

LE FINANCEMENT PARTICIPATIF PEUT-IL CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ET À LA DIVERSITÉ DES EXPRESSIONS CULTURELLES ?

Mémoire de fin d'études en Gestion Culturelle, à finalité
Gestion culturelle appliquée – Université Libre de Bruxelles

François Barthélemy

Mots-clés : financement participatif – crowdfunding – économie – diversité culturelle – politiques culturelles – co-créateur – partenariat public/société civile – autoproduction – mondialisation – exception culturelle

Synthèse : La promotion et le respect de la diversité des expressions culturelles font partie intégrante des missions de l'Etat. A un moment où de nombreux pays font face à une crise financière et à des restrictions budgétaires, le financement participatif connaît une croissance exponentielle en Belgique et dans le monde, se révélant être une alternative au financement par les banques et complémentaire aux aides publiques. Certains y voient un nouveau mode de financement qui, en tout cas au regard des activités sociales et culturelles, pourrait suppléer l'Etat et mieux diriger les investissements vers des projets transparents et mobilisateurs. L'objet de ce mémoire vise à s'interroger sur la nature, le mode de fonctionnement et les évolutions récentes du crowdfunding afin d'évaluer sa capacité à contribuer à la promotion de la diversité des expressions culturelles. Cet examen s'attache ainsi à analyser les limites d'une exploitation du crowdfunding pour lui-même et les risques quant à une certaine uniformisation de la création culturelle.

Il y a plus de vingt ans, L'UNESCO adoptait la Convention sur la protection de la diversité des expressions culturelles à partir de l'idée que la diversité culturelle est nécessaire pour créer « *un monde riche et varié qui élargit les choix possibles, nourrit les capacités et les valeurs humaines* ». Elle « *est donc un ressort fondamental du développement durable des communautés, des peuples et des nations* ».¹

¹ *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, signée à Paris le 20 octobre 2005, pp. 1-16.

La diversité culturelle est ainsi « *une caractéristique inhérente à l'humanité* ». Elle participe au développement et à la biodiversité.

Le respect de la diversité des expressions culturelles a pour objectif de limiter l'uniformisation pouvant résulter du fonctionnement du marché et du libre échange, plus particulièrement dans une économie mondialisée.

Si la mondialisation peut sembler dans un premier temps se traduire par une multiplication de produits culturels et par la facilitation de leur circulation, ces produits culturels mondialisés renforcent un mouvement vers une culture universelle menaçant de devenir unique.

La diffusion mondialisée de produits standardisés pourrait s'accompagner d'une uniformisation des valeurs culturelles au profit de sociétés hégémoniques, les pays les plus riches.

Défendre la diversité culturelle, c'est donc souscrire à l'idée que la demande du public d'un côté, le besoin de rentabilité d'industries d'un autre côté, et enfin la nature duale, culturelle et économique, des créations produites, justifient qu'elles ne puissent être livrées aux seules lois du marché.²

La diversité culturelle, consacrée par l'UNESCO comme patrimoine commun de l'humanité, s'inscrit donc dans le rapport entre culture et mondialisation. Elle constitue pour l'UNESCO une fin en soi, afin de ne pas réduire la culture à sa seule dimension commerciale.³

Au cours des vingt dernières années, deux moyens principaux ont été mis en place pour atteindre cet objectif : la politique d'exception culturelle en 1994 dans le cadre de l'OMC, et la convention signée en 2005 par les membres de l'UNESCO.

Malgré leurs différences, la convention comme l'accord de l'OMC ont un point commun : ils considèrent les politiques publiques nationales comme le principal moyen d'assurer la diversité.⁴

² Farchy, J., « Promouvoir la diversité culturelle. Les limites des formes actuelles de régulation », in *Questions de communication*, Paris, n°13, 2008, pp. 173-174.

³ Bruguière, J-M., « Revue thématique de droit de la communication. Les biens culturels » in *LEGICOM*, Paris : Victoires Editions, n°35, 2006, pp. 35-36.

⁴ Farchy, J., *op. cit.*, p. 171.

Pour réaliser ces objectifs, le droit des Etats de prendre des mesures destinées à protéger et promouvoir la diversité des expressions culturelles sur leur territoire est affirmé.

