

Les usages du crowdfunding par les collectivités locales en France

Laura Brimont (Iddri)

DEUX TYPES D'USAGE DU CROWDFUNDING PAR LES COLLECTIVITÉS LOCALES

En France, les collectivités locales commencent à utiliser le crowdfunding, soit comme un outil d'animation territoriale pour soutenir des projets portés par d'autres acteurs, soit pour financer leurs propres projets. Le premier usage concerne majoritairement du crowdfunding en don, tandis que le second peut être aussi du crowdfunding en prêt ou en investissement.

DES BÉNÉFICIAIRES QUI VONT BIEN AU DELÀ DU FINANCEMENT

Pour ces deux usages, le crowdfunding est beaucoup plus qu'un outil de financement. Il est aussi un outil de communication sur le dynamisme territorial (usage 1) et sur des projets emblématiques portés par la collectivité (usage 2). C'est aussi un outil de mobilisation des acteurs et/ou des citoyens.

UN OUTIL AVEC UNE ZONE DE PERTINENCE

Si le crowdfunding est un outil multifonctions, il ne peut être utilisé pour n'importe quel type de projet. Pour le premier usage, sa zone de pertinence est proche de celle de n'importe quel projet proposé sur une plateforme de crowdfunding, même si l'accent sur la dimension d'ancrage territorial et d'intérêt collectif est plus important. Pour le second usage, et notamment pour le crowdfunding en don, la zone de pertinence est guidée par la question de l'acceptabilité sociale : le crowdfunding ne doit pas être utilisé pour des projets qui font partie des missions traditionnelles de la collectivité et qui doivent être financés en priorité par l'impôt obligatoire.

HYBRIDER LE CROWDFUNDING POUR LE RENDRE PLUS INCLUSIF

Plus qu'un outil de financement, le crowdfunding apparaît donc comme un outil de participation et d'engagement citoyen complémentaire aux outils existants. Comme tout outil de participation, il produit des effets d'éviction. De plus, il permet aux citoyens de financer, mais pas de contribuer à la construction des projets d'intérêt collectif. Dans le cadre d'une démarche politique plus large cherchant à renforcer la démocratie locale et l'inclusion, le crowdfunding peut donc être hybridé avec d'autres outils de participation citoyenne numérique, comme le crowdsourcing ou le budget participatif.

Copyright © 2017 Iddri

En tant que fondation reconnue d'utilité publique, l'Iddri encourage, sous réserve de citation (référence bibliographique et/ou URL correspondante), la reproduction et la communication de ses contenus, à des fins personnelles, dans le cadre de recherches ou à des fins pédagogiques. Toute utilisation commerciale (en version imprimée ou électronique) est toutefois interdite.

Sauf mention contraire, les opinions, interprétations et conclusions exprimées sont celles de leurs auteurs, et n'engagent pas nécessairement l'Iddri en tant qu'institution ni les individus ou les organisations consultés dans le cadre de cette étude.

Citation : Brimont L. (2017). Les usages du crowdfunding par les collectivités locales en France, *Studies* N°09/17, Iddri, Paris, France, 22 p.



Ce travail a bénéficié d'une aide de l'État gérée par l'Agence nationale de la recherche au titre du programme « Investissements d'avenir » portant la référence ANR-10-LABX-01. Il a également bénéficié de financements de l'Ademe et de la Mairie de Paris.



Les auteurs remercient chaleureusement toutes les personnes qui ont contribué à ce projet de recherche, en particulier Denis Pansu de la FING et Charlotte Cristofari de la Mairie de Paris qui ont participé au comité de pilotage, ainsi que les participants à l'atelier de travail « L'usage du crowdfunding par les collectivités locales » organisé le 10 mars 2017 à Paris.



Pour toute question sur cette publication, merci de contacter :
Laura Brimont – laura.brimont@iddri.org

ISSN 2258-7535

Les usages du crowdfunding par les collectivités locales en France

Laura Brimont (Iddri)

1. INTRODUCTION	5
2. DEUX TYPES D'USAGES DU CROWDFUNDING PAR LES COLLECTIVITÉS LOCALES	7
2.1. Faciliter et organiser l'accès au crowdfunding dans une perspective de développement territorial	7
2.2. Utiliser le crowdfunding pour financer ses propres projets	9
2.3 Conclusion	10
3. DES MOTIVATIONS QUI VONT BIEN AU-DELÀ DU FINANCEMENT	11
3.1. Motivations pour l'usage 1 (organisation et facilitation de l'accès au crowdfunding)	11
3.2. Motivations pour l'usage 2 (utilisation du crowdfunding par les collectivités pour leurs propres projets)	12
3.3. Conclusion	13
4. LA ZONE DE PERTINENCE DU CROWDFUNDING	13
4.1. Usage 1 : les critères de pertinence habituels du crowdfunding	13
4.2. Usage 2 : une acceptabilité sociale liée au périmètre du service public	14
4.3. Conclusion	14
5. COMMENT UTILISER LE CROWDFUNDING DANS UNE POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ? ILLUSTRATION AVEC LE PLAN CLIMAT AIR ÉNERGIE DE PARIS	15
5.1. Pourquoi s'intéresser au crowdfunding dans le cadre du Plan climat-air-énergie ?	15
5.2. Communiquer, sensibiliser et informer plutôt que financer	15
5.3. Le crowdfunding, un outil de coopération territoriale ?	16
5.4. Conclusion	16
6. DISCUSSION	17
6.1. Un cache-misère des villes fauchées ?	17
6.2. Hybrider pour rendre le crowdfunding plus inclusif	17
6.3. Un marqueur de l'évolution des politiques publiques locales ?	18
7. CONCLUSION	19
BIBLIOGRAPHIE	20
ANNEXES	21

1. INTRODUCTION

Rendre notre développement plus durable nécessite de modifier nos modes de consommation et de production, mais aussi de transformer nos infrastructures techniques. Cette transformation implique de repenser notre manière de gouverner, c'est-à-dire de répartir les rôles et les responsabilités entre les différents acteurs, que ça soit l'État, les collectivités, les entreprises, les ONG, mais aussi et surtout les citoyens. Cet enjeu de gouvernance est particulièrement visible dans le débat sur la transition énergétique, où la notion d'appropriation citoyenne et locale, c'est-à-dire l'implication de tous les acteurs territoriaux dans la mise en œuvre de projets énergétiques, a peu à peu été consacrée comme principe (Rüdinger, 2016). Les promesses de cette « transition par tous et pour tous » (CNTE, 2013) sont nombreuses : sensibilisation des citoyens aux enjeux de la transition énergétique, amélioration de l'acceptabilité sociale des projets, appropriation des ressources énergétiques par les habitants du territoire, effet de levier pour massifier les énergies renouvelables électriques, etc.

Le Plan climat-énergie 2020-2030 de Paris, qui vise à atteindre la neutralité carbone d'ici 2050, illustre bien à quel point l'engagement des habitants et de l'ensemble des acteurs est indispensable pour répondre aux enjeux de la transition énergétique. Or les compétences de la Mairie de Paris et des mairies d'arrondissements ne permettent de toucher que 20 à 25 % des émissions de gaz à effet de serre (GES) du territoire parisien. Dans ce contexte, il est crucial que la Mairie de Paris encourage et soutienne les initiatives privées, qu'elles soient citoyennes, entrepreneuriales

ou associatives, qui contribuent à réduire les 80 % des émissions « restantes »¹.

Le numérique, en tant que source d'innovation technique mais surtout économique et sociale, peut être un puissant levier pour réaliser cette transition écologique. Les plateformes collaboratives apportent de nouvelles solutions permettant d'optimiser l'utilisation de biens de consommation courante (à travers l'achat/vente d'occasion entre particuliers, la location, le don ou le prêt), voire de transformer les habitudes de mobilité, à travers le covoiturage ou l'autopartage par exemple. De même, les outils de crowdsourcing utilisent le numérique pour chercher à réinventer les processus de communication, de partage de connaissances et d'expériences et de favoriser la co-construction des solutions territoriales avec les habitants et les autres parties prenantes. Les nouvelles solutions apportées par la « révolution numérique » ne sont toutefois pas vertueuses par nature et doivent être accompagnées et encadrées pour les faire converger avec la transition écologique, comme l'ont montré différentes publications de l'Iddri et de ses partenaires (Brimont, Demailly, Saujot, & Sartor, 2016 ; de Feraudy & Saujot, 2017; Demailly *et al.*, 2016).

Le *crowdfunding*, ou financement participatif, est un bon exemple de la manière dont le numérique peut renouveler des pratiques existantes tout en élargissant leur potentiel : si le principe de rassembler des contributions individuelles pour financer un projet existe depuis longtemps – *l'Encyclopédie*

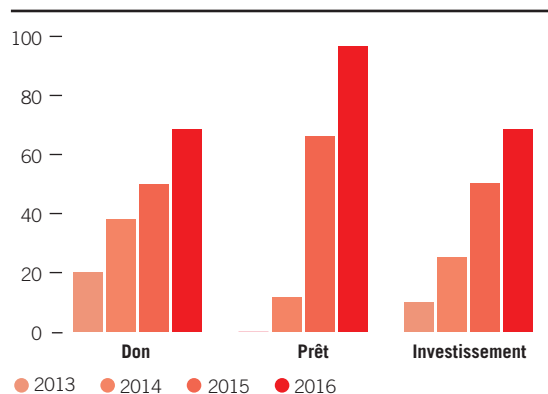
1. Françoise, Y. (2017). « Vers un nouveau Plan Climat Air Energie de Paris 2020-2030 : vers une ville neutre en carbone en 2050 ». Atelier de travail « L'usage du crowdfunding par les collectivités locales », 10 mars 2017, Paris.

de Diderot et d'Alembert a été financée par les souscriptions de plusieurs milliers de lecteurs par exemple (Lequeux, 2016) –, l'apparition de plateformes numériques de crowdfunding a permis d'étendre la pratique à une multitude de projets : conservation du patrimoine culturel, innovation, solidarité, économie locale mais aussi transition écologique. En 2016 en France, 233 millions d'euros ont ainsi été collectés sur ces plateformes auprès de 2,6 millions de contributeurs (Financement Participatif France, 2017). Bien que ce montant reste infime au regard de l'investissement global – à titre de comparaison, les crédits bancaires mobilisés par les entreprises atteignent près de 900 milliards d'euros en France en 2017² –, il n'en reste pas moins que le crowdfunding est une pratique en plein essor : entre 2012 et 2016, les sommes collectées ont été multipliées par plus de huit.

On peut définir le crowdfunding comme un financement provenant d'une multitude de contributeurs *via* une plateforme Internet. Dans ce cadre, on distingue généralement trois types de financement : le financement par le don, avec ou sans contrepartie ; le financement par le prêt, appelé également crowdlending (avec ou sans intérêts) ; et l'investissement avec ou sans prise de participation au capital (*equity* ou *royalties*). L'investissement sans prise de participation au capital (*royalties*) se rapproche du prêt, à la différence que les remboursements aux investisseurs ne sont pas fixés à l'avance mais sont proportionnels au chiffre d'affaire du porteur de projet. Le crowdfunding avec prise de participation au capital (*equity*) se différencie quant à lui des autres formes de crowdfunding dans la mesure où le contributeur participe également à la gouvernance du projet.

