

# Le financement participatif, ou « crowdfunding »

## Introduction

Couramment appelé "crowdfunding" (littéralement "financement par la foule"), ce que l'on appelle en France le **financement participatif** est une forme de **mécénat**, qui se développe de façon exponentielle depuis quelques années. Il permet à des porteurs de projets (quelle qu'en soit la nature), par le biais presque exclusif d'internet, de trouver des financements, majoritairement auprès du public privé.

Pour comprendre les tenants et les aboutissants de ce système aux contenus complexes et aux évolutions extrêmement rapides, la DRAC de Lorraine a trouvé opportun d'apporter quelques éléments d'éclairages. Une étude a donc été confiée à Alice Backcheider, étudiante en Master 2 à l'Université de Lorraine, lors de son stage à la DRAC de Lorraine en mars-avril 2014. Ce sont les éléments de sa recherche qui servent de base à la présente restitution.

## I / Quelques éléments de présentation

Si le système du "crowdfunding" n'est pas nouveau (il a été utilisé dès les années 1950 notamment par John Cassavetes pour le financement de son premier film), il s'est développé depuis les années 2000 grâce à l'utilisation massive d'internet, par l'intermédiaire de **plates-formes spécifiques**, lien nécessaire entre le porteur de projet et le public. La pratique du "crowdfunding" est largement développée aux États-Unis. Les deux plates-formes américaines *indiegogo.com* (lancée en 2008) et *kickstarter.com* (créée en 2009) sont les **leaders mondiaux** du financement participatif. Entièrement anglophones, peu de projets francophones ont une chance d'y trouver une place.

Cette pratique explose en France dès 2008 : un chanteur, Grégoire, finance son album par le biais de la plate-forme française *mymajorcompany.com*. Succès et révélation (même si ce n'est pas d'un point de vue artistique) : il récolte 70 000 €. Une forte **dimension affective** est une des particularités de ce type de mécénat, qui trouve souvent dans les liens familiaux et amicaux le démarrage d'une chaîne de financement plus élargie.

En France, le financement participatif représente en 2013 la somme totale de 78,3 millions d'euros<sup>1</sup>. Les régions Île-de-France, Rhône-Alpes et Provence-Alpes-Côte d'Azur sont les plus dynamiques dans ce domaine. Le "crowdfunding" en Lorraine connaît lui aussi une forte augmentation, et n'échappe pas à la tendance nationale avec une majorité de projets audiovisuels, musicaux et solidaires.

Parmi les **plates-formes généralistes françaises** les plus connues, on trouve : *kisskissbankbank.com*, *ulule.com*, *mymajorcompany.com*. Mais certaines sont plus spécialisées. On

1 Baromètre 2013 du "crowdfunding" : <http://financeparticipative.org/barometres/annee-2013/>.

trouve par exemple : [touscoprod.com](http://touscoprod.com) (pour le cinéma) ou [sandawe.com](http://sandawe.com) (pour la bande dessinée). D'autres ont décidé, pour se démarquer, de rendre leur démarche plus **qualitative** :

- [www.proarti.fr](http://www.proarti.fr)
- [www.octoo.com](http://www.octoo.com)
- [www.culture-time.com](http://www.culture-time.com)
- [www.pickandboost.com](http://www.pickandboost.com)
- [www.microcultures.com](http://www.microcultures.com)

En échange de leurs services (qui vont du conseil au paiement sécurisé), elles prennent une **commission** qui oscille entre 5 et 10 % du montant collecté, mais seulement si le projet aboutit. Au cas où le projet n'aboutit pas, aucun frais n'est prélevé, et les sommes versées par les donateurs sont remboursées intégralement.

## II / Informations pour les porteurs de projet

Le porteur de projet doit avant tout **sélectionner la plate-forme** internet la plus à même de répondre à ses attentes et aux caractéristiques de son projet. Il faut pour cela visiter différents sites et examiner en particulier les **critères de sélection recommandés par chaque site**.

Ensuite, toute une série d'éléments sont demandés, en premier lieu de devenir membre de la plate-forme. Puis il faut préparer un dossier complet à déposer sur la plate-forme selon des requis différents d'un site à l'autre.

*Certaines plates-formes (comme [proarti.fr](http://proarti.fr)) mettent en avant des critères de sélection comme la qualité artistique du projet et le fait qu'il soit porté par des artistes professionnels. D'autres plates-formes, comme [music-invest.com](http://music-invest.com), acceptent tous les projets, mais ceux-ci sont soumis au vote des internautes et si le projet atteint 150 votes, la collecte de fonds peut débuter. Comme requis minimum, les sites demandent que les porteurs de projet soient majeurs.*

Ensuite, le projet est examiné par le site : il faut savoir que 1/3 des demandes est rejeté.

