



altair
think tank
culture médias

Le financement participatif dans la domaine de la culture et de la création

Panorama

Par François Delafosse

Introduction

Le financement participatif ou « *Crowdfunding* » redonne espoir aux artistes et acteurs d'un monde culturel en proie à des difficultés de financement. Alors que de nombreux projets artistiques originaux peinent à se financer et que le secteur culturel peine à trouver des modes de financement alternatifs viables, le financement participatif offre à de nombreux projets des fonds complémentaires et en finance même intégralement certains. Il semble donc s'affirmer comme une solution ou alternative possible aux difficultés de la culture. Cet espoir est d'autant plus grand que **le financement participatif est un phénomène en pleine essor ; entre 2015 et 2017 les sommes collectées en France sont multipliées par deux, passant de 166 millions d'euros environ à 336 millions en 2017.**¹

Le financement participatif marque **un renouvellement profond d'un phénomène ancien** : l'appel au don ou souscription publique. Se pose donc la question de sa singularité et de ce qu'il peut apporter aux artistes et autres acteurs culturels comme nouvelles opportunités. **La valeur ajoutée du financement participatif** est loin de se limiter à un financement plus efficace ou plus accessible que celui de l'appel au don ; en valorisant et recherchant la participation de la foule, le financement participatif peut apporter aux porteurs de projets culturels d'importantes ressources supplémentaires : **avis, compétences, réseau...** Ce rôle actif joué par la foule est **rendu possible par l'ère du numérique** qui favorise ces interactions en les rendant possibles d'un point de vue technique, mais aussi en encourageant les

¹ Finance Participative France ; KPMG, « baromètre du crowdfunding en France », baromètre de 2017 et de 2015. Les sommes indiquées concernent l'ensemble des secteurs concernés par le financement participatif (technologie, humanitaire, culture, projets entrepreneuriaux).

pratiques collaboratives avec des mouvements tel que le « Peer to Peer » ou le Crowdsourcing.

Outre ces opportunités, **le financement participatif vient questionner les logiques et les principes de la culture en France.** La relation entre l'artiste et ses « consommateurs » se trouve changée : **la participation de la foule et son influence sur l'œuvre** va indubitablement dans le sens d'une plus grande proximité entre ces deux acteurs et certains auteurs vont même jusque parler d'un **passage d'un consommateur passif à un « consom'Acteur »**². Par ailleurs, le financement participatif est perçu par beaucoup d'artistes comme un moyen de **s'affranchir des financeurs traditionnels de la culture** et, ce faisant, d'être soumis à moins de contraintes et de **profiter d'une plus grande liberté de création.** Cette idée amène à se demander si le financement participatif peut s'affirmer comme une alternative complète au système traditionnel de la culture et donc de permettre des libertés plus étendues.

Que le financement participatif soit un modèle d'avenir pour la culture ou un phénomène passager, il paraît essentiel de saisir précisément les enjeux qu'il soulève et les opportunités qu'il offre afin que la culture puisse bénéficier pleinement de son **potentiel** et tout en ayant conscience de ses **limites.**

Une (r)évolution portée par le numérique

Le terme de financement participatif désigne **des réalités et des pratiques très différenciées.** Les activités que ces termes recouvrent sont très étendues, aussi bien en termes de secteurs concernés (projets humanitaires, culturels, sociaux, entrepreneuriaux...) que de la forme du financement. L'Agence France Entrepreneur distingue en effet **trois grandes formes de Crowdfunding : le don avec contreparties**³ (on parle alors de « *Reward-Based Crowdfunding* ») ou **sans contreparties** – le « *Crowdlending* » désignant des prêts avec ou sans intérêts – le « *Crowdequity* » en cas de **participation au capital de la société.**⁴ Le secteur et la forme du financement sont souvent liés, par exemple les projets entrepreneuriaux ou technologiques sont sur-représentés dans le Crowdlending ou le Crowdequity. Concernant le domaine de la culture, les financements se font presque uniquement sous forme de « dons » avec une utilisation nettement plus fréquente du *Reward-Based Crowdfunding*. Nous ferons donc référence à ces formes précises de financement à chaque fois que nous mentionnerons le financement participatif culturel.