Le crowdfunding en prêt représente la plus grosse partie des montants collectés (40 %), et c'est aussi le secteur qui a connu la plus forte croissance entre 2015 et 2016 (46 % contre 37 % et 36 % respectivement pour le don et l'investissement). Il est toutefois difficile d'évaluer si ce dynamisme constitue une tendance de fond, dans la mesure où les plateformes de prêts rémunérés ne sont apparues qu'en 2014. À titre indicatif, le montant des prêts collectés en crowdfunding a été multiplié par deux aux États-Unis entre 2015 et 2016, passant de 4,8 à 9,7 milliards de dollars US³.

Figure 1. Évolution des fonds collectés entre 2013 et 2016 pour les trois catégories de crowdfunding



Source : Baromètres du crowdfunding 2015 et 2016, Financement Participatif France.

Nb : Le baromètre 2016 a adopté une définition plus stricte du crowdfunding en prêt afin de ne pas inclure les prêts à la consommation non affectés. Les montants indiqués pour les années 2014 et 2015 tiennent compte de cette définition plus stricte et diffèrent donc de ceux indiqués dans le Baromètre 2015.

Depuis quelques années, une forme de crowdfunding se développe pour financer des projets d'intérêt collectif. Le terme de *civic crowdfunding* apparaît ainsi en 2012 dans les pays anglo-saxons pour désigner des projets d'intérêt collectif généralement initiés par des citoyens (Baeck & Collins, 2015 ; Stiver, Barroca, Minocha, Richards, & Roberts, 2015), le cas typique étant la création d'un espace vert dans un centre urbain (Davies, 2014a). Les projets de civic crowdfunding sont financés par des dons, avec des montants de collecte généralement inférieurs à 10 000 dollars US. La collectivité locale a un rôle de régulateur dans la mesure où ce sont souvent des projets mis en œuvre sur l'espace public. Dans certains cas, elle a un rôle plus actif comme sur la plateforme Citizeninvestor aux États-Unis où les villes et leurs partenaires officiels peuvent initier des projets. La démarche de cette plateforme reste très *bottom up* puisque ces projets sont généralement issus de pétitions citoyennes (Baeck & Collins, 2015). Enfin, il existe des cas de civic crowdfunding où la collectivité vient abonder des projets déjà en partie financés par les citoyens. On pense par exemple au programme Crowdfund London, pour lequel la Mairie de Londres complète les financements de certains projets ciblés sur la plateforme Spacehive (Cathcart-Keays, 2016), ou à celui de Milan : la municipalité milanaise a ainsi lancé une campagne de crowdfunding en dons pour des projets à fort impact social (les projets étaient au préalable sélectionnés par l'équipe municipale selon des critères prédéfinis), avec un système d'abondement de la ville une fois que la moitié des besoins en financement étaient atteints (Manfredonia & Siragusa, 2017).

2. Statistique de la Banque de France, <https://www.banque-france.fr/statistiques/credit/credit/credits-par-taille-dentreprises>. Consultée le 21 avril 2017.

3. Statista, <https://www.statista.com/outlook/334/109/crowdlending/united-states#market-transactionValue>. Consultée le 18 mai 2017.

En France, l'usage du crowdfunding par les collectivités locales commence également à se développer. Ces dernières années, des collectivités ont noué des partenariats avec des plateformes de crowdfunding, comme Auvergne Nouveau Monde⁴ avec Ulule ; une plateforme dédiée aux projets des collectivités territoriales, Collecticity, est apparue en 2015. Contrairement aux pays anglo-saxons, où la pratique est un peu documentée, l'usage du crowdfunding par les collectivités locales en France reste mal connu. Les études relatives au sujet restent parcellaires et ne couvrent pas l'ensemble des usages : on note une étude relative à l'utilisation du mécénat par les collectivités (EY & EXCEL, 2014) ainsi qu'une autre sur les partenariats entre les collectivités locales et les plateformes de crowdfunding (Financement Participatif France, 2016). De plus, les articles de presse consacrés aux initiatives des collectivités en matière de crowdfunding oscillent entre l'enthousiasme pour un outil qui promet de renouveler le lien démocratique entre la puissance publique et les citoyens (Houcke, 2014 ; Russell, 2017 ; Zignani, 2016) et de franches alarmes : le crowdfunding ne serait qu'un cache misère pour communes « fauchées » qui accélérerait le désengagement des services publics (Brouze, 2015 ; Demoustier, 2013).

Face à ce constat, cette étude a pour ambition d'explorer les usages du crowdfunding par les collectivités locales en France : à quoi sert et peut servir cet outil ? Pour quels types de projet est-il utilisé, et dans quelle mesure est-il utilisé pour des projets de développement durable ? Quelles sont les motivations des collectivités ? Quels sont leurs partenariats avec les plateformes ? Quels sont les obstacles et les difficultés auxquels elles font face ? Dans quelle mesure le crowdfunding réinterroge-t-il le rôle des collectivités locales ?

Afin de répondre à ces questions, nous avons dans un premier temps mené huit entretiens exploratoires avec des experts, des plateformes de crowdfunding et des acteurs traditionnels du financement des collectivités locales (la liste des personnes interrogées est fournie en annexe). Ces entretiens nous ont permis de dresser une première typologie des usages du crowdfunding, qui ont ensuite été explorés par des cas d'étude représentatifs. Nous n'avons pas sélectionné de cas de crowdfunding en investissement (*equity*), dans la mesure où l'IDDRI avait déjà abordé cette question dans une précédente étude sur les modèles de projets participatifs et citoyens d'énergies

renouvelables (Rüdinger, 2016). Pour chaque cas d'étude, nous avons interrogé les représentants des collectivités ainsi que les plateformes impliquées dans le projet, éventuellement des acteurs tiers également engagés, comme par exemple EDF pour le cas de la commune de Bouillante. Ces cas d'étude ont enfin été complétés par des entretiens complémentaires et un atelier de travail sur l'usage potentiel du crowdfunding pour la mise en œuvre du Plan climat-air-énergie de la Mairie de Paris.

2. DEUX TYPES D'USAGES DU CROWDFUNDING PAR LES COLLECTIVITÉS LOCALES

2.1. Faciliter et organiser l'accès au crowdfunding dans une perspective de développement territorial

Le premier usage concerne les cas où la collectivité facilite et organise l'accès au crowdfunding pour des acteurs de son territoire, qu'il s'agisse de particuliers, d'associations ou d'entreprises. La plupart du temps, la collectivité noue un partenariat – plus ou moins formalisé – avec une plateforme de crowdfunding. L'agglomération Paris-Vallée de la Marne a ainsi fait une convention de partenariat sans contrepartie financière avec la plateforme de crowdfunding Bulb in Town, spécialisée dans le financement de projets entrepreneuriaux de proximité. Auvergne Nouveau Monde, une association créée par la Région Auvergne, fait un contrat de prestation de services de communication renouvelé annuellement avec Ulule, l'une des principales plateformes généralistes françaises pour le don avec contrepartie. Il arrive que la collectivité développe elle-même sa propre plateforme de crowdfunding : le conseil départemental de la Manche a ainsi développé une plateforme dédiée aux projets manchois baptisée Ozé.

Pour ce premier usage, les porteurs de projet ne sont pas la collectivité elle-même, mais des associations, des entreprises/autoentrepreneurs, voire des particuliers. Ces projets doivent néanmoins s'inscrire dans la stratégie de développement territorial de la collectivité. Ils peuvent être d'ordre très varié : culture, dynamisme économique local, environnement, solidarité, etc. Aujourd'hui, la quasi-totalité des projets financés dans ce cadre le sont par le don, avec ou sans contrepartie. Nous n'avons recensé qu'un seul cas de financement par le prêt ou l'investissement, celui de la plateforme

4. Auvergne Nouveau Monde est une association parapublique créée en 2012 par la Région Auvergne dont l'objectif est de valoriser l'image et l'attractivité territoriale.

GwenneC, soutenue par la Région Bretagne⁵. Cependant, le financement de projets par le prêt pourrait se développer : le département de la Manche a ainsi pour ambition d'étendre les modes de financement au prêt.

De manière générale, la collectivité ne soutient pas financièrement les projets, mais il existe des exceptions. Ainsi, la Région Bretagne a lancé il y a deux ans un programme destiné à financer des initiatives de jeunes de moins de 29 ans en partenariat avec deux plateformes de crowdfunding bretonnes (Denêtre, 2016). Lorsqu'un projet parvient à réunir 70 % de son financement en crowdfunding, la Région finance les 30 % restant. En 2015 et 2016, 27 projets ont ainsi été financés pour une aide moyenne de la Région de 1 145 €/projet et une enveloppe globale de 30 000 €⁶.

Encadré 1. Description des cas d'étude du premier type d'usage

Agglomération Paris-Vallée de la Marne et Bulb in Town

- Le partenariat entre l'agglomération Paris-Vallée de la Marne et la plateforme de crowdfunding Bulb in Town s'inscrit dans une évolution de la compétence économique de la collectivité face aux transformations du travail. À la suite de la création du régime d'autoentrepreneur en 2009, l'agglomération a été de plus en plus sollicitée pour accompagner les projets d'autoentreprise, peu aidés par les autres structures publiques économiques territoriales comme les chambres consulaires. Elle a donc mis en place un dispositif d'accompagnement gratuit spécifique aux très petites entreprises (TPE). Le crowdfunding est rapidement apparu comme un outil supplémentaire intéressant pour les projets qui ne pouvaient pas forcément recourir à un prêt bancaire classique (projet non lucratif par exemple) ou qui nécessitaient de communiquer auprès d'une communauté spécifique. En 2015, l'agglomération s'est donc rapprochée de la plateforme Bulb in Town, spécialisée dans le financement de projets entrepreneuriaux de proximité en don et en investissement. La convention de partenariat signée avec la plateforme n'engage aucune contrepartie financière : la collectivité s'engage à sensibiliser les porteurs de projet au crowdfunding, à rediriger ceux qui sont intéressés vers Bulb in Town et à apporter un soutien de communication lors des campagnes de collecte des projets (envoi de mails, réunion d'information, apparition du logo de l'agglomération sur les pages de collectes). Bulb in Town s'occupe des projets transmis par l'agglomération comme n'importe quel autre projet, et prélève une commission sur le

montant collecté. Ce partenariat permet donc d'apporter de nouveaux projets sur la plateforme. Cette initiative reste pour le moment de faible envergure puisque seulement quatre projets ont été financés par ce biais, tous par le don.

