FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

#21

Études

POLITIQUES CULTURELLES

Économie de la culture

Le financement participatif en ligne dans le secteur culturel en Fédération Wallonie-Bruxelles

Nathalie Courville (ArtExpert),
Arthur Le Gall (KEA) et Emanuele Rolando (KEA)

OPC OBSERVATOIRE DES POLITIQUES CULTURELLES

KEA EUROPEAN AFFAIRS

OCTOBRE 2026

Éditeur responsable : Jean-Gilles Lowies.
Observatoire des politiques culturelles de la Fédération Wallonie-Bruxelles (Bâtiment E, 6e étage), 44, bld Léopold II, à B-1080 Bruxelles, Belgique.
Tél. : +32 2 413 22 22 - www.opc.cfwb.be - opc@cfwb.be

Relecture : Béatrice Reynaerts
Graphisme et mise en page : Polygraph'

Pour citer la publication :
Courville, Nathalie, Arthur Le Gall et Emanuele Rolando. *Le financement participatif en ligne dans le secteur culturel en Fédération Wallonie-Bruxelles*. Bruxelles : OPC, Études, n°21, 2026.

La Communauté française de Belgique, issue des réformes constitutionnelles de 1971 et de 1980, exerce ses compétences sur la région de langue française de Belgique et sur la région bilingue de Bruxelles. Depuis 2011, la Communauté française est désignée dans ses communications en tant que Fédération Wallonie-Bruxelles (FW-B).

© Tous droits réservés pour tous pays et par tous moyens que la technologie permet. Cette publication ne représente pas nécessairement l'opinion de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Les interprétations et les analyses qu'elle contient n'engagent que leurs auteurs.

Dépôt légal : D/2026/14336/6

La version numérique peut être téléchargée au départ du site web de l'Observatoire : https://opc.cfwb.be - Demande de renseignements et commandes peuvent être adressées par courriel : opc@cfwb.be

#21

Le financement participatif en ligne dans le secteur culturel en Fédération Wallonie-Bruxelles

Nathalie Courville (ArtExpert),
Arthur Le Gall (KEA) et Emanuele Rolando (KEA)

Coordinateurs
Jean-Gilles Lowies (OPC), Olivier Parfondry (OPC)

OPC OBSERVATOIRE DES POLITIQUES CULTURELLES

KEA EUROPEAN AFFAIRS

Sommaire

RÉSUMÉ EXÉCUTIF **8**
Un marché modeste mais efficace 8

GLOSSAIRE ET ABRÉVIATIONS **10**

REMERCIEMENTS **12**

PORTÉE ET OBJECTIF DE CETTE ÉTUDE **13**

MÉTHODOLOGIE **14**
Recherche documentaire et cartographie 14
Analyse quantitative 14
Analyse qualitative 15

LIMITES DE L'ÉTUDE **16**
Considérations techniques 18

INTRODUCTION **19**
Le financement public en toile de fond 19
Le paysage politique et institutionnel 23

PARTIE I - CONTEXTE ET CARTOGRAPHIE DE L'ÉCOSYSTÈME **27**
Introduction du sujet 28
Vue d'ensemble des principaux modèles de financement participatif 39
Cartographie des plateformes de financement participatif 47
Limites des plateformes 51
Cadres juridiques et réglementaires 54

PARTIE II - ANALYSE QUANTITATIVE **58**
Aperçu du marché : dimensions du financement participatif culturel en FW-B 60
Structure du marché et dynamique des plateformes 61
Répartition de la taille des campagnes et diagnostic structurel 69
Indicateurs de réussite 73
Répartition sectorielle 77
Analyse géographique 79
Tendances temporelles (2019–2024) 82

PARTIE III - VOIX DE TERRAIN : ENTRETIENS ET ÉTUDES DE CAS **84**
Les interfaces du financement participatif : principales plateformes accessibles en Belgique 85
À propos des projets et des tendances 92
Ulule versus les plateformes locales 92
Les partenaires financiers de l'écosystème 95
Synthèse des études de cas 100
Synthèse du focus group 107

CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS **109**
Conclusions 109
Recommandations 112

BIBLIOGRAPHIE **117**

Liste des figures

Figure 1 : Comparaison des indicateurs de financement participatif culturel en FW-B avec les moyennes mondiales (tous secteurs confondus) 60

Figure 2 : Nombre de projets, total des contributions individuelles et nombre moyen de contributeurs par projet, par plateforme 62

Figure 3 : Structure du marché : typologie des plateformes et montants totaux levés (€), regroupés par portée géographique. Plateformes francophones (7,6 M€), plateformes mondiales (3,7 M€), plateformes belges (2,3 M€) 63

Figure 4 : Graphique de compartimentage : fonds cumulés levés par plateforme, pour un total de 13,6 millions d'euros 64

Figure 5 : Diagramme à bulles, plateformes représentées en fonction du nombre de projets (Y), du nombre de dons individuels (X) et du montant total des fonds levés (taille des bulles) 65

Figure 6 : Diagramme papillon : objectif de financement moyen vs montant moyen levé, par plateforme 66

Figure 7 : Répartition des projets par catégorie de taille (part du nombre total de projets) 69

Figure 8 : Répartition des fonds cumulés levés par catégorie de taille 70

Figure 9 : Répartition de la taille des campagnes par plateforme (pourcentage cumulé) 70

Figure 10 : Nuage de points : objectif de financement (Y) vs montant levé (X), échelle Log_{10}. Diagonale = parité 71

Figure 11 : Taux de réussite moyen par plateforme (KKBB exclu) 73

Figure 12 : Taux de surfinancement moyen par catégorie de taille de projet 75

Figure 13 : Taux de réussite moyen par secteur culturel (sous-échantillon catégorisé) 76

Figure 14 : Graphique en pente : part des projets (à gauche) vs part du financement total (à droite), par secteur culturel 77

Figure 15 : Répartition des projets de financement participatif par province/région 79

Figure 16 : Carte choroplèthe : nombre de projets de financement participatif par municipalité 80

Figure 17 : Évolution du montant total des fonds levés par an (en millions d'euros), 2019–2024 82

Résumé exécutif

La présente étude, commandée par l'Observatoire des politiques culturelles de la Fédération Wallonie-Bruxelles (FW-B), propose la première mesure systématique du marché et des pratiques du financement participatif dans les secteurs culturels et créatifs de la FW-B sur la période 2019-2024. Elle combine une revue documentaire, une analyse quantitative de 1 971 campagnes (après le nettoyage et le filtrage des 5 406 campagnes) extraites de neuf plateformes par *web scraping*, et une analyse qualitative s'appuyant sur une dizaine d'entretiens, cinq études de cas et un groupe de discussion réunissant des porteurs de projets.

UN MARCHÉ MODESTE MAIS EFFICACE

Sur la période examinée, le financement participatif culturel en FW-B a mobilisé environ 13,6 millions d'euros et plus de 203 000 contributions individuelles, soit en moyenne 104 donateurs et un don moyen de 105,50 euros par projet. Une campagne moyenne lève environ 7 500 euros pour un objectif déclaré de 5 404 euros, et 8,6 projets sur 10 atteignent ou dépassent leur cible (taux de réussite de 86 %). Ces indicateurs se situent à des niveaux supérieurs aux moyennes mondiales, révélant un marché certes modeste en valeur absolue, mais compétitif sur l'efficacité de mobilisation.

L'analyse quantitative montre comment le financement participatif est une activité fortement concentrée. Trois plateformes (Ulule, KissKissBankBank et Kickstarter)[1] captent à elles seules 82 % des fonds levés, alors qu'aucune n'a son siège en Belgique. Le secteur de l'édition représente 46 % des projets et 34 % des fonds, tandis que le jeu vidéo, avec seulement 8 % des projets, capte 23 % des fonds, et affiche un taux de réussite moyen de 515 %[2]. À l'opposé, les arts de la scène, l'audiovisuel et le patrimoine demeurent en retrait, traduisant des marges de surfinancement nettement plus étroites. Géographiquement, la Région de Bruxelles-Capitale concentre 59 % des projets. À noter que le cœur du financement participatif se situe toutefois

1 À noter que Ulule a fait l'acquisition de KissKissBankBank en 2024.

2 Où un taux de réussite de 100 % correspond à l'atteinte de l'objectif fixé, tout dépassement représentant des fonds excédentaires par rapport à cet objectif.

sur des enveloppes modestes : 53 % des campagnes lèvent moins de 5 000 euros. C'est précisément sur ce segment qu'un accompagnement public, même léger, produirait l'effet le plus tangible.

Les consultations qualitatives révèlent que la pratique de financement participatif est un outil hybride entre nécessité et stratégie. Le financement participatif fonctionne autant comme un palliatif aux carences ou aux délais du financement public que comme un choix stratégique permettant de fédérer une communauté et de préserver l'indépendance artistique des créateurs. Il demeure essentiellement l'apanage d'artistes émergents menant des démarches individuelles (enregistrement d'un album, publication d'un livre), bien plus que des institutions culturelles établies. Le succès des campagnes dépend fortement de la communauté préalable du porteur de projet (logique du « love money »), s'accompagne d'un coût humain élevé (charge chronophage, stress, injection parfois de fonds personnels), et reste largement inexploité sur les modèles d'investissement (*crowdequity*, *crowdlending*), à l'exception notable de l'audiovisuel.

Après avoir mis en lumière les forces et les faiblesses de ce phénomène, cette recherche se conclut par une série de recommandations visant à renforcer les synergies entre les autorités publiques et les nouvelles pratiques de financement participatif.

Glossaire et abréviations

Le tableau ci-dessous regroupe les principales abréviations et notions techniques utilisées dans le présent rapport.

ACS	Agent contractuel subventionné (dispositif d'aide à l'emploi en Région de Bruxelles-Capitale)
AGC	Administration générale de la Culture de la Fédération Wallonie-Bruxelles.
APE	Aide à la promotion de l'emploi (dispositif d'aide à l'emploi en Région wallonne)
ASBL	Association sans but lucratif
B2B	Business to business : relations commerciales entre entreprises
COCOF	Commission communautaire française (Région de Bruxelles-Capitale)
Crowdequity	Financement participatif en capital : prise de participation au capital d'une entreprise
Crowdlending	Financement participatif par prêt : prêt rémunéré consenti par une communauté
Drive-to-web	Effort de communication par lequel un porteur de projet dirige sa propre communauté vers sa page de campagne
ECSPR	Règlement relatif aux prestataires européens de services de financement participatif pour les entrepreneurs
FRB	Fondation Roi Baudouin
FSMA	Autorité des services et marchés financiers
FW-B	Fédération Wallonie-Bruxelles (Communauté française-Fédération Wallonie-Bruxelles)
KKBB	KissKissBankBank (plateforme de financement participatif, rachetée par Ulule en 2024)

ICC	Industries culturelles et créatives
Love money	Fonds collectés auprès du cercle proche du porteur de projet (famille, amis)
Matchfunding	Mécanisme par lequel un partenaire (public ou privé) complète les dons citoyens collectés, selon un ratio prédéfini
Matchgiving	Variante du *matchfunding* où le cofinancement intervient au franchissement d'un seuil (par exemple 80 % de l'objectif)
RSE	Responsabilité sociétale des entreprises
Tout ou rien	Méthode selon laquelle les fonds ne sont débloqués que si la campagne atteint 100 % de son objectif
XPath	Langage de requête permettant de localiser des éléments dans une page web, utilisé lors de l'extraction de données (web scraping)

Remerciements

Cette étude n'aurait pas été possible sans la disponibilité et la générosité des personnes qui ont accepté de partager leur expérience et leur expertise lors des entretiens, des études de cas et du groupe de discussion.

Représentants de plateformes et d'acteurs du financement :

- **Jean-François Füeg**, directeur général adjoint, Administration générale de la Culture, Fédération Wallonie-Bruxelles.
- **François Laureys**, gestionnaire de projets, Bureau économique de la Province de Namur (plateforme Cilo).
- **Elodie Dossogne**, codirectrice, Growfunding.
- **Alexandre Boucherot**, fondateur, Ulule.
- **Elisa Pirotte**, project manager, Prométhéa.
- **Virginie Civrais**, directrice générale, ST'Art Invest.
- **Béatrice Gilmont**, relationship manager, Triodos Bank.

Porteurs de projets et créateurs (entretiens et études de cas) :

- **Sylvie Rager**, directrice, Théâtre de la Toison d'Or.
- **Bernard Crutzen**, cinéaste documentaire.
- **Pierre Pevée**, manager, LaVallée (Société mutuelle pour artistes).
- **Chantal Gaudin (Elya Darmor)**, autrice-compositrice et interprète.

Nous remercions également les porteurs de projets ayant participé au groupe de discussion :

- **Delphine Martens**
- **Clément Jadot**
- **Xavier Dessaucy**
- **Antoine Armedan**
- **Jensen Pauwels**
- **Gregory Dubois**
- **Gregory Van Aelbrouck**
- **Elya Darmor**

Portée et objectif de cette étude

Cette étude a pour objectif principal d'offrir une cartographie inédite, à la fois quantitative et qualitative, des dynamiques de financement participatif en ligne au sein de l'écosystème culturel et créatif de la FW-B. À l'heure où les politiques publiques amorcent un virage stratégique vers l'hybridation des ressources, ce travail vise à mesurer précisément la contribution de l'épargne citoyenne au secteur, à identifier les disciplines artistiques les plus réceptives à ces mécanismes, et à mettre en lumière les leviers d'action capables de stimuler le cofinancement public-privé. Au-delà du simple état des lieux, la finalité de ce rapport est de fournir aux décideurs politiques ainsi qu'aux opérateurs de terrain des grilles de lecture claires et des recommandations opérationnelles pour transformer les initiatives pilotes actuelles en un programme de soutien pérenne, inclusif et structurant.

En matière de portée, le périmètre de recherche s'attache spécifiquement aux campagnes de crowdfunding (principalement sous forme de dons avec ou sans contreparties, et de prêts participatifs) menées par des artistes, collectifs et institutions culturelles actifs sur le territoire francophone belge. L'analyse temporelle se concentre sur les dynamiques les plus récentes afin de capter l'évolution des pratiques post-crise sanitaire et l'impact des nouvelles orientations décrétales. En délimitant ainsi le champ d'observation, l'étude s'attache à révéler les spécificités structurelles, linguistiques et idéologiques de la FW-B, distinguant clairement ses réalités de terrain des modèles anglo-saxons ou des marchés européens voisins, afin de garantir la pertinence locale des solutions proposées.

Méthodologie

L'étude repose sur une approche méthodologique mixte, combinant trois volets complémentaires menés successivement : une recherche documentaire, une analyse quantitative fondée sur la collecte de données primaires, et une analyse qualitative reposant sur la consultation de parties prenantes. Cette triangulation permet de croiser des sources de nature différente et d'en renforcer la robustesse.

RECHERCHE DOCUMENTAIRE ET CARTOGRAPHIE

La première phase a consolidé le périmètre analytique en complétant la revue de la littérature sur le financement participatif (modèles, plateformes, géographie) et son environnement juridique, puis en cartographiant de manière exhaustive les plateformes les plus pertinentes pour la culture en FW-B. Les résultats de cette phase constituent la Partie I du présent rapport.

ANALYSE QUANTITATIVE

Aux fins de l'analyse quantitative, toutes les plateformes identifiées comme pertinentes dans la recherche documentaire (c'est-à-dire celles qui hébergent des projets culturels ou créatifs situés en FW-B entre 2019 et 2024) ont été systématiquement explorées à l'aide d'Octoparse, un logiciel de *web scraping* qui permet l'extraction automatisée de données structurées à partir de sites web présentant des architectures HTML hétérogènes. Chaque plateforme a nécessité un flux de travail sur mesure afin de tenir compte des différences de structure, de systèmes de pagination et de disponibilité des métadonnées.

L'ensemble des données obtenues comprend 5 406 observations au total, qui ont ensuite été filtrées pour correspondre à la portée de l'étude, ce qui a donné un échantillon final de 2 000 (n = 1 971) campagnes de financement participatif lancées entre 2019 et 2024 dans les secteurs culturels et créatifs de la FW-B. L'extraction de données a été complétée par une collecte manuelle pour les plateformes à l'accès restreint. Les données ont ensuite été nettoyées et harmonisées (dates, noms de villes, catégories culturelles) afin de garantir leur comparabilité.

Compte tenu de l'hétérogénéité des architectures de plateformes et de la disponibilité inégale des métadonnées, certains indicateurs sont calculés sur des échantillons partiels ; chaque figure précise alors la portée et les limites des données sous-jacentes.

ANALYSE QUALITATIVE

Le volet qualitatif a été conçu pour explorer les logiques, les motivations et les tensions qui structurent les pratiques de financement participatif, que les données quantitatives ne permettent pas de saisir. Il combine trois méthodologies : des entretiens semi-dirigés avec des représentants de plateformes et des acteurs du financement, un ensemble d'études de cas, et un groupe de discussion réunissant des porteurs de projets, complété par un sondage en ligne auprès des personnes absentes.

Au total, une quinzaine de parties prenantes ont été consultées, couvrant l'ensemble des segments d'acteurs de l'écosystème : plateformes locales et internationales, acteurs du financement public, philanthropique et bancaire, et porteurs de projets de profils variés. Les consultations étaient organisées autour de quatre axes thématiques (modèle économique, positionnement, motivations, défis et opportunités) et ont alimenté cinq études de cas illustrant des modèles contrastés de financement. Les personnes consultées sont toujours citées en note de bas de page et listées dans les remerciements.

Limites de l'étude

L'ensemble des entretiens prévus dans la méthodologie ont été réalisés, à quelques nuances près. La consultation initialement envisagée avec la Fondation Prince Philippe a été réorientée, à leur demande, vers Growfunding qui avait géré le dispositif de *matchfunding* ; cette réorientation a finalement enrichi l'étude en permettant de documenter plusieurs modèles de *matchfunding*. Le rachat de KissKissBankBank par Ulule ayant mené à la fermeture de la cellule bruxelloise, il n'a pas été possible de s'entretenir avec celle-ci. Cependant, un échange avec le fondateur d'Ulule a fourni des informations de première main. Le focus group, pour sa part, a réuni un nombre de participants plus restreint que prévu, mais un court sondage reprenant les questions de la discussion a été adressé aux personnes absentes, de sorte que la collecte reflète l'avis d'une dizaine de porteurs de projets.

Cependant, quelques limites méthodologiques méritent d'être soulignées, étant donné que cette partie de la recherche repose entièrement sur la collecte de données primaires. L'échantillon ne peut être considéré comme exhaustif, mais il représente l'effort de collecte le plus systématique possible ; le chiffre de près de 2 000 projets constitue donc une estimation fiable. Seules les données d'Indiegogo n'ont pu être collectées. Indiegogo étant une plateforme internationale, ni strictement belge ni francophone et non spécialisée dans les secteurs culturels et créatifs, son omission ne constitue très probablement pas une lacune significative. **L'ambition de l'étude d'isoler ce phénomène en Wallonie et à Bruxelles s'est également avérée difficile à plusieurs égards, car les plateformes ne sont manifestement pas conçues pour faire la distinction entre la Flandre et la Wallonie ; au mieux, un filtre ou une option de recherche au niveau du pays/langue est disponible. Il est donc possible qu'un petit nombre de projets de l'échantillon aient, en réalité, été promus par des acteurs néerlandophones opérant à Bruxelles.**

Un nettoyage manuel supplémentaire a été effectué afin de réduire les risques de données non pertinentes. Enfin, ces plateformes se caractérisent par une approche ascendante où les utilisateurs créent leurs propres pages de projet ; **ce sont donc les utilisateurs eux-mêmes qui choisissent de classer leur projet comme créatif/culturel. Il n'existe pas de notion unique et strictement convenue de ce qu'est un projet culturel et créatif sur l'ensemble de ces plateformes** ; la plupart d'entre elles ne proposent d'ailleurs pas de sous-catégories spécifiques (telles que les arts de la scène, les jeux vidéo, etc.), mais simplement une grande catégorie « culturel/créatif ». **Cela implique que des projets situés en marge de ce qui est traditionnellement considéré comme un travail culturel et créatif ont néanmoins été inclus dans l'échantillon**, par exemple des projets sur l'éducation, l'œnogastronomie, le folklore ou les tiers-lieux/espaces publics destinés aux activités citoyennes et associatives (en partie culturelles).

CONSIDÉRATIONS TECHNIQUES

Catégories de la campagne	Chaque plateforme applique sa propre taxonomie des secteurs culturels et créatifs, tandis que certaines ne proposent qu'une catégorie générale « projets créatifs ». Afin d'assurer la comparabilité des données, l'analyse quantitative du présent rapport procède à une harmonisation systématique de ces classifications en les agrégeant selon les dix sous-secteurs définis par la Fédération Wallonie-Bruxelles et explicitement énoncés dans le Cahier spécial des charges (patrimoine, archives, bibliothèques, livre et presse, arts visuels, architecture, musique, arts de la scène, audiovisuel et multimédia, mode, design, gaming).
Normalisation des dates	Les dates sont parfois fournies dans des formats variables, par exemple avec un ordre incohérent des chiffres du mois et du jour. Cela a été pris en compte et toujours homogénéisé pour obtenir un format compatible avec Excel. Les informations relatives au calendrier du projet ne sont pas toujours fournies, par exemple la date de fin. Dans ce cas, nous avons utilisé diverses méthodes pour estimer de manière fiable la date de fin du projet. Il s'agit notamment d'examiner le suivi des progrès de la collecte de fonds, les commentaires des donateurs, les règles relatives à la durée des campagnes sur les plateformes ou toute autre information utile.
Définition du succès	Les plateformes appliquent différents critères de réussite. Certaines utilisent le principe du « tout ou rien », tandis que d'autres appliquent des systèmes de financement flexibles permettant aux promoteurs de conserver une partie des fonds collectés. Pour cette raison, les indicateurs liés au montant collecté et au taux de réussite ont été ajustés en fonction du modèle de chaque plateforme, avec des ensembles de données ad hoc créés pour chaque type de règle.
Atténuation des erreurs humaines	Les erreurs humaines peuvent avoir un impact sur la qualité des données. Nous avons par exemple identifié et corrigé des devises mal classées, ou encore, il existe une ville appelée " Belgique " dans le Wisconsin, aux États-Unis, qui apparaît parfois de manière erronée dans notre filtrage en raison d'erreurs de géolocalisation. Néanmoins, chaque ligne de l'ensemble de données a été lue et nous avons amélioré la qualité des données dans la mesure du possible.
Nettoyage des formats numériques et textuels	Les plateformes utilisent diverses conventions pour le formatage numérique et textuel : certaines utilisent des virgules pour les décimales, d'autres pour les milliers ; certaines insèrent des espaces ou des points, ou des abréviations telles que « k ». Tous les champs numériques ont été nettoyés et normalisés pour permettre la comparabilité entre les plateformes, garantissant ainsi que toutes les mesures monétaires et quantitatives pouvaient être analysées de manière cohérente.

Introduction

Cette étude propose d'explorer le financement de projets culturels par le prisme du financement participatif. Bien évidemment, ce seul dispositif convient rarement totalement pour combler les besoins financiers des divers projets culturels, qu'ils soient individuels ou qu'ils soient pilotés par des ASBL. C'est pourquoi il importe, d'entrée de jeu, de situer le contexte dans lequel le financement participatif, ou crowdfunding, se situe dans le contexte plus global du financement de la culture.

LE FINANCEMENT PUBLIC EN TOILE DE FOND[3]

Le paysage du financement culturel en Belgique s'articule autour d'une imbrication étroite entre différents niveaux de pouvoir. Au premier plan, les trois Communautés représentent les principaux bailleurs de fonds directs du secteur. L'octroi de leurs subventions est encadré par des décrets spécifiques ainsi que par la loi fédérale de 1973 sur le pacte culturel, un texte qui protège le pluralisme et interdit toute discrimination idéologique ou philosophique. Dans le cadre de subventions sélectives, le processus intègre des comités d'experts chargés d'émettre des avis consultatifs, bien que la décision finale reste la prérogative exclusive du ministre ou du gouvernement.

Parallèlement à cette action communautaire, les autres instances publiques déploient des financements ciblés. L'autorité fédérale prend en charge les grandes institutions nationales, tandis que les Régions se concentrent sur le patrimoine immobilier et le dynamisme des industries créatives. Pour soutenir

3 Compendium of cultural policies and trends, «Belgium profile», consulté le 20 juillet 2026, https://www.culturalpolicies.net/category/belgium/.

l'entrepreneuriat culturel, plusieurs fonds publics proposent des prêts ou des prises de participation. C'est le cas du fonds St'Art, cogéré par la Communauté française-Fédération Wallonie-Bruxelles et les Régions wallonne et bruxelloise, mais aussi de structures régionales spécifiques comme Wallimages en Wallonie et Screen Brussels à Bruxelles, toutes deux dédiées aux secteurs de l'audiovisuel et du jeu vidéo.

Enfin, les collectivités territoriales apportent un soutien de proximité indispensable à la viabilité du secteur. Les communes assument ainsi la gestion et le financement de la majorité des infrastructures locales, à l'image des bibliothèques, des salles de spectacle et de certains musées. De leur côté, les centres culturels bénéficient d'un cofinancement paritaire, assuré à parts égales par la Communauté française et les pouvoirs locaux. Pour compléter ce maillage, chaque province développe son propre catalogue de mesures pour soutenir la culture dans ses domaines de prédilection.

Toutefois, depuis une trentaine d'années, le Gouvernement fédéral et les Régions s'impliquent de plus en plus : le premier gère de grandes institutions nationales et intervient via des leviers indirects comme la fiscalité ou la propriété intellectuelle, tandis que les secondes se concentrent sur le patrimoine immobilier et les industries créatives et numériques.

Les principes spécifiques de la Communauté française

Au sein de la Communauté française, la politique culturelle repose sur deux piliers fondamentaux : la subsidiarité et le pluralisme. Le principe de subsidiarité implique que l'État préfère soutenir les initiatives émergentes du secteur plutôt que de créer ses propres structures, ce qui engendre un contrôle étatique relativement faible. Le principe de pluralisme garantit quant à lui la représentation de la diversité des courants idéologiques et des partis politiques au sein des instances dirigeantes culturelles, une réalité particulièrement visible à travers le secteur de la formation continue qui regroupe de nombreux mouvements associatifs et partisans.

Cette approche pluraliste favorise également une gouvernance participative. Sept comités consultatifs, composés d'experts et de professionnels du secteur, émettent des avis sur le financement des projets. Pour autant, la décision finale demeure centralisée entre les mains du ministre de la Culture ou du gouvernement, ce qui dessine un système où l'administration de l'État reste faible face au poids historique et politique des partis.

Dans ce cadre, le gouvernement de la Communauté française en fonction depuis 2024 s'est fixé des objectifs précis pour moderniser ce modèle. Il vise notamment à accroître les ressources de la création en diversifiant

les financements, notamment par le mécénat. Il ambitionne également d'accompagner la transition technologique en encadrant l'intelligence artificielle par une stratégie numérique et une protection renforcée du droit d'auteur. Enfin, ses priorités intègrent l'amélioration de la visibilité en ligne des artistes et la promotion active de la langue française à l'échelle internationale.

Un système en évolution

Le modèle traditionnel de la politique culturelle en Belgique, historiquement centré sur les compétences exclusives des Communautés et le financement public direct de l'offre, subit d'importantes mutations. Avec le rôle accru du gouvernement fédéral et des Régions, les outils de soutien se sont diversifiés, intégrant désormais le statut social des artistes, des incitations fiscales, des fonds d'investissement publics et un soutien affirmé à l'entrepreneuriat culturel ainsi qu'aux financements privés.

La crise de la Covid-19 entre 2020 et 2022, qui a fait débloquer des fonds d'urgence massifs pour un secteur durement éprouvé par les fermetures, sous l'impulsion de la ministre Bénédicte Linard, a agi comme un révélateur, en mettant en lumière la précarité des artistes et l'existence de pans entiers de la culture exclus des subventions ordinaires. En réaction, la législature 2019-2024 a élargi son champ d'action à de nouveaux domaines comme l'humour et le jeu vidéo, tout en structurant le secteur du livre via des plans sectoriels.

La législature actuelle, entamée sous la direction de la ministre Élisabeth Degryse, s'inscrit dans la continuité de ces évolutions à travers plusieurs priorités bien définies. Sur le plan éducatif, le gouvernement poursuit le déploiement du Parcours d'Éducation Culturelle et Artistique (PECA) dans les écoles afin de mieux intégrer les artistes et les académies. Face à la révolution numérique, l'accent est mis sur l'impact des nouvelles technologies : les autorités se penchent sur les défis de visibilité et de financement posés par la plateformisation de la culture, tout en envisageant la régulation de l'intelligence artificielle par des chartes éthiques. Enfin, la diffusion artistique reste un enjeu central avec la révision du décret de soutien à la diffusion prévue et un rôle renforcé pour les centres culturels, le tout soutenu par une volonté politique d'encourager le mécénat comme source de financement complémentaire.

Le secteur privé à la rescousse

Le secteur privé fait preuve d'une certaine ouverture au soutien à des projets culturels. La plus récente étude sur le sujet, réalisée par l'Observatoire des politiques culturelles, en collaboration avec Prométhéa, montre que « l'engagement sociétal a le vent en poupe : en 2025, plus de 83 % des entreprises investissent dans une forme de soutien. Projets sociaux, culture,

sport, autant de domaines qui bénéficient d'un appui essentiel grâce au mécénat d'entreprise[4]. » À noter que la catégorie qui domine la liste des disciplines soutenues en culture est le patrimoine, suivie par la musique et l'achat d'œuvres d'arts plastiques.

