

Captiver pour obtenir quelques sous

Autor(en): **Lettau, Marc**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger**

Band (Jahr): **41 (2014)**

Heft 5

PDF erstellt am: **26.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-911843>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Captiver pour obtenir quelques sous

Les Suisses se passionnent de plus en plus pour le financement participatif, ou crowdfunding, de projets et d'idées innovantes. Cette tendance plaît particulièrement aux créateurs artistiques.

MARC LETTAU

Qui voyage cherche à s'évader. Mais que se passe-t-il lorsqu'il n'y a plus rien d'excentré ni d'exotique sur Terre? Lorsque le monde perd ses «bordures» du fait de la mondialisation? Chaque lieu devient-il alors le «centre du monde»?

Les éditions zurichoises Rotpunktverlag s'intéressent actuellement à ces questions. Cette maison d'édition dynamique souhaite publier l'année prochaine un livre y apportant des réponses. C'est un ouvrage regroupant plusieurs essais, entretiens, portraits et photographies. Ce projet de livre «Die Mitte der Welt» (Le centre du monde) est coûteux en temps et en argent, à tel point que l'éditeur a testé pour la première fois le financement participatif. Une grande part des moyens nécessaires a été réunie parce qu'une communauté d'amateurs de livres intéressés par le projet était prête à préfinancer ce livre qui n'existe pas encore. Ils l'ont acheté à l'avance, avant même sa création. L'objectif financier fixé par l'éditeur a d'ailleurs été largement dépassé.

Vouloir consommer autrement

Pour Sarah Wendle de Rotpunktverlag, cette expérience est positive, d'autant plus qu'elle connaît parfaitement les difficultés financières dans la culture: «Je peux dire sans détour que faire des livres sans aide financière externe devient de plus en plus compliqué pour une petite maison d'édition indépendante. En particulier pour les livres un peu atypiques, dont la production est de surcroît coûteuse.» Elle ajoute que les ouvrages un

peu hors du cadre ou complexes de par leur contenu ou leur forme ne bénéficient souvent d'aucune subvention des services publics ou de fondations privées.

Mais selon elle, le crowdfunding est plus qu'une simple source de revenus supplémentaire: «Le projet est porté de manière décisive par la réflexion «ensemble, nous pouvons y arriver». À ses yeux, le financement participatif révèle aussi la volonté croissante de «consommer autrement»: accompagner de la sorte la genèse d'une œuvre permet d'être près des producteurs, de faire prospérer un projet de niche particulier et de prendre les choses soi-même en main.

Cette éditrice a raison d'être confiante. Le financement participatif en Suisse gagne en importance, notamment pour les livres et pour les

productions musicales et filmographiques d'artistes indépendants. «Dans ce domaine, on peut communiquer clairement ce que l'argent rend possible», précise-t-elle. Il s'agit toujours de «quelque chose de solide».

Montants doublés d'année en année

La tendance est claire. Depuis 2011, les montants réunis par financement participatif sont multipliés par deux. On comptait déjà 11 millions de francs en 2013. Pour l'année en cours, Andreas Dietrich, professeur à l'Université de Lucerne, prévoit un volume de financement participatif de 24 millions de francs. À peu près la moitié de ces moyens sont destinés à des projets culturels et sportifs. L'autre moitié profitera à de jeunes entreprises. Selon Andreas Dietrich,

Le principe du financement participatif: donner de l'argent dans l'espoir de servir une bonne cause



Sites de financement participatif

Dans les domaines culturel, social et sportif:

We make it
<https://wemakeit.com/>
 «Modèle bâlois»
<https://wemakeit.com/basel100days>
<http://www.100-days.net/>
 I believe in you
<http://www.ibelieveinyou.ch>

Dans le secteur économique:

Investiere.ch
<https://www.investiere.ch/>
 7crowd
<https://www.7crowd.ch/>

ce sont surtout des entreprises qui «ont un produit simple, permettant à chacun de se représenter quelque chose» qui profitent de cet élan. La communauté finançant de jeunes start-up se distingue toutefois de celle misant sur le culturel. Les personnes investissant dans des start-up sont avant tout des spécialistes de la finance en quête de possibilités d'investissement alternatives. Et celles qui se passionnent pour des auteurs, des réalisateurs, des metteurs en scène de théâtre, des artistes de cabaret, des illustrateurs de livres pour enfants ou des designers sont plutôt des idéalistes et agissent par goût des idées et esprit de solidarité.