Auvergne Nouveau Monde et Ulule

- Auvergne Nouveau Monde est une association créée en 2011, à l'initiative d'acteurs publics (dont la Région Auvergne) et privés territoriaux, qui a pour mission de renforcer l'attractivité du territoire auvergnat. Confrontée à de nombreuses demandes de financement de porteurs de projets, l'association a décidé en 2012 de lancer une initiative de crowdfunding afin de les mettre en valeur et de leur apporter une source de financement. Elle contacte deux plateformes de crowdfunding, dont Ulule qui répond positivement. Contrairement à l'agglomération Paris-Vallée de la Marne, le contrat avec Ulule comprend une dimension financière sous la forme de prestations de services de communication. Les projets, de nature très variée, sont d'abord sélectionnés par un vote du public avant d'être mis sur la plateforme. Certains bénéficient de financements complémentaires de la part d'entreprises, d'autres du soutien symbolique d'Auvergne Nouveau Monde (le logo est présent sur la page projet). Pour Ulule, ce partenariat a amené de nouveaux projets et a permis de faire connaître la marque à travers les médias. Pour Auvergne Nouveau Monde, cette initiative a également été une source de notoriété mais n'a pas véritablement eu d'effet sur l'attractivité du territoire. De plus, si le programme de crowdfunding a permis de consolider les relations entre les différents acteurs territoriaux (entreprises, acteurs publics, projets, etc.), elle n'a pas permis de mettre en valeur certains acteurs innovants de l'Auvergne (laboratoires scientifiques par exemple).

Département de la Manche et Ozé

- La plateforme de crowdfunding Ozé a été créée en juillet 2015 par le Conseil départemental de la Manche, afin de répondre à plusieurs objectifs. D'une part, tout comme l'agglomération Paris-Vallée de la Marne, l'ambition est d'apporter un outil de financement supplémentaire pour les projets qui ne rentrent pas dans les critères des outils de financement traditionnels du département. D'autre part, le département a souhaité se démarquer et afficher une image d'innovation. Enfin, le développement d'une plateforme en propre permettait de fournir un service moins onéreux que sur les plateformes privées : la commission est de 2,5 % contre 8 % sur Bulb in Town ou Ulule par exemple. Le département assure la sélection et l'accompagnement des projets, qui sont entièrement financés en dons. Depuis juillet 2015, 26 campagnes ont été lancées (24 ont abouti) pour un montant global de 126 804 €⁷.

5. <https://www.gwenneg.bzh/fr>. Consultée le 9 mai 2017.

6. Site de la région Bretagne, http://www.bretagne.bzh/jcms/prod_327498/fr/la-region-bretagne-accelerateur-d-initiatives-jeunes?preview=true. Consultée le 21 avril 2017.

7. <https://www.ozetousacteurs-manche.fr/fr>. Consultée le 24 avril 2017.

1.2. Utiliser le crowdfunding pour financer ses propres projets

Le deuxième type d'usage concerne les cas où la collectivité locale utilise le crowdfunding pour financer ses propres projets. Le développement de cette pratique a été permis par un certain nombre d'évolutions réglementaires récentes (Encadré 2).

Encadré 2. Financer les projets des collectivités en crowdfunding : où en est la réglementation ?

- La réglementation sur la finance participative s'est structurée au fur et à mesure du développement de la pratique. La principale évolution réglementaire a été apportée en 2014 avec la création du statut d'intermédiaire en financement participatif⁸. Ce décret crée une dérogation au monopole bancaire puisqu'il permet aux plateformes de faire des prêts. En ce qui concerne l'usage du crowdfunding pour financer des projets portés par les collectivités, le décret n°2015-1670 du 14 décembre 2015 permet aux collectivités locales de confier à un organisme tiers l'encaissement de recettes propres pour leur compte en lien avec une opération crowdfunding. Jusqu'alors, les collectivités devaient passer par une entité tierce pour recueillir les fonds : c'est le cas par exemple de la mairie de Yèbles (77), qui a collecté les fonds pour financer les travaux de son école via une régie. Désormais, la possibilité de recourir directement à une plateforme limite le coût administratif. La question s'est cependant posée de savoir si ce décret était applicable uniquement au crowdfunding en don (ce que laissait envisager l'expression « revenus tirés d'un projet de financement participatif ») ou s'il pouvait être élargi au crowdfunding en prêt et en investissement. Les initiatives de crowdfunding en prêt de l'agglomération de Saint-Brieuc-Armor (22), puis de Langouët (35) et de Bouillante (97) semblent montrer que le texte s'applique à tous les types de crowdfunding.

Contrairement au premier usage, qui pour le moment reste du don, les projets sont financés soit par du don, soit par du prêt ou de l'investissement. Les types de projets concernés diffèrent suivant les types de financements. Pour les projets financés par le don, il s'agit majoritairement de projets de conservation du patrimoine culturel qui s'inscrivent dans la tradition de mécénat territorial⁹. L'apparition des plateformes de crowdfunding a

permis aux collectivités de développer le mécénat de particuliers qui restait jusqu'à présent une exception par rapport au mécénat d'entreprise (EY & EXCEL, 2014). Outre les projets de conservation du patrimoine, on note de (rares) cas où la collectivité utilise le crowdfunding pour financer des projets d'infrastructures : fin 2014, la commune rurale de Yèbles (Seine-et-Marne, 800 habitants) a organisé une collecte de dons sur la plateforme MyMajorCompany pour financer une partie des travaux de rénovation de son école primaire¹⁰. Cette campagne lui a permis de lever 44 000 €, au-delà des 40 000 € initialement visés. Fin 2016, la commune rurale de Routot (Eure, 1 115 habitants) a lancé une collecte de dons sur la plateforme Collecticity pour financer une aire sportive et de jeux pour enfants¹¹. La collecte a néanmoins échoué puisque seulement 2 675 € sur les 30 000 € initialement visés ont pu être réunis. Ces deux initiatives font cependant figure d'exception.

En ce qui concerne le crowdfunding en prêt, les trois premières initiatives des collectivités locales s'inscrivent dans le contexte de la transition énergétique : installation de panneaux photovoltaïques sur un bâtiment public par l'agglomération de Saint-Brieuc-Armor (Côtes-d'Armor)¹², amélioration de l'efficacité énergétique de l'éclairage public par la commune de Bouillante (Guadeloupe)¹³ et financement d'une étude pour un projet immobilier éco-conçu pour la mairie de Langouët (Ille-et-Vilaine)¹⁴. Les projets de crowdfunding en investissement impliquant des collectivités concernent également le déploiement des énergies renouvelables. Cependant, nous ne nous sommes pas directement intéressés à ces projets dans le cadre de cette étude, car cette thématique avait déjà été traitée par l'IDDRI dans le cadre d'un autre projet de recherche (Rüdinger, 2016).

8. Décret n°2014-1053 du 16 septembre 2014 relatif au financement participatif et décret n° 2016-1453 du 28 octobre 2016 relatif aux titres et aux prêts proposés dans le cadre du financement participatif.

9. Le terme mécénat renvoie à un dispositif fiscal qui permet à des organismes d'intérêt général de faire bénéficier à leurs donateurs de réduction fiscale.

10. <https://www.mymajorcompany.com/ecole-de-yebles>. Consultée le 11 avril 2017.

11. <https://app.collecticity.fr/projects/detail/57501454b800473204c2391a>. Consultée le 11 avril 2017.

12. <https://app.collecticity.fr/projects/detail/579228e735e105030fdco516>. Consultée le 11 avril 2017.

13. <https://www.lendopolis.com/project/renovation-eclairage-public>. Consultée le 11 avril 2017.

14. <https://app.collecticity.fr/projects/detail/57e92d932e6c280318bbeee>. Consultée le 11 avril 2017.

Encadré 3. Description des cas d'étude du deuxième type d'usage

Saint-Brieuc-Armor Agglomération et Collecticity

- En septembre 2016, Saint-Brieuc-Armor Agglomération a été la première collectivité à recourir au crowdfunding en prêt pour financer l'un de ses projets, soit l'installation de panneaux photovoltaïques pour l'autoconsommation d'un bâtiment public. La levée de fonds concernait 8 400 € (20 % du budget total) empruntés sur 5 ans à un taux d'intérêt de 2,25 %. Le montant emprunté en crowdfunding ainsi que le taux d'intérêt ont été calculés afin d'assurer la rentabilité financière du projet. Le recours au crowdfunding s'inscrit dans le Plan climat-énergie territorial voté en 2014, qui vise à soutenir l'investissement citoyen de production d'énergies renouvelables. La collectivité a eu recours à la plateforme Collecticity, spécialisée dans le financement des projets publics portés par les collectivités. La rémunération de la plateforme s'est faite *via* une commission prélevée sur le montant total (non connue).

Langouët et Collectivity

- Après Saint-Brieuc-Armor, Langouët, petite commune bretonne de 600 habitants, a été la deuxième à tenter l'expérience du crowdfunding en prêt en décembre 2016 pour financer l'étude de faisabilité d'un écohabitat. La levée de fonds concernait cette fois-ci 40 000 € (17 % du budget total) empruntés sur 6 ans à un taux d'intérêt de 2 %. Le crowdfunding résonnait en effet bien avec le projet politique de la mairie qui depuis 15 ans revendique une « commune écologique qui innove avec des habitants ». Là encore, c'est à la plateforme Collecticity que la commune a fait appel pour organiser la collecte. La campagne de communication autour du projet a cependant été confiée à un autre prestataire de service.

Bouillante et Lendopolis

- Bouillante, commune guadeloupéenne de près de 7 500 habitants, s'est lancée dans l'aventure du crowdfunding de prêt en décembre 2016 dans le cadre d'un projet de renouvellement de l'éclairage public en passant à la technologie LED. Le montant du projet et de l'emprunt ont été plus importants que dans les autres projets puisque la commune a emprunté 75 000 € (sur les 875 000 € du budget total, soit 9 % du montant du projet) sur 3 ans à un taux d'intérêt de 3,5 %. Contrairement aux deux premiers projets, la commune a fait appel à la plateforme Lendopolis, une plateforme de financement participatif à destination des petites et moyennes entreprises (PME). Le choix de cette plateforme a été guidé par EDF, un des investisseurs du projet et dont le département innovation avait un contact avec Lendopolis. Du côté de la plateforme, le choix de s'orienter vers le financement des collectivités locales s'inscrit dans une stratégie de diversification des offres d'investissement, les collectivités ayant l'avantage d'être des emprunteurs à faible risque.

1.3 Conclusion

Il existe deux types d'usage du crowdfunding par les collectivités locales en France, dont les principales caractéristiques sont résumées dans le Tableau 1. On retrouve ces usages dans d'autres pays : nous avons déjà évoqué le cas de Londres ou de Milan qui se rapportent au premier usage. Pour le second, on note des initiatives similaires en Allemagne, où les opérateurs de service public locaux ont parfois recours aux citoyens pour financer des projets notamment de transition énergétique. Cependant, ce financement ne passe généralement pas par une plateforme de crowdfunding dans la mesure où les opérations se font directement à l'échelle locale : les citoyens sont par exemple appelés à entrer au capital de la « régie » locale (Herzberg & Blanchet, 2016; VKU, 2016).