Cette même étude nous informe que « le lien entre engagement sociétal et responsabilité sociétale des entreprises (RSE) se renforce. Trois entreprises sur quatre déclarent aujourd'hui avoir une politique RSE, et parmi elles, 94 % se mobilisent à travers le mécénat et/ou le sponsoring. Ces chiffres montrent que l'engagement est désormais au cœur des démarches stratégiques. »

« Les entreprises développent différentes formes de partenariats et les cumulent : soutien financier (60 % des entreprises), mécénat en produits (45 %) et mécénat de compétences (25 %). Cette diversification des formes d'engagement traduit une volonté croissante d'adapter le soutien aux ressources, aux savoir-faire et aux valeurs propres à chaque entreprise. Le mécénat de compétences prend une place à côté du mécénat financier : pour 55 % des entreprises, le budget du mécénat de compétences est plus conséquent que le budget financier. Les entreprises s'impliquent donc davantage en mobilisant temps, expertise et savoir-faire. »

Du côté des particuliers, le soutien financier reste encadré par la législation classique sur les donations. Bien que la générosité des Belges soit globale — avec un total de 362 millions d'euros de dons enregistrés en 2022 tous secteurs confondus —, la part allouée spécifiquement à la culture, aux arts et au patrimoine concernait environ 8,8 % de la population, selon une étude de 2024.

Enfin, le mécanisme du « tax shelter » s'impose désormais comme un levier financier incontournable pour la création artistique. Cet avantage fiscal, destiné aux entreprises qui investissent dans l'audiovisuel, les arts de la scène ou les jeux vidéo, a démontré sa puissance en permettant de récolter environ 233 millions d'euros à l'échelle nationale en 2024. La Communauté française a capté près de 107 millions d'euros de cette enveloppe, confirmant que ce dispositif est devenu une source de financement complémentaire indispensable à la viabilité du cinéma et du spectacle vivant.

Une culture du mécénat encore fragile

Toutefois, il semble que ce soit surtout les principes d'ordre idéologique et structurel qui freinent la volonté des organismes culturels à faire appel au financement privé. Il existe, en Belgique, une culture de l'État-providence

4 Prométhéa, « Les chiffres du mécénat », consulté le 19 novembre 2025, https://www.promethea.be/fr/sinformer/actualites/les-chiffres-du-mecenat/.

extrêmement ancrée, où le financement de la culture est perçu comme une responsabilité régalienne quasi exclusive. Cette vision s'accompagne d'une méfiance persistante à l'égard du secteur privé : l'implication d'entreprises est souvent perçue comme une menace pour l'indépendance artistique ou, pire, comme une « dénaturalisation » de la mission de l'État. Dans ce contexte, l'ouverture à des fonds privés est moins vue comme une opportunité que comme un désengagement problématique de la puissance publique.

Ce rapport à l'État se répercute directement sur le comportement des citoyens. Contrairement au modèle anglo-saxon où le mécénat individuel est une norme sociale, on observe, en Belgique, un faible consentement à payer via le don ou le financement participatif. Cette réticence est indissociable de la pression fiscale élevée du pays : les citoyens estiment, à juste titre, qu'en payant leurs impôts, ils financent déjà indirectement l'accès à la culture. Cette attente de prise en charge collective freine naturellement l'émergence d'une philanthropie culturelle populaire.

Enfin, un blocage supplémentaire se situe au niveau des compétences et des intérêts croisés entre les acteurs du terrain. D'un côté, les opérateurs culturels manquent souvent de la formation nécessaire pour prospecter le marché privé ; leur fonctionnement reste profondément centré sur l'ingénierie des subventions publiques. De l'autre, les entreprises belges ne possèdent pas encore une culture du mécénat très développée. Elles peinent à identifier le retour sur investissement social ou d'image qu'une telle collaboration pourrait leur apporter. **En résumé, c'est toute une mutation des mentalités qui reste à opérer pour que les deux mondes apprennent à se parler et à collaborer sans préjugés.**

LE PAYSAGE POLITIQUE ET INSTITUTIONNEL

La FW-B a récemment manifesté un vif intérêt pour la diversification du financement des arts par le biais de canaux privés et participatifs. Dans sa déclaration de politique communautaire 2024-2029, le nouveau gouvernement de la FW-B a mis en avant « l'ouverture du financement des arts au secteur privé par le biais du mécénat et du financement participatif » comme une mesure clé. Cela comprend des projets de création d'une « Fondation pour les arts » et d'introduction d'incitations fiscales, soulignant que le financement participatif et le mécénat culturel font désormais partie des priorités politiques. Si le financement privé est considéré comme un moyen d'augmenter les ressources consacrées à la culture, les responsables reconnaissent qu'il ne peut remplacer les subventions publiques essentielles qui garantissent la liberté artistique. Néanmoins, l'approbation officielle du financement participatif marque un changement notable dans la politique

culturelle, visant à influencer et à avoir un impact sur les budgets publics grâce au soutien des citoyens et des entreprises[5]. Des instruments économiques régionaux tels que le prêt Coup de Pouce en Wallonie[6] et le prêt Proxi à Bruxelles[7] illustrent comment les garanties publiques et les incitations fiscales peuvent mobiliser des capitaux privés grâce à des infrastructures de prêt participatif. Bien qu'ils ne soient pas spécialement conçus pour le secteur culturel, ces mécanismes sont accessibles aux acteurs créatifs, aux entrepreneurs et aux coopératives opérant au sein de l'écosystème de la FW-B.

Ensemble, ces instruments reflètent une tendance plus large vers le financement hybride, dans lequel les pouvoirs publics utilisent des outils fiscaux pour stimuler l'investissement citoyen. Bien qu'ils visent principalement le développement général des PME, ils ont des retombées positives pour le secteur culturel et créatif en élargissant la gamme des financements disponibles. Les initiatives de cofinancement, dans le cadre desquelles les villes ou les organismes publics complètent les contributions issues du financement participatif, renforcent encore cette logique. À Bruxelles, par exemple, les autorités communales et les organisations communautaires ont expérimenté des modèles de cofinancement qui amplifient l'impact des campagnes de financement participatif. Cela permet non seulement d'injecter des ressources supplémentaires dans les projets culturels, mais aussi de les valider en transformant leur succès public en un signe de légitimité que les acteurs publics sont de plus en plus disposés à soutenir.

Cette logique s'étend naturellement à l'émergence de modèles de cofinancement, dans lesquels les acteurs publics non seulement encouragent la participation par des garanties ou des allégements fiscaux, mais co-investissent activement ou égalent le montant levé auprès du public. Les chercheurs notent que lorsque les gouvernements « explorent la validation du public »[8] en cofinançant des projets culturels, cela crée une situation gagnant-gagnant, dans laquelle les porteurs de projets ont accès à davantage de financement et de crédibilité, car les donateurs voient leurs contributions amplifiées. Les plateformes élargissent ainsi leur impact et les institutions publiques tirent le meilleur parti de leurs budgets limités.

---

5 Fédération Wallonie-Bruxelles, « Les priorités culturelles 2024-2029 de la Fédération Wallonie-Bruxelles », PlayRight (blog), 8 octobre 2024, https://playright.be/en/the-federation-wallonie-bruxelless-cultural-priorities-2024-2029/.

6 Wallonie, « Prolongation du prêt Coup de Pouce », Wallonie Actualités, consulté le 20 novembre 2025, https://www.wallonie.be/fr/actualites/prolongation-du-pret-coup-de-pouce.

7 hub.brussels, « Prêt Proxi : investir votre épargne dans les entreprises bruxelloises », hub.brussels (blog), consulté le 20 novembre 2025, https://info.hub.brussels/blog/pret-proxi-investir-epargne-dans-entreprises-bruxelloises.

8 Chiara Dalla Chiesa et Angeliki Alexopoulou, « Le financement participatif passe au numérique : les avantages d'aligner les politiques publiques sur la sagesse collective », *European Journal of Cultural Management and Policy* 12 (2022) : 11090, https://doi.org/10.3389/ejcmp.2022.11090.

Pour la FW-B, cette approche s'aligne sur les objectifs de la politique culturelle en matière de démocratisation, d'accessibilité et d'engagement citoyen. En impliquant le public dans les décisions de financement (essentiellement une forme de budget participatif pour la culture), le financement participatif peut amplifier les fonds publics tout en favorisant un sentiment d'investissement collectif dans la culture et les arts. Il contribue également à réduire les risques liés aux projets culturels expérimentaux ou en phase de démarrage : la contribution collective sert de preuve de concept, sur laquelle le gouvernement ou même des sponsors privés peuvent s'appuyer en toute confiance.

Une volonté européenne de mieux intégrer les financements privés

La diversification du financement culturel en FW-B s'inscrit dans une tendance européenne plus large. L'Union européenne a encouragé les États membres et les régions à explorer le financement participatif et le cofinancement public-privé pour la culture. Dans ce contexte, on peut citer l'initiative Crowdfunding4Culture (2016-2017). Elle a été lancée en 2015 dans le but de recenser les meilleures pratiques à travers l'Europe et a recommandé d'intégrer le financement participatif dans le « financement mixte » des secteurs culturels et créatifs[9]. Elle a mis en avant des exemples de cofinancement avec des subventions publiques et a appelé les décideurs politiques à faciliter les synergies entre le financement traditionnel et le financement participatif.

Récemment, le nouveau Culture Compass for Europe a renforcé ce programme en appelant à l'élaboration de lignes directrices européennes pour les investissements stratégiques dans la culture et en promouvant des outils d'investissement innovants afin d'attirer les capitaux privés[10]. Cela inclut la philanthropie et le financement mixte, en collaboration avec les institutions financières concernées. Ces développements signalent une normalisation du financement participatif dans le discours sur la politique culturelle et pourraient encourager les acteurs de la région FW-B à explorer plus activement des modèles hybrides.

Parallèlement à une intégration et à une réglementation accrues, ces évolutions du contexte politique européen ont indirectement influencé la FW-B en favorisant l'échange de connaissances et la validation du financement participatif en tant qu'outil légitime. De plus, les instruments financiers de

9 Crowdfunding4Culture, « À propos », consulté le 20 novembre 2025, https://crowdfunding4culture.eu/about.

10 Commission européenne, *Communication from the Commission : Culture Compass*, consulté le 26 novembre 2025, 19, https://culture.ec.europa.eu/sites/default/files/2025-11/Communication%20-%20Culture%20Compass%20with%20cover_0.pdf.

l'UE ont renforcé l'écosystème régional en matière de financement créatif. Dans le cadre d'InvestEU, l'UE a mis en place le mécanisme de garantie pour les secteurs culturels et créatifs, que la FW-B a utilisé via St'Art Invest pour développer les prêts aux entreprises créatives[11]. Ces garanties et ces flux de financement soutenus par l'UE améliorent l'accès au financement pour les acteurs culturels, complétant le financement participatif local en rendant d'autres financements (prêts bancaires, investissements dans des fonds) plus accessibles. À l'avenir, l'élaboration des politiques en FW-B devrait s'orienter davantage vers ces modèles hybrides. On observe également un intérêt croissant pour les programmes européens et les collaborations transfrontalières susceptibles de bénéficier aux secteurs culturels de la FW-B (par exemple, en tirant parti des projets Horizon Europe ou INTERREG axés sur l'innovation dans l'économie créative, qui comprennent souvent des composantes de financement alternatif).

En résumé, le paysage institutionnel autour du financement participatif culturel en FW-B se caractérise par un engagement croissant du secteur public et des partenariats public-privé innovants. Les priorités gouvernementales mentionnent désormais explicitement le financement participatif, les instruments régionaux tirent parti du capital citoyen, et divers acteurs, des fonds publics aux organisations culturelles, expérimentent des modèles de cofinancement et de financement participatif hybrides. Cette tendance peut refléter un objectif politique plus large, qui consiste à diversifier les sources de financement culturel tout en responsabilisant les citoyens et les communautés. La nature participative du financement participatif coïncide avec les objectifs culturels de la FW-B (accessibilité, implication communautaire) et, lorsqu'il est associé à un soutien public stratégique (cofinancement, garanties ou incitations fiscales), il présente un potentiel important pour enrichir le mix de financement des arts et de la culture. Le défi à relever consistera à transformer ces initiatives pilotes et ces intentions politiques en programmes durables qui renforcent l'écosystème culturel, le rendant plus résilient et plus inclusif grâce à un partage des responsabilités en matière de financement. La présente étude propose, à cet égard, quelques pistes et recommandations.

11 Fonds européen d'investissement (FEI), « 24 millions d'euros pour les petites entreprises culturelles et créatives en Belgique via ST'ART, un fonds d'investissement spécialisé dans le financement des industries culturelles et créatives, en collaboration avec le Fonds européen d'investissement (FEI) et InvestEU », 13 mars 2023, https://www.eif.org/InvestEU/news/2023/eur-24-m-eu-loans-for-cultural-and-creative-small-businesses-in-be-via-st-art-specialised-investment-fund-in-conjunction-with-eif-and-investeu.htm.

PARTIE I – Contexte et cartographie de l'écosystème

Cette première partie pose le cadre conceptuel et contextuel de l'étude. S'appuyant sur une revue de la littérature et un travail de recherche documentaire approfondi, elle restitue les notions clés indispensables à la compréhension de l'écosystème du financement alternatif : origines du financement participatif, principaux modèles, motivations des contributeurs, cartographie des plateformes accessibles en FW-B, ainsi que les cadres juridiques qui structurent le secteur. Plusieurs plateformes et acteurs clés de l'écosystème ont également été interpelés pour nourrir ce cadrage ; les enseignements détaillés tirés de ces entretiens sont présentés plus loin dans le rapport, au sein de la Partie III consacrée au volet qualitatif.

INTRODUCTION DU SUJET

Le financement participatif, ou crowdfunding, est un mécanisme de financement flexible et fédérateur qui permet aux acteurs culturels et créatifs de mobiliser des ressources - et donc de réaliser des projets - au-delà des structures de financement traditionnelles. Grâce à cette méthode, les projets peuvent être réalisés en obtenant le financement d'un grand nombre de contributeurs. Le financement participatif concerne généralement des montants individuellement modestes qui peuvent générer des sommes importantes lorsque les projets touchent un large public disposé à participer. En substance, le financement participatif tire parti de l'engagement communautaire tout en générant des moyens financiers.[12]

Les origines du financement participatif dans le monde

Il n'est pas rare de situer les origines du financement participatif vers 1875[13]. À l'époque, le patron de presse Joseph Pulitzer avait lancé un appel de fonds dans son journal pour financer le piédestal de la Statue de la Liberté aux États-Unis, recueillant les contributions de milliers d'Américains.

En réalité, le financement participatif tel qu'on le connaît aujourd'hui est né à l'ère du numérique, soit au début des années 2000. Deux plateformes ont été parmi les toutes premières à lancer ce modèle en ligne. La plateforme JustGiving (2001) a été l'une des premières à proposer un modèle de financement participatif basé sur les dons solidaires ou caritatifs. Ce site britannique est l'une des premières plateformes de financement participatif solidaire à avoir mis en relation des particuliers avec des projets caritatifs. Il a très tôt démontré le potentiel d'Internet pour les appels aux dons à grande échelle.

Cependant, c'est avec Artiste Share que le don récompensé a vu le jour. Lancée par le musicien Brian Camelio, cette plateforme américaine visait à soutenir des projets dans le monde de la musique en offrant des récompenses en échange des contributions. Elle est considérée comme la première plateforme de financement participatif pour la création ou la première plateforme de financement participatif par récompense.

12 hub.brussels, « Financer votre entreprise grâce au financement participatif », dernière modification le 22 février 2023, consulté le 20 novembre 2025, https://info.hub.brussels/en/guide/company-financing/financing-your-company-through-crowdfunding.

13 Bernard Marr, « L'histoire du financement participatif : de la statue de la Liberté à Kickstarter », *Forbes*, 2019. https://shs.cairn.info/le-crowdfunding--9782807306783?lang=fr

C'est ensuite aux États-Unis que sont nées les deux grandes plateformes généralistes Indiegogo (2008) et KickStarter (2009), deux géants du financement participatif qui ont forgé les bases du financement participatif encore pratiqué aujourd'hui[14].

En effet, ces deux plateformes ont joué un rôle révolutionnaire en transformant une pratique ancienne (la souscription) en un modèle de financement de masse digitalisé et structuré. Très rapidement, elles ont remplacé les appels aux dons dans les journaux ou par courrier par des pages de campagne structurées, visuellement attrayantes sur Internet. Cela a rendu le lancement de projets accessibles à tous, sans avoir besoin d'un réseau de mécènes traditionnels.

Kickstarter et Indiegogo ont permis aux porteurs de projets de constituer des communautés importantes et engagées, prêtes à soutenir l'innovation, la création et la technologie. Elles ont ensuite consolidé le modèle du financement participatif par récompense (Reward-based Crowdfunding), où les contributeurs reçoivent un avantage tangible (le produit lui-même, un accès anticipé, des produits dérivés, etc.) en échange de leur soutien. Très rapidement, ce modèle s'est avéré idéal pour les biens de consommation (gadgets, jeux de société, technologie) et la création artistique.

Kickstarter, en particulier, a établi des règles et des méthodologies qui sont devenues la norme pour une grande partie des plateformes de financement participatif par récompense. Il a notamment instauré le « tout ou rien », qui reste la méthodologie la plus répandue ; le principe est que le projet doit atteindre au moins 100 % de son objectif de financement pour que les fonds soient débloqués. Si l'objectif n'est pas atteint à la fin de la période, l'argent est restitué aux contributeurs. Cela crée un effet de levier psychologique et un sentiment d'urgence auprès du public, car les donateurs savent que leur contribution est essentielle pour que le projet voie le jour.

Indiegogo a, pour sa part, introduit le modèle « financement flexible »[15] en option, modèle que quelques plateformes telles que GoFundMe, FundRazr ou WhyDonate ont adopté.

14 Véronique Bessière et Éric Stéphany, *Le Crowdfunding : Fondements et pratiques* (Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur, 2017), 178, https://doi.org/10.3917/dbu.bessi.2017.01.

15 Le financement flexible permet aux porteurs de projets de garder les sommes recueillies même si l'objectif n'est pas atteint. Les plateformes qui permettent cette flexibilité demandent généralement une commission plus élevée aux utilisateurs qui choisissent cette option.

Les origines du financement participatif en Belgique

L'accès aux plateformes mondiales telles que Kickstarter, Indiegogo ou JustGiving (2001) a été quasi immédiat dès leurs débuts. Étant donné que le soutien se fait via des transactions en ligne, il suffisait que ces plateformes acceptent les paiements internationaux en euros ou par carte de crédit pour que les Belges puissent financer des projets étrangers.

À l'inverse, l'éligibilité des porteurs de projets belges pour lancer leur propre campagne a été plus progressive. L'acteur américain le plus célèbre, Kickstarter, a mis plus de temps à étendre son éligibilité à la Belgique, cette expansion ayant eu lieu vers le milieu de l'année 2010. En revanche, des plateformes comme Indiegogo ont généralement offert une couverture internationale plus rapide pour les créateurs, et l'acteur européen Ulule (lancé en France en 2010) a rapidement intégré la Belgique et la zone euro parmi ses pays d'éligibilité.

Il est important de souligner que l'essor du financement participatif en Belgique, au-delà des plateformes internationales, a été fortement stimulé par l'émergence d'acteurs locaux tels que MyMicroInvest[16] (2011, renommée Spreds en 2018). Cette plateforme belge s'est spécialisée dans le financement participatif sous forme de prêt ou de participation financière (*crowdlending et crowdequity)*, répondant à un besoin spécifique d'investissement dans l'économie nationale et opérant sous le cadre réglementaire belge formalisé à partir de 2016.

MyMicroInvest, lancé en 2011, est considéré comme un pionnier ; ce site est souvent cité comme le premier acteur majeur du marché belge spécialisé dans le financement participatif financier (*crowdequity*, ou participation au capital, et *crowdlending*, ou prêt). Ce site a été l'un des premiers à permettre aux citoyens d'investir dans le capital de jeunes entreprises ou de PME belges, démontrant que l'intérêt en Belgique s'est très vite orienté vers l'investissement dans l'économie réelle.

Le financement participatif au service de la culture

Certains secteurs culturels ont rapidement compris les avantages de ces nouvelles plateformes. Au-delà du premier avantage qui était, bien sûr, celui de financer les projets à leur stade d'idéation, plusieurs ont réalisé que le financement participatif permettait également de valider la demande du marché avant de se lancer dans la production.

16 S. Neyrinck et A. Baelen, « Crowdfunding in Belgium : Challenges and Opportunities for SMEs », *Revue de la Banque* 83, n° 832 (2018) : 27-32.

En effet, le marketing de la culture[17] fonctionne à l'opposé du marketing traditionnel. Les œuvres artistiques sont produites par les artistes en fonction de critères qui ne sont pas ceux du marché ; elles existent avant la demande. Contrairement au marketing conventionnel, l'œuvre est l'offre et doit aller à la rencontre de son public.

Cette nouvelle réalité a changé la donne pour plusieurs industries culturelles. Dans le domaine de la musique, par exemple, il est devenu courant que les labels soient davantage tentés de signer des artistes qui avaient déjà derrière eux une communauté pour les soutenir. Certains artistes, notamment dans le domaine de la musique, ont même pu outrepasser le système de distribution traditionnel qui prévalait à la fin des années 90, en s'appuyant sur la force de leur communauté pour financer et même vendre leurs chansons à un large éventail de fans.

L'artiste Grégoire[18], notamment, a pu démontrer que le modèle de financement, de production et de distribution musicales pouvait être totalement réinventé. En effet, il a utilisé la plateforme MyMajorCompany (l'une des premières plateformes de financement par capital/récompense en France) pour financer son premier album, *Toi + Moi.* Il a réussi à collecter les 70 000 euros nécessaires grâce à des milliers de contributeurs (appelés « producteurs »). L'album a été lancé en 2008 sous le label MyMajorCompany lui-même, qui fonctionnait comme un nouveau type de maison de disques financée par les internautes. L'album a connu un succès commercial retentissant, obtenant un disque de diamant (plus de 750 000 exemplaires vendus).

Le financement participatif est un moyen innovant pour les artistes ou les porteurs de projets culturels qui souhaitent réunir les fonds nécessaires au lancement ou au développement de leur activité. En faisant appel au public pour obtenir des financements, les artistes et les ASBL de la culture peuvent bénéficier de nombreux avantages supplémentaires, au-delà de la simple acquisition de fonds, le principal étant la fidélisation de leur communauté, induite par les actions de communication entourant les campagnes.

L'essor d'Internet et des réseaux sociaux a rendu plus facile que jamais l'accès à un large public d'investisseurs et de contributeurs potentiels, chacun apportant une petite somme pour atteindre un objectif de financement. En effet, l'arrivée des réseaux sociaux a permis de construire des communautés d'intérêts autour des projets artistiques ou culturels. Ces communautés, investies et nourries par les artistes ou les porteurs de projets, se sont révélées attrayantes pour tout porteur de projet qui souhaitait recourir aux dons et aux contributions privées pour lancer une activité ou faire vivre un projet.

17 F. Colbert, avec la collaboration de J. Nantel et S. Bilodeau, *Le marketing des arts et de la culture* (Montréal : Chenelière Éducation, 2017).

18 Colbert, *Le marketing des arts et de la culture*.

La prise de risque est en effet moins difficile pour les contributeurs qui investissent de petites sommes qui sont, par ailleurs, récompensées. Cette nouvelle source de revenus s'est révélée attrayante et surtout bénéfique puisqu'elle permettait dorénavant aux porteurs de projets de pouvoir contribuer eux-mêmes au démarrage de leurs projets, une prise de risque qui est généralement soutenue par les subsides ou les contributions gouvernementales.

De plus, comme évoqué précédemment, la pratique du financement participatif a eu l'avantage d'ajouter une validation du marché, ce qui a permis de renforcer la pertinence de l'un ou l'autre projet ainsi financé.

Le mécénat individuel à l'ère numérique

Le succès retentissant du financement participatif à l'ère numérique est indissociable de l'intégration des outils de partage social et du pouvoir des algorithmes. Ces technologies ont transformé l'acte de lever des fonds en un phénomène viral, structuré et ciblé.

Au départ, le succès des campagnes repose sur le pouvoir du partage et de l'interaction. Les réseaux sociaux et les fonctionnalités intégrées aux plateformes permettent aux porteurs de projets de solliciter leur premier cercle de relations (famille, amis). En partageant la campagne, ces premiers contributeurs transforment l'information en recommandation personnelle, générant un effet boule de neige à faible coût. Cette diffusion virale est cruciale : en exposant le projet à un réseau élargi et en créant une forte dynamique, le financement participatif devient une preuve sociale. Les non-initiés sont ainsi rassurés et plus enclins à investir dans un projet qui a déjà atteint une masse critique de soutien.

En parallèle, les algorithmes des plateformes et des médias sociaux jouent un rôle d'amplificateur et d'optimisation. Ils agissent en récompensant les campagnes qui démontrent un fort engagement initial en les plaçant en évidence sur les pages d'accueil et dans les newsletters. Les algorithmes contribuent également à l'efficacité du marketing en permettant aux porteurs de projets d'utiliser des outils de ciblage avancés (tels que les pixels publicitaires). Cela leur permet d'identifier et de toucher les profils les plus susceptibles de contribuer, transformant la collecte de fonds en une stratégie de prévente très efficace. Enfin, l'affichage constant de la progression et des objectifs crée une pression psychologique positive et un sentiment d'urgence qui motive les contributeurs potentiels à rejoindre le mouvement avant la fin de la campagne.

Évolution du comportement des donateurs

Le succès du financement participatif repose également sur l'évolution des comportements des donateurs. En effet, les motivations philanthropiques ont évolué et ne sont plus les mêmes pour les générations actuelles. Voici un tableau illustrant les comportements philanthropiques par génération[19]:

Génération	Périodes de naissance	Caractéristiques clés
BABY-BOOMERS	(1946-1964)	**Les piliers de la stabilité** Cette tranche d'âge représente le moteur financier de la philanthropie en Europe. Selon le Baromètre de la générosité, **plus de 50 % des dons** proviennent des plus de 65 ans. • **Comportement :** ils privilégient la fidélité sur le long terme (dons réguliers par prélèvement). • **Méthodes :** très attachés au courrier postal et au chèque, bien que le don en ligne progresse chez eux. C'est la cible principale pour les **legs et donations**, qui représentent une part croissante des ressources des associations européennes. • **Motivations :** confiance institutionnelle et volonté de laisser une empreinte durable (philanthropie de transmission).
GÉNÉRATION X	(1965-1980)	**Les donateurs stratégiques** Cette tranche d'âge est souvent la plus sollicitée car elle combine un revenu disponible élevé et une aisance avec les outils numériques. • **Comportement :** ils ont une approche pragmatique et vérifient l'efficacité des actions menées. Ils sont souvent des donateurs « multicanaux » (répondent aussi bien à un e-mail qu'à un événement de bienfaisance). • **Méthodes :** utilisation croissante du don ponctuel en ligne et via des plateformes de collecte. • **Motivations :** soutien à des causes concrètes (recherche médicale, aide alimentaire) avec une attente de rapports d'impact clairs.
GÉNÉRATION Y	(1981-1996)	**La quête de sens et de transparence** Pour cette tranche d'âge, le don est un acte d'engagement social. Selon les études de *France Générosités*, ils sont plus enclins à donner s'ils se sentent impliqués. • **Comportement :** ils préfèrent le financement participatif et les cagnottes entre amis. Leur don est souvent lié à un projet spécifique plutôt qu'à une organisation globale. • **Méthodes :** paiements mobiles, réseaux sociaux et arrondis en caisse. • **Motivations :** transparence radicale. Ils veulent voir « où va l'argent » et privilégient les causes liées à l'environnement et à l'éducation.
GÉNÉRATION Z	(1997-2012)	**L'engagement émotionnel et spontané** Bien que leurs montants de dons soient plus faibles, leur taux de participation est élevé. Ils ne se considèrent pas comme des « donateurs » mais comme des « acteurs de changement ». • **Comportement :** le don est spontané et émotionnel, souvent déclenché par une urgence ou une vidéo virale (ex : Z Event en France). Ils valorisent le « don de temps » (bénévolat) autant que le don d'argent. • **Méthodes :** exclusivement digitales (Twitch, Instagram, applications de micro-don). • **Motivations :** Justice sociale, urgence climatique et inclusion. Ils sont très sensibles à l'authenticité et rejettent les discours trop institutionnels.

19 Fondation Roi Baudouin. *Le baromètre de la philanthropie*. 2023. https://media.kbs-frb.be/fr/media/10610/Presentation%207e%20barom%C3%A8tre%202023.

Le *Baromètre de la Philanthropie* : *Les Belges et la générosité*[20], publié par la Fondation Roi Baudouin (édition la plus récente 2023/2024) mentionne que les seniors (65+) sont confirmés comme les donateurs les plus fidèles et les plus généreux, avec une importance capitale accordée aux legs en faveur de bonnes causes (une tendance très forte en Belgique en raison d'avantages fiscaux spécifiques). Les jeunes (18-34 ans), pour leur part, ont une préférence pour les causes liées à l'environnement et à la pauvreté locale, et font un usage massif du don digital via des applications bancaires (comme Bancontact Pay) ou des cagnottes en ligne.

La littérature scientifique s'accorde à dire que les motivations des donateurs en financement participatif culturel sont variées et ne se limitent pas à une simple transaction d'achat, même lorsque le modèle est basé sur la récompense. Les facteurs explicatifs peuvent être catégorisés en motivations intrinsèques (altruistes et idéologiques), extrinsèques (égoïstes et matérielles), et relationnelles (sociales), un phénomène qu'on observe dans les motivations qui sous-tendent le mécénat en général.

Les motivations intrinsèques sont particulièrement déterminantes dans le secteur culturel et non marchand. Elles sont ancrées dans l'altruisme et le désir de soutenir des valeurs sociétales ou artistiques[21]. Le donateur cherche à donner du sens au financement en contribuant à un projet créatif qu'il estime innovant ou éthique[22], lui procurant ainsi une satisfaction personnelle. Il s'agit souvent d'un désir d'existence : le contributeur veut que le projet voie le jour, indépendamment de la contrepartie reçue.

Cependant, les motivations extrinsèques jouent un rôle essentiel, notamment dans les plateformes basées sur la récompense. Dans ce cas, la contribution est perçue comme une prévente ou l'acquisition d'une offre exclusive[23]. L'anticipation de l'usage personnel du bien financé est également une motivation égoïste majeure qui influence la décision de contribution.