² Fohr Robert, « le financement participatif, une nouvelle forme de démocratisation culturelle ? », p. 19-23 IN Del Bono Anaïs ; Maréchal Guillaume, « Le financement participatif culturel », Librinova (mars 2016).

³ Ces contreparties sont avant tout symboliques : il peut s'agir de goodies, d'un message de remerciement, d'une rencontre avec l'équipe du projets... Les contreparties proposées changent nettement d'un projet à un autre ainsi qu'en fonction du montant du don de l'internaute.

⁴ Agence France Entrepreneur, « Le crowdfunding ou financement participatif : un outil de financement à la disposition des entrepreneurs », mars 2018.

Cette grande diversité de formes, réalités et pratiques du financement participatif rend compliqué, si ce n'est impossible, une définition de ce phénomène à la fois englobante et consensuelle. Nous utiliserons ici la définition proposée par Ethan Mollick qui, si elle n'est pas parfaite, a le grand mérite de couvrir l'ensemble des modèles existants : « *le crowdfunding traduit l'activité réalisée par des porteurs (individus ou groupes) de projets culturels, sociaux, ou entrepreneuriaux, afin de lever les fonds nécessaires pour mener leur projet, en faisant appel à des contributions de faibles montants issues d'un grand nombre d'individus à travers Internet, sans utiliser les intermédiaires financiers classiques* ». ⁵

Le concept de crowdfunding n'est pas en soi une révolution : faire financer un projet (« *funding* ») par une foule (« *crowd* ») n'est pas un phénomène nouveau : en 1886 déjà le piédestal de la statue de la Liberté était financé par les micro-dons de plus de 120 000 souscripteurs. Ainsi, le financement de projets culturels par une multitude de particuliers ne constitue en rien une révolution ou une nouveauté. Ce qui est toutefois inédit est **l'émergence de plateformes Web** de financement participatif mettant en relation donateurs potentiels et porteurs de projet. Ces plateformes ainsi que les technologies et pratiques de l'ère du numérique **ont transformé le financement participatif et l'ont fait changer d'échelle.**

L'explosion actuelle du financement participatif doit beaucoup à cette révolution numérique. Les plateformes de financement participatif sont un élément indispensable au financement participatif. Hébergées sur Internet, elles profitent des nouvelles technologies du Web 2.0 pour **faciliter les mises en relations** des porteurs de projet avec les particuliers et pour **réduire les coûts de ces mises en relations**. Elles permettent ainsi une **optimisation de l'intermédiation**, tant en termes de coûts que d'efficacité et sans elles le financement participatif serait encore au stade des appels aux dons du XIXe siècle. Il est également à noter que les **réseaux sociaux** permettent aux campagnes de financement participatif de **toucher un nombre très étendu de contributeurs potentiels à des coûts très faibles**. Par ailleurs, le financement participatif profite de la popularité des pratiques collaboratives du Web tel que le Crowdsourcing ou le « *Peer to Peer* ». Les internautes qui se reconnaissent dans ces pratiques cherchent en général à passer outre les circuits traditionnels ou les autorités dominantes, la relation entre les créateurs et ces internautes est peu inégalitaire voire égalitaire et la coopération entre internautes est forte.

Ainsi, la nouvelle donne du financement participatif est liée au développement d'Internet et aux nouvelles pratiques numériques. C'est à ce titre que l'on peut parler de (r)évolution, tant les bouleversements du numérique transforment le financement participatif sans toutefois en remettre en cause les principes fondamentaux.

En outre, dans le domaine de la culture **la difficile obtention de subventions des pouvoirs publics** et les **difficultés à conduire des opérations de mécénat** en particulier pour les petits projets culturels, incitent les artistes à trouver de nouveaux modes de financements

⁵ Traduction française de la définition anglaise de l'auteur proposée par : Bessière Véronique ; Stéphany Éric, « le Crowdfunding : fondements et pratiques », De Boeck supérieur : 2^e édition, p.18 (2017).

alternatifs. Ainsi, **les rigidités des financements étatiques** et plus généralement les difficultés de financement sont des vecteurs de croissance pour le financement participatif.