Dans ces mesures, on retrouve notamment celles destinées à créer un environnement encourageant les individus et les groupes sociaux à créer, produire, diffuser et distribuer leurs propres expressions culturelles.⁵

Ainsi, dans le rapport présenté le 25 octobre 2015 à Mons « repenser les politiques culturelles », l'UNESCO relève, dans le chapitre relatif à l'élaboration des politiques et nouvelles tendances, que les mesures prises par les Etats pour favoriser la production, le financement direct de contenus culturels nationaux, y compris avec des avantages fiscaux, sont un socle sur lequel la promotion de la diversité des expressions culturelles doit s'appuyer.⁶

Des mesures nationales facilitant, voire encourageant, un autre mode de financement que les financements traditionnels pour permettre la production d'œuvres culturelles pourraient donc trouver dans cette Convention un fondement en droit international, s'il était établi que ce mode de financement est de nature à protéger et promouvoir la diversité des expressions culturelles.

Depuis quelques années, apparaît un nouveau mode financement présenté comme favorisant une création culturelle innovante et diversifiée : le crowdfunding ou financement participatif.

Ainsi, le financement par le public est une source émergente de financement, ouverte à tout internaute, pour des contributions qui peuvent être de faibles montants. Il permet de contourner les intermédiaires financiers en s'adressant directement au public. Il représente un ensemble de pratiques relativement homogènes. Les métiers et les pratiques diffèrent selon la nature de l'apport et de la rémunération attendue. L'objectif principal du crowdfunding est de tirer profit de l'effet de levier conséquent que peuvent représenter des petites contributions générées par un nombre important de personnes.⁷

⁵Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, signée à Paris le 20 octobre 2005, p. 7.

⁶ Bokova, I., e.a., « Repenser les politiques culturelles. 10 ans de promotion de la diversité des expressions culturelles pour le développement », in *Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture*, Paris, 2015, p. 52.

⁷ Bessière, V., Stephany, E., 2014. *Le crowdfunding: fondements et pratiques*, Louvain-La-Neuve : De Boeck, pp. 17-18.

Le crowdfunding repose ainsi sur deux principes de web social : la transparence et la participation. La transparence, car les porteurs de projet et les investisseurs sont clairement identifiés ; la participation, car les investisseurs sont associés à la genèse d'un projet ; en misant sur un projet précis, ils savent exactement à quoi ils contribuent.

La clé du succès d'une campagne de crowdfunding repose sur sa capacité à faire adhérer et à réunir et donc sur les liens étroits entre la portée, l'autonomisation et la participation sur les médias sociaux, ainsi que sur la capacité à gérer des communautés en ligne afin d'accroître l'écho du projet et finaliser son financement.⁸

Le crowdfunding ouvre indéniablement de nouvelles opportunités pour les artistes qui y trouvent des motivations supplémentaires pour créer : un financement facilité, un moyen de contourner les codes des institutions traditionnelles, une communauté mobilisée et une communication large. Le financement participatif n'est pourtant pas toujours la panacée aux maux de la culture : les plateformes ont tendance à favoriser certains types de projets, le passage de la découverte à la notoriété est rare pour les artistes, les projets avortés nombreux.⁹ Le crowdfunding se fonde sur des principes, fonctionne avec des modes opératoires et vise des objectifs qui peuvent s'avérer contradictoires.

Le financement participatif qui se fonde sur les nouvelles techniques de communication, sur une ouverture à des projets variés et sur un système de diffusion peu onéreux et facile d'accès semble un outil utile à la promotion et au respect de la diversité des expressions culturelles.¹⁰

Cette irruption dans le monde culturel d'un mode de financement différent peut ainsi apparaître comme une opportunité.

Mais quel type d'expression culturelle favorise-t-il ? S'agit-il d'un mode de financement qui doit être encouragé parce qu'il participe à la protection de la diversité des expressions culturelles ou s'agit-il d'un phénomène d'exploitation privée ne permettant qu'une création éphémère de produits culturels formatés ?

⁸ Maalaoui, A., Conreaux P., 2014. *Le crowdfunding: les clés du financement participatif*, Paris : Ellipses Editions, p. 3.

⁹ Jeannin, O., « Le crowdfunding, triomphe ou faillite de la culture ? », in *Les pouvoirs de la culture*. Avignon, 2013, p. 2.

¹⁰ Meur, B., « De l'exception culturelle à l'exemple culturel ? » in *Etat de la question*, Bruxelles, 2015, pp. 9-10.

C'est cette problématique qui est au cœur du mémoire :

« Le financement participatif peut-il contribuer au développement et à la diversité des expressions culturelles ? ».