Enfin, les motivations relationnelles et sociales sont cruciales, surtout lors du lancement de la campagne. Le lien social et la proximité avec le porteur de projet constituent souvent le premier cercle de soutien. Au-delà de ce

20 Fondation Roi Baudouin, *Le baromètre de la philanthropie* (2023), https://media.kbs-frb.be/fr/media/10610/Presentation%207e%20barom%C3%A8tre%202023.

21 Elizabeth M. Gerber et Julie Hui, « Crowdfunding: Motivations and Deterrents for Participation », *ACM Transactions on Computer-Human Interaction* 20, n° 6 (2013) : 34:1-34:32.

22 K. J. Boudreau et A. Hagiu, « Platform Rules: Multi-Sided Platforms as Complementary Asset », *SSRN Electronic Journal* (2009). https://www.researchgate.net/publication/23530883_Platform_Rules_Multi-Sided_Platforms_as_Regulators.

23 A. Agrawal, C. Catalini et A. Goldfarb, « Crowdfunding: The Role of the Crowd in the Life Cycle of a Novel Product », NBER Working Paper n° 21743 (2015). http://www.nber.org/papers/w19133.

premier cercle, les donateurs sont motivés par le sentiment d'appartenance à une communauté et l'obtention de reconnaissance sociale (réputation ou statut de mécène), considérée comme une forme de capital social[24]. La confiance accordée au porteur de projet, basée sur la transparence de sa communication et sa crédibilité, est un facteur de succès reconnu qui alimente cette motivation relationnelle[25].

Tendances relatives au secteur culturel

Le mémoire de Master Advances in Crowdfunding Research and Practice[26] explique que, bien qu'il existe différents modèles de financement participatif, celui-ci est majoritairement basé sur les récompenses dans le secteur culturel, s'apparentant le plus souvent à la prévente d'un produit ou d'un service. Par ailleurs, le mécénat par abonnement[27] a également été identifié comme un modèle adéquat pour financer une activité artistique.

L'étude souligne clairement que la croissance du financement participatif dans les industries culturelles et créatives (ICC) est une conséquence directe des difficultés rencontrées par ces industries pour obtenir des financements traditionnels, un défi aggravé par l'affaiblissement du soutien gouvernemental. Plus spécifiquement, l'étude souligne le fait que les obstacles au financement des industries créatives en Europe sont « exacerbés par l'inadéquation et l'instabilité du financement public des arts et le manque de soutien disponible de la part du gouvernement et d'autres institutions ». Face à la diminution des fonds publics et privés dans les ICC à l'échelle mondiale, le financement participatif est devenu un canal de financement de plus en plus populaire pour les arts et la culture.

Il est donc normal de constater que le financement des ICC repose maintenant de moins en moins sur des sources uniques, mais sur un modèle mixte combinant des mécanismes traditionnels (prêts bancaires) et alternatifs, dont le financement participatif et les subventions publiques. Le financement participatif est ainsi positionné non seulement comme une alternative valable, mais surtout comme un mode de financement complémentaire aux aides existantes pour les entrepreneurs et les projets culturels.

---

24 Ordanini et al., « Crowdfunding: Transforming Customers into Investors through Innovative Service Platforms », *Journal of Service Management* 22, n° 4 (2011) : 454-471.

25 S. Ryu, Y. Kim et S. Lee, « Determinants of User Participation in Reward-Based Crowdfunding: A Dual-Path Model of Intrinsic and Extrinsic Motivations », *Journal of Business Research* 124 (2021) : 252-261.

26 Mathilde Daxhelet, « Facteurs influençant le don dans une campagne de crowdfunding basée sur la récompense » (mémoire de master, Université de Namur, 2019), https://researchportal.unamur.be/fr/studentTheses/facteurs-influen%C3%A7ant-le-don-dans-une-campagne-de-crowdfunding-bas/.

27 Jon Swords, « Crowd-Patronage: Intermediaries, Geographies and Relationships in Patronage Networks », *Poetics* 64 (2017) : 1-74.

La montée en popularité et l'impact du matchfunding : entre levier stratégique et démocratisation culturelle

Le *matchfunding* incarne une complémentarité stratégique entre le financement participatif et les contributions de tiers institutionnels (subventions publiques, fonds de fondations) ou privés (entreprises, grands donateurs). Ce mécanisme repose sur un engagement de l'entité partenaire à doubler ou compléter les fonds levés par la communauté, souvent selon un ratio prédéfini (par exemple, 1 € institutionnel pour 1 € privé). Pour les organismes publics, ce modèle permet une optimisation accrue des fonds : il garantit que les subventions sont dirigées vers des projets qui ont été préalablement validés et soutenus par une communauté, assurant ainsi une meilleure adhésion et une justification de la politique culturelle ou d'innovation. Simultanément, la promesse de ce financement complémentaire agit comme un puissant incitatif pour les donateurs, créant un effet de levier sur leur propre contribution et renforçant la motivation de la communauté[28].

Le phénomène de *matchfunding* impliquant des fonds gouvernementaux est de plus en plus reconnu et utilisé comme un outil de politique publique dans plusieurs régions du monde, bien que sa mise en œuvre et sa prévalence varient considérablement d'un pays à l'autre. C'est devenu une stratégie privilégiée pour les gouvernements cherchant à amplifier l'impact de leurs subventions et à réduire les risques liés à l'investissement dans l'innovation et la culture[29].

Alors que l'Europe a historiquement privilégié un modèle de subvention directe (l'État comme « amortisseur » ou financeur exclusif), l'Amérique du Nord utilise l'argent public comme un levier d'incitation obligatoire pour forcer le secteur privé et les citoyens à s'engager. Ces initiatives tirent parti du financement participatif en l'utilisant comme un critère d'éligibilité essentiel pour l'obtention d'un financement public complémentaire. En exigeant qu'un projet démontre un succès initial et une validation par sa communauté (le marché), les autorités publiques s'assurent que leurs fonds sont dirigés vers des entreprises ou des initiatives qui ont déjà fait preuve de viabilité et d'engagement communautaire, maximisant ainsi l'impact des dépenses gouvernementales dans des secteurs ciblés.

---

28 K. Van Montfort, J. Siebers et J. De Graaf, « At the Juncture of Funding, Policy, and Technology: How Promising Is Match-Funding of Arts and Culture through Crowdfunding Platforms ? », *International Journal of Cultural Policy* 30, nº 2 (2023) : 221-237.

29 T. Hildebrand, M. Puri et J. Rocholl, « Financing Entrepreneurs: Public Subsidies and the Role of Crowdfunding », *Journal of Financial Economics* 126, nº 3 (2017) : 486-512.

L'Europe reste, par ailleurs, le précurseur et le théâtre du plus grand nombre d'exemples institutionnalisés de *matchfunding* public. Le phénomène y est structuré : des pays comme le Royaume-Uni (notamment via des organismes reconnus tels que l'Arts Council et NESTA), les Pays-Bas, l'Allemagne et la France ont activement mis en place des programmes, qu'ils soient pilotes ou permanents. Ces initiatives sont conçues pour compléter les fonds levés par les PME, les jeunes entreprises innovantes et, en particulier, les projets culturels via le financement participatif. Cette approche stratégique positionne les gouvernements européens comme des partenaires essentiels, utilisant les communautés des porteurs de projets comme un mécanisme de validation pour garantir une allocation des fonds publics plus efficace et mieux alignée sur l'engagement citoyen[30].

De la même façon, les subventions européennes (telles que celles issues du programme Europe Créative) ne sont donc pas seulement perçues comme une source de financement en soi ; elles agissent comme un puissant gage de qualité et de crédibilité pour le projet. En réduisant l'asymétrie d'information, une subvention de l'Union européenne certifie le potentiel d'un projet aux yeux des contributeurs ou des investisseurs. Ce « label de qualité » public est censé faciliter et rendre plus attrayante pour l'entreprise culturelle l'obtention de ressources supplémentaires par le biais du financement participatif.

Le principe du *matchfunding*[31] s'applique de la même manière lorsque le tiers est une entité privée (fondation caritative, grande entreprise, mécène). À travers ce modèle, le partenaire privé soutient une cause spécifique ou déploie sa stratégie de responsabilité sociétale d'entreprise (RSE). En s'appuyant sur le vote de confiance de la communauté, le financeur privé amplifie l'impact de ses dons tout en s'assurant de l'intérêt sociétal réel du projet soutenu.

Au-delà de la viabilité financière, le cofinancement stimule donc directement la participation civique et diversifie le financement culturel. Le financement participatif avec contrepartie possède un effet intrinsèquement démocratisant : en ouvrant des canaux alternatifs qui contournent les intermédiaires traditionnels, il réduit les barrières à l'entrée pour les créateurs émergents ou les groupes historiquement défavorisés.

30 Van Montfort, Siebers et De Graaf, « At the Juncture of Funding, Policy, and Technology ».

31 E. Mollick, « The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study », *Journal of Business Venturing* 29, n° 1 (2014) : 1-16.

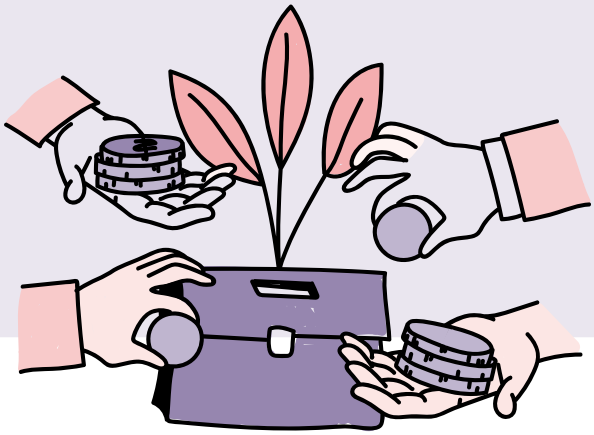
FOCUS SUR LA BELGIQUE : l'exemple de Growfunding



En Belgique, cette dynamique est particulièrement visible à travers des plateformes comme Growfunding, qui a poussé le principe du *matchfunding* à son maximum. La plateforme compte aujourd'hui plus d'une trentaine de « matchfunders » actifs (villes, fondations, banques, entreprises, tiers-lieux). Pour attirer ces partenaires, Growfunding met en avant l'opportunité d'augmenter chaque contribution citoyenne d'un pourcentage prédéfini, permettant à ces organisations d'accroître leur impact social tout en renforçant la visibilité éthique de leur marque.

Le Fonds Prince Philippe (géré par la Fondation Roi Baudouin), dont la mission est de promouvoir la connaissance et l'appréciation mutuelle entre Belges, illustre également parfaitement cette tendance. Grâce à un mécanisme de cofinancement hébergé sur Growfunding, le Fonds a permis de doubler les sommes récoltées auprès des citoyens pour plusieurs initiatives, assurant la concrétisation de projets à fort impact sociétal.

Le succès de ces modèles de financement hybrides repose sur un équilibre subtil. La contribution du tiers (public ou privé) doit être assez significative pour signaler la qualité et la crédibilité du projet, mais mesurée afin de ne pas étouffer la dynamique essentielle de l'engagement citoyen et de la mobilisation de la communauté.



VUE D'ENSEMBLE DES PRINCIPAUX MODÈLES DE FINANCEMENT PARTICIPATIF

Le financement participatif englobe une variété de modèles qui diffèrent par leur objectif, leur structure et le type de relation qu'ils établissent entre les promoteurs et les contributeurs. Ce qui les unit, c'est le principe de mobilisation des ressources collectives pour donner vie à des projets. Au-delà de la génération de moyens financiers, le financement participatif tire également parti de l'engagement communautaire, qui peut offrir aux créateurs des informations précieuses sur le marché et un accès à de nouveaux publics ou clients.[32]

Comme indiqué précédemment, les plateformes de financement participatif se distinguent par le type de principe de financement qu'elles appliquent. Il s'agit généralement du principe « tout ou rien » ou « tout garder ». Selon le principe « tout ou rien », les fonds ne sont collectés que si la campagne atteint son objectif. Dans le cas contraire, toutes les contributions sont restituées aux contributeurs. Bien que cette approche comporte un risque plus important pour le porteur de projet, elle est un gage de crédibilité et de planification pour les contributeurs potentiels. En revanche, le modèle « tout garder » (ou « tout prendre ») permet aux organisateurs de la campagne de conserver toutes les contributions, même si l'objectif de financement n'est pas atteint.

Cette approche est plus courante dans le financement participatif basé sur les dons, où un financement partiel peut encore avoir un impact positif sur la cause visée[33]. C'est pourquoi il est essentiel de comprendre les différences entre les modèles afin d'identifier les formes de financement participatif les plus pertinentes pour les secteurs culturels et créatifs, car chacune d'entre elles implique des mécanismes d'engagement, de réglementation et d'orientation différents. La section suivante présente les modèles de financement participatif pertinents actuellement utilisés.

Financement participatif basé sur les dons

Le financement participatif basé sur les dons se caractérise par le fait que les contributeurs font des dons à un projet spécifique sans recevoir de contrepartie financière ou matérielle. Les contributeurs sont généralement motivés par des raisons intrinsèques et philanthropiques plutôt que financières. Souvent

32 *Le financement participatif expliqué : guide à l'intention des petites et moyennes entreprises sur le financement participatif et son utilisation* (Luxembourg : Office des publications de l'Union européenne, 2015), https://data.europa.eu/doi/10.2873/313319.

33 Creatives Unite, « Vous avez besoin de fonds ? », consulté le 19 novembre 2025, https://creativesunite.eu/synm/.

motivé par une forme d'altruisme, le don reflète le désir de connaître une satisfaction personnelle ou un sentiment d'appartenance en soutenant une cause importante[34]. Les campagnes de cette catégorie ont tendance à soutenir une bonne cause ou des projets à caractère caritatif et le promoteur peut être un individu ou une organisation[35]. Dans ce type de financement participatif, le collecteur de fonds a tendance à collecter de petites sommes auprès d'un large public, plutôt que de rechercher des sommes importantes auprès d'un public restreint[36].

Financement participatif basé sur les récompenses

Le financement participatif basé sur les récompenses se caractérise par le fait que les contributeurs fournissent un financement à des projets individuels ou à des organisations en échange de récompenses non monétaires telles que des produits, des cadeaux symboliques ou des services[37].

Ce modèle est courant dans les ICC, car il offre une opportunité intéressante de tester l'intérêt pour un projet donné avant qu'il ne soit pleinement concrétisé. Quand la récompense permet d'acquérir le produit financé, le financement participatif peut être considéré comme une sorte de « prévente » permettant de financer une première production, tout en créant simultanément une opportunité de sensibilisation et de visibilité. Les motivations pour contribuer peuvent être l'accès anticipé, la reconnaissance ou des avantages inaccessibles aux non-contributeurs[38].

Au sein de la FW-B, ce modèle est soutenu par des plateformes régionales et nationales telles que Crowd'in et Growfunding, ainsi que par des plateformes mondiales, notamment, Ulule, KissKissBankBank et Kickstarter.

---

34 Liang Zhao et Rotem Shneor, « Introduction: From Fundamentals to Advances in Crowdfunding Research and Practice », dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten (Cham : Palgrave Macmillan, 2020), 10, https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.

35 Annaleena Parhankangas, Colin Mason et Hans Landström, « Crowdfunding: An Introduction », dans *Handbook of Research on Crowdfunding*, éd. Annaleena Parhankangas, Colin Mason et Hans Landström (Cheltenham : Edward Elgar Publishing, 2019), 3, https://doi.org/10.4337/9781788117210.00005.

36 Liang Zhao et Seung-Hyun Ryu, « Reward-Based Crowdfunding Research and Practice », dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten (Cham : Palgrave Macmillan, 2020), 147, https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.

37 Anna Lukkarinen, « Equity Crowdfunding: Principles and Investor Behaviour », dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten (Cham : Palgrave Macmillan, 2020), 120, https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.

38 Dimitra Petrakaki et al., *Future of Work: Crowd-Funded Creative Careers. A Toolkit for Creatives, Educators, Industry Bodies and Platforms* (Brighton : Institute for Employment Studies, 2024), https://www.employment-studies.co.uk/system/files/resources/files/crowd_funded_creative_careers_text.pdf.

Financement participatif par actions (Crowdequity)

Ce type de financement participatif repose sur le principe selon lequel les investisseurs reçoivent des actions ou des parts dans une entreprise en échange de leur investissement. Souvent associé aux start-ups, aux PME et aux entreprises locales, les investisseurs sont généralement motivés par le rendement financier et la conviction du potentiel de croissance d'un projet. Les contributions financières dans cette catégorie sont généralement plus importantes que celles observées dans le financement participatif basé sur les dons et les récompenses[39]. Le financement participatif en capital se distingue des modèles traditionnels (capital-investissement, capital-risque, etc.) en s'adressant à de nombreux investisseurs potentiels, plutôt qu'en établissant des relations individuelles[40].

Réglementé par le règlement européen sur les prestataires de services de financement participatif, le financement participatif en capital a gagné en popularité grâce à l'harmonisation réglementaire au sein de l'UE, qui a permis la mise en place de solutions standardisées pour les investissements transfrontaliers[41]. Bien qu'il ne soit généralement pas associé aux industries créatives, il a suscité l'intérêt de secteurs et d'entreprises dont les activités se situent en partie dans le domaine des industries créatives ou en périphérie de celles-ci, comme les start-ups technologiques et innovantes[42]. En FW-B, des plateformes telles que Spreds proposent ce type de campagne.

Financement participatif par emprunt (prêt participatif/prêt entre particuliers)

Crowdlending

Le financement participatif par emprunt, souvent appelé *crowdlending* ou prêt entre particuliers, fait appel à des plateformes en ligne qui mettent directement en relation les emprunteurs avec des prêteurs individuels ou institutionnels[43]. Grâce à ce modèle, les particuliers ou les entreprises peuvent

39 Forrest Stewart, « Le financement participatif basé sur les récompenses : avantages et fonctionnement », Credit Suite (blog), 14 juin 2024, https://www.creditsuite.com/blog/reward-based-crowdfunding/.

40 Creatives Unite, « Vous avez besoin de fonds ? ».

41 Crowdbase Ltd., « Equity Crowdfunding in Europe: The Complete 2025 Guide », 3 novembre 2025, https://crowdbase.eu/en/blog/equity-crowdfunding-europe-2025.

42 Anne Rykkja et al., « Crowdfunding in the Cultural Industries », dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten (Cham : Palgrave Macmillan, 2020), 434, https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.

43 Thomas Ziegler et Rotem Shneor, « Lending Crowdfunding: Principles and Market Development », dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten (Cham : Palgrave Macmillan, 2020), 68, https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.

accéder à des financements provenant de plusieurs prêteurs plutôt que de dépendre d'une seule institution financière ou source. Les prêteurs fournissent des fonds en échange d'un taux d'intérêt convenu à l'avance, ce qui en fait une alternative aux prêts bancaires traditionnels[44].

Les bailleurs de fonds sont généralement attirés par une combinaison de motivations financières et/ou de valeurs culturelles ou sociales intrinsèques aux projets qu'ils soutiennent[45]. Les recherches sur le financement participatif par emprunt soulignent également l'importance des informations quantitatives et qualitatives qui influencent les comportements de prêt. Bien que les prêteurs préfèrent les emprunteurs qui fournissent des données fiables et réputées, les informations subjectives, telles que les récits personnels ou communautaires, peuvent influencer positivement la perception[46].

À l'instar du financement participatif par actions, ce modèle n'est pas couramment utilisé dans le secteur créatif, car certains projets artistiques et culturels peuvent être perçus comme plus risqués ou manquant de prévisibilité financière (à nuancer en fonction des secteurs et activités : dans l'ensemble, les secteurs culturels et créatifs sont moins risqués que les entreprises des TIC[47]. De par leur nature, les œuvres artistiques sont des produits uniques (un nouveau spectacle, une nouvelle exposition), ce qui rend le succès commercial incertain et difficilement prévisible (on parle de risque de non-acceptation par le marché). De plus, les coûts peuvent s'avérer élevés : la création, la production et la diffusion demandent des investissements non négligeables, et des revenus parfois incertains. Les financements publics ainsi que l'historique des comptes annuels des opérateurs culturels peuvent toutefois mitiger ces risques.

Cependant, une sous-catégorie distincte au sein du *crowdlending* est le « crowdlending solidaire », qui reflète un point de connexion potentiel, car les prêteurs dans ce domaine prennent souvent en compte à la fois la viabilité financière et l'impact social ou culturel lorsqu'ils évaluent les emprunteurs

---

44 *Le financement participatif expliqué*.

45 Caroline Fonrouge et Daniela Bolzani, « Motivations and Barriers to Crowdlending as a Tool for Diasporic Entrepreneurial Finance », *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management* 23 (2019) : 667-688, 674, https://www.researchgate.net/publication/331963197_Motivations_and_barriers_to_crowdlending_as_a_tool_for_diasporic_entrepreneurial_finance.

46 Gerber et Hui, « Crowdfunding: Motivations and Deterrents for Participation ».

47 Deloitte et KEA, *Market Analysis of the Cultural and Creative Sectors in Europe: A Sector to Invest In* (Bruxelles, 2024), https://www.eif.org/InvestEU/guarantee_products/ie-ccs-market-study.pdf.

potentiels[48]. En FW-B, des plateformes telles que BeeBonds et Ecco Nova fonctionnent selon ce modèle. On pourrait également considérer que la plateforme Prométhéa partage ces fondements.

Obligations communautaires[49]

Il est important de noter que les ASBL n'ont pas l'obligation de passer par une plateforme de *crowdlending* pour obtenir des prêts. Une ASBL peut choisir d'émettre elle-même des obligations communautaires en faisant appel à un avocat fiscaliste qui pourra superviser l'émission des obligations ainsi que les conditions du prêt.

Dans le contexte du financement de projets artistiques ou de l'économie sociale, l'obligation communautaire est un outil financier qui permet à une organisation à but non lucratif (ASBL) ou à une entreprise sociale de lever des fonds auprès de sa propre communauté (membres, citoyens, sympathisants).

Une obligation communautaire est, en réalité, un prêt d'argent consenti par des particuliers (les souscripteurs) à l'organisme émetteur. L'organisme émet une obligation (un titre de créance non garanti) en échange du montant prêté. L'organisme peut utiliser les fonds pour financer un projet spécifique (acquisition, rénovation, développement, etc.). Le souscripteur reçoit un certificat et sera informé de l'avancement du projet. À l'échéance (la fin du prêt), l'organisme rembourse le capital prêté et verse des intérêts (une rémunération, souvent modeste) aux détenteurs d'obligations. Ce principe vise à permettre à l'ASBL d'accéder à des sommes importantes pour réaliser un projet et consolider son développement tout en offrant à la communauté un moyen de faire fructifier son épargne au service d'une cause sociale. Ce mécanisme renforce l'ancrage local et l'engagement citoyen.

Toutefois, bien que non obligatoires, les plateformes agréées sont souvent choisies pour les raisons suivantes :

- Le cadre réglementaire est simplifié : ces plateformes disposent d'un agrément qui leur permet de gérer légalement des offres jusqu'à un certain montant (actuellement 5 millions d'euros par projet sur 12 mois selon le règlement européen ECSP) sans devoir publier un prospectus complet.

48 Rotem Shneor, « Crowdfunding Models, Strategies, and Choices Between Them », dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten (Cham : Palgrave Macmillan, 2020), 23, https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.

49 Vanessa Sorin, *Guide d'émission pour les entreprises d'économie sociale : obligations communautaires*, sous la coordination du TIESS (Montréal : Territoire innovant en économie sociale et solidaire, 2017). Veuillez noter que le cadre légal varie légèrement en Belgique, mais les principes relatifs à l'émission d'obligations communautaires restent les mêmes au Québec et en Belgique.

- Le processus administratif est simplifié : elles gèrent l'aspect technique (inscription des investisseurs, transfert des fonds, émission des titres, versement des intérêts et du remboursement), ce qui simplifie grandement la tâche de l'ASBL émettrice.
- Leur visibilité inspire confiance aux prêteurs : elles offrent une plus grande visibilité au projet et les investisseurs peuvent avoir davantage confiance dans une offre gérée par un professionnel agréé par la FSMA (Financial Services and Markets Authority).

Une organisation (telle qu'une ASBL) peut donc légalement émettre des obligations communautaires directement auprès de sa communauté sans plateforme, à condition de respecter strictement les lois sur les offres publiques d'instruments financiers (notamment les seuils d'exemption du prospectus).

Financement participatif par abonnement

Ce modèle renforce le lien entre les créateurs et les contributeurs en permettant un soutien continu, sous forme d'abonnement, plutôt que des dons ponctuels. En substance, cela aide les créateurs à maintenir une source de revenus plus durable, tout en poursuivant leur carrière et en s'engageant de manière constante[50]. Des plateformes telles que Patreon ou Tipeee permettent non seulement de stabiliser l'indépendance financière des créateurs, mais aussi aux fans de participer activement à la création en construisant des communautés collaboratives autour de projets artistiques. Ce modèle est particulièrement courant chez les artistes, les créateurs de contenu ou les initiatives culturelles qui recherchent un soutien communautaire à long terme[51].

À noter que, contrairement à Patreon, qui s'apparente à un service d'abonnement classique, Tipeee privilégie une logique de soutien où le projet demeure central, favorisant ainsi un engagement plus désintéressé de la part du public. Cette dynamique, particulièrement visible chez des créateurs, mise sur le sentiment gratifiant lié à la « bonne action » plutôt que sur l'accès à des contenus exclusifs. Dans le paysage belge, ce modèle de financement participatif a permis l'émergence de figures de la vulgarisation scientifique et sociale telles que Mr Sam, Gontran H ou Félicien du Biais Vert, dont les productions occupent désormais un espace médiatique autrefois dévolu aux formats radiophoniques traditionnels. Toutefois, les projets purement culturels restent marginaux sur la plateforme car leur modèle, souvent fondé sur des valeurs immatérielles, peine parfois à s'adapter au format du don récurrent, au point que certains détournent l'outil pour en faire une forme de billetterie déguisée au lieu d'un véritable mécénat.

50 Shneor, « Crowdfunding Models, Strategies, and Choices Between Them », 27.

51 Petrakaki et al., *Future of Work: Crowd-Funded Creative Careers*.

Le financement participatif par abonnement peut être considéré comme la continuation numérique des anciens modèles de mécénat artistique et de prévente. Même avant l'émergence des plateformes en ligne, les créateurs du secteur culturel comptaient sur le soutien continu de leurs fans et mécènes, reflétant une culture d'engagement du public qui distingue les industries créatives des autres domaines. Le financement participatif par abonnement est particulièrement utile aux artistes ou créateurs qui peuvent assurer une collecte de dons récompensés en continu[52]. D'ailleurs, on retrouve un grand nombre de podcasteurs, de youtubeurs ou de dessinateurs de BD sur ces plateformes, trois types de projets pour lesquels le financement participatif par abonnement fonctionne plutôt bien.[53]

Modèles hybrides

L'essor des différents modèles de financement participatif s'est accompagné de l'apparition de différents modèles hybrides qui ont vu le jour sur les plateformes et permettent des montages financiers divers et variés. Ces modèles offrent une plus grande flexibilité dans les structures de financement et peuvent attirer un éventail plus large d'investisseurs[54]. Dans la pratique, certaines plateformes appliquent des approches hybrides qui permettent aux porteurs de projets de combiner ou de choisir entre plusieurs modèles, tels que la récompense, le don, le prêt ou la prise de participation, en fonction des objectifs et du contexte du projet[55].

Kisskissbankbank (qui appartient désormais à Ulule) a été particulièrement innovante auprès des collectivités territoriales en France pour encourager différents modèles de financement hybrides. Parmi ces modèles, on retrouve notamment le mentorat de projet. Dans ce cadre, la collectivité s'engage à accompagner des initiatives locales. La plateforme encourage également les collectivités à lancer leur propre campagne de financement participatif pour des initiatives qui leur sont propres. Le Musée de Bretagne, par exemple, a lancé sa propre campagne pour financer l'acquisition de photographies de

52 Rykkja et al., « Crowdfunding in the Cultural Industries », 425-426.

53 À ce stade, il n'existe aucun moyen de filtrer ou d'identifier les créateurs belges sur les plateformes *Tipeee* ou *Patreon,* celles-ci ne proposant ni recherche géographique ni métadonnées relatives à la localisation des créateurs. Le seul jeu de données disponible à la vente (lien : GraphTreon Creator Data Download) ne comprend pas non plus de variable liée à la nationalité ou au pays de résidence. Une demande de données sur mesure (*data request)* sera donc soumise aux deux plateformes afin d'obtenir, si possible, des informations agrégées concernant les créateurs établis en Belgique.

54 Md. Mahmudul Hoque, « Crowdfunding for Innovation: A Comprehensive Empirical Review », *Future Business Journal* 10 (2024) : 102, https://doi.org/10.1186/s43093-024-00387-5.

55 Nils Maehle, Pia P. Otte et Natalia Drozdova, « Crowdfunding Sustainability », dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten (Cham : Palgrave Macmillan, 2020), 412, https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.

l'Affaire Dreyfus (8 301 € collectés). D'autres exemples incluent la conservation de sculptures (musée des Beaux-Arts de Caen), ou encore la reconstruction d'œuvres (Groupement d'intérêt public du Havre).

L'un des exemples de financement participatif pour un projet culturel en Belgique impliquant une collectivité locale est celui de l'exposition « Vive la Commune ! », dont la campagne a été menée sur la plateforme de financement participatif Growfunding. Ce projet visait à organiser une exposition et des conférences à Liège pour commémorer le 150e anniversaire de la Commune de Paris. Bien que l'initiative et la collecte de fonds auprès des citoyens aient été portées par une équipe citoyenne, l'ancrage territorial et la collaboration avec la collectivité étaient cruciaux. L'argent récolté via le *crowdfunding* (basé sur des récompenses) servait à couvrir les coûts directs de production (salle d'exposition, tirages photographiques, organisation logistique des conférences, et communication), démontrant une synergie entre le financement citoyen et le soutien institutionnel territorial.

