

Internet

Les dons tombés du Net

Des millions de fonds sont récoltés par le Web. La pratique intéresse nos politiciens

Lucie Monnat Zurich

Le financement du nouvel album du chanteur vaudois Jérémie Kisling, d'un projet de livre sur Tchernobyl ou du dernier film des réalisateurs genevois Jean-Paul Cardinaux et Xavier Ruiz, *Sweet Girls*. La méthode de levée de fonds sur Internet, appelée crowdfunding, prend toujours plus d'ampleur en Suisse.

Publié fin mai, le monitoring du crowdfunding suisse 2015 mené par l'Université de Lucerne livre des chiffres impressionnants: en 2014, pas moins de 15,8 millions de francs ont été récoltés en Suisse grâce au financement participatif, soit 36% de plus que l'an précédent (11,6 millions). Le bon est vertigineux par rapport à 2008, où le crowdfunding ne représentait guère plus que 10 000 francs des collectes.

Parmi les différentes déclinaisons de financement participatif, le crowdfunding et le crowddonating connaissent une popularité grandissante, avec 7,7 millions de francs levés l'an passé. La méthode s'est fait connaître sur Internet pour son originalité: des personnes tentent de convaincre un maximum d'internautes de soutenir leurs projets grâce à des vidéos dynamiques, souvent humoristiques. Le montant de la somme investie est laissé à la discrétion du donateur. Celui-ci ne reçoit pas forcément de retour sur investissement (crowddonating), si ce n'est la satisfaction d'avoir contribué à la réalisation d'un rêve. Il peut également percevoir un pourcentage, par exemple sur les ventes d'un disque dont il a financé une partie de la production (crowdsupporting).

Sur les sites de crowdfunding les plus populaires en Suisse, à l'instar de Wemakeit, de Cashare ou de 100-days, les demandes de participation sont aussi diverses que variées. Des festivals de musique, des associations caritatives, le lancement d'une marque de sacs écolos, mais aussi des voyages scolaires ou, plus insolite encore, la construction d'un four à pain.

Nouvel outil électoral

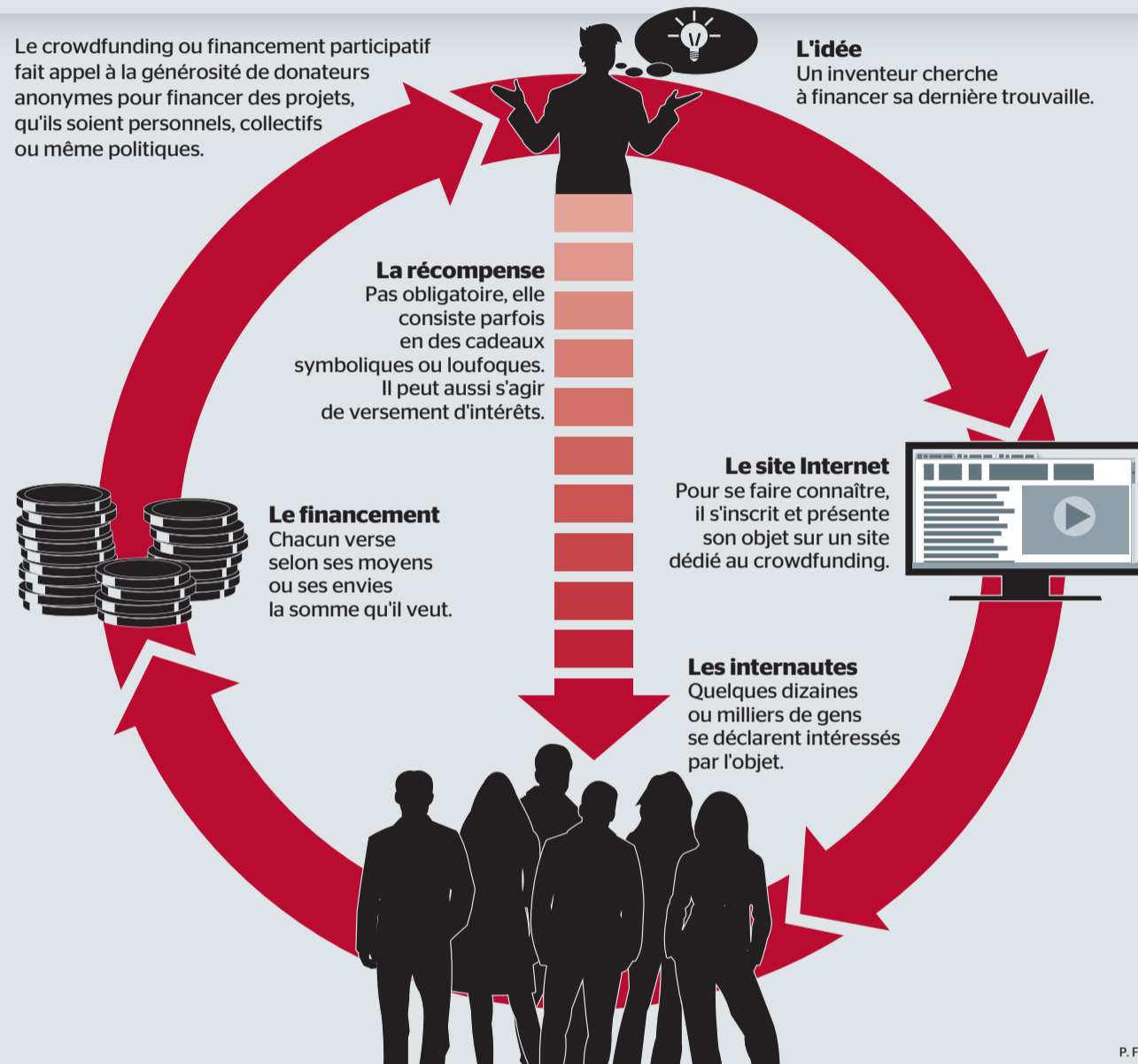
Ces plates-formes attirent en majorité des jeunes. Elles offrent ainsi un beau moyen pour les politiciens de toucher un électorat souvent plus difficile à mobiliser. Les vidéos, le ton léger et les récompenses souvent rigolotes constituent de formidables outils de séduction pour la jeune génération. Les pays anglophones l'ont bien compris, aux Etats-Unis surtout, où la présence des candidats et des partis sur ces sites est devenue aujourd'hui banale.

