



## **Financement participatif : une voie d'avenir pour la culture ?**

François MOREAU, Yann NICOLAS (sous la direction de)

228 p., mars 2018

coll. Questions de culture chiffres

Ministère de la Culture / Presses de Sciences Po

ISBN : 978-2-72462185-3

20 €

En France, les fonds collectés par financement participatif sont passés de 78,3 millions à 336 millions d'euros entre 2013 et 2017. Le financement participatif par don est le mode le plus fréquent pour les projets culturels. En 2017, 45 millions d'euros ont été collectés par ce moyen pour financer des projets culturels, dont 34 % relevaient de l'édition et du journalisme, 31 % de l'audiovisuel et de la musique, 26 % des arts plastiques et du spectacle vivant et 9 % du patrimoine.

Dans un contexte de contrainte des dépenses publiques, le financement participatif peut-il devenir un moyen additionnel de financement privé significatif et peut-il être une source durable de capital d'amorçage ? Dans un environnement marqué par une concentration des consommations culturelles, le financement participatif peut-il contribuer à faire émerger une plus grande diversité en favorisant notamment l'auto-production ?

Les six contributions qui composent cet ouvrage rendent compte de recherches pour mieux connaître les modalités et processus de financement et contribuer aux questions de diversité et de financement de la culture à partir de l'exploitation des données des plateformes KisskissBankbank, Ulule et Touscoprod.

### **Effets de réseau et financement participatif : une analyse empirique**

Cet article s'interroge sur les pratiques des contributeurs à partir de données de la plateforme Ulule : le fait de contribuer à un projet est-il lié à des contributions antérieures ? Existe-t-il des effets de réseaux entre projets et peut-on mesurer leur influence ? L'étude s'appuie sur plus de 800 000 observations de contributions individuelles disponibles pour 23 000 projets financés contre récompense sur la plate-forme Ulule de 2010 à 2016. Il en ressort que le fait d'avoir déjà contribué à un projet augmente les chances de contribuer à nouveau à un autre projet. Les plateformes de financement participatif en ligne favorisent donc bien un dynamique interprojet positive sur une même plateforme. Ce résultat indique aussi que la concurrence entre plateforme se trouve ainsi favorisée et que le marché du financement participatif est susceptible de se transformer dans les années à venir sous l'effet de la concurrence des plateformes en vue d'obtenir un avantage concurrentiel et de consolider leur position.

### **Les multi-contributeurs des plateformes de financement participatif par don avec contrepartie**

Le deuxième article de l'ouvrage s'interroge sur le profil et l'influence des multi-contributeurs, ces personnes qui ont soutenu à plusieurs reprises des projets culturels sous forme de dons avec contrepartie sur les plateformes Ulule et KisskissBankbank. Près de 1,2 millions de contributeurs uniques ou multiples sont identifiés entre 2010 et 2015. Sont considérés comme multi-contributeurs ceux qui ont soutenu au moins cinq projets différents sur la période. Le profil moyen du multi-contributeur est dressé : généralement plus jeune et masculin, plus proche en âge des porteurs de projets, plus actif et moins proche géographiquement des projets soutenus et des porteurs de projets que le contributeur unique, souvent dans le cercle des proches. Le multi-contributeur contribue davantage aux projets financièrement ambitieux mais avec une contribution moyenne plus faible. Plus que les réseaux sociaux, les lettres d'information envoyées par les plateformes sont une source d'information majeure pour le choix des projets à soutenir. Dans la perspective du développement de ce marché participatif, pérenniser les communautés de multi-contributeurs est donc un enjeu important pour les plateformes.