Il est également intéressant de constater que les types de collectivités territoriales qui utilisent cet outil sont très variés : département, agglomération, région, commune de moins de 10 000 habitants voire commune rurale. Le crowdfunding n'est donc pas l'apanage des grandes métropoles, mais semble être accessible à tous les types de collectivités. Quelles sont leurs motivations ? Y a-t-il des différences entre les types de collectivités ?

Tableau 1. Comparaison des deux usages du crowdfunding

	La CL organise et facilite l'accès au crowdfunding	La CL utilise le crowdfunding pour ses propres projets
Porteurs de projets	Association, entreprise, particulier	Collectivité locale
Relations avec les plateformes	Partenariat Développement en propre	Prestation de services
Types de crowdfunding	Majoritairement du don	Don, prêt, investissement
Types de projets	Développement territorial	Patrimoine (don) Transition énergétique (prêt et investissement)
Cas d'étude	Agglomération Paris-Vallée de la Marne Auvergne Nouveau Monde (région Auvergne) Département de la Manche	Saint-Brieuc-Armor Agglomération Commune de Langouët Commune de Bouillante

3. DES MOTIVATIONS QUI VONT BIEN AU-DELÀ DU FINANCEMENT

Les différents entretiens que nous avons menés lors de ce projet de recherche ont révélé une vision relativement unanime sur les motivations des collectivités locales à utiliser le crowdfunding : si le crowdfunding est un outil de financement, il est aussi (et peut être avant tout) un outil de communication et de mobilisation. Et cela est valable pour les deux types d'usage identifiés précédemment.

3.1. Motivations pour l'usage 1 (organisation et facilitation de l'accès au crowdfunding)

Dans le cadre du premier type d'usage, les collectivités facilitent et organisent l'accès au crowdfunding pour des acteurs de leur territoire, dans une démarche de développement territorial ; on note trois types de motivations :

- **Le financement** : dans les trois cas explorés (encadré 1), le crowdfunding apparaît comme un outil de financement alternatif pour des projets que la collectivité ne peut pas financer, soit parce qu'elle n'a pas le budget nécessaire (c'est le cas d'Auvergne Nouveau Monde qui n'avait pas de mandat de financement), soit parce que les canaux traditionnels de financement ne sont pas adéquats. Le crowdfunding est ainsi vu comme un outil complémentaire permettant de répondre aux besoins de certains porteurs de projets qui ne peuvent prétendre à des prêts bancaires – projet culturel non lucratif par exemple – ni aux aides financières existantes des collectivités. Par exemple, dans le cas du conseil départemental de la Manche, les aides aux très petites entreprises sont conditionnées à un nombre minimal d'années d'existence de l'entreprise, ce qui empêche de soutenir les initiatives émergentes.
- **La communication territoriale** : pour les collectivités, le crowdfunding est un outil de communication permettant de montrer le dynamisme du territoire, les projets les plus innovants ou à fort impact social, etc. Une campagne de crowdfunding permet également de toucher de potentiels contributeurs au-delà du cercle social du ou des porteurs de projets, grâce à des outils de communication digitale (réseaux sociaux, newsletters, site Internet de la plateforme, etc.). Pour la collectivité, ces campagnes sont autant d'occasions de mettre en avant leur logo à la fois vis-à-vis de leurs administrés (la sphère sociale élargie du porteur de projet par exemple), mais aussi

vis-à-vis de l'extérieur du territoire. Ainsi, le fait qu'Auvergne Nouveau Monde passe par une plateforme nationale telle qu'Ulule permet de valoriser le territoire au-delà des frontières de l'Auvergne, ce qui s'inscrit dans sa mission de promotion territoriale. Cette ambition de marketing territorial se retrouve également dans la démarche de la Manche, bien que fondée sur une toute autre stratégie : le développement d'une plateforme en propre permet au territoire de se différencier et de se montrer innovant. Cette stratégie limite cependant la capacité des campagnes à toucher un public extraterritorial dans la mesure où cette plateforme est peu connue du public non manchois.

- **La solidarité territoriale** : cette troisième et dernière motivation est surtout évidente pour le cas d'Auvergne Nouveau Monde, qui a mis en place un système d'abondement permettant à des entreprises traditionnellement implantées sur le territoire de soutenir financièrement certains projets. L'investissement des entreprises n'est pas uniquement financier, mais également en termes de compétences ou de relais de communication. Le crowdfunding est donc utilisé ici comme le support d'une politique de solidarité territoriale.

Ces trois types de motivations ne s'expriment pas de la même manière suivant les projets. Ainsi, l'agglomération Paris-Vallée de la Marne exploite très peu le potentiel communicationnel du crowdfunding : outre son logo sur la page de collecte du projet¹⁵, l'agglomération ne communique pas du tout sur le partenariat qu'elle a avec la plateforme Bulb in Town. Cette absence de communication peut être expliquée par le faible nombre de projets financés par ce biais : pour le moment, le crowdfunding reste un outil anecdotique. À l'inverse, le partenariat entre Auvergne Nouveau Monde et Ulule est très explicite, certains associent même Auvergne Nouveau Monde à une antenne auvergnate d'Ulule¹⁶ ! La valorisation du crowdfunding comme un outil de communication transparait dans le type des partenariats avec les plateformes : pour Paris-Vallée de la Marne, cela se limite à une convention de partenariat sans contrepartie financière, alors que pour Auvergne Nouveau Monde, il s'agit de contrat de prestation de communication auprès d'Ulule.

15. <https://www.bulbintown.com/projects/bd-rodham-willows-tome-1>. Consultée le 11 avril 2017.

16. Communication personnelle, 2017.

3.2. Motivations pour l'usage 2 (utilisation du crowdfunding par les collectivités pour leurs propres projets)

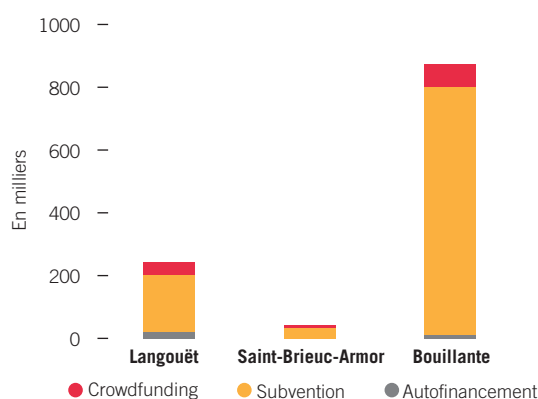
On retrouve également trois types de motivation en ce qui concerne l'utilisation du crowdfunding pour les projets portés par les collectivités locales elles-mêmes.

- Le financement : dans les trois cas que nous avons explorés, le crowdfunding en prêt apparaît comme un outil alternatif aux modes de financement traditionnels (prêts bancaires notamment), soit parce que le projet ne répond pas forcément aux conditions d'octroi de prêt, soit parce que le crowdfunding en prêt permet une plus grande flexibilité dans l'obtention des fonds. Ainsi, la commune de Langouët s'est tournée vers le crowdfunding en prêt pour financer l'étude de réalisation de son projet immobilier éco-conçu dans la mesure où il lui était difficile d'obtenir un prêt pour financer ladite étude. Pour la commune de Bouillante, c'est surtout l'argument de la réactivité dans l'obtention des fonds – disponibles en quelques semaines contre probablement plusieurs mois s'il avait fallu faire un prêt bancaire – qui a motivé le choix de recourir au crowdfunding. L'intérêt financier du crowdfunding en prêt par rapport aux prêts bancaires classiques doit d'ailleurs être relativisé car les taux d'emprunt y sont plus importants : ils étaient respectivement de 2 %, 2,25 % et 3,5 % pour Langouët, Saint-Brieuc-Armor et Bouillante, contre 1,75 % en moyenne pour les prêts bancaires durant l'année 2015¹⁷. Il faut y ajouter la commission prélevée par la plateforme, soit environ 3 % du montant de la collecte. L'arbitrage financier semble être plus favorable au crowdfunding en prêt dans les cas de sommes inférieures à 100 000 €, pour lesquelles les frais de dossier des prêts bancaires seront relativement plus importants.

Le crowdfunding est d'ailleurs une source de financement complémentaire : dans les trois cas étudiés, la plus grande partie des budgets provenait de subventions accordées par l'État (programme des territoires à énergie positive pour la croissance verte¹⁸) ou d'autres acteurs publics. La

part financée en crowdfunding en prêt représentait ainsi 17 % pour Langouët, 19 % pour Saint-Brieuc-Armor, et 9 % pour Bouillante (Figure 2).

Figure 2. Répartition des budgets des trois cas d'étude



Source : Collecticity et Lendopolis, 2017.

- La communication territoriale : la source alternative de financement n'est pas la seule motivation des collectivités pour recourir au crowdfunding en prêt, qui y voient également un certain nombre de co-bénéfices politiques. Ainsi, le crowdfunding en tant qu'outil innovant apparaît comme un moyen de communication territoriale. L'initiative de la Mairie de Langouët par exemple a été relayée dans plus d'une dizaine de médias nationaux. Cette valorisation médiatique est cependant liée au caractère pionnier et novateur de ces initiatives, et son potentiel est appelé à décroître au fur et à mesure de la démocratisation de la pratique.
- Implication citoyenne : l'autre co-bénéfice mis en avant par les collectivités est celui de l'implication des citoyens. La campagne de crowdfunding est l'occasion pour la collectivité d'attirer l'attention des citoyens, de communiquer sur le projet (et la vision politique sous-jacente) et de faire un travail pédagogique auprès de ses administrés. D'une certaine manière, une campagne de crowdfunding est également un moyen pour les collectivités de « tester » la demande politique pour un projet, l'hypothèse étant que les contributions sont aussi une marque de soutien, d'ailleurs prise en compte par les autres bailleurs du projet : le maire de Langouët nous a ainsi confié que la réussite de campagne de crowdfunding avait permis de consolider la confiance des financeurs institutionnels sur le bien-fondé du projet.

L'assimilation entre la réussite d'une campagne de crowdfunding et le soutien politique de la

17. Selon l'Observatoire France Active. <http://www.cais-sedesdepotsdesterritoires.fr/cs/ContentServer?pagename=Territoires/LOActu/ArticleActualite&id=1250270556636>. Consultée le 11 avril 2017.

18. <http://www.developpement-durable.gouv.fr/action-des-territoires-transition-energetique>. Consultée le 23 mai 2017.

population doit être néanmoins relativisée à l'aune de deux éléments. D'une part, les financeurs des projets ne sont pas toujours des « locaux » : l'expérience semble montrer que la mobilisation des administrés demande un investissement d'animation physique locale (réunions d'information, relais dans les médias des collectivités, événements, etc.). La mairie de Langouët a ainsi chargé un prestataire tiers d'assurer la communication et l'animation autour de la campagne de financement, pour un coût de 5 000 €, soit environ 12 % des fonds collectés. Cette stratégie semble avoir été payante du point de vue de la mobilisation locale, puisque deux tiers des contributeurs sont issus de la commune. À l'inverse, la commune de Bouillante a fait très peu d'animation locale, ce qui s'est traduit par une participation très faible des administrés au financement : la part des contributeurs issus de la commune n'est que de 8 %.