Il n'est en effet pas sans intérêt d'appréhender la nature complexe du financement participatif afin de s'assurer dans quelle mesure il est compatible avec la promotion de la diversité et voir si les politiques publiques peuvent ou doivent accompagner ce phénomène pour remplir leur rôle de garant du respect de la diversité culturelle.

Les industries culturelles subissent depuis le début des années 2000 des transformations radicales qui compromettent la rémunération des créateurs. Par ailleurs, l'économie culturelle se caractérise par une très forte concentration des revenus sur une poignée d'artistes et de producteurs. L'enjeu du travail a été donc d'étudier si de nouveaux dispositifs de financement permettraient de desserrer cette concentration et de favoriser la diversité culturelle.

Cette recherche fait donc référence au débat sur la diversité culturelle et, par conséquent, à la diversité créative et l'impact du recours au protocole internet pour participer au respect de la diversité créative.

Le mémoire analyse donc le mode de fonctionnement, les contraintes, les atouts et les limites de ce nouveau type de financement et s'interroge s'il peut contribuer au développement et à la protection de la diversité des expressions culturelles ou si au contraire, il contribue à renforcer l'homogénéisation de la création culturelle.

➤ **Le crowdfunding : un public co-créateur ou une dictature du consommateur sur le créateur ?**

Une des raisons majeures de participer à une campagne de crowdfunding tant pour le créateur que pour l'investisseur est la création d'une interaction. Le public devient non seulement coproducteur mais même co-auteur.

Mais, le crowdfunding ne représente pas qu'un simple élan où le citoyen finance les biens culturels et participe de manière collaborative au contenu de la création, il peut également

créer une dictature du nombre où le pouvoir pris par le consommateur a des conséquences sur la qualité, la diversité ou l'originalité des créations culturelles ?

Le consommateur s'assimile au producteur, ce qui a des conséquences sur le processus de création.

D'un côté, il permet de fédérer des désirs de consommateurs de produits culturels pour faire apparaître un produit correspondant à leur souhait et donc en principe dont la diffusion sera facilitée ; d'un autre côté, ce n'est pas le consommateur individuellement qui sélectionne mais la foule des consommateurs dont le mode de sélection ne repose pas sur un désir ou un besoin personnel mais sur un élan collectif dont la motivation n'est pas nécessairement le renouvellement ou la préservation d'expression culturelle diversifiée mais qui est orientée par l'air du temps, la publicité, le marketing ou la « culture dominante ».

La nature du crowdfunding est à cet égard ambivalente : initiée par des désirs individuels mais dictée par la masse des consommateurs.

Il n'est donc pas surprenant de voir les projets les plus consensuels s'imposer.

➤ **L'exigence de rentabilité : développement ou dénaturation ?**

Les plateformes de crowdfunding démocratisent la création et les moyens de diffusion des œuvres et déploient un large éventail de possibilités pour les artistes. Nous avons constaté le nombre important de nouvelles plateformes dont le mode de fonctionnement est certes similaire mais qui poursuivent des objectifs ou visent des publics différents.

Cette multiplicité est régénérante et permet une spécialisation qui est de nature à attirer du public initié, ce qui est un vecteur de réelle collaboration et de prise de décision moins conformiste.

De plus, la diffusion large des outils numériques favorise la démocratisation de la création artistique et les plateformes de crowdfunding promettent un financement facilité et une diffusion étendue. Elles offrent la possibilité aux créateurs de trouver des fonds et un public.

L'absence de prise de risque financier des plateformes semble participer à la possibilité de

productions diversifiées dont la sélection n'est pas fonction de la rentabilité future du produit créé mais résulte de l'attente du public et de son désir de voir aboutir un projet.¹¹

Ces plateformes pour la plupart résultent toutefois d'initiatives privées et doivent assurer leur rentabilité. La concurrence entre plateformes est grande ; leur rentabilité malaisée. Il est tentant de réduire les risques en s'adossant à d'autres professionnels plus traditionnels ou de compléter leurs offres par des partenariats privilégiés.