Nous l'avons vu, le financement participatif est, grâce au numérique, un phénomène en pleine explosion. Mais, du fait des secteurs et formes de financement extrêmement diversifiées que ce terme recouvre, il convient d'étudier sa répartition pour voir la place que les dons dédiés à la culture occupent ainsi que les territoires du financement participatif. **Sur 335 millions d'euros collectés en France en 2017 grâce au financement participatif, seuls 45 millions concernaient la culture contre 261 millions pour les entreprises et technologies.** Or, cette faible part du financement participatif culturel dans le financement participatif risque fort de s'aggraver dans la mesure où le Crowdlending, qui profite avant tout aux projets liés à l'économie, est en bien plus forte progression (+102 % entre 2016 et 2017) que le Reward-Based Crowdfunding, forme par excellence du financement participatif culturel (+20 % sur la même période). Puisque la part relative du financement participatif culturel ne cesse donc de baisser malgré une augmentation des montants collectés en chiffres absolus, il y a donc un risque réel qu'il soit marginalisé au sein du financement participatif⁶.

Un autre risque guette par ailleurs le financement participatif culturel en France. **Les territoires français sont loin d'être égaux face au financement participatif**, il tend à se concentrer dans les régions du Sud de la France ainsi que l'Île-de-France tandis que les régions au Nord et à l'Est de Paris ainsi que les régions de France non-métropolitaine ne collectent comparativement que de très faibles montants. Cette inégale répartition du financement participatif pourrait aboutir à créer des inégalités en termes d'accès à la création voire d'accès à la culture à long terme selon les territoires⁷.

La participation de la foule comme valeur ajoutée pour les projets

Traduit littéralement, le « *Crowdfunding* » désigne le financement par la foule : il s'agit bien là du premier intérêt du financement participatif et aussi de son intérêt le plus évident. Cette méthode de collecte de fonds présente plusieurs avantages pour les porteurs de projet culturel et permet de **pallier certaines limites des modes de financements traditionnels**. De nombreux projets culturels ont du mal à voir le jour car ils ne rentrent ni dans le champ des financements par des fonds publics, ni dans celui du circuit bancaire. Faire appel à la foule via le financement participatif offre à ces projets l'opportunité de se financer et donc de voir le jour. En outre, **le financement participatif peut offrir de précieux fonds complémentaires à des projets déjà financés en partie ou intégralement par les pouvoirs publics ou les banques**.

Par ailleurs, alors que les délais d'obtention de financements de la part des financeurs habituels de la culture tendent à être longs et à constituer de ce fait une difficulté pour les porteurs de projets, **le financement participatif permet de répondre à un besoin de rapidité**. Le délai entre la soumission du projet et son financement est nettement inférieur qu'en

⁶ Finance Participative France ; KPMG, op. cit.

⁷ Finance Participative France ; KPMG, op. cit.

passant par les pouvoirs publics et les banques. Par ailleurs la variabilité des délais est bien moindre.⁸ Enfin, **le financement participatif peut permettre de déclencher un cercle vertueux : les financeurs traditionnels ont une confiance plus grande** vis-à-vis du porteur de projet devenu crédible en réunissant des fonds et constituant autour de son projet une communauté de donateurs. De ce fait, les financeurs traditionnels vont plus facilement apporter des fonds supplémentaires.

Les avantages du financement participatif sont loin de se limiter à des intérêts financiers. En effet, le « *Reward-Based Crowdfunding* », forme par excellence du financement participatif culturel, favorise une participation de la foule offrant une réelle valeur ajoutée aux projets. Les porteurs de projet peuvent bénéficier de la sagesse de la foule (« *Crowdwisdom* »), c'est-à-dire **des connaissances et conseils des donateurs les plus actifs** ainsi que de la **créativité alliée au travail de la foule** (« *Crowdcreation* ») et de **l'avis de la foule** (« *Crowdvoting* »).⁹ Si ces apports de la foule sont plus ou moins recherchés et d'intensité variable selon les types de projets culturels et les objectifs des porteurs de projets, le financement participatif offre d'importantes ressources aux artistes faisant l'effort de solliciter la participation de la foule. Cet apport de la foule différencie nettement le financement participatif des financements traditionnels.