Matchgiving

Alors que le financement participatif représente un modèle collaboratif qui associe le financement participatif à un « jumelage » institutionnel ou entrepreneurial, une autre approche complémentaire dans le paysage du mécénat culturel est le *matchgiving,* dans le cadre duquel des entreprises privées ou des particuliers fournissent un financement ou une expertise pour soutenir des projets artistiques et culturels sans attendre de retour commercial.

En Belgique, ce type de mécénat culturel est encouragé comme un moyen de renforcer les partenariats public-privé et de diversifier le financement de la culture. Des organisations telles que Prométhéa jouent le rôle d'intermédiaires entre les entreprises et les acteurs culturels, facilitant l'engagement philanthropique par le biais d'un mécénat direct et de formes hybrides qui recoupent parfois les systèmes de financement participatif ou de cofinancement[56]. Ensemble, ces modèles illustrent une tendance plus large vers un financement collaboratif et multi sources pour les secteurs culturels et créatifs, ainsi qu'un mélange de participation civique et d'engagement privé. Ces partenariats peuvent également prendre la forme de partenariats basés sur les compétences, dont l'objectif est de donner aux acteurs culturels accès à l'expertise.[57]

56 Prométhéa, « Prométhéa for Culture », consulté le 20 novembre 2025, https://www.promethea.be/fr/sinformer/promethea-for-culture/.

57 Prométhéa, « Prométhéa for Culture ».

Co-investissement

Au-delà de ces principaux mécanismes, d'autres modèles tels que le co-investissement[58], le financement participatif basé sur les redevances et le *crowdlisting*, qui permet aux particuliers d'investir dans des sociétés cotées en bourse, illustrent encore davantage la diversité du paysage du financement participatif. Bien que leur utilisation dans les secteurs culturels et créatifs reste limitée, ils illustrent la convergence croissante entre le financement participatif, philanthropique et axé sur le marché. Si certains modèles, tels que le financement participatif basé sur les dons et les récompenses, s'alignent plus naturellement sur les secteurs créatifs et culturels, d'autres, notamment les modèles de prêt, d'actions ou hybrides, révèlent des opportunités d'innovation et illustrent à la fois la diversité et la complexité du financement participatif moderne.

CARTOGRAPHIE DES PLATEFORMES DE FINANCEMENT PARTICIPATIF

Après avoir présenté les principaux modèles de financement participatif, il est utile de cartographier leur représentation sur les plateformes accessibles aux acteurs culturels et créatifs de la FW-B. L'écosystème du financement participatif en FW-B est diversifié, combinant des acteurs locaux, francophones et mondiaux qui opèrent selon différentes logiques de financement.

Cette catégorisation fournit une structure claire pour la cartographie qui suit, permettant une compréhension comparative du fonctionnement des différents types de plateformes et de leur service aux acteurs culturels en FW-B. La section suivante décrit brièvement chaque plateforme selon cette typologie, en soulignant leurs principales caractéristiques, leurs publics cibles et leur pertinence pour l'écosystème culturel et créatif de la FW-B.

- Les plateformes belges désignent les plateformes créées et opérant principalement en Belgique (par exemple Growfunding, Crowd'in).
- Les plateformes francophones non belges mais utilisées en FW-B désignent les plateformes francophones (principalement françaises) présentes auprès des utilisateurs belges (par exemple, Ulule, KissKissBankBank).
- Les plateformes mondiales accessibles depuis la Belgique désignent les grandes plateformes internationales (par exemple Kickstarter, Indiegogo, GoFundMe).

58 EccoNova, « FAQ », consulté le 20 novembre 2025, https://www.ecconova.com/fr/faq.

PLATEFORMES BELGES	
Growfunding **BELGIQUE** 2012 **n = 133**	**DONS / RÉCOMPENSES · TOUT OU RIEN** Créée en 2012, elle est issue d'un projet de recherche mené par l'Université des sciences appliquées Odisee et plusieurs organisations culturelles visant à développer de nouvelles formes de solidarité et de participation dans les contextes urbains. Growfunding, comme entreprise sociale bruxelloise, soutient des initiatives communautaires, sociales et culturelles en Belgique. Elle fonctionne selon des modèles dons/récompenses avec un principe « tout ou rien »[59], et prélève une commission de 10 % sur les campagnes réussies. Elle fonctionne avec de nombreux partenariats de cofinancement institutionnels.[60]
Crowd'in **BELGIQUE** 2014 **n = 75**	**DONS / RÉCOMPENSES / PRÊT · TOUT OU RIEN** Crowd'In est une plateforme wallonne combinant financement participatif culturel (dons/récompenses, « tout ou rien ») et prêts aux PME, avec un fort accent sur l'accompagnement personnalisé et la cocréation plutôt qu'au financement purement transactionnel.[61]
Prométhéa **BELGIQUE** 1985 **n = 20**	**MÉCÉNAT FINANCIER & COMPÉTENCES · PAS DE PRINCIPE TOUT OU RIEN, MAIS MATCHGIVING À L'ATTEINTE DE 80 % DE L'OBJECTIF** Prométhéa combine le mécénat culturel entre entreprises, individus et secteur culturel via sa plateforme Prométhéa for Culture[62], alliant collecte de fonds et mécénat de compétences. Sa structure partenariale public-privé regroupe plus de 140 entreprises membres.[63]
CosmosKosmos **BELGIQUE** 2022 **n = 12**	**DONS / RÉCOMPENSES · TOUT OU RIEN** CosmosKosmos est une plateforme entièrement dédiée aux projets théâtraux belges, issue de Comedien.be / Acteur.be. Elle fonctionne sans commission (hors frais bancaires)[64] selon un principe « tout ou rien », offrant une alternative solidaire et accessible aux circuits traditionnels.
Cilo **BELGIQUE (NAMUR)** n.d. **n = 78**	**DONS · TOUT OU RIEN** Plateforme civique du Bureau Économique de la Province de Namur (BEP),Cilo est exclusivement basée sur les dons dédiés aux causes sociales, culturelles et environnementales.[65] Chaque projet bénéficie d'un accompagnement personnalisé. Elle entretient des partenariats avec la Fondation Roi Baudouin, la FRW et le réseau Financié.[66] Cilo fait également partie du programme SmartCity plus large du BEP, qui vise à rendre Namur plus collaborative, connectée et durable.
Bolero Crowdfunding **BELGIQUE (KBC)** n.d.	**INVESTISSEMENT / PRÊT · N/A** Bolero est une plateforme d'investissement et de crowdlending dédiée aux PME belges, lancée par la Banque KBC.[67] Elle n'est pas spécifiquement orientée vers les projets culturels. L'extraction de données n'est pas possible via le site web.

59 Growfunding, « À propos de Growfunding », consulté le 20 novembre 2025, https://growfunding.be/en/pages/about-us/about-growfunding.

60 Growfunding, « Financement de Growfunding », consulté le 20 novembre 2025, https://growfunding.be/en/pages/financing-growfunding?submenu=about.

61 Crowd'in, consulté le 20 novembre 2025, https://www.crowdin.be/fr.

62 Prométhéa, « Prométhéa for Culture ».

63 Prométhéa, « Notre mission », consulté le 20 novembre 2025, https://www.promethea.be/fr/a-propos/notre-mission/.

64 Cosmos-Kosmos, « FAQ », consulté le 20 novembre 2025, https://www.cosmos-kosmos.be/fr/faq.

65 CILO.be, consulté le 20 novembre 2025, https://cilo.bep.be/.

66 CILO.be, « À propos », consulté le 20 novembre 2025, https://cilo.bep.be/fr/a-propos.

67 Bolero Crowdfunding, consulté le 20 novembre 2025, https://crowdfunding.bolero.be/nl.

PLATEFORMES FRANCOPHONES UTILISÉES EN FW-B	
Ulule **FRANCE** 2010 **n = 791**	**RÉCOMPENSES / DONS / ABONNEMENTS · TOUT OU RIEN** Ulule est l'une des principales plateformes européennes (6 millions de membres, environ 50 000 projets financés)[68]. Elle propose des modèles par récompenses, dons et abonnements. Elle a récemment acquis KissKissBankBank (2024), renforçant ainsi sa position de leader parmi les principales plateformes de financement participatif en Europe.[69]
KissKiss-BankBank **FRANCE** 2009 **n = 620 (**les projets échoués ne sont pas affichés sur la plateforme, ce qui biaiserait le taux de réussite vers 100 % ; Les données ont été retirées du sous-échantillon utilisé pour calculer les taux de réussite.)	**RÉCOMPENSES / DONS · TOUT OU RIEN** KKBB a été la pionnière européenne du financement participatif créatif. Axée sur les projets artistiques et entrepreneuriaux (musique, cinéma, édition, design), la plateforme se caractérisait par une approche pratique et un écosystème de services de soutien, notamment le coaching de campagne, le marketing numérique, la production créative (vidéos, visuels, événements) et le mentorat grâce à des partenariats tels que LiveMentor. Elle offrait également l'accès à La Maison de KissKiss&Co, un lieu polyvalent situé au cœur du 10e arrondissement de Paris, renforçant ainsi son rôle de centre de financement et de communauté.[70]
Tipeee **FRANCE** 2013 **Géo-filtrage indisponible**	**DONS / ABONNEMENTS · SOUTIEN RÉCURRENT** Tipeee est une plateforme dédiée aux créateurs de contenu (dons ponctuels et abonnements récurrents).[71] En 2025, ils ont collaboré avec 21 772 créateurs actifs, soutenus par 664 079 contributeurs uniques, permettant une contribution moyenne de 21,81 EUR.[72]

68 Ulule, « Qu'est-ce qu'Ulule ? », consulté le 20 novembre 2025, https://support.ulule.com/hc/en-us/articles/211812489-What-is-Ulule.

69 Ulule et KissKissBankBank, « L'union fait la force ! », consulté le 20 novembre 2025, https://welcome.kisskissbankbank.com/ulule-et-kisskissbankbank/.

70 KissKissBankBank, consulté le 20 novembre 2025, https://www.kisskissbankbank.com/en.

71 Tipeee, consulté le 20 novembre 2025, https://en.tipeee.com/.

72 Tipeee, « Statistiques », consulté le 20 novembre 2025, https://en.tipeee.com/stats.

PLATEFORMES MONDIALES DISPONIBLES EN BELGIQUE	
KickStarter **ÉTATS-UNIS** 2009 **n = 1 150**	**RÉCOMPENSES · TOUT OU RIEN** KickStarter est une société d'intérêt public[73] et la plus grande plateforme mondiale de crowdfunding créatif. Elle fonctionne sur le modèle de récompenses et suit le principe « tout ou rien »[74]. Grâce à sa portée mondiale et à son accessibilité en français et anglais, Kickstarter offre aux créateurs belges et européens un accès à un public international avec des campagnes pouvant atteindre les 500 000 EUR ; Kickstarter publie également The Creative Independent, une ressource de référence pour les artistes.[75]
GoFundMe **ÉTATS-UNIS** 2010 **n = 29**	**DONS · KEEP IT ALL** GoFundMe est la plus grande plateforme mondiale de collecte de fonds par dons, principalement utilisée pour des causes individuelles et caritatives.[76] Elle fonctionne selon le modèle « keep it all » et ajoute des frais de 2,9 % + 0,30 USD par don recueilli.[77] C'est une filiale de GoFundMe Pro (ex-Classy) dédiée aux organisations à but non lucratif. Plutôt que pour de grands projets culturels, la plateforme est principalement utilisée pour des campagnes caritatives individuelles de moindre envergure, conçues pour être partagées via les réseaux sociaux personnels ou via un lien à envoyer aux personnes les plus proches.
IndieGoGo **ÉTATS-UNIS** 2008 **Géo-filtrage indisponible** ; données non extraites.	**RÉCOMPENSES · TOUT OU RIEN / FLEXIBLE** IndieGoGo est une plateforme mondiale orientée vers l'innovation et la technologie qui propose des modèles de collecte fixes (« tout ou rien ») et flexibles (« tout garder »).[78] Fortement axée sur les start-ups technologiques ; les projets culturels représentent une faible minorité.[79]
GoGetFunding **ROYAUME-UNI** 2011 **Écartée (1 projet financé)**	**DONS · KEEP IT ALL** GoGetFunding est une plateforme mondiale de dons personnels, basée sur le modèle « keep it all ».[80] Après avoir effectué le filtrage sur la Belgique, seuls 21 projets ont pu être identifiés, dont un seul a été financé (500 EUR).[81] Compte tenu de la présence négligeable de projets belges, cette plateforme a été écartée de l'analyse quantitative.

73 Cornell Law School Legal Information Institute, « Public Benefit Corporation », consulté le 20 novembre 2025, https://www.law.cornell.edu/wex/public_benefit_corporation.

74 Kickstarter, « Pourquoi le financement est-il tout ou rien ? », Centre d'aide Kickstarter, consulté le 20 novembre 2025, https://help.kickstarter.com/hc/en-us/articles/115005047893-Why-is-funding-all-or-nothing.

75 The Creative Independent, consulté le 20 novembre 2025, https://thecreativeindependent.com/.

76 GoFundMe, consulté le 20 novembre 2025, https://www.gofundme.com/.

77 GoFundMe, « À propos de nous », consulté le 20 novembre 2025, https://www.gofundme.com/c/about-us.

78 Indiegogo, consulté le 20 novembre 2025, https://www.indiegogo.com/en.

79 eFulfillment Service, « Indiegogo vs. Kickstarter », 1er avril 2025, https://www.efulfillmentservice.com/2025/04/indiegogo-vs-kickstarter-which-platform-is-best-for-your-new-product/.

80 GoGetFunding, consulté le 20 novembre 2025, https://gogetfunding.com/.

81 GoGetFunding, « FAQ », consulté le 20 novembre 2025, https://gogetfunding.com/faq/.

Patreon **ÉTATS-UNIS** 2013 **Extraction non disponible.** Patreon a refusé de nous indiquer le nombre de projets FW-B présents sur sa plateforme.	**ABONNEMENTS / RÉCOMPENSES · SOUTIEN RÉCURRENT** Patreon fonctionne sur un modèle hybride abonnement/récompenses pour le soutien récurrent aux créateurs.[82] Elle compte plus de 10 millions d'utilisateurs actifs par mois [83], est accessible en Belgique et dans l'UE.
Ko-fi **INTERNATIONAL** 2011 **Extraction non disponible**	**DONS / ABONNEMENTS · FLEXIBLE** Ko-fi est une plateforme de dons et d'abonnements créée par et pour les créateurs, sans commission ni publicité.[84] . Pour le moment, elle regroupe une très petite communauté.

LIMITES DES PLATEFORMES

Si le financement participatif offre des voies de financement alternatives pour les projets culturels et créatifs, les plateformes qui facilitent ces mécanismes ne sont pas sans limites. Leur structure et leur fonctionnement reflètent souvent des disparités régionales, linguistiques et liées au marché qui peuvent influencer l'accès et la visibilité.

Fragmentation du marché

Bien que la sélection ci-dessus ne comprenne pas toutes les plateformes de financement participatif actives en Belgique et dans la FW-B, elle permet d'illustrer la diversité des possibilités de financement et d'investissement actuellement disponibles. Plusieurs autres plateformes pourraient également être mentionnées, mais elles ont été écartées en raison de leur intérêt limité pour la culture ou de leur similitude avec celles déjà évoquées.

La diversité des plateformes en Belgique et en FW-B révèle à la fois des opportunités et une fragmentation[85]. D'une part, elle reflète un marché en pleine croissance d'entreprises spécialisées adaptées à différents secteurs et industries. D'autre part, cette diversité peut rendre le marché difficile à

82 Patreon, consulté le 20 novembre 2025, https://www.patreon.com/.

83 Patreon.

84 Ko-fi, consulté le 20 novembre 2025, https://ko-fi.com/.

85 Karsten Wenzlaff et al., « Crowdfunding in Europe: Between Fragmentation and Harmonization », dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten (Cham : Palgrave Macmillan, 2020), 374, https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.

appréhender, compte tenu du nombre de plateformes, de leur taille variable, de leur portée géographique et de leurs modèles de financement participatif différents. Il en résulte un paysage fragmenté, avec une vue d'ensemble limitée et peu de mécanismes permettant de relier les opportunités entre les secteurs ou les régions. Cette fragmentation se reflète également au niveau européen, où les activités de financement participatif transfrontalières restent limitées86. Les modèles basés sur les récompenses et les dons ont tendance à circuler plus facilement au-delà des frontières en raison de contraintes réglementaires moins nombreuses que dans le paysage du financement participatif basé sur l'investissement.

Langue, accessibilité et visibilité

Bien que le financement participatif se soit généralisé en Europe, les plateformes ont tendance à opérer principalement à l'intérieur des frontières nationales ou régionales, ce qui limite la visibilité et l'accès transfrontaliers[87]. Ce phénomène n'est pas propre à la Belgique, mais reflète une tendance européenne plus large. Si certaines régions d'Europe, telles que les pays baltes et l'Europe de l'Est, enregistrent des niveaux élevés d'activité transfrontalière, d'autres régions, comme les pays du Benelux, n'affichent que des niveaux moyens de flux transfrontaliers. Cela suggère que, malgré la proximité géographique et l'intégration économique, les frontières nationales et linguistiques continuent d'influencer l'orientation des plateformes et la portée du marché.

Ce fait peut également s'expliquer simplement par la nature des projets. En effet, une campagne de financement participatif pour un individu ou une ASBL reste généralement locale. Une grande majorité des fonds est généralement obtenue dans les cercles proches de l'artiste ou de l'organisation, ce qu'on appelle communément le « love money ». Ce principe de don repose sur le lien intrinsèque qui existe entre le demandeur et sa communauté, celle-ci étant composée de personnes déjà conquises par la personne, le projet ou les ambitions de l'organisation.

L'analogie des cercles concentriques peut aider à mieux comprendre la dynamique[88] : il faut imaginer le financement participatif comme une cible. Le centre (l'atteinte de l'objectif) est visé par le porteur de projet. Le premier cercle de soutien (parents et amis, entourage proche) apporte souvent la

86 Wenzlaff et al., « Crowdfunding in Europe », 374.

87 Wenzlaff et al., « Crowdfunding in Europe », 379.

88 Richard-Marc Lacasse et Berthe Lambert, *Le financement participatif (crowdfunding) : outil de développement local*, rapport de recherche du CEUDO (Rimouski : Université du Québec à Rimouski, 2017).

moitié ou plus des fonds initiaux. Le deuxième cercle (communauté élargie, réseaux sociaux activés) contribue à la dynamique. Enfin, un cercle structuré, comme le sont les communautés d'intérêts, agit comme un levier financier pour garantir le succès et la pérennité des projets.

Peu de projets parviennent à atteindre le troisième cercle de donateurs, principalement composé de donateurs anonymes. Les projets qui y parviennent sont généralement porteurs d'ambitions plus imposantes ou d'idées plus largement partagées. À titre d'exemple, on peut citer le succès de la campagne de financement participatif du film documentaire « Demain » (réalisé par Cyril Dion et Mélanie Laurent) réalisée sur KissKissBankBank en 2014. Cette collecte a été un grand succès et est considérée comme l'une des collectes records pour un documentaire en France. En effet, l'objectif initial de 200 000 € a été largement dépassé pour atteindre un montant final de 444 390 €, soit 222 % de l'objectif initial. Plus de 10 266 personnes ont contribué à la campagne qui a notamment été relayée dans le réseau Colibri, composé de personnes investies par les sujets portés par le film. L'objectif initial a été atteint très rapidement (en 3 jours selon certaines sources), et le dépassement significatif du montant visé a permis d'assurer une plus grande indépendance et un budget plus confortable pour la production et la distribution du film. Ce succès a non seulement permis la réalisation du film, mais a également démontré un fort engagement citoyen autour des thématiques abordées (écologie, solutions durables) et la volonté du public de soutenir un cinéma indépendant et porteur de sens.

La diversité linguistique de la Belgique (FR/NL) ajoute une couche supplémentaire de complexité, créant des limites pratiques à la visibilité des campagnes. De nombreuses plateformes et publics sont spécifiques à une langue, ce qui tend à les ancrer davantage au niveau local ou régional. Cela est illustré par des plateformes telles que Crowd'in, qui fonctionne principalement en français, ce qui la rend plus susceptible d'attirer des campagnes francophones. Des recherches soulignent en outre le rôle de la langue dans les performances du financement participatif, montrant que les choix linguistiques peuvent influencer à la fois la visibilité et le succès des campagnes[89].

89 Aaron H. Anglin et Robert J. Pidduck, « Choose Your Words Carefully: Harnessing the Language of Crowdfunding for Success », *Business Horizons* 65, n° 1 (2022) : 43-58, https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.09.004.

CADRES JURIDIQUES ET RÉGLEMENTAIRES

Au sein de l'UE, il existe une distinction claire dans la manière dont les différents modèles de financement participatif sont réglementés. Alors que les plateformes basées sur les dons et les récompenses restent largement non réglementées, les modèles basés sur les actions et les prêts sont soumis à une surveillance plus stricte en raison de leur nature d'investissement. Auparavant, les activités de financement participatif reposaient sur des cadres juridiques nationaux, qui étaient considérés comme des obstacles aux investissements transfrontaliers et contribuaient à la fragmentation du marché européen, les investisseurs étant réticents à investir à l'étranger[90].

La Belgique avait d'ailleurs appliqué un cadre national relativement détaillé aux *plateformes de financement alternatif* et *aux services de financement alternatif* en vertu de la loi du 18 décembre 2016. La loi définissait son champ d'application comme s'appliquant aux plateformes offrant des services « sur le territoire belge », une notion interprétée à l'aide d'indicateurs tels que l'utilisation d'un domaine « .be », la localisation des promoteurs de projets ou la promotion d'incitations fiscales belges. La loi exigeait également que toute plateforme fournissant des services de financement alternatif ait son siège social en Belgique. La FSMA, une institution publique autonome créée en 2011, supervise le secteur financier belge et l'agrément des plateformes de financement participatif[91].

Par l'intermédiaire de la FSMA, les prestataires de services de financement participatif peuvent demander une licence pour exercer en tant que prestataires de services de financement participatif européens certifiés (ECSP) au sein de l'UE[92]. L'agrément implique des exigences en matière d'organisation, de divulgation et de conduite des affaires (par exemple, catégorisation des investisseurs, fiches d'information clés sur les investissements, règles en matière de conflits d'intérêts)[93]. Les plateformes belges, qui souhaitaient opérer dans un autre État membre de l'UE, étaient tenues d'en informer préalablement l'autorité des services et marchés financiers (FSMA), tandis que les plateformes

90 Autorité européenne des marchés financiers (AEMF), *Rapport sur le marché du financement participatif dans l'UE 2024* (Luxembourg : Office des publications de l'Union européenne, 2024), 5, https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/2025-01/ESMA50-2085271018-4039_ESMA_Market_Report_-_Crowdfunding_in_the_EU_2024.pdf.

91 Autorité des services et marchés financiers (FSMA), « Qu'est-ce que la FSMA ? », consulté le 20 novembre 2025, https://www.fsma.be/en/what-fsma.

92 Leo Peeters et Ann Vranken, « Le financement participatif également réglementé au niveau européen », LexGo (blog), 13 novembre 2020, https://www.lexgo.be/en/news-and-articles/7366-crowdfunding-also-regulated-at-european-level.

93 Philippe De Prez, Thomas Derval et Joan Carette, « Un passeport européen pour le financement participatif », Simont Braun (blog), 16 novembre 2020, https://simontbraun.eu/a-european-passport-for-crowdfunding/2020/11/16/.

d'autres pays de l'UE devaient être agréées dans leur pays d'origine, obtenir un agrément belge et être inscrites sur une liste de la FSMA avant de pouvoir offrir leurs services en Belgique. Les plateformes basées en dehors de l'UE étaient tenues d'établir une succursale en Belgique pour pouvoir exercer leurs activités. Ces dispositions illustrent l'environnement réglementaire plus fragmenté et ancré au niveau national qui existait avant le régime harmonisé introduit par le règlement relatif aux prestataires européens de services de financement participatif pour les entrepreneurs (ECSPR)[94].

Les modèles non liés à l'investissement, tels que le financement participatif basé sur des récompenses ou des dons, sont principalement régis par les législations nationales. Les pratiques réglementaires varient d'un État membre à l'autre, malgré l'intention d'harmonisation du cadre européen. En France, l'Autorité des marchés financiers[95] a introduit, dès 2014, une législation spécifique au financement participatif, créant ainsi un environnement qui semble avoir inspiré le modèle européen ultérieur[96]. Aux Pays-Bas, en revanche, l'Autoriteit Financiële Markten (AFM) a adopté une approche plus souple. Cela est illustré dans le rapport de 2014 intitulé *Crowdfunding - Towards a sustainable sector (Financement participatif - Vers un secteur durable),* dans lequel l'AFM recommande que la réglementation du financement participatif évolue et reflète le développement du marché, en considérant le financement participatif comme un mécanisme favorisant l'innovation[97]. Ces variations illustrent la manière dont les traditions nationales et les cultures de surveillance continuent d'influencer les pratiques de financement participatif dans l'ensemble de l'UE.

Afin de relever ces défis et de renforcer la protection des investisseurs, le règlement européen sur les prestataires de services de financement participatif a été introduit[98]. Ce règlement vise à harmoniser les règles

94 Banking Law Belgium, « Réglementation du crowdfunding », consulté le 20 novembre 2025, https://bankinglaw.be/reglementation-crowdfunding/.

95 Autorité des marchés financiers (AMF), « Le financement participatif : une autre façon d'investir ? », 15 novembre 2023, https://www.amf-france.org/fr/espace-epargnants/comprendre-les-produits-financiers/financement-participatif-crowdfunding/crowdfunding-financement-participatif-une-nouvelle-facon-dinvestir.

96 Lavanya Rathnam, « An Overview of the French Crowdfunding Regulation », Planet Compliance (blog), 2 avril 2024, https://www.planetcompliance.com/financial-compliance/overview-french-crowdfunding-regulation/.

97 Autorité néerlandaise des marchés financiers (AFM), *Crowdfunding : vers un secteur durable. Examen du secteur du financement participatif (et de sa supervision)* (Amsterdam, décembre 2014), https://www.afm.nl/~/profmedia/files/rapporten/2014/crowdfunding-engels.ashx.

98 Règlement (UE) 2020/1503 du Parlement européen et du Conseil du 7 octobre 2020 sur les prestataires de services européens de financement participatif pour les entreprises et modifiant le règlement (UE) 2017/1129 et la directive (UE) 2019/1937, JO L 347 du 20 octobre 2020, 1-49, https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2020/1503/oj/eng.

entre les États membres et à créer un cadre européen unique pour le financement participatif basé sur l'investissement et le prêt, favorisant ainsi un financement transfrontalier plus sûr et plus transparent pour les investisseurs, les promoteurs de campagnes et les prestataires de services. L'Autorité européenne des marchés financiers (AEMF) est chargée de veiller à l'application cohérente du règlement et de promouvoir des normes uniformes dans toute l'UE, en mettant particulièrement l'accent sur la protection des investisseurs[99].

Afin d'encourager et de stimuler les investissements, un tax shelter a été créé en 2015 pour les petites et moyennes entreprises (PME) dans le cadre de l'initiative « Digital Belgium »[100]. Dans le cadre de ce mécanisme de tax shelter, les investisseurs individuels peuvent bénéficier d'une réduction de l'impôt sur le revenu des personnes physiques de 30 % du montant investi dans une petite ou moyenne entreprise (PME) éligible, ou de 45 % s'ils investissent dans une micro-entreprise[101]. Cette incitation s'applique aux investissements réalisés soit directement, soit via une plateforme de financement participatif reconnue, avec un maximum de 100 000 euros par investisseur et par an et un plafond global de 250 000 euros que toute entreprise peut lever dans le cadre de ce programme[102]. En outre, afin d'encourager le prêt participatif, les revenus d'intérêts sur les prêts accordés à des start-ups par l'intermédiaire d'une plateforme de financement participatif agréée sont exonérés de retenue à la source sur les premiers 15 000 euros du capital prêté (sur une période de quatre ans), à condition que le prêt remplisse certaines conditions (par exemple, une durée minimale de 4 ans, un prêt non refinancé)[103]. Ces mesures fiscales ont été conçues pour réduire le déficit de financement des entreprises en phase de démarrage en mobilisant des capitaux privés par le biais du financement participatif, en complément des financements traditionnels et du capital-risque[104].

Dans la pratique, le tax shelter culturel est plus pertinent pour le financement de projets cinématographiques ou audiovisuels, de spectacles ou de jeux vidéo (souvent par le biais d'intermédiaires et de fonds spécialisés) que pour

99 AEMF, *Rapport sur le marché du financement participatif dans l'UE 2024*, 5.

100 Service public fédéral Économie, « Tax shelter », SPF Économie, consulté le 20 novembre 2025, https://www.economie.fgov.be/fr/themes/entreprises/pme-et-independants-en/tax-shelter.

101 Robin Mees, « New Measures to Jump-Start Belgian Start-ups », LexGo (blog), 14 octobre 2015, https://www.lexgo.be/en/news-and-articles/3180-new-measures-to-jump-start-belgian-start-ups.

102 Mees, « New Measures to Jump-Start Belgian Start-ups ».

103 Mees, « New Measures to Jump-Start Belgian Start-ups ».

104 Mees, « New Measures to Jump-Start Belgian Start-ups ».

le financement participatif de base dans les secteurs culturels et créatifs (tels que les arts vivants ou les arts visuels). Toutefois, ces mécanismes de financement peuvent se compléter. Par exemple, un projet culturel en Fédération Wallonie-Bruxelles pourrait combiner une campagne de financement participatif avec d'autres incitations ou fonds de contrepartie. On pourrait imaginer un accord de cofinancement dans le cadre duquel des organismes publics ou des sponsors égalisent les contributions du public, tandis que des incitations fiscales améliorent la composition globale du financement. Ces modèles de financement hybrides illustrent comment un cadre réglementaire et fiscal favorable peut renforcer l'impact du financement participatif, en tirant parti des incitations à l'investissement privé et du cofinancement public pour soutenir les initiatives culturelles et créatives.