De par leurs réseaux et leur expertise en matière de financement, les banques prennent conscience qu'en voyant le risque partagé, elles peuvent participer à ce changement de paradigme et capter une série de projets à financer qui leur échappaient. Les acteurs du crowdfunding en sont parfaitement conscients.¹²

Si les partenariats entre banques et acteurs du crowdfunding se multiplient, ils cherchent encore leur modèle.¹³

Les banques peuvent optimiser le recours au crowdfunding ; ils peuvent aussi le dénaturer en poussant les plateformes à n'accepter que des projets bancables ou en dévoyant le système en l'utilisant uniquement pour répartir les risques plutôt que pour susciter la passion, la coopération et le partage.

Il existe alors un risque de transformation d'un accès au financement basé sur l'intérêt du projet ou son éthique vers une sélection sur base des chances d'obtenir le financement ou d'intéresser le partenaire financier adossé à la plateforme.

L'atout majeur des plateformes par rapport à la promotion de la diversité culturelle qui consiste à donner sa chance à des créateurs exclus du mode de financement traditionnel en serait affecté.

¹¹ Jeannin, O., « Le crowdfunding, triomphe ou faillite de la culture ? », in *Les pouvoirs de la culture*. Avignon, 2013, pp. 9-10.

¹² BNP Paribas Fortis (2016). Les banques et le financement participatif. En ligne <http://cpb.bnpparibasfortis.be/Moyennes-Entreprises/Business-Finance/Business-insights/Details/page.aspx/5473?xd_itemId=7560&i=banques-financement-participatif>, consulté le 11 juillet 2016.

¹³ Lejoux, C., « Le crowdfunding et les banques, plus complémentaires que concurrents » in *La Tribune*, Paris, 2016, p. 3.

➤ Objectif en soi ou simple outil complémentaire ?

Pour les plateformes, réussir le financement est l'objectif majeur, plus que réussir le projet. Pour obtenir une levée de fonds, il faut savoir faire la promotion de soi et savoir communiquer le projet personnel que l'on porte.

La communication et le paraître important peut-être plus que l'utilité sociale ou l'aboutissement du projet lui-même. Le porteur de projet se trouve en fait dans la contrainte de créer son propre emploi.

Avec le crowdfunding, il est devenu relativement simple de réaliser une première levée de fonds. Mais les porteurs de projets qui y ont recours disposent rarement d'une formation en gestion et ne sont pas du tout préparés à gérer « l'après » de cette première levée de fonds : les risques d'échecs sont énormes. D'autant que les plateformes ne proposent aucun accompagnement pour assurer la pérennité des entreprises. Réussir une campagne d'amorçage n'est pas construire un projet entrepreneurial sur la durée. Le développement d'une entreprise nécessite par exemple de savoir financer de nouveaux investissements. La production d'un produit culturel n'en assure ni la diffusion, ni la pérennité.

Qui seront les perdants du crowdfunding ? Ceux qui apportent les fonds donnent peu et perdent peu ; les plateformes sont rémunérées du fait de la réussite du financement, et non du projet. En revanche, les entrepreneurs à qui l'on a fait miroiter la réussite risquent d'y perdre plus que de l'argent. L'échec et les charges imprévues peuvent avoir des conséquences sociales et psychologiques importantes, lorsqu'ils se retrouveront seuls face à eux-mêmes.¹⁴

Le crowdfunding comme objectif en soi peut devenir un mirage où beaucoup risquent de se perdre.

Toutefois, des institutions existent ayant comme objectifs de répondre à des besoins des créateurs et à les entourer pour les aider à mener à bien leur projet dans leur globalité et non uniquement par rapport à leur premier financement. Certaines structures ont intégré le crowdfunding dans les outils proposés aux créateurs.

¹⁴ Dauvergne, G., « Crowdfunding : un mirage pour les porteurs de projet ? » in *Les Echos*, Paris, 2015, p. 2.

Le crowdfunding comme outil adapté à des situations particulières et envisagé comme complément à un accompagnement général semble ainsi une meilleure garantie pour assurer une visibilité et une permanence au produit culturel créé et à l'activité du porteur de projet.

➤ **L'autoproduction et l'autocensure sont-elles liées ?**

Le numérique est le triomphe de l'autoproduction. Autoproduire multiplie les possibilités de production.

Toutefois, produire beaucoup implique-t-il produire différemment ?

La masse de contenus équivalents pourrait même aboutir à un appauvrissement de la diversité étouffée par une inflation de produits conformes ?

Ce phénomène est renforcé par le fait que les plateformes dites collaboratives se présentent actuellement comme des lieux de concours. Le mode du concours a propension à faire aboutir le projet le plus consensuel, voire conventionnel.

