

# Crowdfunding: étude «Crowdfunding dans le domaine de la culture», Symposium «Crowdfunding dans la culture» et projet d'exposition «Crowdfunding au musée»

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| Site:                         | Symposium et exposition au Stadtmuseum Aarau   |
| Durée du projet:              | 2016   |
| Fréquentation:                | Symposium: env. 100; «Crowdfunding au musée»: 24 000                                       |
| Budget total:                 | CHF 49'320 (étude, y compris traduction); CHF 34'248 (symposium); CHF 18'000 (CF au musée) |
| Contribution de Pro Helvetia: | CHF 24'660 (étude, y compris traduction); CHF 17'124 (Symposium); CHF 18'000 (CF au musée) |

## Esquisse du projet

Etude «Crowdfunding dans le domaine de la culture»

L'étude «Crowdfunding dans le domaine de la culture» que Pro Helvetia a commandée avec l'Office fédéral de la culture (OFC) à l'Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ évalue pour la première fois à l'échelle européenne l'importance et le potentiel du crowdfunding pour le financement de projets culturels en Suisse. Au niveau méthodologique, l'étude se base sur trois approches: sondage auprès de toutes les plates-formes de crowdfunding suisses, interviews avec les représentants des centres de promotion culturelle et évaluation des données statistiques des campagnes pour des projets culturels lancées sur la plate-forme wemakeit entre 2012 et 2015.

## Symposium «Crowdfunding dans la culture»

Afin de faire connaître cette étude à un public de spécialistes, la Fondation pour la culture Pro Helvetia et l'Office fédéral de la culture ont organisé un symposium sur le thème du «Crowdfunding dans la culture» au Stadtmuseum Aarau, auquel une centaine de personnes ont participé. Les résultats de l'étude «Crowdfunding dans le domaine de la culture» ont été complétés par des exemples tirés de la pratique en Suisse et à l'étranger. La signification et la plus-value apportée par le crowdfunding pour la culture ont été approfondies, tandis que les invités et les participants ont débattu de quelles formes de collaboration entre le pouvoir public, le soutien privé à la culture et le crowdfunding présentaient un potentiel d'avenir.

## Projet d'exposition «Crowdfunding au musée»

Le Stadtmuseum Aarau a invité à expérimenter la démocratisation de l'argent et de l'engagement citoyen lors de l'exposition «Demokratie! Von der Guillotine zum Like Button» (Démocratie! De la guillotine à la touche « Like »). Sur une plate-forme de crowdfunding spécialement conçue, les personnes intéressées pouvaient présenter leurs projets et y chercher un soutien financier. Le musée proposait également une aide de départ en proposant à chaque visiteur du musée de soutenir des projets avec un «GUT-es-tun-SCHEIN» (bon pour faire du bien) d'une valeur de cinq francs.

## Objectifs du soutien

Etude «Crowdfunding dans le domaine de la culture»

Pro Helvetia et l'OFC voulaient explorer la signification et le développement du crowdfunding dans le domaine

de la culture. Les deux mandants s'intéressaient en outre à la question de savoir si et dans quelle mesure le crowdfunding favorise la diversité culturelle.

## **Symposium «Crowdfunding dans la culture»**

Le symposium permettait de lancer le premier forum de discussion suisse sur le thème du «crowdfunding dans la culture», ainsi que de stimuler l'échange de connaissances entre les représentants des soutiens publics à la culture et le financement privé de la culture ainsi qu'entre les exploitants de plates-formes de crowdfunding et les créateurs culturels. Une analyse des coopérations et des synergies possibles entre les pouvoirs publics, les acteurs privés et le crowdfunding est également prévue. Le thème devrait sciemment s'orienter sur la vision de la politique culturelle et de la production culturelle.

## **Projet d'exposition «Crowdfunding au musée»**

Avec «Crowdfunding au musée», Pro Helvetia soutient un projet qui livre des informations sur les préférences culturelles des visiteurs du Stadtmuseum Aarau. Sont également obtenues des données sur l'appartenance à des domaines et la provenance des projets ainsi que le profil des donateurs.

## **Contribution au développement de la diversité culturelle dans les régions: conclusion**

Etude «Crowdfunding dans le domaine de la culture»

L'étude «Crowdfunding dans le domaine de la culture» a conclu que les régions urbaines sont plus avancées dans l'utilisation du crowdfunding que les régions rurales et que les donateurs proviennent principalement des proches alentours des sites des projets. La peur que le crowdfunding encouragerait les arts majeurs domine en de maints endroits, mais l'étude prouve le contraire: le crowdfunding est bénéfique justement pour les petits projets, car pour de petits projets, une petite «crowd» suffit déjà. En outre, les donateurs pour de petits projets peuvent bien mieux être atteints via les médias numériques que par les médias analogues. Le crowdfunding renforce la diversité culturelle et rend possibles les formes de participation les plus diverses. Il a également le potentiel pour renouveler numériquement des anciennes pratiques culturelles et artistiques de la collaboration (crowdsourcing).

Le crowdfunding permet les coopérations également au niveau du soutien. Il doit être compris en tant que complément et non comme une alternative au soutien public. Par ailleurs, il s'agit plus qu'un canal financier: avec le crowdfunding, des réseaux, des canaux marketing et de commercialisation peuvent être bâtis, ce qui permet d'augmenter l'attention de l'opinion publique, de garantir un marché et d'offrir des possibilités pour échanger sur l'optimisation produit avec les donateurs de projet.

Les campagnes soutenues dans le cadre de l'étude qui ont obtenu 40% de la somme visée après un tiers de la période de financement sont couronnées de succès dans le 98,8% des cas. En moyenne, 56 donateurs suffisent déjà pour le financement réussi d'une campagne de crowdfunding.

## **Symposium «Crowdfunding dans la culture»**

En 2016, le crowdfunding n'était pas encore familier pour de nombreux promoteurs culturels. Le symposium a permis de découvrir les résultats de l'étude et de refléter des exemples réussis de la collaboration des pouvoirs publics, de la promotion culturelle privée et du crowdfunding en Suisse et à l'étranger.

## **Projet d'exposition «Crowdfunding au musée»**

Le plus grand défi pour les commissaires d'exposition consiste à gagner des projets intéressants. Il se révèle

que certaines personnes interrogées craignent les frais d'une campagne de crowdfunding. Pour un prochain lancement, plus de ressources devraient être investies dans l'encadrement des médias sociaux. La mobilisation du public n'était elle non plus pas simple: de nombreux visiteurs du musée ne voulaient pas payer les cinq francs supplémentaires pour soutenir un projet. Lors d'une prochaine tentative, la contribution de soutien devrait être comprise dans le prix d'entrée. Toutefois, tous les projets réalisés sur la plate-forme de crowdfunding propre au musée ont été entièrement financés et prouvent que cette forme d'engagement et de financement du projet a un potentiel de réussite dans le musée.

## **Etat du projet**

Les trois projets sont terminés.