En Suisse, le monde politique s'y met en tâtonnant. Ce printemps par exemple, le candidat sortant au Conseil d'Etat zurichois Martin Graf (Vert) a récolté 915 francs sur les 8000 désirés pour financer une partie de sa campagne pour les élections zurichoises, via le site Wemakeit. Avec à la carte des rétributions originales: un jogging avec le conseiller d'Etat pour 150 francs (rendez-vous à 8 h le dimanche matin!), une journée avec lui à skis (1500 fr.) ou, pour 8000 francs, la possibilité de découvrir la Tanzanie en sa compagnie. La Gauche alternative (AL) zurichoise, elle, est parvenue à lever 20 966 francs sur ce même site. Au menu des «récompenses»: un bon pour une saucisse (ndlr: ou un burger végétarien, très en vogue à Zurich) à la fête du parti pour 40 francs de don, un ticket pour un match du FC Winterthur avec le candidat Manuel Sahli pour 50 francs (bière et discussion sont incluses) ou encore trois confitures maison faites par la main de la conseillère communale Katharina Gander (55 francs).

Les Romands ne sont pas en reste: à Genève, les Verts se sont mis ce printemps en «location» sur la plate-forme 100-days pour lever des fonds pour les municipales. Il était donc possible de s'offrir un dîner aux chandelles avec le conseiller national Ueli Leuenberger pour 250 francs, une fondue avec Esther Alder pour 200 francs

Comment fonctionne le crowdfunding

Le crowdfunding ou financement participatif fait appel à la générosité de donateurs anonymes pour financer des projets, qu'ils soient personnels, collectifs ou même politiques.



ou encore une balade à vélo avec la cheffe du parti, Lisa Mazzone, pour 125 francs.

Démarrage difficile

Le but est de faire un peu d'argent, mais également de se faire de la publicité, notamment grâce à l'écho médiatique suscité par l'originalité de la démarche. Les exemples zurichois cités plus tôt ont tous atteint leurs objectifs financiers. Mais pour le côté communication, le succès est plus mitigé. Martin Graf n'a attiré que 48 donateurs, la Gauche alternative 133. Un minichiffre pour un canton qui compte 870 000 électeurs. Martin Graf n'a d'ailleurs pas été réélu et l'AL n'a remporté que 3% des voix (+1,35% par rapport à 2011).

A Genève, les Verts comptaient pour leur part réunir 10 000 francs en cent jours, soit 10% de leur budget de campagne. A l'heure des comptes, le parti n'a recueilli que la moitié de la somme. Président de la section des Verts de la ville de Genève, Alfonso Gomez reconnaît que la barre était un peu trop haute pour une première expérience. «Nous avons eu plusieurs problèmes avec le site Internet (ndlr:



En location
Le Vert Ueli Leuenberger a offert un dîner aux chandelles chez lui à ses généreux donateurs. DR

Appels pour adapter la législation suisse

● En politique comme dans les autres secteurs, le crowdfunding suisse est encore balbutiant en comparaison internationale. Malgré son ascension fulgurante de ces dernières années, il ne représente qu'une petite part du marché du crédit suisse, évalué à 3,9 milliards de francs.