De plus, on observe que les projets de crowdfunding montrent une certaine forme de standardisation dans leur présentation destinée à optimiser la recherche de fonds par des procédés de communication et de marketing. On standardise pour se conformer à des codes stricts considérés comme conformes aux attentes des consommateurs – producteurs.¹⁵

Le crowdfunding, qui permet sans doute l'émergence de nouveaux autocréateurs et de nouvelles créations, peut également ainsi entraîner une autocensure et aboutir finalement à une production conventionnelle.

¹⁵ Jeannin, O., « Le crowdfunding, triomphe ou faillite de la culture ? », in *Les pouvoirs de la culture*. Avignon, 2013, p. 16.

➤ **L'ancrage local fort: atout ou dépendance ?**

Le mode d'obtention des contributions financières stimule certes les productions à fort ancrage local par un phénomène qualifié de « love money ». La contribution a pour but de montrer son attachement à l'auteur du projet dont on est proche familialement, culturellement ou amicalement.¹⁶

Toutefois, ce phénomène ne permet que difficilement une diffusion plus large qu'à un public préalablement conquis.

L'ancrage local du projet qui peut initialement être considéré comme un atout peut s'avérer ensuite une limite à sa diffusion.¹⁷

➤ **Suggestions pour aider à la promotion de la diversité culturelle**

Le mémoire constate, par ces quelques réflexions, que le financement participatif n'est pas par essence une garantie de promotion de la diversité des expressions culturelles. Il ne peut toutefois être ignoré par les pouvoirs publics.

Malgré son ambivalence, il peut en effet servir d'outil aux pouvoirs publics ; sans doute comme mode de financement alternatif ou complémentaire, mais également comme moyen plus dynamique que la simple aide publique.

Il serait toutefois dangereux de voir dans le financement participatif un simple remplacement du financement public. Les choix favorisant la diversité des expressions culturelles sont politiques et ne peuvent être abandonnés à des structures privées ou à l'adhésion de la foule, voire à sa versatilité.

¹⁶ Vachet, J., Poissonnier, A., « Le crowdfunding : Mutation ou mirage pour l'entrepreneuriat ? », in *Etude de l'Observatoire Alpis*, Paris, n°38, 2015, pp. 37-38.

¹⁷ Matthews, J., Rouzé, V., Vachet, J., 2014. *La culture par les foules*, Paris, MkF éditions, p. 37.

Tenant compte de ces constats, différentes pistes pourraient être développées par les pouvoirs publics pour faire du crowdfunding un outil au service de projets d'intérêt général en utilisant la force de proximité et d'intéressement autre que financier qu'offre ce mode de financement.

Il pourrait ainsi être envisagé d'agréer certaines plateformes dont le mode de fonctionnement assure un accès diversifié et un accompagnement pré et post financement sérieux les rendant éligible à des subventions afin d'éviter la concentration des acteurs et la focalisation sur des produits plus facilement finançables.

Les pouvoirs publics pourraient envisager de mettre en place un co-financement public pour finaliser les productions moins conformes qui n'arriveraient pas à rassembler les fonds nécessaires sur les plateformes ou contribuer à la diffusion au-delà du 1^{er} cercle des productions locales, afin de réussir à s'extraire du réseau de proximité.

Les pouvoirs publics pourraient accorder des incitants fiscaux réservés à des plateformes agréées et pour des premiers projets afin de lutter contre la propension des contributeurs à rentabiliser leur investissement en se concentrant sur des produits générés par des acteurs déjà connus.

Enfin, les pouvoirs publics pourraient créer des plateformes publiques dont la rentabilité ne serait pas le moteur majeur. Celles-ci permettraient d'offrir un encadrement ou une assistance et créer un lien direct de proximité entre le projet à financer et le citoyen. Cela pourrait participer à davantage de démocratie participative.

➤ **Un chantier prometteur**

Les Etats, de par leur rôle dans la défense de l'intérêt général, doivent être les garants de la diversité culturelle. Ils sont donc fondés à prendre des mesures en ce sens, ce qui leur est rappelé par leurs obligations internationales.

Les obstacles à l'accès aux modes traditionnels de financement et les difficultés budgétaires

auxquels sont confrontés les Etats ont toutefois un impact négatif sur la diversité de la production culturelle.

L'apparition des nouvelles techniques d'information et de communication a créé les conditions pour régénérer un mode de financement par la foule qui ouvre de nouvelles perspectives à la création culturelle.

