crowdfunding*). Les seconds sont des projets qui cherchent à financer des activités à haut risque ou à rentabilité économique faible, et demandent en même temps à une communauté de s'impliquer socialement en soutenant leur développement. Dans leur majorité, il s'agit de dons philanthropiques ou d'un financement participatif, assortis de contreparties (*donation* et *reward crowdfunding*), avec en général des apports de faible valeur. D'où l'utilisation du terme de « micro-financement ».

« À la différence
d'une vente classique,
le succès d'un
projet de micro-
financement assorti
de contreparties
repose sur l'implica-
tion, souvent
affective, du futur
donateur. »

Bien avant la généralisation de l'État-providence, de multiples initiatives sociales – depuis les hôpitaux jusqu'aux écoles – ont été possibles grâce à l'apport plus ou moins désintéressé d'un grand nombre de citoyens. Jusqu'à la moitié du XX^e siècle, à une époque où les aides publiques à la culture étaient presque inexistantes, de nombreux théâtres, des athénées et même des musées ont été construits grâce à un financement collaboratif. Le succès de ces opérations n'était pas seulement fonction de la bonté, de la perception d'une nécessité, d'une valeur symbolique ou de la nouveauté du projet ; il dépendait aussi de la capacité de leurs promoteurs à se connecter et à s'attirer l'empathie et une confiance suffisante de la part de leurs collectivités de référence (communauté locale, amateurs ou expatriés, par exemple). Ces conditions sont aujourd'hui toujours indispensables.

En matière de *crowdfunding*, la nouveauté réside dans le fait que des plates-formes numériques font fonction d'intermédiaires entre les porteurs de projet et la masse, plus ou moins anonyme, qui peut avoir un intérêt à les aider. Le principal service de ces plates-formes numériques consiste en l'apport d'un site Web, qui permet de présenter le projet, ainsi qu'un *software* qui permet de cumuler et gérer les contributions, et évidemment de rassembler les moyens de paiement numériques. Certaines peuvent offrir des services complémentaires, depuis l'évaluation de l'éventuel succès du projet – parfois avec des systèmes de co-parti-

cipation sociale – jusqu'aux stratégies à suivre pour améliorer la diffusion ou l'adhésion des contributeurs.

Dans le domaine de la culture, la majorité des propositions optent pour le micro-financement assorti de contreparties, qui consistent le plus souvent en la production du projet présenté. Le donneur en

est ainsi le premier bénéficiaire. Étant donné le peu de valeur des produits ou sous-produits proposés (livres, DVD, billets de spectacle ou d'exposition...), l'apport moyen n'est pas très élevé, au contraire du nombre des contributeurs, ce qui permet la viabilité de la proposition. La majorité des projets oscillent entre une vente anticipée dans laquelle le futur consommateur s'assure la matérialisation du produit et une contribution financière altruiste accompagnée d'une contrepartie plus ou moins symbolique, avec toutes les combinaisons intermédiaires possibles.

Trois facteurs expliquent l'essor du *crowdfunding* : un nombre conséquent de créateurs – qui ne peuvent plus être considérés comme de simples dilettantes –, capables de matérialiser leurs projets grâce à la démocratisation de l'accès à des moyens de production sophistiqués ; l'« universalisation » de la culture numérique, qui facilite la connexion et la mobilisation de communautés enthousiastes ; la prolifération des plates-formes numériques spécialisées et des moyens de paiement en ligne, qui facilitent les démarches. Ajoutons à cela le fait qu'Internet permet d'élargir à moindre coût le rayonnement géographique grâce à la connexion de

réseaux sociaux spécialisés. Le financement collaboratif actuel enrichit ainsi les vertus du traditionnel mécénat de proximité de trois facteurs substantiels : il augmente la visibilité, il élargit l'impact territorial et il rend l'ensemble du processus beaucoup plus transparent, traçable et compréhensible (objectifs et caractéristiques de la proposition, modèle de gestion, bénéfices en fonction du volume de l'apport ou des seuils à atteindre à chaque étape, entre autres).

Toutes ces raisons expliquent le lancement ces dernières années, dans presque tous les pays occidentaux, d'un grand nombre de plates-formes centrées sur des projets culturels et créatifs. Indiegogo et Kickstarter, créées respectivement en 2008 et 2009, toutes deux américaines, sont les deux plus importantes à l'échelle internationale. Les gains obtenus par certains de leurs projets les plus emblématiques, largement diffusés, ont accéléré la reproduction du modèle dans le monde entier. Les plates-formes de *crowdfunding* se multiplient mais certaines disparaissent aussi, absorbées par la mode de l'*empowerment* numérique. Un processus de concentration s'observe dans tous les pays mais il n'implique pas toujours les grandes plates-formes internationales dont le ratio de pénétration est plus important dans les petits pays que dans les grands, comme la France ou l'Espagne.