Selon les chercheurs de l'Université de Lucerne, «l'évolution du crowdfunding sera influencée par l'évolution de la réglementation». Les acteurs du secteur demandent en effet que le développement de la pratique soit mieux encadré. «La loi sur les banques

suisse empêche les entreprises suisses d'offrir des services de crowdlending ou de crowdinvesting (lire ci-contre). Comme en France, en Angleterre ou dans d'autres pays européens, déplore Sophie Ballmer, de Wemakeit. Nous avons désespérément besoin d'un ajustement de la loi actuelle. Sans quoi, ce marché sera occupé par des compagnies qui opèrent par des moyens détournés.»

L'appel possède déjà des relais au niveau politique. Le conseiller national Fathi Derder, président du groupe parlementaire en faveur de l'innovation

start-up, a déposé une motion demandant au Conseil fédéral d'ajuster les dispositions légales, notamment via «des solutions d'e-governance, d'investissement à distance, d'identification électronique de l'investisseur, afin, par exemple, d'accepter électroniquement des documents légaux et de participer aux assemblées générales à distance».

Le Conseil fédéral comme l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (Finma) estiment cependant que les dispositions actuelles sont suffisantes pour un marché qui reste, selon eux, marginal.

le lien sur le site fonctionne mal). Surtout, nous avons eu beaucoup de difficultés à expliquer à nos membres cette nouvelle manière de faire leurs dons.» Déboussolés, des membres du parti ont ainsi préféré utiliser les bulletins de versement traditionnels. Or la démarche leur était principalement réservée.

Surprises pour les fédérales

Les Verts retenteront peut-être l'opération, mais avec des tickets et un objectif revus à la baisse. «5000 francs me semblent plus raisonnables, estime Alfonso Gomez. Plus que des rendez-vous avec des élus du parti, nous privilégierons le type d'offres qui a le mieux marché: un recueil de recettes végétariennes, par exemple.»

Pour le conseiller municipal, l'expérience reflète le fonctionnement du système politique suisse. «Cela démontre bien que les citoyens privilégient toujours davantage les idées que les personnes. De plus, nos élus sont accessibles dans la rue, on les croise régulièrement au marché. Payer pour les rencontrer n'a donc que peu d'intérêt. Il fallait déboursier 300 francs pour aller dîner et voir un spectacle avec moi, cela me semble un peu cher, concède Alfonso Gomez. Alors imaginez pour les non-membres...»

«Débourser 300 francs pour aller au restaurant et au spectacle avec moi, c'est peut-être un peu cher. Surtout qu'en Suisse les politiciens se croisent régulièrement dans la rue, au marché. Payer pour les rencontrer a peu de sens»

Alfonso Gomez Président des Verts de la ville de Genève

Les plates-formes de crowdfunding, elles, sont bien plus optimistes et prédisent une augmentation de la présence des partis et des politiciens sur leurs sites. Selon Sophie Ballmer, de la plate-forme privilégiée par les Zurichois Wemakeit, les campagnes fonctionnent bien car elles offrent un mélange favorable entre le soutien et la transaction. «Les gens veulent soutenir un mouvement, voir leurs idées représentées. Recevoir par la même occasion un moment appréciable avec un politicien représente clairement un plus.» Sur Wemakeit, les campagnes lancées par les politiciens ont toutes atteint leurs objectifs. «Il s'agit encore d'une petite catégorie de notre site, mais elle a du succès et est en pleine expansion» assure Sophie Ballmer.

Sans livrer de noms, Wemakeit révèle que quelques politiciens préparent leurs campagnes pour les fédérales sur le site. «Elles ne sont pas encore en ligne, précise Sophie Ballmer. Nous attendons des campagnes issues d'un large spectre politique.» La plate-forme laisse également entendre qu'une initiative populaire pourrait également être lancée sur son site.

Déclinaisons

Il existe quatre déclinaisons de crowdfunding:

Crowdsupporting Les contributeurs reçoivent des contreparties de la part des initiateurs.

Crowddonating Les contributeurs font des dons à un projet social. Ils ne reçoivent rien en retour.

Crowdinvesting Les contributeurs investissent dans des projets, des start-up et des sociétés avec des petits ou gros montants. Ils perçoivent ainsi un bénéfice ou reçoivent des actions.

Crowdlending Les contributeurs accordent des prêts aux start-up et aux PME. Ils perçoivent des intérêts.