D'autre part, comme tout outil de participation, le crowdfunding induit des processus d'exclusion de certaines catégories de population, notamment les personnes qui ne savent pas se servir des outils du numérique et celles qui sont trop contraintes financièrement pour contribuer. Il est intéressant de noter que les collectivités ont mis en place des outils pour répondre en partie à ces obstacles à la participation, comme des permanences physiques pour accompagner les personnes qui souhaitent contribuer sur la plateforme. De leur côté, les plateformes proposent des seuils de contributions très bas (autour de 20 €), afin de faire participer les personnes avec des moyens financiers limités.

3.3. Conclusion

Pour les deux types d'usage que nous avons répertoriés, le crowdfunding est beaucoup plus qu'un outil de financement. Il existe en effet deux autres motivations pour utiliser cet outil, que l'on retrouve dans les deux cas. La première est la communication, sur le dynamisme territorial dans le premier cas, et sur des projets emblématiques portés par la collectivité dans le second. La seconde motivation est la mobilisation des acteurs et/ou des citoyens. Dans la pratique, concilier ces différentes motivations n'est pas toujours évident : mobiliser la population locale lors d'une campagne de crowdfunding demande un investissement en termes d'animation, ce qui a tendance à en alourdir le coût. Si le crowdfunding est donc un outil multifonctions, il n'en reste pas moins que des arbitrages doivent être faits entre les différents bénéfices que l'on peut en attendre. Face à ce constat, pour quels types de projet est-il le plus pertinent d'utiliser le crowdfunding ?

4. LA ZONE DE PERTINENCE DU CROWDFUNDING

Le crowdfunding est donc à la fois un outil de financement, de communication, et de mobilisation. Mais peut-on l'utiliser pour tout type de projet ? Quelles sont les différences entre les deux types d'usage et entre le crowdfunding en don et en prêt ? Autrement dit, quelle est la zone de pertinence de cet instrument dans les politiques des collectivités ?

4.1. Usage 1 : les critères de pertinence habituels du crowdfunding

En ce qui concerne l'usage du crowdfunding comme un instrument d'animation territoriale, la zone de pertinence est déterminée par trois facteurs.

- Le premier concerne les valeurs et le message véhiculés par le projet : les représentants des collectivités que nous avons rencontrés ont souligné l'importance des notions d'utilité collective et d'ancrage local, que le projet soit à visée lucrative ou non. Les modes de sélection des projets sont cependant différents suivant les collectivités. Le département de la Manche a mis en place une procédure de sélection interne basée sur des critères de secteur d'activité (culture, agriculture, innovation et solidarité), de valorisation du territoire et d'utilité collective. Dans le cas d'Auvergne Nouveau Monde, les projets sont sélectionnés en amont par un vote du public.
- Le deuxième facteur est celui des besoins financiers du projet, qui ne doivent pas excéder quelques milliers d'euros, ou dans le cas contraire, doivent pouvoir être complétés par d'autres sources de financement. Sur la plateforme manchoise Ozé par exemple, 80 % des projets ont collecté entre 2 000 et 4 000 €, ce qui correspond aux montants moyens de collecte observés à l'échelle nationale¹⁹.
- Enfin, le troisième et dernier facteur est celui de la capacité du ou des porteurs de projets à s'investir dans une campagne de communication digitale mais aussi présente, nécessaire au succès de la collecte.

En résumé, la zone de pertinence du crowdfunding comme instrument d'animation territoriale est proche de celle de n'importe quel projet proposé

19. Le montant moyen des collectes est de 1 811 € par projet pour du don sans contrepartie et de 4 224 € par projet pour du don avec contrepartie. Source : Baromètre du crowdfunding 2016, Financement participatif France.

sur une plateforme de crowdfunding, même si l'accent sur la dimension d'ancrage territorial et d'intérêt collectif est plus important.

4.2. Usage 2 : une acceptabilité sociale liée au périmètre du service public

En ce qui concerne l'usage du crowdfunding comme instrument de financement de projets portés par les collectivités locales, la question de la zone de pertinence se pose en termes d'acceptabilité sociale : dans quelle mesure peut-on demander aux citoyens de payer pour les projets des collectivités dans un contexte où les services publics sont déjà financés par un taux élevé de prélèvements obligatoires ? Cet enjeu est particulièrement fort pour le crowdfunding en don, puisque pour le crowdfunding en prêt le citoyen est rémunéré pour sa contribution. De plus, n'y a-t-il pas un risque de fatigue, de sur-sollicitation, si la collectivité se met à solliciter les financements des citoyens de manière régulière ? Les discussions que nous avons eues lors des entretiens et pendant l'atelier de travail nous ont permis de clarifier ces enjeux.

Tout d'abord, il y aurait un périmètre d'acceptabilité sociale du crowdfunding en don, lié à une certaine conception politique de ce que doivent financer ou non les collectivités locales et le service public. Concrètement, nous acceptons facilement l'idée de donner à une collectivité pour un projet de conservation du patrimoine, mais beaucoup moins celle de donner pour la rénovation d'une école publique. D'après une enquête sur la perception des Français du mécénat porté par les collectivités réalisée au cours de l'été 2014 auprès de 1 060 personnes, les deux secteurs devant être financés en priorité par le mécénat sont l'environnement et la défense du patrimoine (EY & EXCEL, 2014). Il semble donc qu'il y ait certains secteurs pour lesquels l'implication de la puissance publique n'est pas envisagée comme forcément nécessaire, alors que d'autres, comme l'éducation, semblent au contraire faire partie du cœur de la mission de service public. Le cas de la commune de Yèbles, qui pourrait apparaître comme un contre-exemple, témoigne au contraire du caractère politiquement peu légitime de recourir au crowdfunding pour financer des infrastructures liées à l'éducation : la maire de Yèbles déclarait ainsi elle-même dans la presse qu'elle « avait honte » d'avoir été obligée de « faire la manche pour construire l'école de la République » (Brouze, 2015). Ce périmètre d'acceptabilité sociale, qui pour le moment se limite à la conservation du patrimoine, est susceptible d'évoluer dans le futur, notamment si la

baisse des moyens publics impose de plus en plus le recours à des financements alternatifs.

En ce qui concerne le crowdfunding en prêt, l'enjeu de l'acceptabilité sociale est moins fort que pour le crowdfunding en don : lorsque le principe du crowdfunding en prêt est clairement expliqué, les expériences des trois cas d'étude montrent que les citoyens ne font pas le parallèle avec l'impôt, ce qui d'ailleurs a été une surprise pour certaines collectivités. En ce qui concerne les types de projets pertinents pour un financement par le prêt, la majorité des personnes que nous avons interrogées pensent que cet outil peut être utilisé pour d'autres projets que ceux de développement durable ou de transition énergétique. Néanmoins, l'usage du crowdfunding en prêt doit être réservé à des projets innovants et porteurs de sens, d'une part pour susciter l'intérêt de la population (« Il faut une aventure intellectuelle »²⁰), d'autre part parce que si on sollicite les administrés pour n'importe quel type de projet, on va créer une lassitude, et enfin parce que l'intérêt du crowdfunding est surtout de communiquer et de mobiliser les citoyens autour d'un projet, ce qui n'est pas nécessaire pour tous les types de projet mis en œuvre par les collectivités. Ces arguments semblent d'autant plus forts que, comme nous l'avons vu dans la partie précédente, recourir au crowdfunding en prêt a un coût non négligeable pour les collectivités. Il semble donc qu'il y ait également une zone de pertinence pour le crowdfunding en prêt, qui est moins fondée sur la notion d'acceptabilité sociale que sur un compromis pragmatique entre l'intérêt financier et politique de recourir à cet outil par rapport à un mode de financement plus classique.

4.3. Conclusion

Le crowdfunding est un outil multifonctions, qui peut présenter à la fois des bénéfices en termes de financement, de communication et de mobilisation. Comme tout outil, il doit être utilisé à bon escient. En ce qui concerne l'usage du crowdfunding comme instrument d'animation territoriale, la zone de pertinence est proche de celle de n'importe quel projet proposé sur une plateforme de crowdfunding (valeurs portées par le projet, besoins financiers, compétence en termes de communication digitale et présente), même si l'accent sur la dimension d'ancrage territorial et d'intérêt collectif est plus important. En ce qui concerne l'usage du crowdfunding comme outil de financement des projets portés par les collectivités locales, la zone de pertinence est guidée par

20. Communication personnelle, 2017.

la question de l'acceptabilité sociale, notamment pour le crowdfunding en don : le crowdfunding ne doit pas être utilisé pour des projets qui font partie des missions traditionnelles de la collectivité et qui doivent être financés en priorité par l'impôt obligatoire.

Le développement durable est ainsi un secteur particulièrement pertinent pour utiliser le crowdfunding : il est porteur de valeurs, il n'est pas forcément considéré comme faisant partie du cœur des missions de service public, il nécessite l'implication des citoyens, etc. Mais comment peut-on l'utiliser concrètement ?

5. COMMENT UTILISER LE CROWDFUNDING DANS UNE POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ? ILLUSTRATION AVEC LE PLAN CLIMAT AIR ÉNERGIE DE PARIS

5.1. Pourquoi s'intéresser au crowdfunding dans le cadre du Plan climat-air-énergie ?

L'Iddri, en partenariat avec la Mairie de Paris et l'Ademe, a organisé le 10 mars 2017 un atelier de travail sur les usages du crowdfunding par les collectivités locales. L'un des objectifs de cet atelier était de réfléchir au potentiel du crowdfunding dans la mise en œuvre du Plan climat-air-énergie de Paris 2020-2030, qui vise à atteindre la neutralité carbone d'ici 2050. La synthèse des recommandations issues de cet atelier a contribué à la concertation lancée par la Mairie de Paris sur le Plan climat-air-énergie (Mairie de Paris, 2017). Ce questionnement part de deux constats : d'une part, la mise en œuvre de ce Plan nécessite des investissements colossaux que la collectivité parisienne ne va pas pouvoir assurer seule. Le crowdfunding apparaît donc comme une source de financements supplémentaires. D'autre part, les prérogatives de la Mairie de Paris et des mairies d'arrondissement ne permettent de toucher que 20 à 25 % des émissions de gaz à effet de serre du territoire parisien²¹. Dans ce contexte, il est crucial que la Mairie de Paris encourage et soutienne les initiatives privées, qu'elles soient citoyennes, entrepreneuriales ou associatives, qui peuvent contribuer à atteindre

les objectifs du Plan climat. Là encore, le crowdfunding apparaît comme un outil intéressant pour soutenir ces initiatives, notamment selon l'usage 1 décrit précédemment. Enfin, atteindre la neutralité carbone nécessite de transformer les habitudes de vie des Parisiens (en augmentant la part modale du vélo, en améliorant les procédures de tri des déchets, etc.), mais aussi les infrastructures et le paysage (par exemple à travers l'installation de panneaux photovoltaïques sur les toits), ce qui pourrait soulever des réticences de la part de la population, notamment pour des questions de paysage et de préservation du patrimoine. Le crowdfunding, en tant que vecteur de communication et d'implication concrète des citoyens, peut être un des outils permettant de faciliter l'acceptabilité politique du Plan climat et des projets mis en œuvre, que ce soit selon l'usage 1 ou 2.