Ces éléments hautement positifs ne doivent pas occulter **les limites inhérentes au financement participatif**. Si les chiffres varient fortement en fonction des années et des caractéristiques des projets, **on constate un important taux d'échec des collectes** : entre **45 et 35 % des projets n'obtiennent pas les sommes espérées**. Ainsi, lorsque la plateforme de financement participatif applique la règle du « **All Or Nothing** », c'est-à-dire ne verse les fonds collectés qu'aux projets qui ont dépassé le seuil fixé avant la campagne, le projet ne perçoit pas le moindre euro et les difficultés de financement subsistent. Dans le cas des plateformes proposant des systèmes « **Keep It All** », c'est-à-dire versant les fonds au projet quelles que soient les sommes collectées, la situation n'est guère plus enviable. On constate qu'en cas d'échec, les fonds récoltés tendent à être très faibles : 90 % des projets qui échouent récoltent moins de 30 % des fonds espérés. Cette faiblesse des fonds collectés pose question quant à la viabilité de ces projets. Par ailleurs, malheureusement en cas de succès les dépassements d'objectifs sont souvent limités : 50 % des projets qui réussissent ne dépassent que de moins de 10 % leur objectif initial.¹⁰

A ces limites se rajoutent **les risques de fraudes**. La plupart du temps ces dernières sont non-intentionnelles. Il s'agit de projets incapables de fournir les contreparties promises, le plus souvent à cause d'une **sous-évaluation des coûts** qu'elles impliquent. Cette « fraude » est particulièrement dommageable pour le projet car elle nuit grandement à son image et peut

⁸ Lefèvre Fantine ; Filip Popescu Bogdan, « Le Crowdfunding à la française », Presses des Mines : Libres Opinions (2015).

⁹ Typologie issue du chapitre final de Howe Jeff, « Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business ? », New York : Three Rivers Press (2008). Ces catégories s'appliquent initialement au Crowdsourcing mais sont aussi valable dans le cas de financement participatif.

¹⁰ Lefèvre Fantine ; Filip Popescu Bogdan, « Le Crowdfunding à la française », Presses des Mines : Libres Opinions, p. 48 (2015).

même entraîner des recours en justice. Il est donc essentiel pour le porteur de projet de bien évaluer les coûts monétaires et **le temps nécessaire pour assurer ces contreparties**. Dans cette tâche il peut souvent espérer **l'aide des gestionnaires des plateformes**. Si en théorie d'autres fraudes sont possibles (blanchiment d'argent, vols de données privées, défaut d'identité...) ces dernières restent très rares et sont combattues généralement efficacement par les plateformes.

Enfin, **les campagnes de financement participatif sont très coûteuses en temps et en énergie**. Si le projet veut avoir de bonnes chances de recueillir les fonds espérés, il lui faut soigner sa présentation et **réaliser des opérations de communications nombreuses et réfléchies**. Il est aussi souvent nécessaire de **rester à l'écoute des donateurs** notamment en cas de réclamations et de veiller à ce que les contreparties soient bien assurées. Il est donc compliqué pour des porteurs de projets solitaires de trouver le temps de mener ces campagnes. **Mener une campagne de financement participatif demande aussi une bonne organisation du temps avec de préférence une équipe se répartissant les tâches**. Il est à noter que le temps passé sur la campagne représente autant de temps qui n'est pas passé sur la production ou la réflexion artistique.

D'un consommateur vers un consom'Acteur ?

Le financement participatif est un outil qui favorise grandement la **démocratisation de la production culturelle** : la foule est mise à contribution dans les projets aussi bien financièrement que dans la création artistique elle-même. En effet, **le consommateur n'est plus passif, il tend à devenir un acteur à part entière dans la production artistique et à exercer une influence dans le processus de création des œuvres**.