Ce mode de financement est en pleine expansion et certains y voient une manière nouvelle et innovante de financer la création culturelle, détachée de la dictature des éditeurs et du carcan administratif des pouvoirs publics.

Le financement participatif permet en effet un contact direct entre le créateur et son public et cette interaction est prometteuse et enrichissante. La possibilité d'accès des porteurs de projet à une audience sans sélection pyramidale, le coût réduit de l'autoproduction grâce à internet, les informations utiles données lors de la présentation du projet sur les attentes du public et la création d'une communauté intéressée dans le suivi et la réussite du projet sont des caractéristiques qui participent à la promotion d'expressions artistiques diverses.

Toutefois, le mémoire s'attache à relever que le crowdfunding est confronté également à des contraintes, à des modes de fonctionnement et des évolutions qui sont contradictoires avec cette ambition.

Les plateformes d'intermédiation sont des structures privées dont l'objectif est la réalisation du financement plus que de la réussite du projet culturel. Financer pour financer est pourtant sans intérêt pour la qualité et la pérennité de la création culturelle.

Positionner le créateur comme auto-entrepreneur, agent économique soumis aux exigences de la foule, responsabilisé par sa communauté et confronté à un formatage de la présentation de ses projets pour la rendre compatible avec les codes des plateformes internet, peut amener une autocensure du porteur de projet préjudiciable à la nouveauté, à l'innovation et à la surprise.

De plus, la concurrence entre plateformes et la rentabilité limitée génèrent un risque de concentration non favorable à la diversité.

Le crowdfunding n'est donc pas à même de suppléer le rôle des pouvoirs publics dans la promotion de la diversité des expressions culturelles. Il doit plutôt être considéré comme un instrument complémentaire à l'intervention publique.

Il serait donc dommageable que les pouvoirs publics s'en désintéressent ou abandonnent cet outil à des structures exclusivement privées.

Des propositions devraient donc être faites incluant le crowdfunding pour mettre en place un véritable partenariat Public – société civile.

Il s'agit d'un chantier prometteur, adapté à un type de gouvernance en contact plus direct avec la population, qui pourrait tirer parti du meilleur des aspirations collectives générées par le crowdfunding et des initiatives individuelles des porteurs de projet encadrées par le rôle de catalyseur et de garant de l'intérêt général des pouvoirs publics.

Bibliographie sélective

- Benhamou, F., 2015. *Politique culturelle, fin de partie ou nouvelle saison ?* Paris : Documentation française.
- Bessière, V., Stephany, E., 2014. *Le crowdfunding: fondements et pratiques*, Louvain-La-Neuve : De Boeck.
- Boyer, K., e.a., 2016. *Le crowdfunding*, Paris : La Découverte.
- Chaubet, F., 2013. *La mondialisation culturelle*, Paris : PUF.
- Dehaybe R., Abdou, D., 2004. *Diversité culturelle et mondialisation*, Paris : Autrement Editions.
- Des Abbayes, A., 2015. *Le crowdfunding, un nouveau marché ? : Décryptage et potentiel de marché*, Paris : Arnaud Franel Editions.
- Iizuka, M., 2015. *Le crowdfunding : les rouages du financement participatif*, Guyancourt : Edubanque Editions.
- Maalaoui, A., Conreaux P., 2014. *Le crowdfunding: les clés du financement participatif*, Paris : Ellipses Editions.
- Mattelart, A., 2016. *Diversité culturelle et mondialisation*, Paris : La Découverte.
- Matthews, J., Rouzé, V., Vachet, J., 2014. *La culture par les foules*, Paris, MkF éditions.
- Rasse, P., 2013. *La diversité culturelle*, Paris : CNRS Editions.
- Regourd S., 2004. *L'exception culturelle*, Paris : PUF.
- Ricordeau, V., 2013. *Crowdfunding: le financement participatif bouscule l'économie !* Limoges : FYP Editions.
- Varloteaux, M., 2014. *L'industrie Musicale : Crise ou Révolution ? Impact des nouveaux modes de consommation de la musique*, Saarbrücken : Editions universitaires européennes.
- Warnier, J-P., 2015. *La mondialisation de la culture*. Paris : La Découverte.
- Wolton, D., 2003. *L'autre mondialisation*, Paris : Flammarion.

Articles scientifiques

Amrein, S., *e.a.*, « Crowdfunding dans le domaine culturel », in *Institut für Finanzdienstleistungen*, Zoug, 2014, pp. 1-401.