PARTIE II – Analyse quantitative

Cette partie présente les résultats empiriques de l'analyse quantitative du financement participatif culturel au sein de la FW-B sur la période 2019-2024. S'appuyant sur un ensemble de données original comprenant 1 971 projets culturels et créatifs (après le nettoyage et le filtrage) extraits de neuf plateformes de financement participatif actives, l'analyse examine le volume, la structure, la géographie et la dynamique du financement participatif dans le secteur culturel. L'ensemble de données a été constitué grâce à des opérations systématiques de *scraping* sur le web à l'aide d'Octoparse, complétées par une collecte manuelle des données pour les plateformes dont l'accès aux métadonnées était restreint.

Synthèse (2019-2024)

Sur toutes les plateformes en Fédération Wallonie-Bruxelles

103,7
Nombre moyen de donateurs par projet

€5 404
Objectif de financement moyen par projet

202 995
Nombre total de **dons individuels** sur l'ensemble des plateformes

10+ **plate-formes actives**
pour le financement participatif dans le secteur culturel et créatif

€7 500
Montant moyen collecté par projet

Don moyen
€105,5

€13 592 622
Montant total collecté sur l'ensemble des plateformes (2019-2024)

1 971
Nombre total de **projets culturels et créatifs** sur l'ensemble des plateformes

8,6 projets sur 10
atteignent leur **objectif de financement**



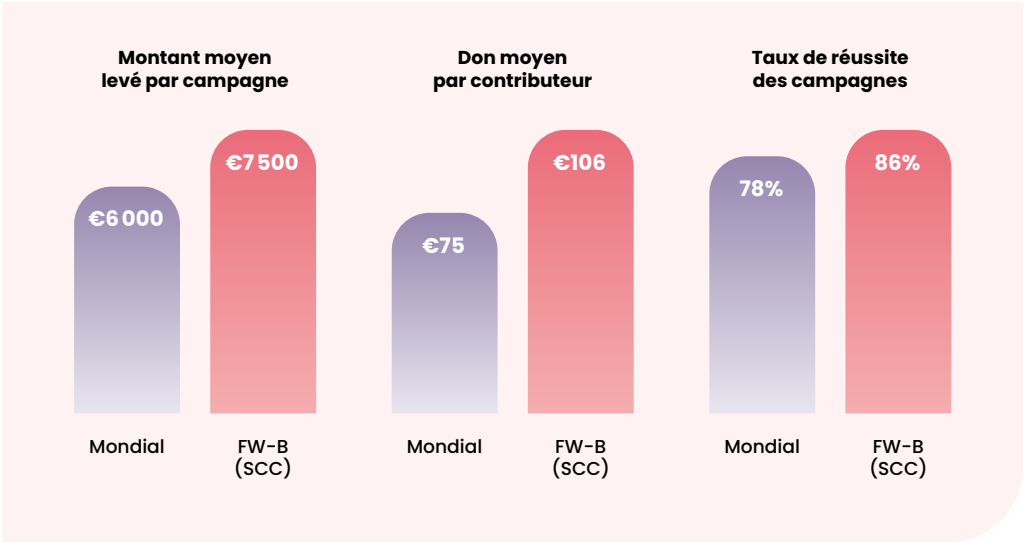
APERÇU DU MARCHÉ : DIMENSIONS DU FINANCEMENT PARTICIPATIF CULTUREL EN FW-B

La collecte de données a montré qu'entre 2019 et 2024, près de 2 000 projets culturels et créatifs en FW-B ont été financés par le financement participatif, mobilisant un total cumulé d'environ 13,6 millions d'euros sur plus de dix plateformes actives. Cela représente un canal substantiel, et largement non documenté, d'investissement culturel communautaire. Plus de 203 000 contributions individuelles ont été enregistrées dans l'échantillon, ce qui correspond à une moyenne d'environ 104 donateurs par projet et à un don moyen de 105,50 €.

Chaque campagne a permis de récolter en moyenne environ 7 500 €, contre un objectif de financement moyen de 5 404 €, ce qui suggère que le projet de financement participatif culturel type en FW-B atteint non seulement son objectif, mais le dépasse même légèrement. En effet, 8,6 projets sur 10 de l'échantillon ont atteint ou dépassé leur objectif de financement, soit un taux de réussite de 86 %.

Comparaison internationale

Figure 1 : Comparaison des indicateurs de financement participatif culturel en FW-B avec les moyennes mondiales (tous secteurs confondus)



Ces chiffres clés prennent tout leur sens lorsqu'on les compare aux références mondiales. Selon les données internationales agrégées sur le financement participatif[105], une campagne réussie à l'échelle mondiale (pas strictement dans le secteur culturel et créatif, mais dans divers autres secteurs, y compris la technologie et les associations caritatives) permet de lever en moyenne environ 7 000 $ (environ 6 000 €), avec une contribution individuelle moyenne de 88 $ (environ 75 €) et un taux de réussite mondial de 78 % des campagnes atteignant leur objectif. Le financement participatif culturel en FW-B affiche donc des performances égales ou supérieures à la moyenne mondiale sur ces trois dimensions : le montant moyen levé par projet (7 500 €) est globalement conforme aux chiffres mondiaux ; le don moyen (105,50 €) est environ 20 % supérieur à la moyenne mondiale, ce qui témoigne d'une base de contributeurs relativement engagée ; et le taux de réussite de 86 % dépasse la référence internationale de huit points de pourcentage.

Il s'agit d'un constat intéressant car il suggère que, si le marché du financement participatif culturel en FW-B reste relativement modeste en termes absolus (la région étant de petite taille), son efficacité (mesurée par la capacité des projets à atteindre leurs objectifs et la volonté des donateurs de contribuer par des montants significatifs) est compétitive au regard des normes internationales. Le montant moyen des dons plus élevé, en particulier, peut refléter la nature ancrée dans la communauté de nombreux projets culturels, où les contributeurs sont souvent personnellement liés au projet ou à ses créateurs, plutôt que de simples soutiens passifs d'une proposition de produit.

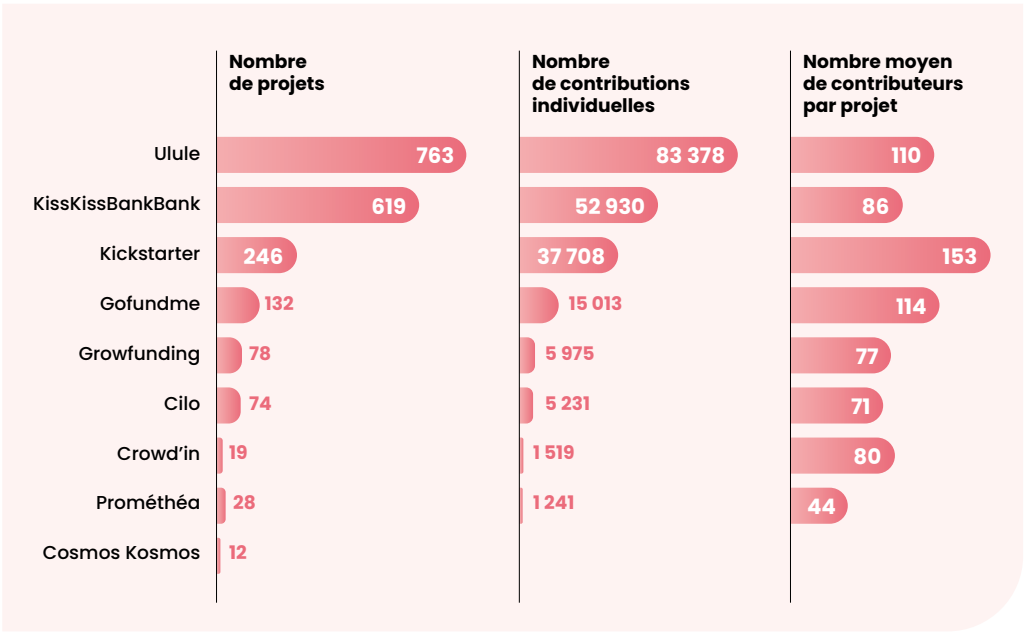
STRUCTURE DU MARCHÉ ET DYNAMIQUE DES PLATEFORMES

Le paysage du financement participatif culturel FW-B est desservi par une pluralité de plateformes, comme le présente le rapport initial à travers la cartographie et la description de toutes les plateformes. Pourtant, l'activité est fortement concentrée entre les mains d'un petit nombre d'acteurs dominants. Cette section examine la répartition des projets et des financements entre les plateformes, révélant un marché caractérisé à la fois par la diversité de l'offre et la concentration de l'utilisation.

105 Startups.com, « Key Crowdfunding Statistics », consulté le 20 novembre 2025, https://www.startups.com/articles/key-crowdfunding-statistics.

Volume et concentration

Figure 2 : Nombre de projets, total des contributions individuelles et nombre moyen de contributeurs par projet, par plateforme

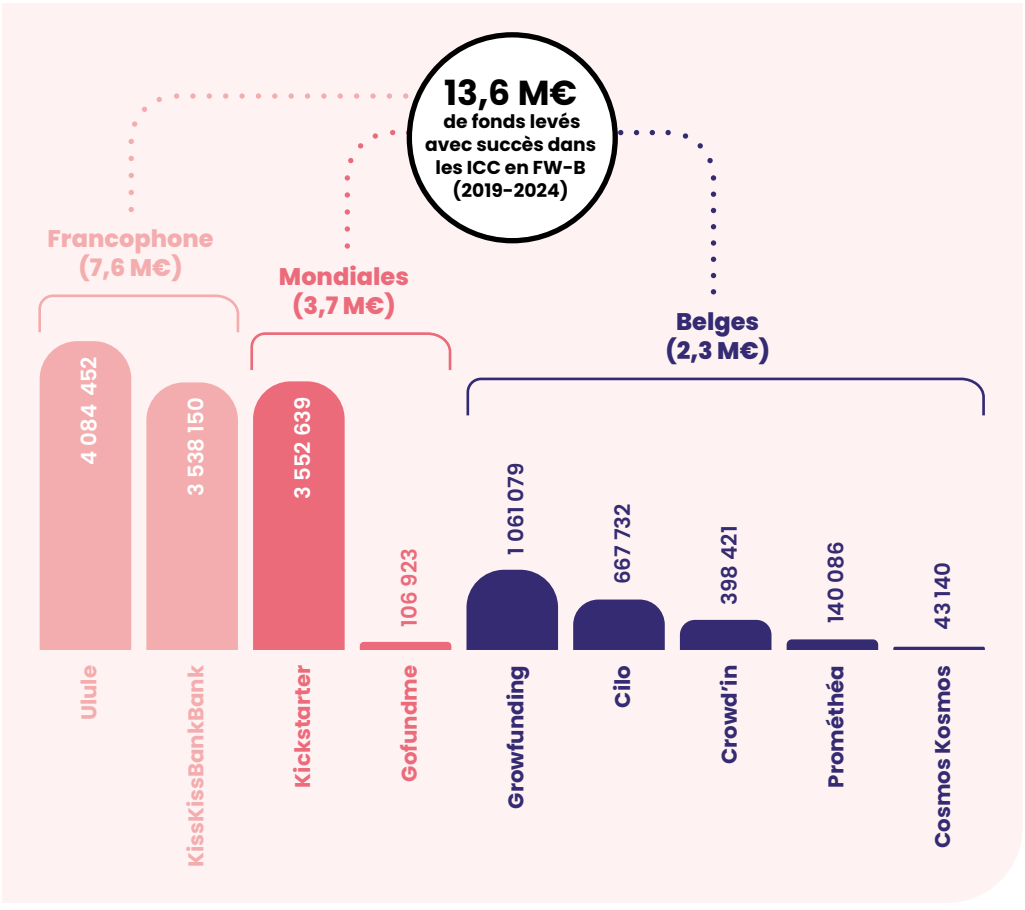


Ulule et KissKissBankBank (KKBB) représentent ensemble environ 70 % de l'ensemble des campagnes de l'échantillon, hébergeant respectivement 763 et 619 projets. Ulule représente à elle seule 39 % du volume total des projets - de loin la plus grande part individuelle. Leur domination reflète une affinité linguistique et culturelle naturelle : en tant que plateformes d'origine française, elles proposent une interface francophone et apparaissent beaucoup plus rapidement dans les recherches Google effectuées à partir d'adresses IP françaises ou belges. Il convient de noter qu'à la suite de l'acquisition de KissKissBankBank par Ulule en 2024, les flux des deux plateformes ont été progressivement intégrés sur une infrastructure unique, ce qui renforce encore la position dominante du groupe sur le marché francophone du financement participatif culturel.

Kickstarter, une plateforme internationale, n'héberge que 246 projets de l'échantillon (12 % du total), mais a néanmoins mobilisé un nombre élevé de contributeurs : en moyenne 153 par projet, bien au-dessus des 109 d'Ulule ou des 85 de KKBB. Cela témoigne probablement de la capacité de Kickstarter à toucher un public international plus large par rapport à ses homologues francophones, Ulule et KissKissBankBank. Ce contraste doit toutefois être interprété avec prudence, car il reflète avant tout la nature des projets qui se financent sur Kickstarter plutôt qu'une propriété intrinsèque de la plateforme.

Il faut noter que les plateformes n'ont pas, à proprement parler, de communauté de donateurs : elles rassemblent, d'abord et avant tout, une communauté de porteurs de projets. Les plateformes belges, même ancrées localement, sont elles aussi pleinement accessibles à une audience internationale. La capacité à mobiliser des contributeurs au-delà de la zone géographique d'un projet dépend donc moins de la plateforme que du produit proposé et de la communauté, actuelle ou potentielle, du porteur de projet. Les donateurs ne « parcourent » généralement pas les plateformes à la recherche de projets à soutenir : ils sont atteints par les efforts de communication des porteurs, dont la responsabilité est de les diriger vers leur page de campagne (logique de *drive-to-web*). À l'autre extrémité du spectre, des plateformes plus modestes telles que CosmosKosmos (12 projets), Prométhéa (19) et GoFundMe (28) jouent un rôle de niche mais hautement spécialisé dans le paysage du financement participatif culturel en France et en Belgique.

Figure 3 : Structure du marché : typologie des plateformes et montants totaux levés (€), regroupés par portée géographique. Plateformes francophones (7,6 M€), plateformes mondiales (3,7 M€), plateformes belges (2,3 M€)



Typologie des plateformes et flux de financement

Une analyse structurelle du marché révèle trois niveaux distincts de plateformes. Les plateformes francophones (Ulule, KKBB) ont collecté à elles toutes 7,6 millions d'euros, soit 56 % de l'ensemble des fonds. Les plateformes mondiales (Kickstarter, GoFundMe) ont représenté 3,6 millions d'euros (27 %), tandis que les plateformes très locales (GrowFunding, Cilo, Crowd'in, Prométhéa, CosmosKosmos) ont levé 2,4 millions d'euros (17 %). Cette structure à trois niveaux reflète différentes stratégies de financement participatif qui ne sont pas nécessairement en concurrence les unes avec les autres, mais peuvent coexister naturellement - chacune répondant à un type de projet et de public différent. Un créateur peut se tourner vers une plateforme comme Kickstarter lorsque son projet présente un attrait large et sans limites géographiques (pensez aux communautés d'anime ou de manga, qui se rassemblent en ligne au-delà des frontières), tandis qu'un autre créateur peut s'appuyer sur une plateforme locale pour un projet dont le public est intrinsèquement lié à un lieu spécifique (pensez à un festival de musique à Bruxelles ou à la restauration d'un bâtiment ancien à Liège). Cette distinction est importante : avant de lancer une campagne, les acteurs culturels doivent réfléchir à la nature de leur projet et à leur public cible, et se familiariser avec l'éventail des plateformes disponibles, car le choix de la bonne plateforme est souvent aussi décisif que la campagne elle-même.

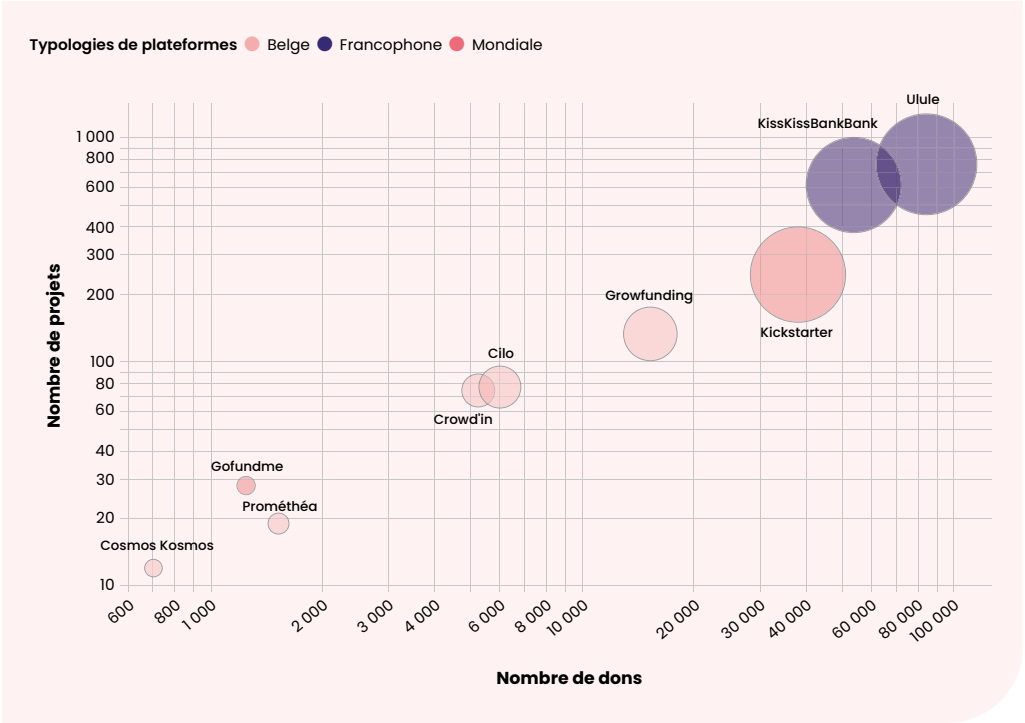
Figure 4 : Graphique de compartimentage : fonds cumulés levés par plateforme, pour un total de 13,6 millions d'euros



Le graphique de compartimentage met en évidence le degré de concentration : trois plateformes, Ulule (4,08 millions d'euros), KKBB (3,54 millions d'euros) et Kickstarter (3,55 millions d'euros), canalisent à elles seules 82 % de l'ensemble des fonds levés par le financement participatif en FW-B. Les sept autres plateformes représentent ensemble moins d'un cinquième du total des fonds. Ce taux de concentration a des implications concrètes pour les politiques publiques. Les trois plateformes qui captent 82 % des fonds, Ulule, KKBB et Kickstarter, ont toutes leur siège social en dehors de la Belgique : les deux premières sont françaises, la troisième est américaine. Autrement dit, si la FW-B souhaitait introduire un mécanisme de soutien au financement participatif culturel, par exemple un dispositif de *matchfunding* public, une incitation fiscale liée aux plateformes, ou un cadre de partenariat, l'essentiel des projets visés serait hébergé par des opérateurs sur lesquels les autorités belges n'ont qu'un levier réglementaire indirect. Ce constat ne disqualifie pas une intervention publique, mais il en conditionne les modalités : tout dispositif devra soit s'appuyer sur la coopération volontaire de ces plateformes étrangères, soit chercher à renforcer les plateformes locales pour rééquilibrer progressivement le marché.

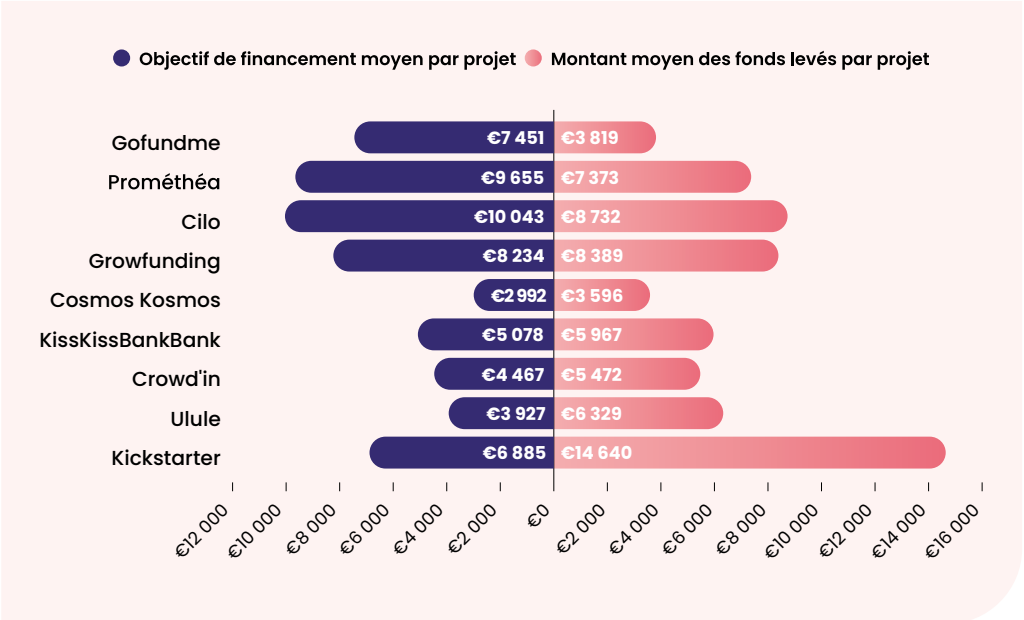
L'écart entre volume et valeur

Figure 5 : Diagramme à bulles, plateformes représentées en fonction du nombre de projets (Y), du nombre de dons individuels (X) et du montant total des fonds levés (taille des bulles)
La couleur indique la typologie de la plateforme.



Un aperçu structurel se dégage de l'écart entre le volume des projets et la valeur des financements sur les différentes plateformes. Alors qu'Ulule et KKBB dominent en nombre de projets, Kickstarter se démarque nettement en termes de financement. Avec seulement 12 % des projets, Kickstarter a levé 26 % de l'ensemble des fonds - un chiffre proche du total de KKBB bien qu'il héberge moins de la moitié du nombre de campagnes. Le diagramme à bulles illustre cela visuellement : la bulle de Kickstarter est comparable en taille à celles des leaders francophones, tout en se situant plus bas sur l'axe vertical (nombre de projets). Cela indique que sur une telle plateforme internationale anglophone, un acteur belge peut connaître un succès exceptionnel. D'ailleurs, le projet le plus financé (près d'un demi-million d'euros) recensé dans notre échantillon entre 2019 et 2024 se trouvait sur Kickstarter, dont la base d'utilisateurs mondiale peut véritablement amplifier les résultats d'une campagne.

Figure 6 : Diagramme papillon : objectif de financement moyen vs montant moyen levé, par plateforme

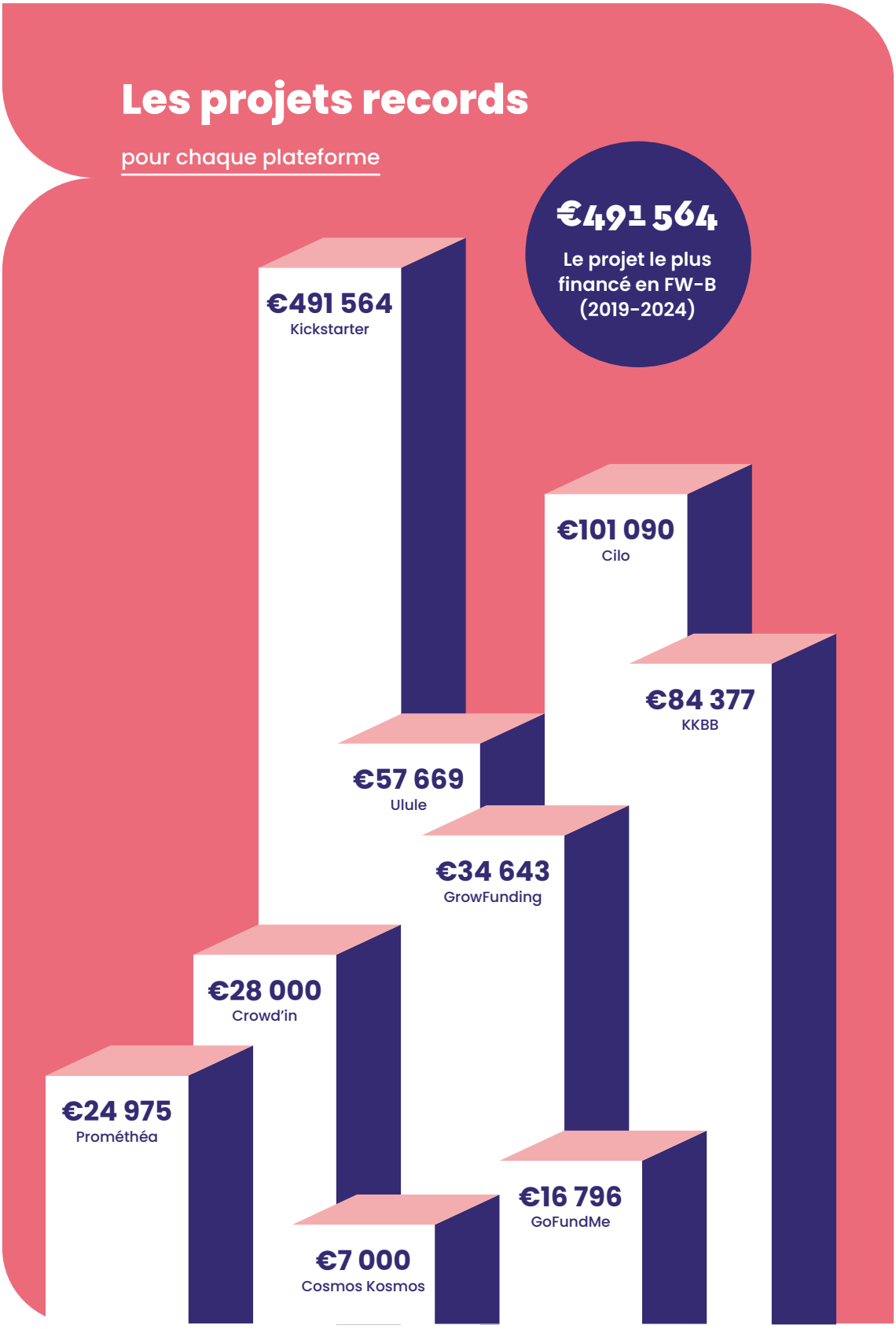


Le graphique papillon met en évidence cette tendance. Les projets Kickstarter ont un objectif moyen de 6 885 € et collectent en moyenne 14 640 € - soit plus du double de la moyenne d'Ulule (6 329 € collectés) ou de KKBB (5 967 € collectés). Cet écart reflète des profils d'utilisateurs différents : la portée mondiale de Kickstarter et son modèle axé sur les produits attirent des créateurs aux ambitions plus grandes et au potentiel d'audience plus large, généralement dans des secteurs comme le jeu vidéo et le design. En revanche, Ulule et KKBB s'adressent à une communauté de créateurs plus locale, dont les projets sont souvent ancrés dans la communauté.

À l'inverse, GoFundMe se distingue par des campagnes aux performances plus modestes : avec un objectif moyen de 7 451 €, mais un montant moyen collecté de seulement 3 819 €, c'est la seule grande plateforme où les projets ne parviennent quasiment jamais à atteindre leurs objectifs. Cela s'explique assurément par le modèle de financement flexible de GoFundMe (qui n'impose pas de seuil de réussite) et par son orientation vers des causes personnelles et caritatives plutôt que vers des projets créatifs avec des livrables définis. En examinant les descriptions des projets, n'importe qui peut immédiatement remarquer le niveau globalement plus faible d'attention et d'efforts consacrés aux campagnes de GoFundMe, qui tend à être utilisé comme un lien à diffuser parmi la famille, les amis et sur les réseaux sociaux pour collecter de petites sommes dont l'objectif est souvent l'achat de matériel tel que des caméras vidéo ou du matériel artistique; par conséquent, GoFundMe ne se caractérise pas par des récompenses mais principalement par de petits dons caritatifs.

Les projets records

pour chaque plateforme



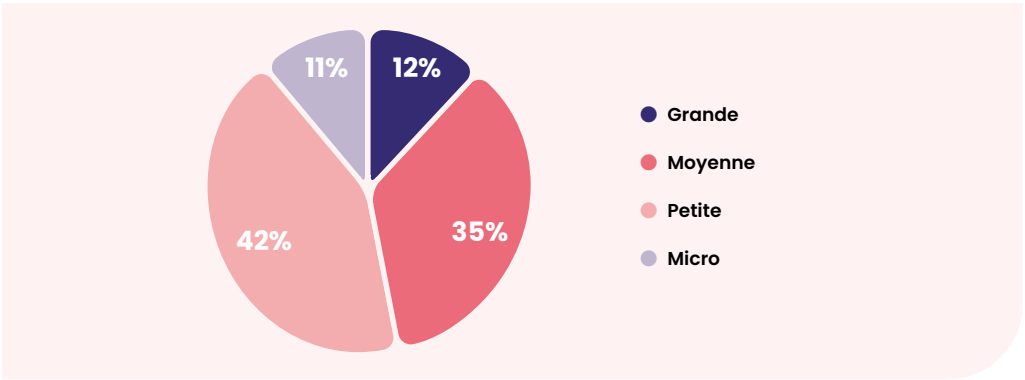
RÉPARTITION DE LA TAILLE DES CAMPAGNES ET DIAGNOSTIC STRUCTUREL

Il est essentiel de comprendre le profil de taille des campagnes de financement participatif pour calibrer les attentes en matière de politique. Le financement participatif culturel en FW-B est un phénomène majoritairement à petite échelle : la grande majorité des projets visent – et collectent – des montants inférieurs à 5 000 €. Pourtant, une petite cohorte de campagnes plus importantes accapare une part disproportionnée du financement total.