Cette influence de la foule, des individus particuliers sur la production culturelle s'exerce notamment par le biais des financements. Face à la multitude des projets culturels proposés sur les plateformes de financement participatif, **les donateurs doivent faire des choix et arbitrer entre les différents projets** car ils ne sont pas en capacité de tout financer. Ainsi, les projets les plus **conformes aux goûts et attentes des internautes** peuvent prétendre à des financements et voir le jour. **L'influence des utilisateurs** des sites de financement participatif sur la production culturelle est donc réelle puisqu'ils déterminent quelles œuvres proposées sur les plateformes seront produites. Il est toutefois à noter que cette influence est encore circonscrite à un nombre limité d'œuvre, celles présentes sur les plateformes de financement participatif.

Par ailleurs, **la défiscalisation des dons** sur les plateformes de financement participatif permet de **redonner du pouvoir aux citoyens** qui deviennent libres de choisir les projets culturels qu'ils souhaitent voir advenir à la place des pouvoirs publics. Robert Fohr, chef de mission mécénat au ministère de la Culture va jusqu'à voir ici une incontestable « *forme de démocratisation de la décision et d'empowerment du citoyen qui choisit le*

projet culturel qu'il souhaite rendre possible »¹¹. **La décision se retrouve ainsi décentralisée** et les citoyens se retrouvent dotés d'**une plus grande capacité d'action** dans la culture et par extension d'**une plus grande influence dans la production culturelle**. On passe d'un consommateur passif à un consommateur actif ou consom'Acteur jouant un rôle dans la production culturelle de part ce qu'il décide de financer.

Les internautes ne sont pas que des financeurs, ils orientent aussi de manière plus ou moins prononcée la création de part leurs avis et demandes. De nombreuses plateformes proposent des sections « avis » dans lesquelles les utilisateurs peuvent émettre des avis ou réclamations puis suivre l'avancée de la prise en compte de leur commentaire par le porteur de projet. **Les artistes, même s'ils restent bien sûr maîtres de leurs créations, auront tendance à s'adapter à ces demandes et à orienter leur production pour satisfaire leurs consommateurs**. De ce fait, près de 70 % des projets Kickstarter ne termineraient pas dans les temps du fait des demandes des utilisateurs¹², signe flagrant que les avis sont pris en compte et donc que les goûts et attentes des donateurs influencent le processus de création culturelle.

Enfin, le financement participatif modifie la relation entre l'artiste et ceux qui « consomment » ses œuvres. **La relation entre porteurs de projet et donateurs est renversée**, selon Robert Fohr on passe ainsi d'une relation verticale entre ces deux acteurs à une relation horizontale **bien plus égalitaire**. Une proximité entre artistes et donateurs se crée, ils échangent et interagissent ce qui viendrait bousculer le « *paradigme de la condescendance* »¹³ entre l'artiste et ses admirateurs.

Si cette plus grande proximité entre artistes et « consommateurs » ainsi que la démocratisation de la production culturelle sont en général saluées, elles génèrent aussi des **craintes**. Beaucoup de critiques considèrent par exemple que **le crowdfunding est le révélateur d'une perte de sens dans l'art**, pour Finkielkraut le numérique dans lequel s'inscrit le financement participatif est marqué par un mouvement d'**appauvrissement de la qualité des créations culturelles**. Ces critiques s'appuient sur des projets culturels perçus comme stupides ou du moins n'étant pas de l'art, tel qu'une statue de Robocop qui a récolté sur Kickstarter plus de 67 000 \$. Elles sont toutefois à nuancer car **ces critiques touchaient déjà les choix artistiques des institutions publiques**. Elles s'expliquent par la **difficulté à accorder opinion des experts et succès auprès du public**. Il n'est donc pas étonnant selon Jeanne Ophélie que les œuvres qui apparaissent sur les plateformes de crowdfunding soient critiquées en tant qu'objets culturels.¹⁴

¹¹ Fohr Robert, « le financement participatif, une nouvelle forme de démocratisation culturelle ? », p. 19-23 IN Del Bono Anaïs ; Maréchal Guillaume, « Le financement participatif culturel », Librinova (mars 2016).