5.2. Communiquer, sensibiliser et informer plutôt que financer

De manière générale, les discussions et propositions ont moins concerné le potentiel financier du crowdfunding que ses co-bénéfices en tant qu'outil de communication et de mobilisation. Le crowdfunding peut être ainsi particulièrement intéressant pour encourager de nouvelles initiatives privées et soutenir les initiatives existantes qui contribuent au Plan climat, qu'elles soient sur le territoire parisien ou en dehors. La Mairie pourrait ainsi créer une plateforme ou s'associer avec une plateforme existante pour dédier une page aux projets qui contribuent au Plan climat (usage 1 décrit précédemment). Elle pourrait apporter son soutien à des campagnes à travers un label spécifique ou en utilisant le label existant pour les projets en faveur de la transition écologique et énergétique (Corbeel, 2017), voire cofinancer des projets privés, sur le même modèle que celui du programme de *civic crowdfunding* mis en œuvre à Londres et Milan.

De plus, le crowdfunding peut être un outil intéressant pour sensibiliser les citoyens aux enjeux de la transition écologique et pour faire connaître les dispositifs de soutien aux initiatives, comme par exemple le programme Éco-rénovons Paris²², qui reste pour le moment peu connu du grand public. Une fraction du fonds initialement prévu dans le cadre du programme Éco-rénovons Paris pour subventionner les copropriétés engagées dans

21. Françoise, Y. (2017). « Vers un nouveau Plan climat-air-énergie de Paris 2020-2030 : vers une ville neutre en carbone en 2050 ». Atelier de travail « L'usage du crowdfunding par les collectivités locales », 10 mars 2017, Paris.

22. Éco-rénovons Paris est un programme mis en place par la Mairie de Paris qui a pour objectif d'encourager la rénovation énergétique des immeubles d'habitat privé. Les copropriétés peuvent bénéficier d'un accompagnement personnalisé et gratuit et de subventions.

une démarche de rénovation énergétique pourrait ainsi être ouverte au crowdfunding en prêt (usage 2) : concrètement, cela reviendrait à lancer une campagne de crowdfunding auprès des Parisiens pour financer la rénovation énergétique des copropriétés parisiennes. Outre de faire connaître l'enjeu de la rénovation énergétique et le dispositif Éco-rénovons Paris, le crowdfunding donnerait sans doute une image innovante et donc plus attrayante des copropriétés, souvent mal perçues par le grand public.

Le crowdfunding peut également être utilisé pour tenter de lever certaines réticences des Parisiens face aux modifications du paysage et du patrimoine impliqués par l'objectif de neutralité carbone, notamment en matière de développement des énergies renouvelables. La Mairie pourrait lancer une campagne de crowdfunding en prêt ou en investissement pour financer l'installation de panneaux photovoltaïques sur les toits (usage 1 ou 2) : en valorisant de nouvelles ressources du territoire et en faisant bénéficier les habitants à travers une rémunération de leur épargne, le crowdfunding pourrait atténuer en partie les réticences locales liées aux impacts esthétiques des panneaux sur le paysage. Dans la même idée, le crowdfunding peut également être utilisé pour financer des tiers investisseurs. On pourrait par exemple imaginer qu'une copropriété loue son toit pour un projet de production d'électricité en photovoltaïque qui serait en partie financé par du crowdfunding en prêt (usage 1), avec l'idée que les revenus de la location servent à financer une partie des travaux de rénovation énergétique de la copropriété, ou que l'électricité soit utilisée pour l'autoconsommation ce qui réduirait les charges de copropriété. Là encore, le crowdfunding en prêt serait un moyen de communiquer autour de projets emblématiques et innovants liés à la rénovation énergétique.

Toutefois, les travaux menés par l'Iddri sur les outils de crowdsourcing (de Feraudy & Sautot, 2016) montrent que la mise à disposition d'une plateforme numérique ne suffit pas à attirer l'attention des citoyens et leur participation. La conception de la démarche – à quel moment interviennent les citoyens, pour faire quoi, et avec quels impacts sur le processus – est déterminante pour la mise en capacité des habitants et *in fine* le niveau de mobilisation. Par exemple, en offrant une liberté de contribution et de choix au-delà de la contribution financière, les outils de crowdfunding peuvent encourager les citoyens à adopter une démarche réflexive sur le projet. En favorisant la transparence des projets, ils peuvent leur permettre de contextualiser leur action et, en rendant lisibles le fonctionnement de la ville et les

responsabilités des différents acteurs, contribuer à un apprentissage des moyens d'agir sur la décision. Pour résumer, la démarche de crowdfunding devra parvenir à installer les citoyens comme des parties prenantes du projet afin d'atteindre ses objectifs.

5.3. Le crowdfunding, un outil de coopération territoriale ?

Les ressources du territoire parisien seules ne pourront répondre aux besoins énergétiques de la métropole parisienne, même en développant les sources d'énergies renouvelables locales comme le photovoltaïque et la géothermie : la densité du territoire entraîne à la fois une contrainte forte sur l'espace physique disponible et une demande énergétique importante. Les besoins énergétiques de Paris doivent donc être couverts par des sources d'énergie en dehors du territoire.

Dans ce contexte, le crowdfunding peut être un outil intéressant dans le cadre d'une politique de coopération territoriale énergétique entre Paris et les autres territoires franciliens. Paris pourrait par exemple investir dans des projets de production d'énergies renouvelables en Île-de-France tout en associant financièrement les riverains des zones d'implantation de manière à leur garantir un certain niveau de rentabilité, par exemple en leur donnant un accès – voire une rémunération – préférentiel (usage 2). Ainsi, la plateforme pourrait ouvrir les contributions uniquement pour les habitants de certains territoires les premières semaines, ou proposer des taux d'intérêt différents suivant les territoires. Le crowdfunding pourrait donc être un moyen d'associer l'ensemble des Franciliens au Plan climat et donc potentiellement d'en améliorer l'acceptabilité politique dans une démarche de mutualisation territoriale des ressources.

5.4. Conclusion

Le crowdfunding apparaît comme un outil pertinent dans le cadre d'une politique de développement durable comme le Plan climat de Paris, et ce pour les deux types d'usages. Par rapport aux questionnements initiaux de la Mairie de Paris qui ont été présentés au début de cette section, l'intérêt du crowdfunding n'est pas forcément d'être une source supplémentaire de financement : la Mairie dispose déjà d'autres leviers lui permettant de lever de d'importantes quantités d'argent à un coût moindre que celui du crowdfunding en prêt. Les obligations climat lancées en 2015 ont par exemple permis de lever 300 millions d'euros à un taux de 1,75 %. Le potentiel du crowdfunding réside plutôt dans sa capacité à soutenir et encourager

les initiatives privées qui contribueraient au Plan climat, à communiquer sur les dispositifs mis en œuvre et à impliquer les citoyens dans le projet de transition écologique de Paris, sur le territoire parisien mais aussi en dehors du territoire. Le crowdfunding apparaît moins comme un outil de financement qu'un outil de transparence et de soutien à la participation de l'ensemble des acteurs, deux éléments fondamentaux du projet de développement durable.

Enfin, notons que plusieurs recommandations sur l'utilisation du crowdfunding pour le Plan climat ont été formulées dans le cadre de cette étude et ont contribué à la concertation lancée par la Mairie de Paris. Les recommandations reprises dans le bilan des contributions sont les suivantes (Mairie de Paris, 2017 : 15) :

- soutenir les initiatives privées citoyennes, entrepreneuriales ou associatives qui contribuent au Plan climat. La Ville de Paris pourrait soutenir ces projets *via* la participation ou la création de plateforme dédiée ou encore en cofinançant certains projets ;
- communiquer de manière innovante sur le nouveau Plan climat et les dispositifs de transition énergétique tel que le programme « Éco-rénovons Paris » dédié à la rénovation énergétique du bâti privé. C'est également un moyen de mobiliser les citoyens ;
- soutenir une logique de coopération territoriale entre Paris et les autres territoires franciliens sur des projets d'énergies renouvelables à travers une campagne de crowdlending ou de crowdequity.

6. DISCUSSION

6.1. Un cache-misère des villes fauchées ?

Les initiatives des collectivités en matière de crowdfunding ont pu susciter des craintes sur le fait que cet outil serait un moyen de masquer leur désengagement en matière de service public. Ces craintes s'enracinent dans le contexte de baisse des moyens financiers des collectivités locales due à la diminution de la dotation globale de fonctionnement de l'État : de 2014 à 2016, elle est ainsi passée de 40,1 à 33,2 milliards d'euros²³. Elles concernent principalement les cas où le

crowdfunding est utilisé pour financer des projets portés par les collectivités locales (usage 2), et dans une moindre mesure les cas où la collectivité utilise le crowdfunding comme outil de développement territorial (usage 1) : les sommes collectées auprès des citoyens sont autant de subventions en moins à dépenser.

Notre étude a contribué à apporter des éléments de réponse à cet enjeu, tout d'abord en différenciant les différents types de crowdfunding. La question d'un potentiel désengagement des services publics ne se pose en effet que pour le crowdfunding en don et non pour le crowdfunding en prêt. En ce qui concerne le crowdfunding en don, notre étude a montré qu'il existait un périmètre d'acceptabilité sociale lié à une certaine conception politique de ce que doivent financer ou non les collectivités locales et le service public. Définir ce périmètre relève d'un exercice subjectif, dans la mesure où il diffère selon les cultures politiques et qu'il est susceptible de varier dans le temps. Ainsi, on peut imaginer que ce périmètre d'acceptabilité sociale en France est différent de celui qui prévaut dans les pays anglo-saxons, qui accordent traditionnellement une place plus importante à l'initiative individuelle ou communautaire dans la fourniture de biens collectifs. La ville de Central Falls aux États-Unis (État du Rhode Island) a ainsi utilisé le crowdfunding en don pour financer des poubelles de recyclage dans un parc public que sa situation monétaire l'empêchait de financer elle-même. Cependant, tout comme Yèbles, cette initiative reste isolée ; les études sur le sujet ont montré que les projets financés par le *civic crowdfunding* ne concernaient pas les missions traditionnelles du service public (Davies, 2014b). La question du périmètre d'acceptabilité sociale du crowdfunding semble donc exister dans tous les pays.

6.2. Hybrider pour rendre le crowdfunding plus inclusif

Face à ce constat, comment s'assurer que le crowdfunding est utilisé à bon escient et ne va pas être perçu comme une alternative aux financements publics ? Comment également faire en sorte que le crowdfunding permette au plus grand nombre de participer à la construction des politiques publiques locales, et pas seulement en termes de contribution financière ?