L'analyse serait incomplète si l'on ne tenait pas compte d'un dernier facteur expliquant ce boom du financement participatif : la conséquence de la crise économique. Elle a non seulement freiné l'accès aux ressources publiques et au mécénat privé, mais aussi réduit la possibilité d'amortir les investissements par le biais de la consommation de biens et de services culturels en raison de

la baisse des revenus des familles. Dans un domaine comme celui de la création, où les établissements financiers ont toujours été réticents à financer les prises de risques, il est devenu de plus en plus vital pour les entrepreneurs culturels de chercher des ressources en amont des projets et d'imaginer des démarches alternatives. Le financement participatif est l'une d'entre elles. Dans les régions où la culture philanthropique est traditionnellement très puissante, comme dans les pays anglo-saxons, il a trouvé un terrain de développement favorable. En Europe continentale, où les citoyens ont délégué à l'État-providence le développement du secteur culturel, la crise a suscité une forme d'*empowerment* collectif. D'une part, les créateurs et les producteurs ont cherché des alternatives pour la survie de leurs projets. D'autre part, la prise de conscience du commun s'est développée. Et donc, dans le même temps, le *crowdfunding*.

LES STRATÉGIES DES PROMOTEURS

L'enquête menée sur les projets utilisant Verkami nous a permis de mieux connaître la réalité de ces initiatives culturelles. Créée en 2010, la plate-forme espagnole de *crowdfunding* n'a mis que quatre ans pour s'imposer sur ce marché très concurrentiel à l'international. Pour plusieurs raisons : le taux élevé de succès (plus de 70 %) des projets qu'elle gère, une spécialisation très marquée dans le domaine culturel, une plus grande transparence dans les résultats que chez certains de ses concurrents, la qualité de l'accompagnement qu'elle propose aux porteurs de projet et son implantation en Catalogne, territoire doté d'un tissu culturel et associatif dynamique.

En seulement quatre ans, Verkami a permis le financement de 3 052 projets, soit un total de 15 millions d'euros grâce à presque 400 000 contributions de mécènes (avec un apport moyen de 38,41 euros). 78 % des projets étudiés entre 2011 et 2014 étaient spécifiquement culturels, avec une recette moyenne de 4 182 euros par projet (elle se rapproche de la moyenne de 5 595 euros des projets à succès de Kickstarter au niveau mondial). Ce chiffre peut paraître peu élevé si l'on tient compte du fait que le capital nécessaire pour lancer une activité entrepreneuriale en Espagne est de 65 000 euros. Mais il est aussi à lire à la lumière de la moyenne des financements obtenus par projet, qui est de 2 976 euros.

Les secteurs culturels qui ont le plus recours à ce mode alternatif de financement sont la musique (36,7 % des projets culturels ayant abouti dans leur collecte) et l'audiovisuel (23 %). Rien d'étonnant à cela, puisque ce sont deux domaines populaires qui peuvent viser un large public.

Le profil type du promoteur qui obtient un financement est un homme jeune (ou un groupe à prédominance masculine), doté d'un bagage artistique universitaire (69 % des promoteurs individuels), sans expérience aucune (dans 78 % des cas, c'est la première fois qu'il fait appel à ce type de campagne), ne disposant pas de structure juridique (ce n'est ni un professionnel légalement constitué, ni une association) ; 42 % des propositions n'ont aucune couverture institutionnelle ou professionnelle, ce qui est symptomatique du caractère informel d'un grand nombre de ces projets.

La motivation principale pour recourir au financement participatif est le faible revenu disponible et l'intérêt d'adopter une méthode

alternative aux systèmes conventionnels de financement de la culture, aussi bien le marché que l'aide publique. 80 % des promoteurs n'ont sollicité aucun autre financement auparavant. Néanmoins, dans 80 % des cas, les apports du *crowdfunding* ne permettent pas de couvrir l'intégralité des coûts – et encore moins de dégager une rémunération salariale –, ce qui oblige à recourir à des fonds propres pour boucler le budget.

Déterminer le seuil financier à atteindre dans la collecte pour qu'un projet soit réussi constitue la plus grande difficulté. Nombre de promoteurs (64 %) le limitent au montant minimal indispensable à la réalisation du projet, d'autres (32 %) au montant qu'ils estiment être capables d'atteindre. Si l'on prend en compte le fait que dans nombre de cas le montant de la collecte ne couvre pas les dépenses, on peut penser que la crainte de ne pas atteindre l'objectif fixé contraint à déterminer un seuil trop juste (Verkami et Kickstarter, au contraire d'Indiegogo, n'encaissent pas de commission si le projet n'atteint pas l'objectif prévu dans les 40 jours de campagne). Il n'en reste pas moins que 64 % des porteurs de projet considèrent *a posteriori* avoir fixé la bonne limite.