## Le financement participatif au défi de l'attention

Ce troisième article s'intéresse plus particulièrement aux stratégies mises en œuvre par les plateformes collaboratives pour capter l'attention des internautes et potentiels contributeurs, notamment le parrainage par certaines entreprises ou associations (La Banque postale, Le Monde, Greenpeace ou encore le festival d'Angoulême), ou la communication directe avec les internautes par l'envoi de lettres d'information. Adressée par exemple à plus de 82 000 individus de manière hebdomadaire par KisskissBankbank, quel est le pouvoir de prescription de cette lettre d'information ? Il apparaît que celle-ci dépend de l'expérience de l'internaute : ceux qui ont déjà contribué l'ouvrent davantage que les autres et portent une attention différente aux projets selon leur niveau de performance. Ainsi, les contributeurs sont sensibles, en amont de l'acte de contribution, au comportement des autres contributeurs et soutiendront plus facilement un projet susceptible d'atteindre le niveau de financement recherché.

## La place de la foule dans le financement de projets musicaux : les financeurs participatifs et l'industrie financent-ils les mêmes projets ?

Cet article s'interroge sur le rôle de la foule dans le financement de la création favorisé par le *crowdfunding* : en intégrant le consommateur dans le processus de production d'artistes et d'œuvres, le financement participatif modifie-t-il la diversité proposée ? Favorise-t-il l'émergence de projets innovants et risqués que l'industrie musicale n'aurait pas financés ? Soixante projets proposés sur la plateforme Ulule en 2015 et 2016, dont la moitié ont réussi à atteindre leur objectif de financement et l'autre non ont été soumis à l'évaluation d'experts travaillant dans des structures de financement institutionnel (Fonds pour la création musicale), Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (Sacem), Société civile pour l'administration des droits et des artistes musiciens interprètes (Adami) et dans des labels musicaux (Universal Music et Sony Music). Cinq critères ont été retenus : qualité esthétique, qualité de la présentation, faisabilité, potentiel commercial et innovation. Les résultats suggèrent que la foule soutient des projets moins risqués et plus consensuels, susceptibles de trouver une audience large.

## Le financement participatif en ligne, vecteur de diversité culturelle ?

Cet article s'interroge sur la capacité des plateformes de don à favoriser le financement de projets audiovisuels et cinématographiques diversifiés, à partir de l'exploitation d'un échantillon de projets proposés par KisskissBankbank, Touscoprod et Ulule. Si, sur l'ensemble de ces plateformes, un tiers des campagnes de levées de fonds n'aboutissent pas, les mêmes genres sont présents dans le même ordre dans les projets échoués et réussis en termes de financement. Les auteurs observent néanmoins un comportement mimétique de la part des contributeurs mais aussi des porteurs de projets et concluent que les contributeurs semblent préférer financer des projets similaires à ceux dont ils ont l'habitude.

## Le financement participatif des projets culturels et ses petits mondes

Ce sixième article s'intéresse aux liens entre territoire des projets financés et géographie des contributeurs à partir des données collectées par Ulule pour les années 2012 à 2015. L'analyse met en évidence deux dynamiques de concentration sur le territoire, l'une liée à la concentration urbaine - les départements dont les métropoles dépassent 100 000 habitants sont plus actifs, l'autre au contraire au caractère moins urbanisé d'un territoire, qui favorise une spécialisation de celui-ci, comme dans le cas de la bande dessinée pour Angoulême par exemple. Ainsi, le dynamisme économique, la présence d'équipements culturels et de spectacle vivant et la présence de créatifs sur un territoire contribuent au développement du financement participatif. De plus, des disparités territoriales en matière d'implication citoyenne et associative influencent les dynamiques de développement du financement participatif. Ainsi, en dépit des technologies numériques, l'attachement territorial des projets et des financeurs reste très fort en termes de diffusion de la culture.



Ministère de la Culture et de la Communication  
Secrétariat général - Service des politiques culturelles et de l'innovation  
Département des études, de la prospective et des statistiques  
<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Etudes-et-statistiques>  
[contact.deps@culture.gouv.fr](mailto:contact.deps@culture.gouv.fr)  
01 40 15 74 38