¹² Mollick Ethan, « The Dynamics of Crowdfunding : Determinants of Success and Failure », (avril 2013).

¹³ Fohr Robert, op. cit.

¹⁴ Jeannin Ophélie, « Le crowdfunding, triomphe ou faillite de la culture ? », Dossier pour le forum d'Avignon 2013 : les pouvoirs de la culture (2013).

Affranchissement face au système traditionnel et liberté de création

Le financement participatif peut permettre aux artistes de **s'affranchir des systèmes traditionnels de la culture et de leurs contraintes et, ce faisant, de bénéficier d'une plus grande liberté de création**. Alors que, comme le constate Françoise Benhamou¹⁵, les pouvoirs publics sont à l'origine d'un certain nombre de difficultés restreignant la spontanéité et la liberté de la création artistique et que les acteurs non-étatiques (mécénat d'entreprise, labels...) tendent à se concentrer sur des projets visibles ou sur certains types de projets précis, **les plateformes de financement participatif sont bien plus flexibles** quant aux caractéristiques nécessaires pour un projet et constituent de ce fait un vivier d'artistes et d'œuvres potentiels. Les conditions pour poster son projet sur une plateforme sont en général très accessibles et la non-hiérarchisation des projets permet à tous les nouveaux projets d'avoir au moins en théorie la même visibilité. De ce fait, **le financement participatif permet à des œuvres et catégories artistiques peu médiatisées voire atypiques de rencontrer une audience et d'obtenir du soutien**.

Un exemple concret illustre le rôle que peut jouer le financement participatif pour des œuvres peu médiatisées et délaissées par les acteurs traditionnels de la culture. **La musique contemporaine est un répertoire peu représenté dans les médias qui peine souvent à se faire financer**. C'est pourquoi la Sacem a mis en place un partenariat avec la plateforme de financement participatif Proarti pour soutenir la création de musique contemporaine, partenariat qui a financé en 2017 treize projets. **Ainsi, le financement participatif a permis à des projets d'exister malgré une faible exposition médiatique**.

Le financement participatif n'offre toutefois pas une liberté de création totale, il est lui-même **sujet à des limites**. Avant d'être posté sur la plateforme de financement participatif, les projets font l'objet d'une **sélection** par les gestionnaires du site. Cela constitue un premier filtre et, s'il n'y a en théorie pas de facteur discriminant, **la qualité de la présentation du projet et la communication jouent un rôle déterminant dans sa validation**. Quand le projet est finalement posté, la forme du projet (présentation et communication) joue encore une fois un rôle décisif pour attirer les donateurs et rendre le projet attrayant. Ainsi, on voit apparaître une nouvelle contrainte pour les projets, la « **contrainte de la forme** ».

Par ailleurs, le financement participatif semble incapable d'offrir une alternative complète face au système de financement traditionnel. En effet, le passage de la découverte à la notoriété est extrêmement rare sur les plateformes de financement participatif, la multitude des projets ne permet qu'à une minorité d'entre eux de devenir réellement visibles. **De plus, les sommes apportées restent très faibles comparativement aux subventions des pouvoirs publics** : le financement participatif

¹⁵ Auteur cité par Jeannin Ophélie, op. cit.

culturel représente 45 millions d'euros en France en 2017¹⁶, c'est-à-dire une goutte d'eau face aux milliards¹⁷ investis par l'Etat et les collectivités territoriales.

En fait, le financement participatif et le financement via le système traditionnel sont très souvent associés : de nombreux projets qui ont déjà perçu des fonds auprès des financeurs traditionnels font appel au financement participatif pour **obtenir des ressources complémentaires** et ainsi **donner une valeur ajoutée au projet**. En outre, la réussite d'une campagne de financement participatif peut souvent **déclencher un cercle vertueux** permettant au projet, devenu plus crédible de part sa réussite, de **percevoir des fonds des financeurs traditionnels**. Il n'est donc pas pertinent d'opposer financement par le système traditionnel et financement participatif. **Loin d'être incompatibles, ces deux modes de financements sont complémentaires.**

¹⁶ Finance Participative France ; KPMG, op. cit.