D'après Rea Egli, cofondatrice du site de financement participatif «we make it» créé en Suisse en 2012 et déjà bien ancré, le noyau de la communauté portant un projet culturel regroupe généralement les membres de la famille, des amis et des proches. Elle considère qu'un projet obtient le soutien escompté si deux bons tiers de la somme nécessaire ont pu être mobilisés dans ce cadre. Le petit tiers restant est financé par des personnes qui découvrent le projet par hasard et le soutiennent spontanément. Si une personne a une bonne idée mais ne dispose pas d'un vaste réseau personnel, elle aura des difficultés à atteindre son objectif grâce au financement participatif. En outre, les porteurs de projet ne sont pas à l'abri de désillusions et de ne toucher que des personnes déjà acquises à leur cause. La communauté résidentielle de jeunes de Rafz (ZH) a par exemple réuni le montant record de 54 000 francs. Mais selon Mario Schmidli, membre du comité de l'association d'appartements protégés de Rafz, il n'y avait aucun nom parmi les donateurs qu'il ne connaissait pas: «Cette expérience s'est révélée déce-

vante car j'espérais trouver de nouveaux donateurs grâce au financement participatif.»

Coutumiers des dons

Le financement participatif n'est pas encore aussi populaire en Suisse que dans les pays anglo-saxons par exemple. Est-ce une conséquence de la petite taille de la Suisse et de sa division en plusieurs régions linguistiques? Rea Egli de «we make it» se montre optimiste et ne pense pas que la taille du pays ni sa division soient problématiques: «Internet n'a pas de frontière. On peut donc lancer une campagne dans plusieurs langues à l'échelle de plusieurs pays.» La culture du pays est décisive: «La Suisse, par exemple, est coutumière des dons et connaît une vie associative active.» Les gens sont donc habitués à s'engager pour une cause au lieu de se contenter de l'approuver d'un «Like».

Réussite du «modèle bâlois»

L'habitude du don est particulièrement bien ancrée dans une région de Suisse, notamment à Bâle. Dans cette ville à forte tradition de mécénat, les projets de financement participatif enregistrent un taux de réussite supérieur à la moyenne. C'est aussi peut-être parce que Bâle a conçu la première plateforme cantonale de financement participatif en Suisse et que le directeur des services culturels du canton, Philippe Bischof, a fourni de gros efforts en ce sens. D'après lui, le succès de la plateforme a largement dépassé les attentes. «Cela me fait bien sûr vraiment plaisir car c'est un moyen de soutenir et de réaliser un grand nombre de projets culturels intéressants.» Plus de 70 % des projets présentés obtiennent le soutien escompté. La scène filmographique et musicale indépendante jouit d'une bienveillance et d'un soutien particulièrement importants. Toujours selon lui, la crainte

nourrie dès les premières heures est fort heureusement démentie: «Les projets qui réussissent ne sont en aucun cas uniquement ceux qui sont populaires ou dans la mouvance actuelle. Beaucoup de projets expérimentaux et de productions de niche de qualité sont également financés.»

Lorsque les autorités font le forcing sur le financement participatif, force est de se demander si les pouvoirs publics comptent sur cet outil pour compenser la diminution des moyens dans la promotion culturelle publique. Philippe Bischof se montre fermement opposé: «Les pouvoirs publics ne peuvent pas se permettre de faire ce calcul.» Il ajoute qu'il faudrait empêcher de toute urgence que la sphère politique pense que le financement participatif puisse remplacer les subventions et la promotion des infrastructures. Il explique qu'en général, les campagnes de financement participatif ne durent que quelques semaines et concernent des projets individuels alors qu'une politique culturelle efficace et pertinente doit garantir un soutien à long terme. Le financement participatif doit donc d'après lui être toujours considéré «uniquement comme un complément de la promotion culturelle publique, par exemple dans les domaines ne correspondant pas forcément aux critères traditionnels de promotion au niveau cantonal.»

Il évoque une situation globalement idéale où les porteurs de projet pourraient solliciter une aide publique et utiliser simultanément le site de financement participatif cantonal. «Il est important que la relation soit sans condition.» Il précise que la promotion culturelle publique doit remplir sa mission sans envisager que les créateurs artistiques doivent charmer la communauté pour lui soutirer des sous.

MARC LETTAU EST RÉDACTEUR À LA «REVUE SUISSE»