La plupart des contreparties correspondent à la vente anticipée d'un produit (livre, DVD, billet de spectacle ou d'exposition...) qui, sans la contribution en amont du donateur, n'existerait pas. À la différence d'une vente classique, le succès d'un projet de micro-financement assorti de contreparties repose sur l'implication, souvent affective, du futur donateur.

La plupart des porteurs de projet passent moins de quatre mois à préparer la campagne. Durant cette période, ils décident de la nature

« À une époque où les paramètres d'excellence et de légitimation sont ébranlés, l'artiste teste son œuvre sans perdre son autonomie de décision. »

des contreparties, élaborent leur stratégie de communication (principalement à travers les réseaux sociaux, les blogs ou les outils proposés par la plate-forme) et produisent une vidéo pour présenter le projet. La clé du succès tient souvent dans la capacité à mobiliser de larges réseaux, sociaux ou conventionnels.

84 % des promoteurs analysés jugent l'expérience clairement satisfaisante et annoncent qu'ils renouvelleront cette méthode pour financer des projets similaires. Plus de la moitié (57 %) affirment cependant avoir passé plus de temps et d'énergie qu'ils ne l'avaient envisagé au départ, tout en reconnaissant que la campagne leur a servi non seulement à obtenir les fonds sollicités (en moyenne, 8 % au-dessus du seuil) mais aussi à accroître leur popularité et celle du projet, et à créer ainsi un lien particulier avec une communauté engagée (chaque projet capte en moyenne une centaine de mécènes).

IMPACTS SUR LES POLITIQUES PUBLIQUES

En période de crise du système d'aide publique à la culture, un mode alternatif de financement est regardé avec méfiance par les administrations publiques, qui voient là une façon de contourner la pression sur la baisse des ressources culturelles et d'affaiblir leurs responsabilités dans le secteur. Mais l'impact du *crowdfunding* sur les politiques publiques doit être analysé dans une perspective plus large. Nous en retiendrons trois.

a) L'impact du *crowdfunding* sur les objectifs de démocratie culturelle

Favoriser l'implication financière des citoyens afin de permettre la matérialisation de quelques projets culturels peut être vu comme un moyen efficace de renforcer

la démocratie culturelle. D'un côté, cela donne au destinataire final des biens et services culturels le sentiment qu'il agit et a du pouvoir (cette fameuse notion d'*empowerment*), car c'est lui qui décide de ce qui l'intéresse et de ce qui va se réaliser d'un commun accord avec d'autres citoyens. D'un autre côté, cela rapproche le créateur (ou l'institution artistique ou patrimoniale) du citoyen, qui acquiert ainsi un rôle prépondérant en devenant coproducteur minoritaire du projet. Finalement, cela permet une certaine revalorisation sociale du coût de l'accès à la culture, à une époque où le principe de la gratuité se généralise, et, théoriquement, une rémunération plus juste du créateur et de l'ensemble des professionnels impliqués. Le nouveau modèle transforme alors le statut de chaque acteur et participe à la désintermédiation de la relation entre artistes, producteurs et usagers-bienfaiteurs, sur le principe du partage d'un capital social commun. Pour le créateur, l'utilisation du *crowdfunding* permet non seulement d'obtenir les fonds nécessaires à la réalisation de son projet mais aussi de tester sa viabilité financière et son accueil social, sans l'intermédiaire du système conventionnel. À une époque où les paramètres d'excellence et de légitimation sont ébranlés, le modèle simule une étude de marché où l'artiste teste son œuvre sans perdre son autonomie de décision.

C'est aussi une façon de faire connaître son travail sur les réseaux sociaux et de se construire une notoriété sans l'intermédiaire des critiques et des programmeurs professionnels. Cette évolution a de quoi réduire l'influence des pouvoirs publics et de l'industrie culturelle en matière de prescription culturelle. Même si, pour l'instant, la grande majorité des projets bénéficiant du *crowdfunding* sont marginaux au sein du système culturel, le circuit de reconnaissance sociale se fissure et se démocratise. Il demeure que la capacité de diffusion de ces projets au-delà du premier cercle des amateurs reste à démontrer, de même, par conséquent, que la réelle démocratisation des expressions culturelles nées de l'*empowerment* des petites communautés virtuelles.