Une des pistes qui nous a été évoquées lors de ce travail de recherche a consisté à hybrider le crowdfunding avec d'autres outils de participation citoyenne numérique, tels que le crowdsourcing ou le budget participatif. Le crowdsourcing désigne « l'utilisation d'une application ou plateforme numérique pour mobiliser l'intelligence de la

23. Source : <http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/finances-publiques/collectivites-territoriales/ressources/quelles-sont-dotations-etat-aux-collectivites.html>. Consultée le 9 mai 2017.

foule » (de Feraudy & Saujot, 2016). Les outils de crowdsourcing permettent notamment d'engager les citoyens dans la production de données, d'avis mais aussi de projets pour la ville. Les opportunités d'associer des modalités de crowdsourcing dans les campagnes de crowdfunding se situent à deux niveaux. En amont de la collecte, le crowdsourcing ou autre outil équivalent permet aux citoyens de sélectionner des projets, voire d'en proposer. Auvergne Nouveau Monde mobilise ainsi le vote du public pour sélectionner les projets qui seront ensuite proposés sur la plateforme de crowdfunding. Aux États-Unis, les projets proposés par des villes sur la plateforme Citizeninvestor sont généralement issus de pétitions citoyennes (Baeck & Collins, 2015). L'autre possibilité d'hybridation se situe en aval de la collecte, au moment de la réalisation du projet : on pourrait ainsi imaginer que la contribution des citoyens au projet ne soit pas que de nature financière mais comprenne également une contribution en termes de compétences ou de temps, par exemple à travers l'organisation de journées citoyennes. Cette option permet en outre aux personnes avec des moyens financiers limités de contribuer au projet d'une autre manière.

Le deuxième outil qui présente un intérêt d'hybridation avec le crowdfunding est le budget participatif. Le budget participatif consiste pour une ville à affecter une partie de son budget d'investissement à des projets sélectionnés – voire proposés – par les citoyens. Cet outil connaît un engouement en Europe depuis quelques années et est aujourd'hui pratiqué par une dizaine de villes en France, dont Paris (de Feraudy, 2017). Les possibilités de convergence entre le crowdfunding et le budget participatif ont été mentionnées dans de nombreux entretiens avec les représentants des plateformes. D'une part, cela permet d'identifier les besoins des administrés auxquels la collectivité ne répond pas, ou partiellement, et donc les projets susceptibles de faire partie du périmètre d'acceptabilité sociale du crowdfunding. D'autre part, associer un outil de crowdfunding à un budget participatif permettrait surtout d'étendre son potentiel financier. Certains proposent ainsi de faire des campagnes de crowdfunding pour les projets proposés au budget participatif qui n'auraient pas eu de financement public. D'autres envisagent d'associer des cofinancements de citoyens à ceux de la collectivité sur les projets sélectionnés lors du processus de budget participatif. Une collectivité pourrait ainsi ne financer qu'une partie du budget du projet, et ouvrir le reste au crowdfunding. Dans cette logique, on se rapproche des programmes de *civic crowdfunding* avec abondement de la collectivité mis en place par la Mairie de Londres et celle de Milan.

Aujourd'hui, certaines plateformes de crowdfunding discutent de ces rapprochements avec d'autres acteurs de la participation citoyenne numérique ou avec les collectivités qui ont mis en place des budgets participatifs. Il est donc probable qu'émergent au cours des prochaines années des solutions hybrides mêlant crowdfunding et crowdsourcing et constituant des canaux pluriels d'échange entre la ville et ses citoyens. Loin d'être une remise en cause des services publics, ces solutions s'inscrivent plutôt dans une nouvelle manière de « faire la ville », plus contributive et ancrée dans le dialogue et la co-construction avec les citoyens. On ne saurait toutefois voir dans ces outils numériques une solution suffisante à la demande accrue de transparence et de renouvellement de la participation citoyenne dans les affaires publiques : le crowdfunding tout comme le crowdsourcing ne sont que des outils qui doivent être mis au service d'une démarche politique plus large cherchant à renforcer la démocratie locale. De plus, comme tout outil de participation, ils produisent des effets d'éviction qui doivent être pris en compte. La participation à travers une campagne de crowdfunding, en don ou en prêt, nécessite de disposer d'un minimum de ressources financières. Quid alors des populations les plus contraintes financièrement, qui sont également celles qui participent le moins ? La possibilité de contribuer en termes de compétences et non pas seulement en termes financiers est une piste de réponse.

6.3. Un marqueur de l'évolution des politiques publiques locales ?

Plus généralement, ces outils s'insèrent dans un contexte où, de plus en plus, le rôle de la collectivité locale se situe dans la mise en mouvement d'un écosystème d'acteurs sur son territoire. Certaines collectivités locales parlent ainsi de « faire faire » la ville avec la diversité des acteurs territoriaux. Certains secteurs de l'action publique ont en effet connu de profonds bouleversements au cours des dernières années, notamment dus aux innovations numériques : les acteurs et les fournisseurs de services se sont multipliés et la logique de l'action publique évolue de plus en plus d'une logique d'offre uniforme à une logique de demande personnalisée. Le secteur de la mobilité par exemple connaît une profonde mutation avec l'apparition de nouveaux acteurs et une logique d'action qui s'oriente de plus en plus vers la réponse à la demande plutôt qu'une logique d'offre (Brimont *et al.*, 2016).

Cette complexification de l'action publique fait que la collectivité se retrouve de plus en plus dans

un rôle d'animation de réseaux. La collaboration avec les nouveaux acteurs issus du numérique ne va toutefois pas sans poser question : leur positionnement et les modalités de partenariats ne sont pas toujours évidentes. Et cela se traduit par exemple dans le choix entre internalisation et externalisation du service : faut-il développer sa propre plateforme de crowdfunding, pour avoir la pleine maîtrise du processus et des données, avec les inconvénients et les coûts en termes de développement et de gestion, ou recourir à une plateforme existante permettant des économies d'échelle mais nécessitant une bonne collaboration et répartition des rôles ? Les collectivités font face à cette question, pour le crowdfunding et sur d'autres aspects de leur politique (participation citoyenne, plateforme de covoiturage, plateforme d'échange de biens...). Cette question fait l'objet du projet de recherche Audacités mené par l'Iddri et la Fing, qui vise à comprendre les enjeux de gouvernance de la ville numérique réelle (Saujot, de Feraudy, Marcou, & Albarede, 2017).

7. CONCLUSION

L'usage du crowdfunding par les collectivités locales est une pratique émergente : les initiatives visant à utiliser le crowdfunding dans une politique de développement territorial n'ont au plus que quelques années, celles visant à utiliser le crowdfunding pour financer des projets portés par les collectivités que quelques mois pour le cas du crowdfunding en prêt. Face à ce constat, l'ambition de cette étude était de fournir une grille de lecture de ces pratiques (pourquoi utiliser le crowdfunding, pour quels types de projets, et quels bénéfices peut-on en attendre ?) et de tenter d'apporter des éléments de réponse à certains des grands enjeux politiques que cet outil pose, comme celui du lien avec la baisse des moyens financiers des collectivités locales. Plusieurs éléments de résultats nous semblent importants à rappeler au terme de cette analyse.

Tout d'abord, il apparaît de manière évidente que le crowdfunding est moins un outil de financement que de communication et de mobilisation. Que ce soit en tant qu'outil de développement territorial destiné à soutenir des initiatives portées par des acteurs du territoire ou en tant qu'outil de financement d'un projet porté par la collectivité elle-même, l'intérêt financier du crowdfunding

doit être relativisé : le crowdfunding en don ne permet de lever que de petites sommes d'argent (qui restent toutefois décisives dans le cas de petits projets individuels !), tandis que le crowdfunding en prêt et en investissement est souvent financièrement moins avantageux que des formes de financement plus traditionnelles comme le prêt bancaire. L'intérêt d'utiliser le crowdfunding pour une collectivité locale réside plus dans ses bénéfices : faire une campagne de collecte permet de communiquer sur le projet, d'impliquer les citoyens, d'assurer plus de transparence sur un projet, de mobiliser différents types d'acteurs (par exemple avec des systèmes d'abondement public et privé), de tester une demande politique, etc. Du point de vue d'une collectivité locale, le crowdfunding apparaît donc comme un outil de participation et d'engagement citoyen complémentaire aux outils existants.

Le deuxième point que nous souhaitons mettre en avant est que le crowdfunding est un outil accessible à n'importe quel type de collectivité. D'une grande agglomération à une commune rurale en passant par un département, le crowdfunding est utilisé – certes de différente manière – par une très grande diversité d'acteurs publics. Ce point nous semble important à l'heure où les débats sur le rôle des outils numériques dans la vie démocratique sont très souvent restreints aux métropoles. Le crowdfunding semble donc être un outil peu coûteux comparativement à d'autres pour introduire des éléments de transparence et de participation citoyenne dans la vie publique.

Enfin, comme tout secteur en émergence, l'usage du crowdfunding par les collectivités locales est très probablement amené à évoluer au cours des prochaines années. Nous avons mentionné dans la section précédente les possibles reconfigurations des plateformes avec d'autres acteurs de la participation citoyenne numérique. Les partenariats avec des acteurs industriels plus traditionnels, à l'instar de ce qui se fait déjà avec les acteurs du secteur de l'énergie, sont également appelés à se multiplier. Pour ces derniers, le crowdfunding peut être en effet un moyen supplémentaire de gagner en transparence afin de garantir l'acceptabilité sociale et politique de leurs projets. Enfin, on pourrait imaginer de nouveaux partenariats avec les acteurs plus traditionnels du financement des collectivités, permettant de construire une ingénierie financière qui assure la complémentarité entre le crowdfunding et d'autres sources de financement. ■

