

L'utilisation du Crowdfunding dans les collectivités territoriales

Projet Croco

Nadine DE LA PALLIERE

Sébastien DONY

Catherine GOULLET

Annaïck GUYVARC'H

Les collectivités territoriales (communes, départements, régions, collectivités d'Outre-mer) sont régulièrement confrontées à des contraintes financières résultant de stratégies d'assainissement des finances publiques nationales. En France, ces organisations utilisent aujourd'hui le financement participatif, notamment, depuis la publication du décret n° 2015-1670 du 16 décembre 2015 et l'adoption définitive par le Parlement, le 28 septembre 2021, de l'article 41 de la loi d'adaptation au droit de l'Union européenne dans les domaines des transports, de l'environnement, de l'économie et des finances qui a assoupli l'usage du *crowdfunding* pour les collectivités territoriales. Le *crowdfunding* est un dispositif de financement participatif permettant à des collectivités territoriales porteuses de projets de solliciter la foule pour obtenir par dons ou par prêts leur financement, avec ou sans contrepartie selon les modalités proposées. Ce *crowdfunding* est qualifié de public car il concerne des projets portés par des collectivités territoriales. Il permet à ces dernières de disposer d'une source de recettes supplémentaires pour financer leurs projets. Cette pratique est ouverte à tous les services publics, à l'exception des missions de police et de maintien de l'ordre public. Enfin, depuis le premier janvier 2022, les collectivités territoriales peuvent également expérimenter, pour une durée de trois ans, l'émission d'obligations pour financer par *crowdfunding* leurs projets.

Cette étude repose sur trois axes.

Axe 1 – Le *crowdfunding* et les communes

Faisant face à un contexte contraint, les communes recherchent de nouvelles sources de financement de l'action publique. Le *crowdfunding* est un dispositif innovant répondant à cette volonté. Par ailleurs, c'est un outil de communication et d'engagement citoyen. Nous avons étudié ces deux aspects du *crowdfunding* dans le cadre du secteur public local. Dans un premier temps, à partir du recensement de tous les projets de *crowdfunding* portés par des communes (94 projets à l'époque), nous avons réalisé une analyse statistique portant sur les modalités des projets financés et les caractéristiques territoriales, économiques, sociales et politiques des communes pour mettre en évidence les spécificités de cet outil de financement. Dans un deuxième temps, nous avons mené une analyse lexico métrique à partir des descriptifs des projets déposés par les communes sur les plateformes afin de caractériser les axes de communication des campagnes de *crowdfunding*.

Nous avons contribué à la littérature en précisant les caractéristiques socio-économiques des communes ayant recours au financement participatif. Celui-ci est plutôt mobilisé par des communes de petite taille, en termes d'habitants, peu densément peuplées, et faiblement dotées en personnel dédié à la recherche de financement. Ces communes se caractérisent également par une pression fiscale et un endettement légèrement plus élevés que la moyenne. Le niveau de richesse des ménages ne semble pas être une variable fondamentale dans la mise en œuvre et la réussite d'une campagne de *crowdfunding*. Celui-ci est utilisé comme un moyen de financement complémentaire. Il porte essentiellement sur le financement de projets de conservation du patrimoine, suivi par celui des biens communaux et des manifestations culturelles. Le don est généralement utilisé, excepté pour les projets comportant une dimension environnementale qui sont financés par *crowdlending*. Pour la quasi-totalité des projets, la destination des fonds reste dans un périmètre d'acceptabilité sociale.

Notre contribution porte également sur le *crowdfunding* en tant qu'outil de communication *via* les plateformes. Trois axes de communication sont activés durant les campagnes. Le premier axe est consacré à l'ancrage territorial. Le second est lié au dynamisme et au rayonnement du territoire. Le troisième est orienté sur les aspects financiers du projet.

De La Pallière, N., Dony, S. Goullet, C. et Guyvarc'h A., (2021). « Le crowdfunding dans les communes françaises : un outil de financement de l'action publique et de communication. » *Management & Avenir*, vol. 126, n°6, p. 39-61.

Axe 2 - Le *crowdfunding* et les contributeurs

L'objectif est de déterminer le profil des contributeurs et leurs principales motivations dans l'acte de contribuer à des projets portés par des collectivités territoriales. Nous sommes partis d'une base de données de contributeurs mise à disposition par une plateforme de *crowdfunding* française. A partir de ces informations, nous avons pu caractériser les contributeurs selon leur localisation géographique, le type de financement et la nature du bien financé. Ensuite, nous avons construit un questionnaire et l'avons administré aux contributeurs de la base de données afin d'identifier les principales motivations à leur participation. Les analyses statistiques ont été réalisées selon le type de financement, car les modalités d'application sont différentes entre le don et le prêt, et selon la nature du bien financé, en distinguant les projets portant sur des biens communaux et du patrimoine. L'objectif de ces recherches pour les plateformes comme les collectivités territoriales est d'améliorer la connaissance de la foule participant à ces opérations afin de mieux orienter la communication des campagnes et de fidéliser les contributeurs.

Ces recherches sont actuellement en cours de valorisation par la rédaction d'articles.

Axe 3 - Le *crowdfunding* et la participation citoyenne

Cette dernière étude porte sur la participation citoyenne dans une démarche de co-financement des services publics *via* le *crowdfunding*. L'objectif de cet axe de recherche est de mieux comprendre pourquoi les collectivités territoriales se tournent vers le *crowdfunding* d'une part et de chercher quels sont les éléments qui favorisent la participation des citoyens d'autre part.

Pour mener à bien cette étude, nous avons réalisé quatre études de cas. Nous avons interrogé des responsables politiques et administratifs des collectivités territoriales, des contributeurs,

des non contributeurs et également des directeurs de plateformes de *crowdfunding*. Par ailleurs, nous avons collecté des documents disponibles sur les plateformes de *crowdfunding*, notamment les descriptifs détaillés des projets en ligne et les communiqués de presse (journaux, radio, télévision) relatifs à ces opérations.

Les principaux apports de cette étude sont que :

1. le *crowdfunding* apparaît comme un financement complémentaire,
2. les collectivités territoriales par l'utilisation du *crowdfunding* ont la possibilité de tester le bien fondé des projets proposés et d'y voir une adhésion citoyenne par la participation,
3. la réalisation des campagnes oblige les collectivités territoriales à proposer une communication rassemblant et dynamisant les communautés autour du projet.

Cette recherche est actuellement en cours de valorisation par la rédaction d'un article

Toutes ces recherches ont déjà fait l'objet de présentation :

1. Le crowdfunding favorise-t-il la participation ? Débat – table ronde, *Rencontres européennes de la participation du 24 au 26 octobre 2022*, Décider ensemble, Rennes.
2. La pratique du crowdfunding par les communes françaises, 20ème séminaire Marsouin, Brest, 19 et 20 juin 2022
3. Le crowdfunding dans les communes françaises : un outil de financement de l'action publique, webinaire numérique, réseaux et territoires du Lego du jeudi 19 novembre 2020