b) Les stratégies d'aide ou de découragement du phénomène

Les administrations publiques peuvent se voir tentées de profiter de la mode du *crowdfunding* pour « récupérer » à leur profit des ressources provenant des citoyens, c'est-à-dire en se faisant à la fois juge (le régulateur) et partie (celui qui centralise les revenus). Cette tentation est plus largement répandue notamment dans le domaine du patrimoine, où la présence de l'État est prédominante et le consensus social plus large, par exemple dans les propositions d'achat ou de restauration d'œuvres d'art. La question est de savoir si l'administration publique, du haut de son pouvoir de légitimation et d'influence, doit absorber une part importante des revenus philanthropiques disponibles ou faire en sorte que ces derniers aillent dans leur majorité vers des initiatives indépendantes. Appuyer l'émergence de propositions nouvelles ou d'expressions culturelles naissantes est une

alternative. Mais encourager le développement d'une culture philanthropique favorise un plus grand *empowerment* social et contribue à renforcer le paradigme de la démocratie culturelle. Il serait possible d'aller dans ce sens et vers une plus grande efficacité. Par exemple, établir des subventions conditionnées (comme doubler les revenus obtenus par le *crowdfunding*) pourrait accroître l'effort des porteurs de projet et rendre plus efficace chaque euro public investi. La question est de savoir si l'État est disposé à systématiser un tel mécanisme quel que soit le projet, ou s'il souhaite imposer des critères d'aptitude ou de qualité. Ce qui est pour lui une façon de continuer à contrôler le système et de maintenir sa légitimité, situation plus confortable que d'encourager les initiatives alternatives constituant le bien commun.

c) La dimension (non) régulatrice et ses conséquences

En Espagne, en France et dans d'autres pays occidentaux, se méfiant des nouveaux schémas d'intermédiation et craignant l'arrivée de nouveaux opérateurs financiers concurrentiels, les autorités ont légiféré sur le financement des investissements et des prêts. Mais au-delà de quelques bénéfices fiscaux, il n'existe pratiquement pas de politique d'aide ou de régulation du financement participatif avec contrepartie. L'absence de régulation génère des conséquences indésirables. Le principal obstacle à une exonération fiscale consiste à délimiter le type d'activité dans la mesure où les contreparties sont considérées par les porteurs de projet soit comme des ventes anticipées, soit comme des donations avec contrepartie. Le fait que de nombreuses plates-formes ne demandent pas les données fiscales à leurs donateurs n'arrange

rien. Si quelqu'un voulait ruiner l'éclosion du *crowdfunding*, il lui suffirait d'exiger l'application stricte de l'actuelle norme administrative et fiscale, dans la mesure où la majorité des petits promoteurs ne remplissent pas toutes les conditions légales. Par chance, le coût d'une telle opération pour Bercy, en termes d'économie et d'image, n'incite pas au zèle fiscal. Une façon toute simple de résoudre ce dilemme serait d'appliquer une exonération des obligations fiscales aux projets situés en dessous d'un certain seuil économique.

UNE RÉORIENTATION DES VALEURS

Le financement collaboratif ne peut se substituer du jour au lendemain, comme d'un coup de baguette magique, aux subventions publiques ou aux revenus provenant de la vente des biens et services culturels. C'est d'autant plus inimaginable que les principaux engagements philanthropiques dans les sociétés européennes contemporaines sont réservés aux causes sociales aux dimensions émotionnelle et médiatique (catastrophes naturelles ou urgences sociales, par exemple). Les projets culturels sont eux aussi financés, à la condition qu'ils génèrent une forte implication émotionnelle. Combien de donateurs anonymes dépensent des sommes significatives pour la publication d'un livre, la production d'un spectacle ou la réalisation d'une exposition ? Contrairement aux États-Unis, où une grande tradition philanthropique prévaut à tous les échelons de la société, l'Europe aurait besoin d'autre chose que d'une réforme ambitieuse de la législation fiscale (absolument nécessaire dans le cas de l'Espagne) pour que les citoyens

s'impliquent financièrement de manière significative dans les activités de tiers. Seuls les promoteurs de projets dotés d'une grande puissance symbolique, capables de dynamiser de larges réseaux sociaux, arrivent à recueillir des sommes importantes. Les autres doivent se contenter d'aides, de contributions et de budgets très limités. Cependant, ne négligeons pas la montée en puissance de toutes ces initiatives puisqu'elles montrent une fantastique réorientation vers les valeurs de la philanthropie et de l'engagement culturel, que l'opulente société de consommation européenne semblait avoir perdues.

Traduction : Marie-Josée Ripoll
Lire la version espagnole intégrale
sur nectart-revue.fr

POUR ALLER PLUS LOIN

Jérémy Fretin, *Crowdfunding : les ambiguïtés d'un modèle au cœur d'une économie culturelle en mouvement*, mémoire (http://memoires.sciences-po-toulouse.fr/uploads/memoires/2013/DECR/memoire_FRETIN-JEREMY.pdf), Toulouse, IEP, 2013.

Eva Sastre, *El Crowdfunding de recompensa cultural en España: análisis de los proyectos culturales publicados en Verkami desde el punto de vista de los autores* (www.gestioncultural.org/libros.php?id_documento=304902), Barcelone, 2015.