Répartition par nombre de projets et montant des financements

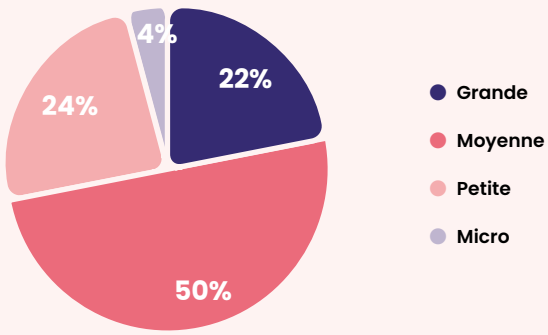
En utilisant quatre catégories de taille (micro : ≤ 1 000 € ; petite : 1 000–5 000 € ; moyenne : 5 000–20 000 € ; grande : ≥ 20 000 €), les données révèlent un déséquilibre marqué. En effet, plus de la moitié (53 %) de tous les projets appartiennent aux catégories micro ou petite, levant moins de 5 000 €. Environ 11 % des campagnes sont des microprojets, cherchant souvent à lever seulement quelques centaines d'euros pour financer une initiative créative spécifique. En revanche, seuls 12 % des projets sont classés dans la catégorie grande (≥ 20 000 €).

Figure 7 : Répartition des projets par catégorie de taille (part du nombre total de projets)



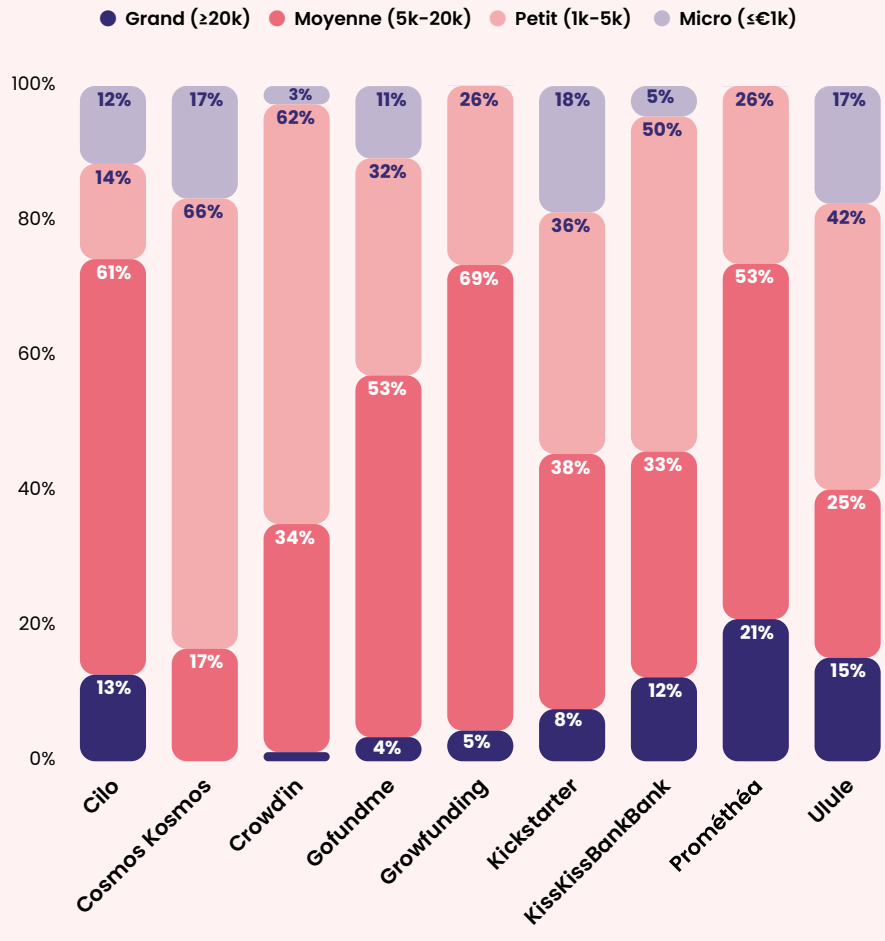
La situation, en matière de financement, est cependant tout autre. Si l'on considère la valeur cumulée, les projets de taille moyenne (qui se situent entre 5 000 et 20 000 €) représentent pas moins de 50 % de l'ensemble des fonds levés, alors qu'ils ne constituent que 35 % des projets. Les grands projets (≥ 20 000 €), bien qu'ils ne représentent que 12 % des campagnes, captent 22 % du financement total. Les petits projets, en revanche, ne contribuent qu'à hauteur de 24 % des fonds totaux, alors qu'ils constituent 42 % des campagnes. Cette asymétrie est une caractéristique structurelle du marché : si le financement participatif sert principalement d'outil de microfinancement en volume, son poids financier global est tiré vers le haut par un nombre plus restreint de projets plus ambitieux.

Figure 8 : Répartition des fonds cumulés levés par catégorie de taille



Profils de taille spécifiques aux plateformes

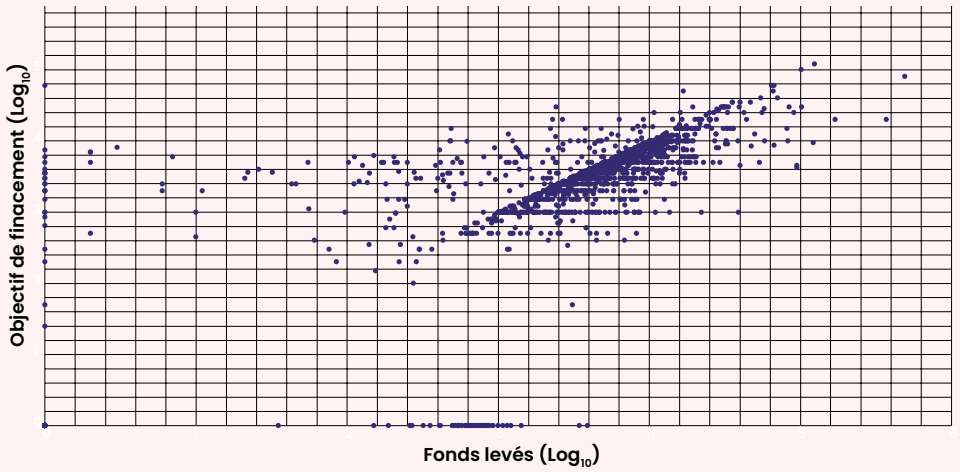
Figure 9 : Répartition de la taille des campagnes par plateforme (pourcentage cumulé)



La composition par taille varie considérablement d'une plateforme à l'autre. Le profil de Kickstarter penche nettement vers les campagnes de plus grande envergure : 38 % de ses projets FW-B sont de taille moyenne et 8 % sont de grande taille - soit un total de 46 % dans les tranches supérieures, bien au-dessus de toute autre plateforme. Cela confirme que les créateurs ayant des besoins de financement plus ambitieux sont attirés par la portée mondiale de Kickstarter. À l'opposé, Crowd'in (62 % de petits projets) et GoFundMe (53 % de petits projets) sont dominés par des campagnes modestes. Growfunding présente un cas intéressant : avec 69 % de ses projets dans la fourchette moyenne, la plateforme se positionne sur le marché intermédiaire, reflétant probablement l'influence de ses partenariats de cofinancement qui ont tendance à élever les budgets des projets au-dessus du seuil minimal. CosmosKosmos et Prométhéa occupent la fourchette petite à moyenne, au service de projets locaux s'adressant à des communautés plus restreintes avec des objectifs de campagne généralement plus modestes.

Diagnostic structurel : le nuage de points

Figure 10 : Nuage de points : objectif de financement (Y) vs montant levé (X), échelle Log_{10}. Diagonale = parité



Si l'on souhaite examiner le comportement général de l'ensemble de l'échantillon, un nuage de points, avec les deux variables exprimées sur une échelle logarithmique (Log_{10}), sert de diagnostic structurel du marché. La ligne de référence diagonale (y = x) représente la parité entre l'ambition et le résultat : les points situés sur cette ligne correspondent aux campagnes ayant levé exactement le montant de leur objectif déclaré. La transformation

logarithmique est méthodologiquement appropriée compte tenu de la distribution fortement asymétrique, permettant une comparaison entre plusieurs ordres de grandeur et réduisant la dominance visuelle des valeurs extrêmes.

Trois schémas structurels se dégagent. Premièrement, le plus grand groupe de points se situe près ou légèrement en dessous de la diagonale, dans la fourchette de 1 000 à 10 000 euros - le « cœur structurel » du marché : des campagnes bien calibrées qui font globalement correspondre l'ambition au résultat, ou, plus probablement, des campagnes pour lesquelles le porteur de projet et ses proches contribuent en apportant les derniers montants manquants pour atteindre le seuil de réussite et se voir attribuer les sommes collectées selon la logique « tout ou rien » de la plupart des plateformes. Deuxièmement, un groupe visible de points se situe en dessous et à droite de la diagonale, en particulier pour les objectifs les plus modestes. Il s'agit de campagnes qui « surperforment » - des projets qui se sont fixé des objectifs modestes et les ont largement dépassés, souvent portés par des effets de mobilisation sociale, de dynamique communautaire, ou simplement par des acteurs qui sous-estiment le potentiel du financement participatif. Il se peut aussi qu'ils aient été surpris par l'engouement manifesté envers leur projet. Troisièmement, une dispersion plus clairsemée de points apparaît au-dessus de la diagonale, pour les objectifs plus élevés, représentant des campagnes trop ambitieuses, ou encore mal communiquées, qui n'ont pas réussi à combler l'écart entre les besoins financiers et la capacité de mobilisation de la communauté.

Cette tendance révèle que la stratégie de fixation des objectifs est, en soi, un facteur déterminant des résultats du financement participatif. On peut présumer que les campagnes qui adoptent un objectif « minimal viable » semblent bénéficier d'un cercle vertueux : l'atteinte précoce de l'objectif génère une preuve sociale, attirant des contributeurs supplémentaires au-delà du réseau initial. À l'inverse, les projets qui se fixent des objectifs ambitieux et qui ont, par exemple, mal évalué le taux de conversion réaliste de leur communauté, risquent de subir la dynamique inverse.

L'analyse des dynamiques de collecte démontre que la réussite d'une démarche participative ne repose pas sur le hasard, mais sur une maîtrise rigoureuse de ses variables stratégiques. Dès lors, il apparaît essentiel d'enseigner de manière systématique, au sein des cursus dédiés au financement culturel, les fondamentaux opérationnels qui régissent le calibrage d'une campagne. Cet apprentissage doit impérativement porter sur la fixation pragmatique de l'objectif financier, la détermination de la durée optimale de collecte, l'évaluation réaliste du potentiel de conversion de la communauté, ainsi que sur le déploiement d'un soutien promotionnel ciblé.

En professionnalisant ces compétences clés au sein de modules de formation adaptés, les futurs porteurs de projets disposeront des leviers techniques indispensables pour optimiser leur performance marketing, structurer des collectes plus résilientes et maximiser l'impact de leur communication auprès du public.

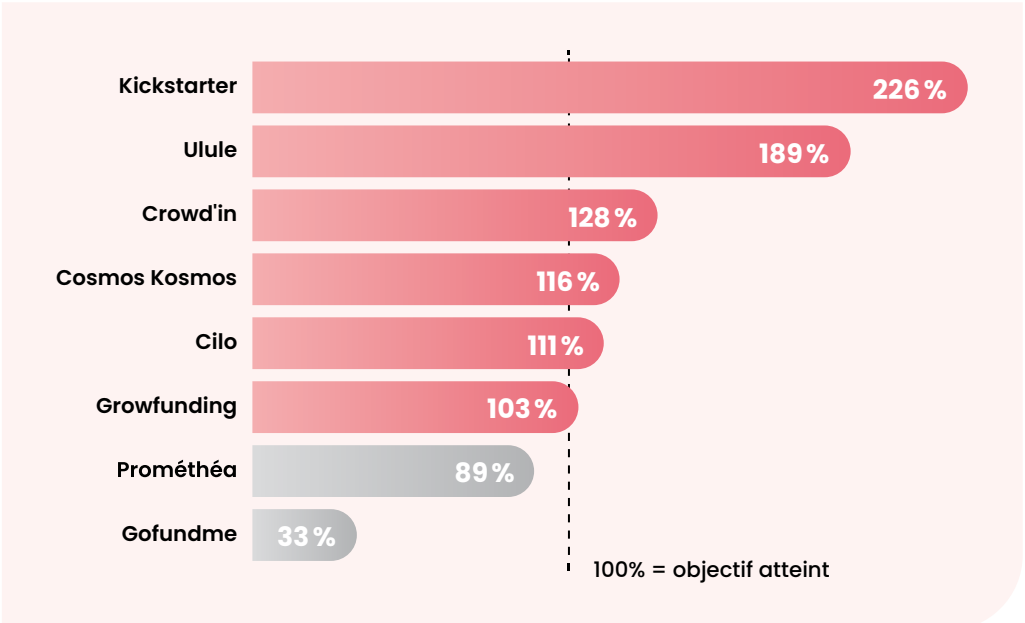
INDICATEURS DE RÉUSSITE

Cette section analyse la performance des campagnes de financement participatif culturel en termes de leur capacité à atteindre et à dépasser leurs objectifs de financement déclarés. Le succès est mesuré ici par le taux de réussite moyen (défini comme le rapport entre les fonds levés et l'objectif de financement), où une valeur de 100 % signifie que le projet a exactement atteint son objectif. Les valeurs supérieures à 100 % indiquent un surfinancement, et les valeurs inférieures à 100 % indiquent un déficit.

L'analyse exclut KissKissBankBank qui n'affiche sur sa plateforme que les projets financés avec succès, ce qui introduit un biais de survie positif susceptible de fausser la comparaison entre les plateformes. En excluant KKBB, l'échantillon de travail comprend 1 303 projets, dont 1 116 ont atteint ou dépassé leur objectif (86 %) et 187 ne l'ont pas atteint.

Succès par plateforme

Figure 11 : Taux de réussite moyen par plateforme (KKBB exclu)
Ligne pointillée = seuil de 100 % de l'objectif



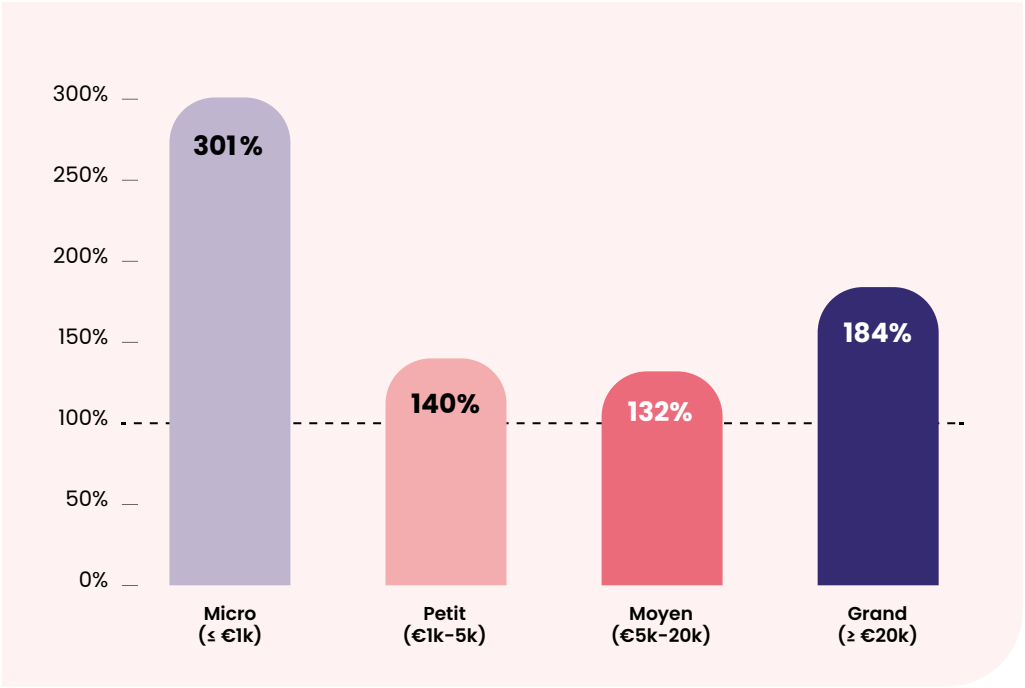
Les taux de réussite moyens varient considérablement d'une plateforme à l'autre. Kickstarter arrive en tête avec une moyenne de 226 %, ce qui signifie que, en moyenne, les projets culturels FW-B sur Kickstarter ont levé plus du double de leur objectif déclaré.

Cela s'explique par le modèle du « tout ou rien » de Kickstarter (qui incite à fixer des objectifs prudents) et par sa capacité à canaliser un large public international vers des projets ayant un large attrait. Ulule suit avec 189 % et Crowd'in avec 128 %.

Parmi les plateformes belges, CosmosKosmos (116 %), Cilo (111 %) et GrowFunding (103 %) affichent toutes des taux de réussite moyens supérieurs à 100 %, bien qu'avec des marges plus faibles, ce qui correspond à leurs projets davantage ancrés localement et à leurs bassins de contributeurs plus restreints, mais cette marge plus mince tient également à la composition de leur portefeuille : ces plateformes hébergent proportionnellement moins de projets relevant de la logique de prévente (jeux, design, livres, objets éditoriaux), qui constitue le principal moteur de surfinancement observé sur Kickstarter ou Ulule. En l'absence d'une contrepartie matérielle assimilable à une précommande, les contributions se rapprochent davantage du don de soutien, pas transactionnel, ce qui tend à plafonner les campagnes autour de leur objectif déclaré plutôt que de les propulser nettement au-delà. Prométhéa, avec 89 %, est la seule plateforme de financement participatif avec récompenses où la campagne moyenne n'atteint pas tout à fait son objectif. Pour sa part, GoFundMe se démarque clairement avec 33 %, ce qui reflète son modèle fondamentalement différent : en tant que plateforme de financement flexible orientée vers des causes personnelles, elle n'impose pas de seuils de réussite et ne bénéficie pas de la dynamique communautaire typique des plateformes culturelles de financement participatif avec récompenses.

Succès par taille de projet

Figure 12 : Taux de surfinancement moyen par catégorie de taille de projet

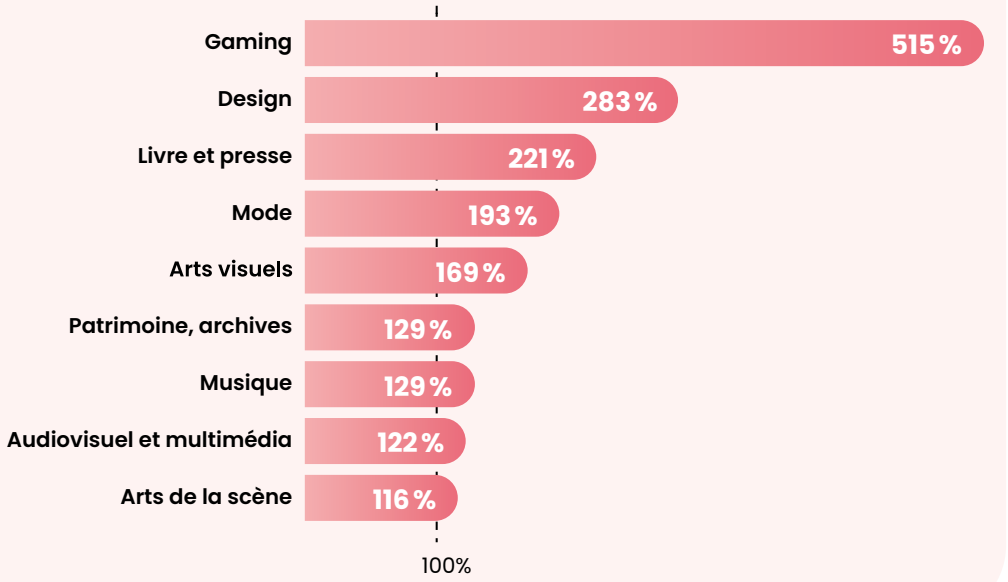


Une tendance contre-intuitive mais instructive se dessine lorsque le succès est ventilé par taille de projet. Les microprojets (≤ 1 000 €) affichent le taux de surfinancement moyen le plus élevé, à 301 %, ce qui signifie qu'ils lèvent, en moyenne, trois fois leur objectif déclaré. Cela reflète le comportement de fixation d'objectifs prudents identifié dans l'analyse du nuage de points : les créateurs recherchant de très petits montants fixent souvent des objectifs symboliquement bas qui sont rapidement dépassés. Les grands projets (≥ 20 000 €), avec un taux de 184 %, affichent également un fort surfinancement, probablement dû à quelques campagnes très réussies (notamment dans les domaines du jeu vidéo et du design) qui ont attiré un soutien international substantiel.

Les projets de taille moyenne (132 %) et petite (140 %) affichent des marges de surfinancement plus modestes. Ce sont ces campagnes qui se rapprochent le plus du « cœur calibré » du marché, où les ambitions sont réalistes, les résultats proportionnés et l'écart entre l'objectif et le résultat réduit. D'un point de vue politique, c'est ce segment intermédiaire qui représente le plus directement l'expérience typique du financement participatif culturel en FW-B, et où des améliorations marginales de la stratégie de communication ou du soutien institutionnel pourraient avoir l'impact le plus tangible.

Succès par secteur culturel

Figure 13 : Taux de réussite moyen par secteur culturel (sous-échantillon catégorisé)



Les taux de réussite sectoriels sont calculés à partir d'un sous-échantillon de projets pour lesquels les métadonnées relatives à la catégorie culturelle ont pu être extraites de manière fiable (Ulule, Kickstarter et CILO, qui fournissent des balises de catégorie explicites, avec n = 1 110). Les pourcentages obtenus doivent être interprétés comme des proportions indicatives plutôt que comme des mesures absolues de l'ensemble de l'échantillon.

Le secteur des jeux vidéo se démarque nettement, avec un taux de réussite moyen de 515 %. Cela signifie que les projets de jeux vidéo ont levé en moyenne plus de cinq fois leur objectif initial. Ce chiffre extrême s'explique par un petit nombre de campagnes spectaculairement surfinancées qui ont tiré parti de la communauté mondiale de joueurs de Kickstarter. Le design (283 %) et les livres et la presse (221 %) affichent également un surfinancement important, reflétant peut-être l'existence de solides communautés de contributeurs dans ces secteurs, la possibilité de recevoir un exemplaire du produit ou du livre, ou simplement une bonne maîtrise de la collecte de fonds de la part de ces acteurs.

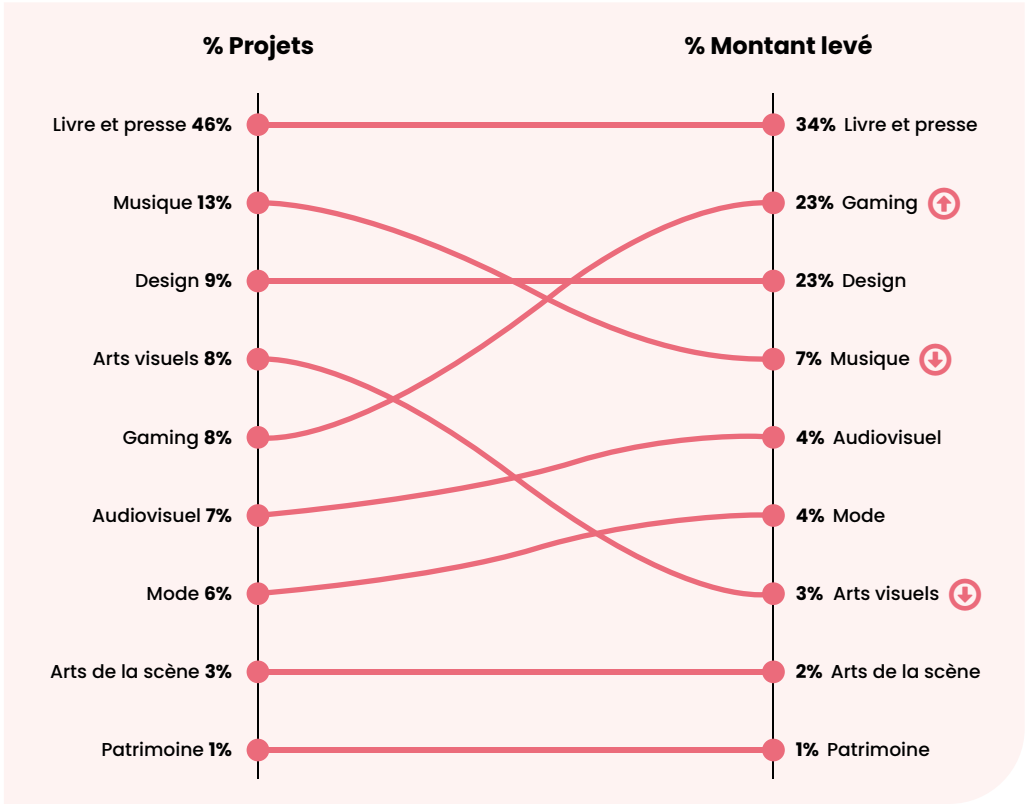
À l'autre extrémité, les arts de la scène (116 %) et l'audiovisuel/multimédia (122 %) affichent des marges plus modestes. Ces secteurs ont tendance à produire des projets moins adaptés au modèle de « prévisualisation du

produit » qui anime les jeux vidéo, le design ou les livres. La musique (129 %), deuxième secteur en nombre de projets, affiche toutefois un surfinancement relativement modéré. D'un point de vue politique, ces chiffres indiquent quels secteurs ont tendance à mieux réussir avec ces sources de financement alternatives, et lesquels devront probablement continuer à compter sur les subventions publiques, ou encore bénéficier de *matchfunding* de la part d'acteurs publics ou privés (et fondations).

RÉPARTITION SECTORIELLE

La répartition de l'activité de financement participatif culturel entre les secteurs créatifs révèle des déséquilibres importants tant au niveau du volume des projets que de la concentration des financements. L'analyse sectorielle repose à nouveau sur le sous-échantillon (n = 1 110) de projets pour lesquels des métadonnées explicites sur la catégorie culturelle étaient disponibles ; les résultats sont exprimés en pourcentage afin de permettre une extrapolation à l'ensemble de l'échantillon tout en reconnaissant les limites d'une catégorisation partielle.

Figure 14 : Graphique en pente : part des projets (à gauche) vs part du financement total (à droite), par secteur culturel



Le secteur des livres et de la presse est dominant en termes de volume, représentant 46 % de l'ensemble des projets classés. Cela reflète probablement l'affinité particulière entre l'édition et le financement participatif : les projets de livres et de magazines se prêtent bien aux modèles de précommande, ont des livrables clairement définis et peuvent bénéficier de communautés de lecteurs fidèles. Cependant, le secteur des livres et de la presse ne capte que 34 % du financement total, ce qui reste la plus grande part sectorielle mais est nettement inférieur à sa part en nombre de projets, indiquant que de nombreuses campagnes d'édition sont modestes individuellement.

Le constat sectoriel le plus frappant concerne les performances du secteur des jeux vidéo. Avec seulement 8 % des projets, ce secteur capte 23 % de l'ensemble des financements, soit près de trois fois sa part proportionnelle en termes de projets. Ce dépassement spectaculaire reflète la nature des campagnes de jeux vidéo : elles ont tendance à être de grande envergure, à vocation internationale et à bénéficier du soutien d'une communauté de contributeurs très mobilisée et native du numérique. Un seul projet de jeu FW-B (Fractal – Beyond the Void, hébergé sur Kickstarter) a levé 491 564 €, ce qui en fait la plus grande campagne de financement participatif culturel de l'ensemble de l'échantillon.

Le design (9 % des projets, 23 % des financements) présente un schéma similaire de concentration des financements, bien que moins extrême. À l'inverse, la musique (13 % des projets, 7 % des financements) et les arts visuels (8 % des projets, 3 % des financements) affichent une dynamique opposée : un nombre élevé de campagnes qui, collectivement, ne récoltent qu'une part relativement faible des fonds totaux. Il s'agit généralement de projets locaux, portés par la communauté, dont la portée géographique ou numérique est limitée. Les arts de la scène (3 %, 2 %) et le patrimoine (1 %, 1 %) restent marginaux dans le paysage du financement participatif, ce qui suggère que ces secteurs sont confrontés à des obstacles structurels qui freinent une mobilisation efficace en ligne.

La répartition sectorielle ne plaide pas pour une hiérarchisation des soutiens publics, mais pour une différenciation de leurs modalités. Les secteurs qui convertissent fortement la mobilisation citoyenne en montants levés (jeux vidéo, design) offrent un terrain fertile pour structurer des dispositifs de *matchfunding* : le financement participatif y agit alors comme amplificateur du soutien institutionnel plutôt que comme substitut. Les secteurs dont l'empreinte sur les plateformes reste en deçà de leur poids culturel (arts visuels, arts de la scène, patrimoine) appellent quant à eux un investissement dans le renforcement des capacités (formation, accompagnement, outils de narration, etc.) afin de lever les freins techniques et de visibilité qui limitent aujourd'hui leur traction. Dans les deux cas, l'action publique viendrait compléter et potentialiser la dynamique participative.