BIBLIOGRAPHIE

- Baeck, P., & Collins, L. (2015, juillet 8). Crowdfunding public services - tapping into the crowd to finance public projects | Nesta. Consulté le 17 octobre 2016, à l'adresse <http://www.nesta.org.uk/blog/crowdfunding-public-services-tapping-crowd-finance-public-projects>
- Brimont, L., Demailly, D., Saujot, M., & Sartor, O. (2016). *Les nouveaux acteurs de la mobilité collaborative: des promesses aux enjeux pour les pouvoirs publics* (Study No. n°02/16) (p. 40 p). Paris: Iddri
- Brouze, E. (2015, mars 19). Crowdfunding pour une école : « En tant qu'élue, j'ai honte de l'avoir fait » - Rue89 - L'Obs. *Rue89*. Consulté à l'adresse <http://rue89.nouvelobs.com/2015/03/19/a-yebles-maire-fait-manche-reconstruire-lecole-258223>
- Cathcart-Keays, A. (2016, juin 17). How London uses crowdfunding to build projects — and community. *Citiscopes*. Consulté à l'adresse <http://citiscopes.org/story/2016/how-london-uses-crowdfunding-build-projects-and-community>
- CNTE (2013). *Synthèse des travaux du débat national sur la transition énergétique de la France*. Conseil national du débat.
- Corbeel, S. (2017, avril 11). Crowdfunding : un label pour favoriser la croissance verte. Consulté le 19 avril 2017, à l'adresse <http://www.dossierfamilial.com/consommation/energies/crowdfunding-un-label-pour-favoriser-la-croissance-verte-84871>
- Davies, R. (2014a). *Civic crowdfunding as a marketplace for participation in urban development*. Stanford University.
- Davies, R. (2014b, septembre 16). Civic Crowdfunding: A New Way of Spending Down? *Citiscopes*. Consulté le 9 mai 2017, à l'adresse https://ssir.org/articles/entry/civic_crowdfunding_a_new_way_of_spending_down
- de Feraudy, T. (2017, avril 3). Yes, 'govtech' can change the way cities function. Consulté le 9 mai 2017, à l'adresse <http://citiscopes.org/commentary/2017/04/yes-govtech-can-change-way-cities-function>
- de Feraudy, T., & Saujot, M. (2016). *Crowdsourcing: un mode d'emploi pour les villes* (Policy Brief n°09/16) (p. 4). Paris: Iddri
- de Feraudy, T., & Saujot, M. (2017). *Une ville plus contributive et durable: crowdsourcing urbain et participation citoyenne numérique* (Study No. n°04/17) (p. 72 p). Paris: Iddri.
- de Feraudy, T., & Saujot, M. (2016). *Le « crowdsourcing urbain » pour transformer la fabrique de la ville?* (Issue Brief No. n°06/16). Paris: Iddri.
- Demailly, D. et al. (2016). *L'économie collaborative, réservoir d'innovations pour le développement durable. Synthèse des résultats du projet PICO*. (8 p). Paris: IDDRI, Université Paris-Sud, ESCP Europe, Université Paris-Dauphine, Ouishare, CNIID-Zero Waste France.
- Demoustier, Y. (2013, juin 25). Le civic crowdfunding, nouvel outil des villes fauchées. *Journal du Net*. Consulté à l'adresse <http://www.journaldunet.com/economie/magazine/civic-crowdfunding.shtml>
- Denèze, E. (2016, mai 17). La Bretagne, dans le bain du crowdfunding ! Consulté le 27 juillet 2016, à l'adresse <http://www.lagazettedescommunes.com/442237/la-bretagne-dans-le-bain-du-crowdfunding/>
- EY, & EXCEL. (2014). *Les collectivités à l'heure du mécénat. Première étude sur le mécénat au bénéfice des collectivités territoriales françaises*. EY, \EXCEL.
- Financement Participatif France (2016, juin). *Finance participative et Territoires: Typologies de partenariats entre acteurs territoriaux et plateformes de crowdfunding*. Palais du Luxembourg, Paris. Consulté à l'adresse http://financeparticipative.org/wp-content/uploads/2016/11/cartographie-partenariats-territoriaux_2016.pdf
- Financement Participatif France (2017). *Baromètre du crowdfunding en France 2016*.
- Herzberg, C., & Blanchet, T. (2016, septembre). *Citizens' participation in municipal energy utilities through cooperative shares. The cases of Jena and Wolfsburg (Germany)*. Présenté à 3rd Energy & Society Conference, Leipzig. Consulté à l'adresse http://www.bb-ec.net/wp-content/uploads/2016/10/Leipzig_EnergyandSociety.pdf
- Houcke, M.-A. (2014, octobre 9). « Crowdfunding » : de nouvelles opportunités pour les collectivités territoriales. *La Gazette des Communes*. Consulté à l'adresse <http://www.lagazettedescommunes.com/432978/les-collectivites-a-lheure-du-crowdfunding/>
- Lequeux, T. (2016). *Le financement participatif des projets environnementaux en France - Etat des lieux et enjeux pour le MEDDE*. Commissariat général au développement durable (CGDD).
- Mairie de Paris (2017). *Pour un nouveau Plan Climat. Restitution de la concertation*. Paris: Mairie de Paris.
- Manfredonia, A., & Siragusa, A. C. (2017, mars). *Best Practice case - Municipality of Milan*. Webinar European Crowdfunding Network présenté à Match-funding: When public institutions meet crowdfunding. Consulté à l'adresse <http://eurocrowd.org/wp-content/blogs.dir/sites/85/2017/02/Eplus-Municipality-webinar.pdf>
- Rüdinger, A. (2016). *La transition énergétique par tous et pour tous: quel potentiel d'hybridation pour les projets d'énergies renouvelables ?* (Working Paper No. n° 05/16). Paris: Iddri.
- Russell, G. (2017, janvier 12). Deux communes bretonnes contractent un emprunt... auprès de leurs habitants. *Le Figaro*.
- Saujot, M., de Feraudy, T., Marcou, T., & Albarede, M. (2017, avril 5). Pour un nouveau contrat social urbain. *LesEchos.fr*. Consulté à l'adresse <https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/0211947985234-pour-un-nouveau-contrat-social-urbain-2077737.php>
- Stiver, A., Barroca, L., Minocha, S., Richards, M., & Roberts, D. (2015). Civic crowdfunding research: Challenges, opportunities, and future agenda. *New Media & Society*, 17(2), 249–271.
- VKU. (2016). *Stadtwerke und Bürgerbeteiligung. Energieprojekte gemeinsam umsetzen*. Berlin: Verband kommunaler Unternehmen. Consulté à l'adresse https://www.unendlich-viel-energie.de/media/file/444.VKU_AEE_Broschuere_Buergerbeteiligung.PDF
- Zignani, G. (2016, mars 14). Les collectivités à l'heure du crowdfunding. *La Gazette des Communes*. Consulté à l'adresse <http://www.lagazettedescommunes.com/432978/les-collectivites-a-lheure-du-crowdfunding/>

ANNEXES

Annexe 1. Liste des personnes interrogées

Types d'entretiens	Types d'acteurs	Nom	Affiliation
Exploratoires	Expert	Amandine Crambes	ADEME
	Expert	Denis Pansu	FING
	Expert	Samuel Roumeau	Ouishare
	Acteur traditionnel du financement	Jean-Sylvain Ruggiu	BPCE
	Acteur traditionnel du financement	Clothilde Morgan de Rivery et Alaya-Nur Pujol	CDC
	Crowdfunding	Alex Raguët	Lumo
	Crowdfunding	Thibault Ingelaere	MyCrowdCompany
	Crowdfunding	Stéphane Vromman	Bulb in Town
	Crowdfunding	Florence de Maupeou	Financement Participatif France
Cas d'étude	Collectivité	Agnès Le Dortz	Paris-Vallée de la Marne
	Collectivité	Daniel Cueff	Langouët
	Collectivité	Michel Hinault	Saint-Brieuc-Armor Agglomération
	Collectivité	Patrice Pillet	Manche
	Collectivité	Véronique Jalles	Auvergne Nouveau Monde
	Collectivité	Thierry Abelli	Bouillante
	Crowdfunding	Nicolas de Feraudy	Lendopolis
	Crowdfunding	Julien Quistrebert	Collecticity
	Crowdfunding	Sarah Corne	Ulule
Complémentaires	Entreprise	Valéry Prunier	EDF
	Expert	Andreas Rudinger	Iddri
	Collectivité	Othmane Khaoua	Sceaux
	Crowdfunding	Laure Verhaeghe	Lendosphère
	Crowdfunding	Sandra Bertrand	Financement Participatif France
	Crowdfunding	Guillaume Desmoulin	Co-city
Entreprise	Cécile Mousset	GRDF	

Annexe 2. Liste des participants à l'atelier de travail « L'usage du crowdfunding par les collectivités locales » (10 mars 2017, Paris)

Types d'acteurs	Nom	Affiliation
Collectivités	Charlotte Cristofari	Mairie de Paris
	Yann François	Mairie de Paris
	Ronan Groussier	Mairie de Paris
	Daniel Cueff	Mairie de Langouët
	Michel Hinault	Agglomération de Saint-Brieuc-Armor
Plateformes de crowdfunding	Aurélien Gouraud	Lumo
	Julien Quistrebert	Collecticity
	Nicolas de Feraudy	Lendopolis
	Laure Verhaeghe	Lendosphère
Associations	Olivier Berland	Energie Partagée
	Anne Bringault	CLER-RAC
	Anne Girault	Agence Parisienne du Climat
	Claire Roumet	Energy Cities
	Sandra Bertrand	Financement Participatif France
	Mathilde Imer	Financement Participatif France
Entreprises	Valéry Prunier	EDF
	Jean-Sylvain Ruggiu	BPCE
	Guillaume Jamet	Bouygues Immobilier
	Cécile Mousset	GRDF
Experts	Amandine Crambes	Ademe
	Denis Pansu	FING
	Patrick Gèze	Labo de l'ESS
	Laura Brimont	Iddri
	Tatiana de Feraudy	Iddri
	Damien Demailly	Iddri
Mathieu Saujot	Iddri	

Les usages du crowdfunding par les collectivités locales en France

Laura Brimont (Iddri)

PUBLICATIONS DE L'IDDRI

- Brimont, L. *et al.* (2016). Les nouveaux acteurs de la mobilité collaborative : des promesses aux enjeux pour les pouvoirs publics. Iddri, *Studies* N°02/16.
- De Feraudy, T., Saujot, M. (2016). Crowdsourcing : un mode d'emploi pour les villes. Iddri, *Policy Briefs* N°09/16.
- De Feraudy, T., Saujot, M. (2016). Une ville plus contributive et durable : crowdsourcing urbain et participation citoyenne numérique. Iddri, *Studies* N°04/16.

Publications disponibles en ligne sur : www.iddri.org

www.iddri.org

Institut de recherche indépendant, l'Institut du développement durable et des relations internationales (Iddri) a pour objectif de favoriser la transition vers le développement durable et la prospérité pour tous. L'Iddri identifie les conditions nécessaires pour que le développement durable soit intégré aux politiques publiques et propose des outils pour leur mise en œuvre. Il intervient à différents niveaux, de la coopération internationale aux politiques des pays, villes et entreprises. L'Iddri constitue une plateforme pour faciliter un dialogue transparent entre toutes les parties prenantes (recherche et communauté académique, gouvernements, société civile, secteur privé), tout en garantissant un apprentissage mutuel et la pertinence de ses recherches.

Ses travaux s'articulent autour de quatre agendas thématiques : climat, vers des sociétés résilientes et bas carbone ; biodiversité et écosystèmes, identifier les leviers de changement ; océan, vers une coopération renforcée pour une gestion durable et équitable des ressources marines ; gouvernance du développement durable, les innovations pour le développement durable.

Fondation reconnue d'utilité publique, l'Iddri participe activement au débat sur les politiques publiques, à l'échelle internationale et nationale, et met à la disposition de tous, via son site Internet, ses différentes analyses et propositions, et les partage lors de conférences et séminaires.

Pour en savoir plus sur les activités et les publications de l'Iddri, visitez www.iddri.org