### Pour que le projet fonctionne, il faut :

- Faire particulièrement attention aux éléments suivants :
  - le titre du projet
  - le descriptif du projet (un texte, une vidéo, une image)
  - le budget
  - la durée de la collecte (au maximum 90 jours)
- Élaborer au préalable un plan de communication, de manière à donner envie aux gens de contribuer au projet et le dévoiler au fur et à mesure.
- Mobiliser son réseau personnel et professionnel ainsi que les « fans ». Pour cela, il faut une bonne maîtrise des réseaux sociaux.
- Essayer de s'entourer de partenaires et de « parrains » : structures, associations, qui pourront aider à communiquer sur les projets et à trouver des mécènes.
- Être en possession d'une licence d'entrepreneur de spectacles, pour le cas d'un projet de spectacle vivant.
- Réfléchir aux contreparties que l'on peut proposer aux contributeurs. Chose qui doit être mentionnée dans le budget.

*Le don en "crowdfunding" peut faire l'objet de deux types de contreparties possibles, au choix, de la part du porteur de projet : l'une **en nature** (sous forme de produits dérivés, appelés aussi "goodies", de CD, de places de concert, etc..., ce qui peut prendre beaucoup de temps au porteur de projet qui devra bien y réfléchir en amont), l'autre **en numéraire** (participation aux bénéfices éventuels retirés*

*du projet financé).*

- Compter dans le budget le pourcentage reversé à la plate-forme.

Puisque le "crowdfunding" implique un lien affectif entre le donateur et le porteur de projet, il est essentiel d'**entretenir particulièrement ce lien lors de la collecte**. Tout un travail de communication du projet est nécessaire durant la phase de recherche de financements : à travers la plate-forme, avec la possibilité d'inscrire les **différentes étapes du montage du projet**, soit par des images, soit par des teasers et des vidéos. Beaucoup d'informations passent aussi par l'extérieur : réseaux sociaux, envois à la presse. Et axer la démarche particulièrement sur l'ouverture et la fin de la collecte.

Une fois envoyé à la plate-forme, le projet en tant que tel (objet, budget...) ne peut plus être modifié : il faut donc être extrêmement attentif aux détails du projet et être immédiatement très convaincant. Il est conseillé aussi sur certains sites d'avoir l'appui d'un parrain, qui sera un garant de la qualité du projet.

Dès acceptation, le projet est mis en ligne. Attention, ce n'est pas parce qu'il est accepté qu'il obtiendra les financements attendus. Malgré tout, on constate globalement une augmentation du taux de réussite.

### III / Informations pour les contributeurs

Le choix pour un contributeur de participer au financement d'un projet part en principe du désir d'**accompagner ce projet** et non de faire des **bénéfices financiers**, qui s'ils existent seront de toute façon très minces.

*Toutes les plates-formes ne proposent pas de possibilités de bénéfices (engendrés par exemples sur la vente d'un album ou des recettes de billetterie). Celles qui le font sont : mymajorcompany.com, music-invest.com, revenonsalamusique.com.*

Sur la plupart des sites (ex. *kisskissbankbank.com*), les contributeurs sont des **particuliers** (pourvu qu'ils soient majeurs), des **entreprises** et des **associations**. Sur le site *proarti.fr*, les contributeurs peuvent aussi être des **collectivités locales et territoriales**. Les montants maximums des contributions sont variables d'une plate-forme à l'autre. Chaque contributeur peut, tant que le projet n'est pas clos, augmenter ou diminuer sa contribution.

Un contributeur peut parfois bénéficier d'une **contrepartie** (non financière). Elle varie en fonction du type de projet et elle est proportionnelle au montant du don. Elle peut être de plusieurs formes : « goodies » ou produits dérivés (porte-clés, badge, sac...), album, scénario dédicacé, place pour assister à une avant-première, une représentation...ou un concert privé gratuit.

Pour le moment, dans la majorité des cas, il n'est pas possible d'obtenir un reçu fiscal permettant une déduction d'impôts de 66 % (pour les contributeurs individuels). En effet, de nombreux porteurs de projets n'ont pas d'habilitation à délivrer des reçus fiscaux. Mais si le projet soutenu est éligible à la déduction fiscale, c'est du devoir du porteur de projet d'envoyer les reçus nécessaires pour obtenir la déduction lors de la déclaration d'impôts. Certaines plates-formes, comme par exemple *proarti.fr*, prennent en charge l'émission des reçus fiscaux pour les donateurs, s'ils ont soutenu un projet éligible à la déduction fiscale.

## Conclusion

Choisir la méthode du financement participatif pour compléter un budget est une démarche dont les résultats sont de plus en plus positifs. Cependant elle demande un fort investissement de la part du porteur de projet. Il ne suffit pas de poster son projet sur une plate-forme et d'attendre les dons. Durant la période de collecte, il est nécessaire de parler du projet, y compris par d'autres biais, afin de rassembler un nombre de contributeurs suffisant.

Les plates-formes de "crowdfunding" les plus connues ne sélectionnent pas les projets en fonction de sa qualité artistique. Les projets de qualité sont visibles sur des plates-formes plus spécialisées, où parfois des parrainages permettent d'éclairer les contributeurs en mettant en lumière les meilleurs projets.

Si une première collecte a fonctionné, il est conseillé de chercher à faire évoluer son projet successif, de manière à remotiver les contributeurs potentiels.