Bokova, I., *e.a.*, « Repenser les politiques culturelles. 10 ans de promotion de la diversité des expressions culturelles pour le développement », in *Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture*, Paris, 2015, pp. 1-237.

Bruguière, J-M., « Revue thématique de droit de la communication. Les biens culturels », in *LEGICOM*, Paris : Victoires Editions, n°35, 2006, pp. 35-133.

Cazenave, F., « Le crowdfunding français forcé de se renouveler pour éviter l'essoufflement », in *Le Monde*, Paris, 2016, p. 1.

Cloot, A., « Le crowdfunding encourage la créativité de M. Tout-le-monde », in *Le Soir*, Bruxelles, 2016, p.32.

Cloot, A., Kubicki, M., « Le crowdfunding ? Un mystère pour un Belge sur deux », in *Le Soir*, Bruxelles, 2015, pp. 1-3.

Dauvergne, G., « Crowdfunding : un mirage pour les porteurs de projet ? », in *Les Echos*, Paris, 2015, pp. 1-3.

Delmas, V., « Crowdfunding : les banques prennent le train en marche », in *Liberation*, Paris, 2015, p. 16.

De Ghellinck, M-B., « Le crowdfunding : un nouveau modèle pour financer des projets responsables ? », in *Réseau Financement Alternatif*, Bruxelles, 2013, pp. 1-10.

Dehorter, N., « Le Guide du crowdfunding », in *Mode d'emploi*, Tourcoing, 2013, pp. 1-39.

Dejong, M. « Le crowdfunding. Un financement alternatif et citoyen ? », in *Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation*, Bruxelles, (coll. « Au Quotidien »), 2015, pp. 1-32.

Dembour, M., « Crowdfunding on vous dit tout ! », in *Focus*, Wallonie Design, 2014, pp. 1-8.

Farchy, J., « Promouvoir la diversité culturelle. Les limites des formes actuelles de régulation », in *Questions de communication*, Paris, n°13, 2008, pp. 171-195.

Jeannin, O., « Le crowdfunding, triomphe ou faillite de la culture ? », in *Les pouvoirs de la culture*. Avignon, 2013, pp. 1-20.

Kubicki, M., « Le crowdfunding pèse plusieurs milliards de dollars », in *Le Soir*, Bruxelles, 2016, pp. 27-29.

Ledent, P., « Le financement participatif : l'état du droit belge », in *Revue générale du droit*, n°8, 2015, pp. 1-6.

Lejoux, C., « Le crowdfunding et les banques, plus complémentaires que concurrents », in *La Tribune*, Paris, 2016, pp. 1-5.

Loannides, A., « Le crowdfunding est-il une chance pour la culture ? », in *Les idées en mouvement*, Paris, n°219, 2014, pp. 1-11.

Meur, B., « De l'exception culturelle à l'exemple culturel ? », in *Etat de la question*, Bruxelles, 2015, pp. 4-15.

Obudjen, N., Smiers, J., « UNESCO's Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions : Making it Work », in *Institute for International Relations*, Zagreb, n°9, 2006, p. 3.

Onnée, S., Renault, S., « Le financement participatif : atouts, risques et conditions de succès », in *Gestion*, Montréal, v. 38, 2013, pp. 54-65.

Roch, J-B., « MyMajorCompany arrête son activité de crowdfunding », in *Télérama*, Paris, 2016, p. 1.

Roland, L., Marchand, A., « Et si le public finançait ses projets grâce au crowdfunding », in *Crowdfunding : nouvel outil de financement pour les pouvoirs publics ?*, Bruxelles, 2015, pp. 1-10.

Vachet, J., Poissonnier, A., « Le crowdfunding : Mutation ou mirage pour l'entrepreneuriat ? », in *Etude de l'Observatoire Alpis*, Paris, n°38, 2015, pp. 11-53.

Van Den Borre, L., « Le crowdfunding est-il bon pour votre portefeuille ? », in *Trends Tendances*, Bruxelles, 2015, pp. 144-146.

Vanhaeren, B., « Une croissance rapide dans un terreau fertile », in *Crowdfunding en Belgique*, Bruxelles, 2016, pp. 1-56.

Wardrop, R., *e.a.*, « Moving Mainstream », in *The European Alternative Finance Benchmarking Report*, Londres, 2015, pp. 1-43.