ANALYSE GÉOGRAPHIQUE

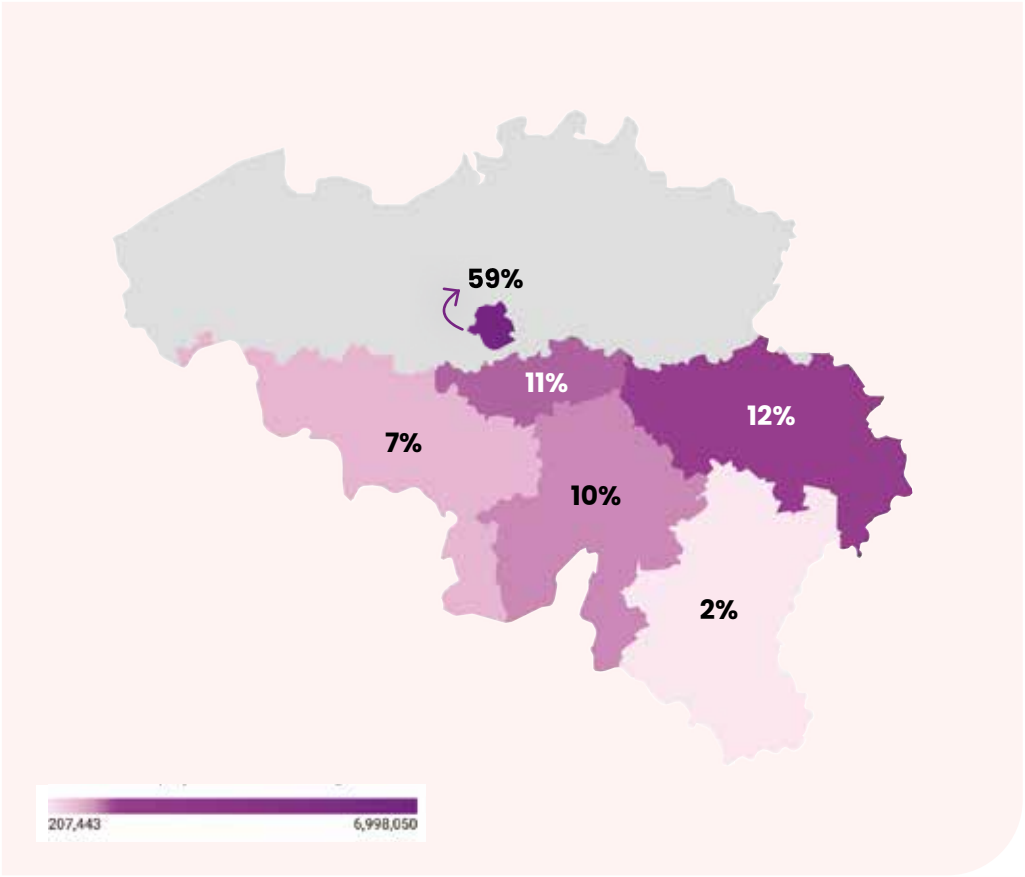
La répartition géographique du financement participatif culturel en FW-B se caractérise par une concentration importante. Bruxelles domine le paysage, tandis qu'un nombre limité de villes secondaires contribuent de manière significative mais avec des volumes bien plus faibles.

L'analyse géographique a été menée sur un sous-échantillon de 1 800 projets pour lesquels des métadonnées explicites sur la ville étaient disponibles ; les résultats sont principalement exprimés en pourcentage afin de permettre une extrapolation à l'ensemble de l'échantillon.

Répartition par province

Figure 15 : Répartition des projets de financement participatif par province/région





La Région de Bruxelles-Capitale représente à elle seule 59 % de l'ensemble des projets de financement participatif culturel du corpus de données - une concentration qui dépasse de loin son poids démographique. La province de

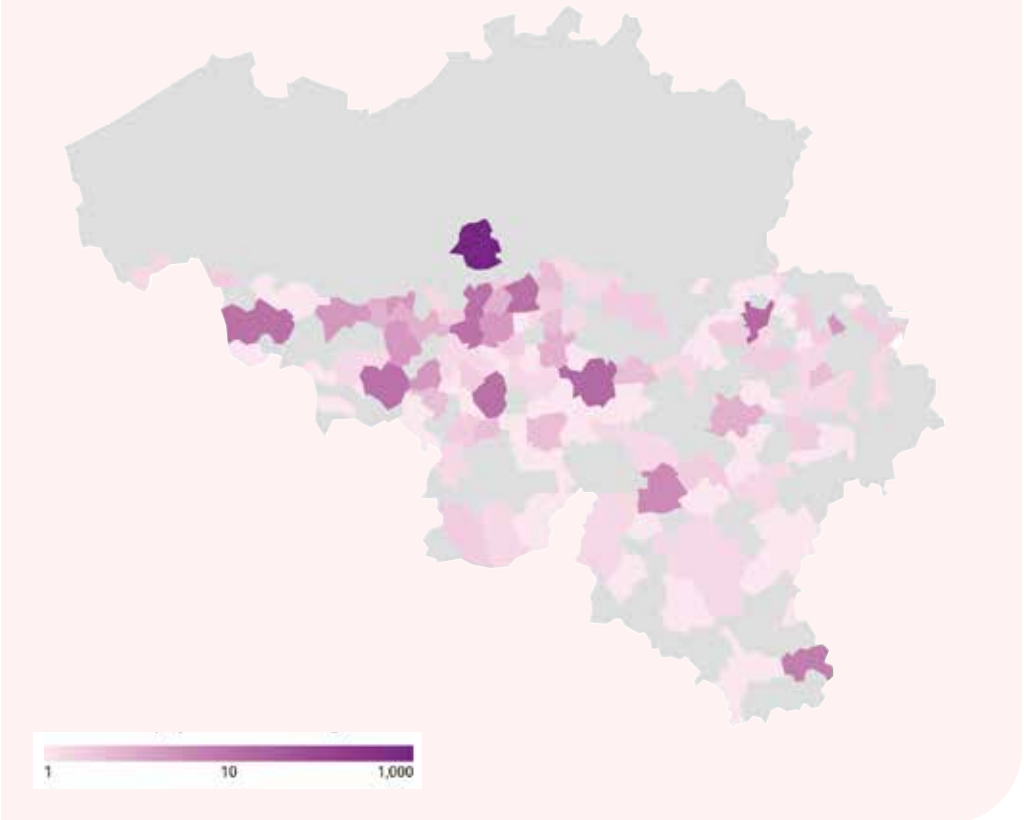
Liège (12 %), la région du Brabant wallon (11 %) et Namur (10 %) suivent à une distance considérable, tandis que le Hainaut (7 %) et le Luxembourg (2 %) contribuent avec des parts progressivement plus faibles.

Cette concentration géographique reflète la structure spatiale des secteurs culturels et créatifs eux-mêmes : Bruxelles abrite une part disproportionnée d'organisations culturelles, de travailleurs indépendants créatifs et d'infrastructures institutionnelles. Elle concentre également les réseaux, les intermédiaires et les compétences numériques qui facilitent la mise en place de campagnes de financement participatif efficaces. Ce constat soulève des questions qui pourraient s'avérer intéressantes d'un point de vue politique : comment l'entrepreneuriat culturel et ce nouveau modèle de financement pourraient-ils être adoptés à plus grande échelle, y compris en dehors de la capitale ?

Répartition municipale et classement des villes

Figure 16 : Carte choroplèthe : nombre de projets de financement participatif par municipalité





Les données au niveau communal confirment et précisent le tableau provincial. Bruxelles-Capitale accueille 1 023 projets pour 7,0 millions d'euros de financement cumulé - soit plus que toutes les autres villes réunies. Les villes de Namur (125 projets, 961 000 €) et Liège (113 projets, 767 000 €) occupent respectivement les deuxième et troisième places, loin derrière, ce qui correspond à leur rôle de capitales régionales dotées d'une infrastructure culturelle importante. Court-Saint-Étienne constitue une anomalie notable : avec un seul projet, elle se classe néanmoins quatrième en termes de montant de financement (491 564 €), entièrement grâce à la campagne Kickstarter record mentionnée plus haut. Ce cas illustre comment un seul projet très médiatisé peut fausser les classements au niveau des villes et souligne l'influence de valeurs aberrantes individuelles dans un ensemble de données de cette ampleur.

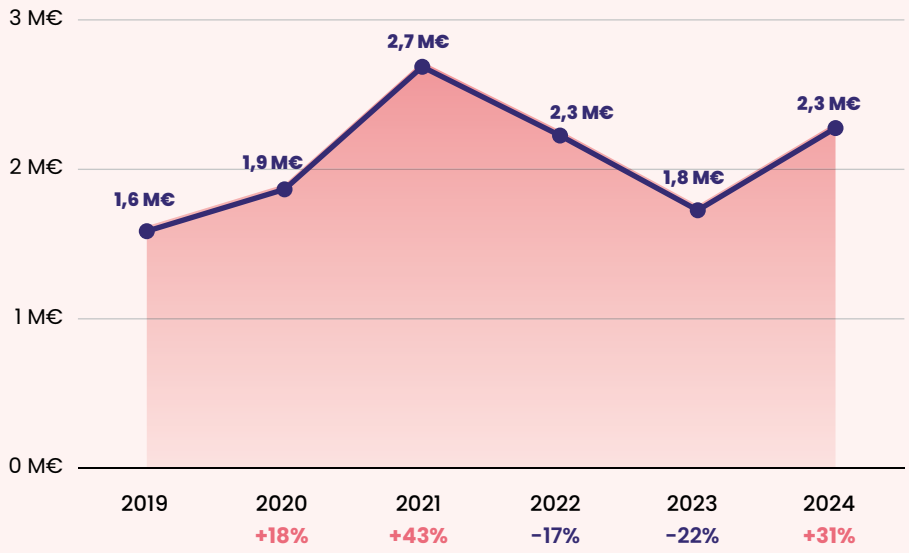
Ville	Nombre de projets	Montant levé (k€)
Bruxelles-Capitale	1023	6998
Namur	125	961
Liège	113	767
Court-St-Étienne	1	492
Waterloo	25	285
Charleroi	29	190
Mons	24	159
Limbourg	7	134
Nivelles	20	89
Tournai	22	82
Waimes	2	78
Rixensart	19	71
Ottignies-LLN	29	63
Walhain	4	51
Enghien	7	46

Au-delà des trois premières villes, le paysage se caractérise par une activité diffuse et de faible volume. Des villes comme Waterloo (25 projets, 285 000 €), Charleroi (29 projets, 190 000 €), Ottignies-Louvain-la-Neuve (29 projets, 63 000 €) et Mons (24 projets, 159 000 €) apportent une contribution modeste. En conclusion, alors que le financement participatif en ligne a le pouvoir de développer des projets dans des zones isolées ou rurales également (compte tenu de sa capacité à attirer un public et des fonds auprès des communautés en ligne), dans le contexte belge, il semble rester un potentiel inexploité.

TENDANCES TEMPORELLES (2019–2024)

L'analyse temporelle examine l'évolution de l'activité de financement participatif culturel au cours de la période étudiée, en s'appuyant sur un sous-échantillon de 1 827 projets pour lesquels des données fiables sur l'année de lancement ont pu être extraites. L'échantillon légèrement réduit (par rapport à l'échantillon complet de 1 971) reflète les cas où les métadonnées de date étaient manquantes, ambiguës ou ne pouvaient pas être extraites de manière fiable. Par conséquent, les totaux annuels présentés ici ne correspondront pas exactement aux chiffres agrégés rapportés ailleurs.

Figure 17 : Évolution du montant total des fonds levés par an (en millions d'euros), 2019–2024.
Les annotations indiquent la variation d'une année sur l'autre



La série chronologique révèle certaines tendances auxquelles l'équipe de recherche s'attendait. Le financement participatif culturel en FW-B a connu une croissance régulière, passant de 1,6 million d'euros en 2019 à 1,9 million d'euros en 2020 (+18 %), avant d'atteindre un pic de 2,7 millions d'euros en 2021 (+43 %). Ce pic de 2021 coïncide avec une période durant laquelle la pandémie de COVID-19 a simultanément perturbé les sources de revenus traditionnelles des acteurs culturels et accéléré l'adoption du numérique ainsi que les dons solidaires au sein du public. Le financement participatif a probablement bénéficié d'une convergence entre des besoins accrus (lieux culturels fermés, projets au point mort) et une générosité accrue (publics recherchant des moyens alternatifs de soutenir les créateurs, et un pouvoir

d'achat légèrement supérieur depuis que la consommation culturelle traditionnelle et physique a été perturbée). Cette dynamique mérite toutefois d'être nuancée. Lors de l'entretien[106] mené avec Jean-François Füeg, directeur général adjoint à l'Administration générale de la Culture, celui-ci a rappelé qu'à cette même période, la FW-B avait déployé plusieurs programmes exceptionnels de soutien au secteur culturel, mais que peu d'acteurs ont cherché à compléter ces aides publiques par une démarche de financement participatif. La majorité s'est contentée des subsides exceptionnels pour mener à bien leurs projets. Le pic de 2021 reflète donc davantage un sursaut ponctuel, porté par certains acteurs déjà familiers de ces outils et par la générosité accrue du public, qu'une bascule structurelle vers une stratégie de diversification des revenus à l'échelle du secteur.

Les années suivantes montrent une correction : les fonds sont tombés à 2,3 millions d'euros en 2022 (-17 %) puis à 1,8 million d'euros en 2023 (-22 %), suggérant une normalisation post- pandémique à mesure que l'offre culturelle et les canaux de financement traditionnels se sont partiellement rétablis. Le rebond en 2024 à 2,3 millions d'euros (+31 %) est un signe encourageant, indiquant potentiellement que le financement participatif s'est imposé comme un outil durable, bien que fluctuant, dans la panoplie des moyens de financement culturel, plutôt que d'avoir été un phénomène purement lié à la crise ou une microtendance.

La trajectoire globale - de 1,6 million d'euros à 2,3 millions d'euros, soit une augmentation cumulative d'environ 44 % sur six ans - suggère une véritable croissance à moyen terme, malgré les variations cycliques. Seules les données ultérieures permettront de déterminer si la hausse de 2024 représente un retour au pic de 2021 ou une stabilisation du financement participatif à un nouveau niveau de référence, mais la tendance est suffisamment positive pour justifier une attention politique.

106 Jean-François Füeg (Directeur général adjoint, Service général de l'Action territoriale et Service général de l'Éducation permanente et de la jeunesse, Administration générale de la Culture, Fédération Wallonie-Bruxelles), entretien avec l'auteur, 2 avril 2026.

PARTIE III – Voix de terrain : entretiens et études de cas

Le paysage culturel de la FW-B repose historiquement sur un modèle protecteur mais contraignant, où le système de l'agrément et les subventions publiques agissent comme les piliers essentiels de la création. Si ce cadre étatique offre une stabilité indispensable sur le long terme, il engendre également une dépendance structurelle et une vulnérabilité aiguë face aux réorientations budgétaires, laissant le champ du financement privé et citoyen largement inexploité. Face à ce paradoxe - une culture hautement sécurisée par l'État mais fragilisée par son cloisonnement -, la diversification des ressources et l'agilité financière deviennent des impératifs de survie pour un secteur en mutation permanente.

Cette synthèse offre une plongée analytique au cœur de cet écosystème en croisant les regards des principales parties prenantes de la finance culturelle en Belgique. À travers des entretiens approfondis menés avec des décideurs publics, des fonds d'investissement sectoriels (ST'Art Invest), des banques solidaires (Triodos) et les dirigeants de plateformes majeures du financement participatif (Ulule, Growfunding, Cilo, Prométhéa), ce rapport confronte les grands équilibres institutionnels aux réalités empiriques vécues sur le terrain. Des succès communautaires fulgurants aux rendez-vous manqués, les études de cas rassemblées ici témoignent d'un secteur qui cherche ses marques aux frontières de l'économie de l'engagement.

L'objectif de cette section est de dépasser le simple constat pour mettre en lumière les verrous idéologiques, les labyrinthes administratifs multiniveaux et les défis techniques qui freinent encore le dialogue entre le monde culturel, les entreprises et les citoyens. En explorant des dynamiques novatrices telles

que le *matchfunding* (mécanisme de cofinancement), le *crowdlending* ou les cercles de solidarité circulaire, cette synthèse dessine les contours d'un modèle hybride viable. Elle débouche sur des constats clairs et des recommandations concrètes pour outiller durablement les créateurs de demain.

Cette troisième partie restitue donc le volet qualitatif de l'étude. Là où l'analyse quantitative mesure l'ampleur et la structure du marché, l'analyse qualitative en éclaire les logiques : pourquoi les porteurs de projets recourent au financement participatif, comment les plateformes et les partenaires financiers les accompagnent, et quelles tensions traversent l'écosystème. Elle s'appuie sur une quinzaine d'entretiens avec des parties prenantes de l'écosystème, cinq études de cas et un groupe de discussion réunissant des porteurs de projets.

LES INTERFACES DU FINANCEMENT PARTICIPATIF : PRINCIPALES PLATEFORMES ACCESSIBLES EN BELGIQUE

Si les acteurs culturels semblent encore frileux ou peu outillés pour faire des démarches de financement privé, reste qu'il existe de nombreux alliés qui offrent soutien technique et compétences pour accompagner les opérateurs dans ces recherches de financement complémentaires.

La première section du présent rapport faisait largement état des nombreuses plateformes de financement participatif disponibles en Belgique. Afin de mieux comprendre leur rôle dans le paysage actuel du financement de la culture, nous avons interrogé certaines d'entre elles.

Cilo : la force de la proximité

En tant qu'intercommunale, le BEP (Bureau Économique de la Province de Namur) a conçu la plateforme de financement participatif Cilo comme un outil mutualisé, destiné à l'ensemble des communes de la province. Le modèle d'affaires de Cilo se distingue par une approche éthique et circulaire, ancrée dans sa nature de plateforme publique à but non lucratif au service de la province de Namur. Contrairement aux géants commerciaux du secteur, Cilo opère via une commission de 6 % prélevée uniquement sur les campagnes réussies. La particularité majeure réside dans l'utilisation de ces revenus : plutôt que de générer un profit, ces fonds sont intégralement réinvestis sous forme de cofinancement (*matchfunding*) pour soutenir des secteurs spécifiques, tels que la culture. Ce mécanisme crée un écosystème où le succès des uns alimente directement le financement des autres, renforçant la solidarité territoriale.

La véritable proposition de valeur de Cilo repose sur une efficacité redoutable, affichant un taux de réussite de 96 %. Ce score exceptionnel n'est pas le fruit du hasard, mais le résultat d'un accompagnement intensif et en présentiel qui s'étale sur une période de un à trois mois. Plutôt que de simplement héberger des projets, l'équipe de Cilo travaille main dans la main avec les porteurs pour s'assurer que leurs initiatives sont réellement « finançables ». Ce processus de maturation rigoureux vise à valider trois piliers indispensables au financement participatif : la concrétisation de l'offre, la légitimité du porteur de projet et le sentiment d'urgence nécessaire pour mobiliser la communauté.

L'idée de départ de Cilo était simple mais puissante : offrir aux associations, entreprises et citoyens un levier de financement participatif pour concrétiser des microprojets locaux. Pour imaginer ce dispositif, François Laureys[107] s'est inspiré de la réussite de la ville de Gand[108], qui a su dynamiser son territoire en proposant un système d'abondement (un complément financier public venant s'ajouter aux dons récoltés).

Si l'objectif initial de Cilo visait une adhésion massive des autorités locales, la réalité du terrain s'est avérée plus contrastée. À ce jour, seule la commune d'Assesse s'est véritablement approprié l'outil en allant au-delà de la simple vitrine numérique. Elle propose un accompagnement complet, mêlant soutien technique, logistique et abondement financier pour les porteurs de projets. Malgré cet exemple probant, les autres communes de la province sont restées plus en retrait, n'ayant pas encore franchi le pas de cette approche intégrée du financement participatif.

Le financement participatif au service de la culture

Fait à noter, au lendemain de la crise sanitaire de la COVID-19, le BEP de Namur avait fait le choix de resserrer son action sur deux secteurs durement touchés : la culture et les producteurs locaux. Pour le volet culturel, ce soutien s'est concrétisé par une alliance stratégique avec la Province de Namur et sa fondation culturelle, le Fonds Thirionet. L'idée maîtresse était de créer un cercle vertueux : les porteurs de projets lauréats des appels à projets provinciaux obtenaient le droit de lancer une campagne de financement participatif sur la plateforme Cilo, bénéficiant ainsi d'un double levier de crédibilité et de financement.

107 François Laureys (Gestionnaire de projets, Stratégie territoriale et Smart Cities), entretien avec l'auteur, 12 mars 2026.

108 La plateforme growdfunding.gent.be (souvent via Growfunding) était un outil de financement participatif gantois, soutenu par la ville, pour des projets locaux variés (sociaux, culturels, urbains) à impact territorial. Un petit comité vérifiait l'ancrage local, tandis que la ville abondait à hauteur de 1€ pour 1€ levé, favorisant des initiatives citoyennes créatives et parfois audacieuses.

Ce partenariat ne se limitait pas à une simple mise en relation, mais offrait un véritable kit de réussite aux artistes et opérateurs. La Province apportait un soutien logistique crucial, aidant les porteurs de projets à professionnaliser leur communication (réalisation de vidéos, séances photos, aide à la rédaction) pour maximiser leurs chances de séduire le public. Sur le plan financier, le dispositif activait le mécanisme de l'abondement : pour chaque euro récolté auprès des citoyens, la Province versait systématiquement un euro supplémentaire. Ce principe du « 1 pour 1 » a permis de démultiplier l'impact de la collecte et de transformer de petites contributions citoyennes en budgets significatifs.

L'importance des leviers complémentaires

François Laureys souligne que le financement public et le financement participatif s'alimentent mutuellement. Sur la plateforme Cilo, l'obtention préalable d'une subvention - qu'elle provienne de la Province de Namur ou d'autres instances - agit comme un puissant « sceau de légitimité ». Ce soutien institutionnel fonctionne comme un signal de qualité qui rassure immédiatement les citoyens sur la viabilité et le sérieux du projet. En somme, avant même que le premier donateur privé ne mette la main à la poche, le fait que des experts publics aient déjà validé le dossier crée un climat de confiance indispensable au passage à l'acte.

Cette dynamique de crédibilité est également renforcée par l'appui de partenaires de renom, tels que la Fondation Roi Baudouin, dont l'image de marque rejaillit positivement sur l'ensemble de l'écosystème Cilo. Pour certaines campagnes, la FRB agit comme bénéficiaire légal, puis transfère les fonds au porteur de projet. Ceci permet aux porteurs de projets d'offrir des compensations fiscales à leurs contributeurs.

Les collaborations entre les plateformes de financement participatif et les fondations privées ouvrent des perspectives de développement territorial particulièrement prometteuses. Dernièrement, Cilo a amorcé des démarches pour s'associer avec la Fondation Ciris (liée à l'Abbaye de Leffe), afin d'instaurer un mécanisme de cofinancement ou d'abondement : chaque euro récolté auprès des citoyens sur Cilo pourrait être complété par une contribution de la fondation pour les projets situés sur son territoire d'action (Dinant et ses environs). Ce modèle hybride renforcerait non seulement la viabilité des initiatives culturelles et locales, mais agirait aussi comme un puissant gage de crédibilité pour les porteurs de projets. Bien que la mise en œuvre de ce partenariat avec la Fondation Ciris ne se soit pas encore concrétisée, cette synergie entre philanthropie institutionnelle et mobilisation citoyenne ouvre la voie à la mise en place d'un levier stratégique pour maximiser l'impact économique et social à l'échelle locale.

En conclusion, pour François Laureys, le financement public préexistant n'est donc pas seulement une ressource financière, c'est un levier stratégique qui transforme une simple idée en un projet d'intérêt général officiellement reconnu. Toutefois, le financement participatif ne doit en aucun cas être perçu comme un désengagement de l'État ou un palliatif aux coupes budgétaires. Au contraire, il estime que cet outil a une place légitime et durable dans l'écosystème financier culturel, à condition de faire preuve de pédagogie. L'enjeu est de présenter le financement participatif comme un complément stratégique.

Le modèle Growfunding et le mécanisme du matchfunding : synergies et effet de levier

Growfunding a pour mission de rassembler des ressources autour de projets ayant un impact positif pour la société, notamment des projets socioculturels, culturels, d'économie sociale, etc. Leur modèle consiste à accompagner les porteurs de projets en leur fournissant non seulement un outil de financement via leur plateforme de financement participatif, mais aussi d'autres ressources comme des réseaux, des partenariats, des compétences, etc. Grâce aux subventions dont elle bénéficie, la plateforme dépend moins du volume de transactions généré par les projets pour assurer la viabilité de son modèle d'affaires, ce qui lui permet d'offrir des services qui dépassent la seule mise en route des campagnes de financement participatif.

Un élément clé de leur approche est le *matchfunding*, où Growfunding collabore avec des partenaires[109] (fondations, entreprises, institutions publiques) pour cofinancer les campagnes des porteurs de projets. Cela permet d'apporter un soutien financier supplémentaire et une certaine crédibilité aux projets.

Le *matchfunding* repose sur un principe de levier financier où un partenaire institutionnel, tel que le Fonds Prince Philippe, s'engage à compléter les dons citoyens récoltés via la plateforme Growfunding. Ce mécanisme permet de démultiplier l'impact de chaque contribution individuelle : lorsqu'un citoyen donne un euro, le *matchfunder* ajoute une somme prédéfinie, boostant ainsi la campagne. Au-delà de l'aspect purement monétaire, cet apport octroie une crédibilité institutionnelle majeure au projet. En s'adossant, par exemple, à une fondation reconnue, les porteurs de projets rassurent le grand public, ce qui crée un cercle vertueux d'engagement et augmente significativement les chances de succès de la collecte.

109 Growfunding, « Programme de matchfunding de la plateforme Growfunding », consulté le 19 novembre 2025, https://growfunding.be/fr/matchfunders.

Selon Elodie Dosogne[110], pour les fondations et les organisations partenaires, le *matchfunding* constitue un outil stratégique pour cibler précisément leurs interventions, par exemple en direction des jeunes ou des publics vulnérables, tout en bénéficiant d'une forte visibilité sociale. En collaborant avec des plateformes de financement participatif, les *matchfunders* s'immergent dans des écosystèmes locaux et participent activement à l'innovation sociale et culturelle.

Growfunding démontre la grande flexibilité du *matchfunding* en collaborant avec une diversité d'acteurs, allant des institutions publiques aux grandes entreprises. Par exemple, le partenariat avec la VGC[111] (Commission communautaire flamande) permet de lever les barrières administratives pour les jeunes de moins de 26 ans en facilitant leur accès aux subventions culturelles via la plateforme. Dans une approche de délégation de gestion, l'entreprise Umicore, via la Fondation Roi Baudouin, a choisi de placer une enveloppe globale directement auprès de Growfunding, laissant à la plateforme le soin de redistribuer ces fonds de manière stratégique aux projets répondant à ses critères d'impact.

Le partenariat avec le Fonds Prince Philippe constitue un autre exemple de collaboration fructueuse. Ce projet triennal s'est concentré sur les jeunes de moins de 26 ans en situation de vulnérabilité à Liège, Bruxelles et dans la région de la Dendre. Dans ce cadre, Growfunding a agi en tant que facilitateur : après avoir sélectionné des initiatives culturelles et socioculturelles, l'organisation a accompagné les jeunes par un coaching de proximité. De son côté, le Fonds a apporté un cofinancement structurel (entre 1 000 et 3 000 €) venant compléter les collectes de financement participatif (3 000 à 30 000 €). Ce mécanisme de *matchfunding* a généré un effet de levier crucial, renforçant la crédibilité des projets portés par des jeunes dont le réseau personnel était initialement limité.

La plateforme innove également en créant des ponts directs avec le secteur privé et associatif pour soutenir l'économie circulaire et sociale. Un bel exemple réside dans l'entente qu'ils avaient prise avec MCA Recycling[112], qui a cofinancé une campagne pour un café-couture bruxellois, alignant ainsi son mécénat sur ses propres valeurs environnementales. De façon plus originale

110 Elodie Dossogne (co-directrice, Growfunding), entretien avec l'auteur, 31 mars 2026.

111 Le département du travail socioculturel et le fonds jeunesse de la Commission communautaire flamande (VGC) soutiennent les pratiques et projets socioculturels à petite échelle organisés pour et par les jeunes grâce à un fonds de contrepartie.

112 MCA Recycling a cofinancé la campagne du Café-couture à Ixelles. C'était un *matchfunding* « project based » où les porteurs de projets ont trouvé l'entreprise dans leur réseau. La connexion s'est faite naturellement grâce à une thématique commune (recyclage/économie circulaire) et des valeurs partagées.

encore, le partenariat avec le Rotary Club a transformé les cotisations annuelles de ses membres en un fonds d'abondement dédié à l'économie sociale, tout en leur offrant l'avantage d'une attestation fiscale. Ces modèles variés prouvent, encore une fois, que le *matchfunding* est un outil puissant pour mobiliser des ressources hybrides autour de l'innovation citoyenne.

Loin d'appliquer une recette unique, Growfunding adopte une approche sur mesure en évaluant la pertinence du *matchfunding* selon la maturité et l'envergure budgétaire de chaque initiative. Pour les projets émergents ou de plus petite taille, la plateforme privilégie la responsabilisation des porteurs de projets en les incitant à solliciter leur propre réseau de partenaires potentiels, qu'il s'agisse d'entreprises locales ou de fondations. Growfunding se transforme alors en véritable coach stratégique, accompagnant les porteurs dans l'identification et le démarchage de ces cofinanceurs externes afin de maximiser leur autonomie.

Une fois le partenariat sécurisé par le porteur de projet, Growfunding intervient pour structurer l'abondement de manière progressive et dynamique au sein de la campagne. Concrètement, chaque don citoyen peut être boosté d'un certain pourcentage par le partenaire, ce qui crée un effet d'entraînement et renforce immédiatement la crédibilité du projet aux yeux du public. Cette méthode ne se contente pas de remplir la caisse : elle offre une visibilité accrue et transforme la recherche de fonds en un exercice de réseautage structurant, permettant aux porteurs de projets de s'ancrer plus solidement dans leur écosystème local.

Ulule : la force d'une marque européenne

Bien que la plateforme Ulule s'impose aujourd'hui comme le leader incontesté du crowdfunding avec contreparties en France - où elle détient environ 80 % des parts de marché -, elle maintient une ouverture stratégique vers d'autres pays européens comme la Belgique, l'Italie et l'Espagne. Cette présence internationale s'opère toutefois sans équipes locales dédiées, Ulule concentrant ses efforts de développement et ses ressources opérationnelles prioritairement sur le marché français. La plateforme reste ainsi techniquement compatible et accueillante pour les créateurs belges, offrant une visibilité importante, sans pour autant déployer de programmes d'accompagnement spécifiques à ce territoire pour le moment.