¹⁷ Le budget du Ministère de la Culture et de la Communication s'élève à 10 milliards d'euros en 2017 comme en 2018 (Source : projet de loi finance 2017 et 2018). En 2014, les dépenses culturelles des collectivités territoriales étaient de 9,3 milliards d'euros selon le département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture.

Bibliographie indicative

Baujard Corinne, « *Du mécénat culturel au musée participatif : les motivations du public à financer la restauration de la Victoire de Samothrace au musée du Louvre* », IN Marché et organisations, L'univers du risque, n°29, pp.15-31 (2017).

Del Bono Anaïs ; Maréchal Guillaume, « *Le financement participatif culturel* », Librinova (mars 2016).

Bessière Véronique ; Stéphany Éric, « *le Crowdfunding : fondements et pratiques* », De Boeck supérieur : 2^e édition (2017).

Delvainquière Jean-Cédric ; Tugores François, « *Dépenses culturelles des collectivités territoriales : 9,3 milliards d'euros en 2014* », Ministère de la Culture et de la Communication : Département des études, de la prospective et des statistiques : Culture chiffre (2017).

Finance Participative France ; KPMG, « *baromètre du crowdfunding en France* », baromètre années 2017 ; 2016 ; 2015 ; 2014 ; 2013.

Frétin Jérémy, « *Crowdfunding : Les ambiguïtés d'un modèle au cœur d'une économie culturelle en mouvement* », Sciences Po Toulouse (2013).

Gardette Hervé, « *Financement participatif de la culture : système vertueux ou pervers ?* », France culture : émission du grain à moudre (juillet 2013).

Howe Jeff, « *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business ?* », New York : Three Rivers Press (2008).

Jeannin Ophélie, « *Le crowdfunding, triomphe ou faillite de la culture ?* », Dossier pour le forum d'Avignon 2013 : les pouvoirs de la culture (2013).

Lefèvre Fantine ; Filip Popescu Bogdan, « *Le Crowdfunding à la française* », Presses des Mines : Libres Opinions (2015).

Mollick Ethan, « *The Dynamics of Crowdfunding : Determinants of Success and Failure* », (avril 2013).

Pulh Mathilde, Passebois-Ducros Juliette, « *Le soutien à la culture via le crowdfunding en question : au-delà des motivations, une analyse des freins à participer* », Centre de Recherche en Gestion des Organisations (CReGO) ; Institut d'Administration des Entreprises (IAE) Bordeaux (2017).

T. Matthews Jacob ; Rouzé Vincent ; Vachet Jérémy, « *La culture par les foules ? Le crowdfunding et le crowdsourcing en question* », MkF édition : les essais numériques (2014).

Tronc Jean-Noël, « *La place du crowdfunding dans le financement de la musique* », IN Annales des Mines – Réalités industrielles, Le crowdfunding, financement de complément ou de rupture ?, n°1 de 2016 (février 2016).

Sitographie

AdoctA.com, « *Etude AdoctA – Crowdfunding* », <http://www.AdoctA.com> (octobre 2013).

Agence France Entrepreneur, « *Le crowdfunding ou financement participatif : un outil de financement à la disposition des entrepreneurs* », mars 2018 [Consulté le 1^{er} juin 2018] [En ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.afecreation.fr/pid14215/crowdfunding.html>

Ulule, « *Statistiques d'Ulule* », juin 2018 [consulté le 5 juin 2018] [En ligne]. Disponible à l'adresse : <https://fr.ulule.com/stats/>

Kickstarter, « *Nos statistiques* », juin 2018 [Consulté le 7 juin 2018] [En ligne]. Disponible à l'adresse : <http://www.kickstarter.com/help/stats>