Selon le fondateur d'Ulule, Alexandre Boucherot[113], l'acquisition de KissKissBankBank par Ulule en 2024 a marqué un tournant stratégique majeur,

113 Alexandre Boucherot (fondateur, Ulule), entretien avec l'auteur, 3 avril 2026.

caractérisé par l'intégration complète des flux de projets sur la plateforme unique d'Ulule. Dans un contexte mondial instable marqué par la crise sanitaire et les tensions géopolitiques en Ukraine, l'entreprise a opéré un recentrage marqué sur le marché français, abandonnant les équipes locales dédiées - comme celle qui existait autrefois en Belgique - au profit d'une approche par bassins linguistiques. Désormais, l'effort porte moins sur le déploiement de programmes géographiques spécifiques que sur l'accompagnement direct des créateurs et le renforcement du modèle B2B.

En effet, Ulule a su pérenniser son modèle économique en développant une activité B2B stratégique qui repose sur la commercialisation d'appels à projets pour le compte de grandes entreprises et d'institutions comme BNP[114], Engie[115] ou la Fondation Nestlé[116]. Grâce à une équipe dédiée de huit experts, la plateforme orchestre des programmes complets - du sourcing à l'accompagnement des créateurs - financés par ces partenaires en quête de visibilité et d'innovation. L'originalité de ce modèle réside dans une éthique rigoureuse : chaque collaboration doit impérativement apporter une valeur ajoutée concrète aux porteurs de projets, évitant ainsi le piège du simple « coup de communication ». Cette approche permet à Ulule de générer des revenus complémentaires tout en restant profondément fidèle à son ADN de soutien entrepreneurial, transformant ainsi son expertise communautaire en un puissant levier d'impact pour les créateurs.

Pour poursuivre activement son soutien aux porteurs de projets, Ulule vient de lancer Ulule Connect. Conçu comme un réseau social spécialisé, cet outil gratuit - proposant une adhésion solidaire optionnelle à 15€ par an - offre un écosystème de ressources complet : webinaires sur le e-marketing, formations en relations publiques, ainsi que des mises en relation directes avec des partenaires logistiques tels que des imprimeurs ou distributeurs. Au-delà du simple financement participatif, Ulule Connect favorise l'échange entre pairs et attire déjà une communauté internationale, notamment en Belgique. Cette initiative transforme la relation entre la plateforme et l'utilisateur, en fournissant les leviers professionnels nécessaires au développement pérenne des projets bien au-delà de la phase de collecte. Avec cet outil, Ulule franchit une nouvelle étape en se positionnant comme un véritable « camp de base » dédié à l'accompagnement global des entrepreneurs et créateurs.

114 Ulule, « Act for Impact », consulté le 19 novembre 2025, https://actforimpact.ulule.com/.

115 Ulule, « Mon programme pour agir », consulté le 19 novembre 2025, https://energiespouragir.ulule.com/.

116 Fondation Nestlé France et Ulule, « Nourrir les possibles », consulté le 19 novembre 2025, https://fondationnestle.ulule.com/.

À PROPOS DES PROJETS ET DES TENDANCES

Monsieur Boucherot soutient que, aujourd'hui, le secteur de l'édition s'impose comme le véritable moteur de la plateforme Ulule, représentant à lui seul environ 60 % des projets. Cette domination s'explique principalement par la nature tangible et rassurante des contreparties proposées : contrairement aux arts de la scène ou à l'audiovisuel, dont les retours peuvent sembler plus immatériels, le livre se prête parfaitement à une logique de prévente ou d'abonnement.

La dynamique actuelle sur Ulule révèle une résilience du modèle de financement participatif, bien que nuancée par une érosion des montants collectés. Si le taux de succès global demeure solide, Monsieur Boucherot, président et fondateur de Ulule, observe un tassement de la surperformance : les « serial ululeurs », autrefois capables d'atteindre 140 à 150 % de leur objectif, plafonnent désormais plus souvent entre 120 et 130 %.

Cette tendance s'explique par un contexte économique marqué par l'inflation, qui contraint le pouvoir d'achat des contributeurs et génère une inquiétude palpable chez les créateurs, dont certains hésitent à lancer leur campagne. Ce climat d'incertitude impacte particulièrement les secteurs de la mode et de la consommation responsable, tandis que l'édition confirme son statut de valeur refuge en maintenant des performances stables malgré la baisse générale des fonds mobilisés par projet.

ULULE VERSUS LES PLATEFORMES LOCALES

Selon Alexandre Boucherot, la distinction entre Ulule et les plateformes de financement participatif locales repose essentiellement sur une différence d'échelle, de maturité technique et de modèle économique. Là où les plateformes régionales s'appuient souvent sur des subventions publiques pour maintenir leur activité, Ulule bénéficie d'une viabilité financière autonome grâce à son modèle B2B et ses 15 ans d'expérience. Avec sa domination du marché en France, Ulule offre une force de frappe et une infrastructure technique que les petites structures peinent à égaler. Cette puissance de feu garantit aux créateurs une visibilité nationale, voire internationale, là où une plateforme locale risque de confiner le projet dans une zone géographique restreinte, limitant mécaniquement le potentiel de conversion et de portée de la campagne.

Par ailleurs, l'approche de l'accompagnement diffère radicalement. Tandis que les acteurs locaux misent sur des programmes spécifiques ancrés dans leur territoire, Ulule privilégie un coaching direct et entrepreneurial tourné

vers la réussite globale du projet. Selon Alexandre Boucherot, le morcellement actuel du paysage du financement participatif en une multitude de petites plateformes locales peut paradoxalement desservir les porteurs de projets. En restant cantonnés à des écosystèmes trop restreints, ces derniers se privent d'une communauté élargie et de la crédibilité qu'apporte un leader de marché. Pour Ulule, la centralisation des flux et des compétences techniques est donc un gage d'efficacité bien plus précieux pour le créateur que la simple proximité géographique.

Prométhéa for Culture : au service des artistes et des ASBL

Prométhéa for Culture est une plateforme de financement participatif belge gratuite, sans commission, entièrement dédiée à la culture et au patrimoine. Sa mission initiale était de diversifier les sources de financement au-delà du mécénat d'entreprise traditionnel, qui fait la force de Prométhéa, en ouvrant la participation au grand public. L'idée centrale était de créer un environnement hybride où entreprises et citoyens pourraient financer ensemble les mêmes projets culturels. Pour préserver la qualité des initiatives proposées, Prométhéa joue un rôle d'accompagnement des porteurs de projets, avec une curation stricte permettant un bon encadrement.

Le modèle de Prométhéa for Culture repose sur une cohabitation entre le mécénat individuel et le mécénat d'entreprise. Cette approche génère un effet d'entraînement observable : lorsqu'une cagnotte progresse, notamment grâce à des contributions d'entreprises, elle attire davantage de donateurs individuels. Un élément clé du dispositif est le *matchgiving* : si un projet atteint 80 % de son objectif, Prométhéa complète les 20 % restants. Aussi, contrairement aux modèles all-or-nothing, le système de Prométhéa permet aux projets de conserver les fonds collectés même s'ils n'atteignent pas leur cible, ce qu'Elisa Pirotte[117], gestionnaire de la plateforme, considère comme plus adapté au secteur culturel déjà fragilisé.

Un développement récent et significatif a été la création d'une cagnotte lors du gala des 40 ans de Prométhéa (automne 2025). Cette cagnotte, constituée par la vente de tables lors de l'événement, permet désormais de financer du *matchgiving* sur les projets actuels. Cependant, Madame Pirotte reconnaît que la communication autour de cette initiative auprès des entreprises donatrices a été insuffisante, ce qui représente une opportunité manquée de valoriser leur contribution.

117 Elisa Pirotte (Project Manager, Prométhéa), entretien avec l'auteur, 10 avril 2026.

Les réalités du financement participatif culturel s'avèrent généralement complexes. Les budgets collectés restent modestes et souvent en-deçà des attentes des porteurs de projets. Le succès dépend fortement du réseau personnel du porteur, ce qu'on appelle le « love money ». Madame Pirotte observe d'ailleurs que les mêmes noms de famille financent les projets, généralement celle du porteur lui-même. Par ailleurs, peu de projets contactent Prométhéa en premier lieu ; la plupart de ceux-ci arrivent après avoir essuyé un refus de subside public. C'est généralement un dernier recours pour survivre plutôt qu'une stratégie de financement proactive. D'ailleurs, les chiffres parlent d'eux-mêmes : depuis octobre 2025, six projets ont été lancés sur la plateforme, mais seulement deux ont atteint le seuil de 80% nécessaire pour bénéficier du *matchgiving*.

Prométhéa se positionne comme une plateforme spécialisée, gratuite et porteuse d'un gage de qualité. Contrairement à des géants comme Ulule ou des plateformes généralistes, Prométhéa crée une relation directe entre entreprises mécènes et projets culturels. Cette différenciation lui permet de ne pas être directement comparable à ses concurrents. Les porteurs de projets apprécient particulièrement le fait que leur projet sera partagé auprès d'un réseau d'entreprises mécènes, ce qui renforce la légitimité de l'initiative.

Cependant, il existe une confusion chez certains porteurs de projets qui pensent que Prométhéa ne propose que du financement par mécénat d'entreprise, sans comprendre qu'il s'agit d'un financement participatif classique auquel se greffe la possibilité de contributions corporatives. À cela s'ajoute une certaine forme de « pensée magique » : certains porteurs de projets croient que les mécènes vont pleuvoir automatiquement sans effort de leur part.

Concernant les perspectives futures, Prométhéa envisage de créer un fonds permanent pour augmenter l'impact de la plateforme, potentiellement en partenariat avec la Fondation Roi Baudouin. En 2024, une proposition a même été soumise à la FW-B pour mettre en place un *matchgiving* public sur la plateforme. Cependant, ces initiatives restent en suspens.

LES PARTENAIRES FINANCIERS DE L'ÉCOSYSTÈME

Le milieu culturel peut aussi se tourner vers des solutions de financement plus classiques, comme les prêts bancaires. À cet égard, deux joueurs importants viennent souvent s'inscrire dans les montages financiers, soit ST'Art Invest et Triodos.

ST'Art Invest : partenaire fidèle de la culture en Belgique

Tel qu'expliqué précédemment, ST'ART Invest est aujourd'hui l'acteur de référence pour le financement des industries culturelles et créatives (ICC) en Belgique. Ce fonds d'investissement a pour mission de lever les freins financiers à un secteur souvent jugé trop risqué par les banques traditionnelles. En proposant des solutions flexibles, telles que des prêts ou des prises de participation, ST'Art peut couvrir jusqu'à 50 % des besoins de financement des PME dans des domaines variés comme l'audiovisuel, le design ou la musique. Sa présence agit comme un label de confiance qui facilite l'engagement de cofinanceurs privés.

Malgré ces dispositifs, la transition entre le financement participatif et le crédit professionnel reste complexe. Virginie Civrais[118], directrice de ST'Art Invest, souligne que les tentatives de créer des ponts directs n'ont pas toujours abouti. Elle cite notamment l'échec du dispositif " « First Kiss, First Step », qui proposait un prêt automatique aux lauréats de KissKissBankBank, mais qui n'a attiré aucun candidat. Ce constat révèle un décalage persistant entre les outils disponibles et la réalité du terrain. Pour les entreprises dont l'actif est principalement immatériel, le choix du financement est donc crucial, car le microcrédit reste une solution onéreuse en raison de taux d'intérêt élevés.

Vers une recherche de crédibilité et de nouveaux modèles

Cependant, selon Madame Civrais, la réussite d'une campagne de financement participatif ne suffit pas toujours à rassurer les investisseurs institutionnels, car il manque souvent un référent reconnu pour valider le projet. Parallèlement, on observe que le *crowdlending* (prêt participatif) progresse difficilement dans la culture, sauf lorsqu'il est adossé à des garanties immobilières, comme ce fut le cas pour le Théâtre de la Toison d'Or. Force est de constater que les exigences de rendement des grandes plateformes s'accordent souvent mal avec les spécificités du secteur culturel. Par conséquent, on assiste à un glissement des porteurs de projets vers des solutions plus directes et ancrées localement. Certains entrepreneurs

118 Virginie Civrais (Directrice générale, St'art S.A. l'Invest des créateurs), entretien avec l'auteur, 23 mars 2026.

culturels privilégient aujourd'hui des outils comme les « Prêts Winwin[119] », qui offrent des avantages fiscaux à la communauté, ou les prêts obligataires. Ces modèles, utilisés avec succès par des structures comme Les Grignoux (Liège), permettent de mobiliser l'épargne citoyenne sans intermédiaire, renforçant ainsi le lien direct entre les projets et leur public.

Pleins feux sur un cas d'école

En 2015, l'asbl liégeoise Les Grignoux a orchestré la transformation et la réouverture du Cinéma Caméo, une salle emblématique située dans le centre-ville de Namur. Ce projet d'envergure a été marqué par une stratégie de cofinancement historique associant les subsides publics, l'appui institutionnel et un engagement citoyen massif. L'objectif était de sécuriser l'extension des activités de l'association vers le public namurois tout en proposant un modèle économique robuste et participatif, ancré dans l'économie sociale locale.

Au cœur de ce dispositif, le financement des travaux de rénovation a reposé sur une vaste campagne de financement participatif lancée directement auprès des citoyens de la ville. Prenant la forme d'une émission d'obligations communautaires, ce mécanisme de « crowdlending » offrait un ticket d'entrée accessible à 100 € et un taux d'intérêt annuel de 1 % sur dix ans. L'engouement de la communauté a dépassé toutes les attentes : grâce à cette mobilisation, le cinéma a réussi à lever l'intégralité du financement nécessaire, soit environ 700 000 euros, auprès des habitants de Namur, leur permettant de devenir de véritables acteurs du développement culturel de leur région.

Initialement, ce plan financier ambitieux s'était structuré autour de l'intervention de ST'ART Invest, dont le rôle de levier institutionnel devait servir à crédibiliser le projet auprès de partenaires bancaires éthiques. Des discussions approfondies avaient d'ailleurs été entamées avec la Banque Triodos pour l'octroi d'un prêt. Cependant, le succès fulgurant et la générosité de la collecte citoyenne ont finalement permis de boucler le budget du projet sans avoir besoin de recourir au crédit bancaire. Cette synergie inédite entre soutien institutionnel et épargne citoyenne a garanti la réussite de ce chantier de réouverture, devenu un modèle d'appropriation collective.

119 Le Prêt Win-Win (ou *Winwinlening*) est un dispositif de financement régional permettant aux particuliers de soutenir activement le développement des PME et des ASBL tout en bénéficiant d'un cadre hautement sécurisé. Concrètement, un particulier peut prêter jusqu'à 75 000 € (la structure emprunteuse pouvant collecter jusqu'à 300 000 € au total) sur une durée de 5 à 10 ans, avec un taux d'intérêt négocié mais légalement encadré entre un minimum de 2,25 % et un maximum de 4,50 %. En contrepartie, l'investisseur jouit d'un avantage fiscal attractif sous la forme d'un crédit d'impôt annuel de 2,5 % sur le capital restant dû, doublé d'une garantie publique qui prend en charge 30 % du montant en cas de faillite de l'entreprise via un crédit d'impôt unique. Le nom et la gestion de ce mécanisme varient selon la localisation géographique du projet en Belgique : il s'agit du célèbre *Winwinlening* en Flandre (géré par PMV / VLAIO), du *Prêt Coup de Pouce* en Wallonie et du *Prêt Proxi* dans la Région de Bruxelles-Capitale.

Triodos - la banque solidaire

Béatrice Gilmont[120], Relationship Manager chez Triodos Bank, explique que l'institution intervient comme un partenaire financier stratégique pour la culture à travers trois leviers principaux. Tout d'abord, le préfinancement de subventions s'avère être un outil vital : il permet aux structures culturelles de couvrir leurs charges immédiates, comme le paiement des salaires, en attendant le versement effectif des fonds publics. Par ailleurs, la banque se spécialise dans le financement immobilier, accompagnant l'achat ou la rénovation de bâtiments culturels. Ces opérations, souvent menées en synergie avec des subventions publiques, permettent aux institutions de s'ancrer durablement sur leur territoire.

Le secteur de l'audiovisuel bénéficie également d'un soutien ciblé via le financement de productions cinématographiques. Triodos propose des crédits-ponts aux producteurs, leur offrant la liquidité nécessaire pour piloter leurs projets en attendant que l'ensemble des financements prévus ne soient débloqués. Cette expertise technique permet de fluidifier le cycle de production, un domaine où les décalages de trésorerie sont fréquents et souvent critiques pour la survie des œuvres.

Au-delà de ces produits bancaires classiques, Triodos intègre désormais le financement participatif dans sa lecture du risque. Comme l'illustrent les collaborations pour le cinéma Le Caméo à Namur ou certains documentaires, une campagne de financement participatif réussie est interprétée comme un signal positif majeur. Pour la banque, la mobilisation d'une communauté autour d'un projet réduit l'incertitude et valide l'intérêt du public, ce qui facilite grandement l'analyse et l'acceptation du dossier de crédit.

D'ailleurs, selon Madame Gilmont, la solidité d'un projet financé par le financement participatif repose davantage sur la multitude de ses contributeurs que sur l'importance d'un donateur unique. La capacité à fédérer de nombreux petits donateurs est interprétée comme un marqueur fort de compétences entrepreneuriales. Réussir à convaincre une foule exige des qualités de communication, de marketing et de mobilisation bien plus complexes que la simple séduction d'un investisseur isolé. Ainsi, même si un gros donateur peut offrir des montants plus élevés dans l'immédiat, le modèle du « petit nombre multiplié par la foule » offre une structure plus résiliente, une preuve de concept commerciale plus robuste et un ancrage territorial bien plus profond, des critères essentiels pour assurer la pérennité d'une initiative culturelle.

120 Béatrice Gilmont (Relationship Manager, Triodos Bank), entretien avec l'auteur, 23 mars 2026.

Enfin, Béatrice Gilmont pointe une lacune structurelle dans l'écosystème belge : l'absence d'un guichet unique ou d'un centre d'accompagnement spécialisé. Selon elle, il est crucial d'aider les acteurs culturels à monter en compétences sur la gestion financière et à explorer des sources de revenus diversifiées, au-delà des subventions traditionnelles. Un tel pôle de formation permettrait de professionnaliser le secteur et de donner aux créateurs les outils nécessaires pour naviguer avec plus d'agilité dans le paysage financier complexe des industries créatives.

Concrètement, elle propose de :

- Créer un « guichet unique » ou un centre d'accompagnement qui rassemblerait des informations sur les différentes sources de financement disponibles (subventions, crédits bancaires, crowdfunding, etc.) et organiserait régulièrement des conférences avec les différents acteurs financiers.

- Collaborer plus étroitement avec d'autres organismes de financement comme STA'rt Invest, Prométhéa, Credal, etc. pour présenter ensemble les options de financement aux porteurs de projets culturels. Faire des conférences conjointes par exemple.

- Intervenir dans les écoles et formations artistiques (comme l'IAD) pour enseigner les aspects de financement aux futurs professionnels de la culture, car c'est souvent un manque dans leur formation.

- Encourager les acteurs culturels à diversifier leurs sources de revenus, par exemple en augmentant le prix des billets de spectacle plutôt que de rester sur des tarifs trop bas.

Bref, Madame Gilmont insiste sur la nécessité d'un meilleur accompagnement et d'une plus grande coordination entre les différents acteurs du financement culturel, pour aider les porteurs de projets à se structurer et à trouver des solutions de financement adaptées.

Illustration empirique : « Le Monde d'Adrien »



Bien qu'il ne s'agisse pas d'un projet culturel, le projet « Le Monde d'Adrien », qui développe des espaces de jeux inclusifs pour les enfants en situation de handicap, illustre à la perfection la synergie possible entre le financement participatif et le secteur bancaire. Avant de solliciter Triodos Bank, l'entrepreneure à la tête de cette initiative avait déjà mené plusieurs campagnes de financement participatif. En constatant que plus de 3 000 personnes avaient activement investi dans le projet, Triodos a obtenu une preuve tangible de l'engouement du public et de la viabilité de l'activité. Ce soutien citoyen massif a convaincu la banque d'accorder un crédit complémentaire. Grâce à cette combinaison fructueuse entre fonds participatifs et bancaires, l'entrepreneure a pu franchir un cap majeur et ouvrir trois espaces de jeux inclusifs, dont un à Paris.

Cependant, ce succès met également en lumière des exigences structurelles importantes. Madame Gilmont nuance en effet la portée de ce modèle en rappelant que, sur le long terme, ça pose des défis complexes. Pour réussir et pérenniser une telle démarche, les porteurs de projets doivent impérativement disposer de solides capacités organisationnelles et de gestion. Piloter et animer durablement une aussi vaste communauté d'investisseurs citoyens requiert une charge de travail et des compétences managériales lourdes, qui s'ajoutent aux défis quotidiens du développement de l'entreprise.

En définitive, sans surprise, Madame Gilmont conclut en disant que le secteur culturel évolue dans une économie de l'engagement plutôt que de la spéculation. Parce qu'ils privilégient le sens artistique à la maximisation des profits, ces projets sont souvent perçus comme trop risqués pour les circuits de financement classiques. L'exigence de rendement financier entre d'ailleurs en contradiction directe avec la phase de « test » de nombreuses initiatives. Comme l'illustre l'approche de Growfunding, le don et les subventions publiques demeurent les piliers de ce modèle, permettant de sécuriser des projets vulnérables avant qu'ils n'envisagent des mécanismes de financement plus contraignants.

SYNTHÈSE DES ÉTUDES DE CAS

Les cas présentés ci-après donnent à voir le financement participatif tel qu'il se vit, et non tel qu'il se compte. Ils rassemblent des trajectoires volontairement contrastées : une institution culturelle bruxelloise reconnue qui transforme ses spectateurs en investisseurs, un cinéaste indépendant qui s'émancipe des circuits traditionnels, une fabrique culturelle dont la campagne n'a pas trouvé son public, un clip musical dont la collecte s'est révélée davantage vitrine que tremplin, et une démarche de mécénat de proximité qui cherche à stabiliser une activité artistique en dehors des algorithmes.

Derrière chaque pourcentage de réussite, chaque palier atteint ou manqué, chaque euro collecté, ce sont des porteurs de projets qui essaient, ajustent et recommencent. Les réussites comme les échecs méritent d'être documentés avec la même rigueur, parce qu'ils témoignent tous d'un secteur qui tente, à côté du soutien public, de trouver des ressources complémentaires pour soutenir la création artistique dans un marché complexe et en recomposition permanente.

De spectateurs à investisseurs : le rôle clé du prêt participatif dans l'expansion du Théâtre de la Toison d'Or (TTO)[121]

Fort d'une expérience de vingt ans avec leur salle initiale de 220 places, le TTO a franchi une étape décisive lorsque la galerie qui l'abrite a voulu procéder à la revente de certains espaces adjacents. Inquiète pour la pérennité de l'institution, Sylvie Rager, Albert Maizel et Nathalie Uffner ont fait une offre d'achat audacieuse pour devenir propriétaires de l'ensemble du plateau, incluant non seulement leur espace habituel mais aussi une seconde salle alors à l'abandon. Ce n'est qu'en 2016 que le projet d'aménagement de ce deuxième espace a réellement pris son envol, nécessitant une rénovation complète des gradins et de l'équipement technique. Pour financer ces travaux, la direction a opté pour une stratégie mixte alliant un prêt institutionnel auprès de St'Art Invest à hauteur de 96 000 € et une levée de fonds innovante en *crowdlending*.

Pour ce volet participatif, le théâtre s'est tourné vers la plateforme Look&Fin, lançant un appel à sa communauté par courrier électronique. L'enthousiasme a été immédiat et stupéfiant : en seulement une heure, le projet avait déjà récolté 10 000 €, forçant l'équipe à freiner l'élan des contributeurs et à effectuer des remboursements tant le succès était fulgurant. Finalement, le *crowdlending* a permis de lever 50 500 €, ce qui représente environ 34,5 % du

121 Sylvie Rager (directrice, Théâtre de la Toison d'Or), entretien avec l'auteur, 7 mai 2026.

montant total du financement (basé sur l'enveloppe globale de 146 500 €). Ce succès s'explique par la combinaison d'un taux d'intérêt attractif de 7 % par an et de l'attachement profond d'un public investi dans ce « chouette projet ».

Au-delà de l'aspect purement financier, la direction du TTO, via cette opération, a pu ainsi mettre en place une action de communication exceptionnelle pour l'ouverture de la deuxième salle. Le plan de remboursement a été structuré de manière rigoureuse, s'étalant sur quatre ans pour les prêteurs de la communauté Look&Fin et sur sept ans pour le prêt consenti par St'Art Invest. Cette aventure a non seulement permis de doubler l'offre artistique du théâtre, mais elle a aussi prouvé la force du lien qui unit le TTO à son public, devenu pour l'occasion un véritable partenaire de son expansion.

Le mécénat de proximité : l'art de stabiliser une activité créative hors des algorithmes

Afin de mettre en lumière une stratégie économique reposant sur le mécénat participatif (offert notamment en Europe par la plateforme Tipeee), nous avons interviewé un créateur de contenu[122], à la fois écrivain et YouTubeur. On pourrait qualifier le modèle de financement de ce créateur de modèle hybride. En effet, bien que sa chaîne YouTube rassemble 22 000 abonnés, les revenus publicitaires directs qui en découlent s'avèrent marginaux (environ 50 euros par mois). Pour financer ses projets de création, il privilégie la plateforme Tipeee. Ce choix lui permet de générer des revenus réguliers allant jusqu'à 600 € par mois, tout en favorisant une relation de soutien désintéressé plutôt qu'un rapport de force hiérarchique, contrairement aux modèles proposés par d'autres plateformes internationales.

Il est intéressant de noter que les gains provenant de la plateforme Tipeee sont générés par un groupe restreint de 121 « tipeurs », ce qui signifie des dons individuels moyens d'environ 6 euros par mois. Fait encore plus surprenant, les contreparties offertes ne sont ni matérielles ni tangibles. Ces récompenses constituent, en substance, autant de manières originales pour l'auteur de témoigner sa reconnaissance.

La réussite de ce modèle repose sur une gestion rigoureuse de la communauté, dictée par la sincérité et la qualité du contenu. Le créateur refuse de solliciter ses abonnés par la plainte ou la « misérabilisation », préférant des mentions discrètes et un engagement basé sur l'intérêt pour ses vidéos. Cette prudence

122 À la demande du porteur de projet, nous devons conserver son anonymat.

dans la communication est le fruit d'apprentissages passés : une promotion excessive peut se révéler contre-productive, tout comme les appels à l'aide émotionnels qui s'avèrent souvent instables sur le long terme. Parallèlement, la précarité des revenus publicitaires sur YouTube, soumis aux fluctuations des algorithmes et du volume de vues, renforce l'importance du don récurrent comme socle de stabilité pour un créateur indépendant.

Enfin, l'entretien souligne les défis structurels auxquels sont confrontés les artistes du numérique. Si le financement public est perçu comme une opportunité, notamment via des subventions spécifiques à la création web déjà obtenues par d'autres vulgarisateurs, il reste marqué par une complexité bureaucratique et des obligations de résultats parfois contraignantes. Le système actuel, souvent fragmenté entre les différentes instances culturelles, rend difficile l'exploration de sources de financement mixtes. Malgré ces obstacles, le créateur insiste sur la nécessité de professionnaliser ces nouvelles formes de revenus afin de stabiliser durablement son activité dans un secteur en pleine mutation.

Du financement traditionnel à l'indépendance : l'expérience du cinéaste Bernard Crutzen

Le parcours de Bernard Crutzen[123] illustre une mutation profonde du financement documentaire, passant d'un modèle institutionnel à une indépendance conquise par le public. Historiquement, le réalisateur s'appuyait sur des budgets solides de 75 000 € à 200 000 €, structurés autour de coproductions avec la RTBF ou France Télévisions. Ce système s'est toutefois grippé lorsque la RTBF a refusé de soutenir *Ceci n'est pas un complot*, une enquête sur la gestion médiatique de la pandémie jugée trop politiquement sensible. Cette rupture a marqué le début d'une forme d'ostracisation interne, transformant le financement participatif en un levier de survie éditoriale indispensable pour contourner les blocages institutionnels et garantir une liberté de parole totale.

Pour lancer sa première grande campagne, Bernard Crutzen a porté son choix sur KissKissBankBank, privilégiant cette plateforme pour sa dimension humaine et son ancrage local. À l'époque, la structure disposait d'un bureau à Bruxelles, offrant un accompagnement de proximité et des conseils stratégiques précieux. Cette relation directe a permis de structurer la campagne de *Ceci n'est pas un complot*[124] avec succès : en mobilisant un

123 Bernard Crutzen (cinéaste documentaire), entretien avec l'auteur, 12 mai 2026.

124 Bernard Crutzen, « Ceci n'est pas un complot », campagne sur KissKissBankBank, consulté le 19 novembre 2025, https://www.kisskissbankbank.com/fr/projects/ceci-n-est-pas-un-complot/.

premier cercle de donateurs pour créer un effet d'entraînement, le réalisateur a récolté 85 000 €, dépassant largement l'objectif de 30 000 €. Toutefois, la réalité financière s'est avérée complexe : après avoir déduit les 8 % de frais techniques et les 15 000 € consacrés aux contreparties physiques, le budget net disponible pour le film était réduit à 60 000 €. La suite a démontré les limites politiques de ce modèle : suite aux pressions liées au premier film, la plateforme a refusé d'héberger le second volet, forçant le réalisateur à investir 15 000 € dans le développement d'une plateforme personnalisée.

L'analyse de ces expériences permet de dégager des enseignements clés sur la pertinence réelle du sociofinancement face aux autres sources de revenus. Bernard Crutzen exprime notamment une grande réticence vis-à-vis des sponsors privés, qu'il juge incompatibles avec l'indépendance du réalisateur. Selon lui, accepter l'argent d'une entreprise - comme un vendeur d'éoliennes pour un film sur l'écologie - crée d'emblée un conflit d'intérêts qui entache la « pureté » de la démarche artistique. De même, il souligne l'extrême difficulté d'obtenir le soutien de partenaires techniques (Sony, Canon, etc.), qui ne sponsorisent que très rarement ce type de documentaire. Face à ces impasses, le financement par des organismes publics reste plus viable, bien qu'il soit complexe et limité par des calendriers budgétaires rigides. À titre d'exemple, Bruxelles Environnement a joué un rôle déterminant en octroyant 15 000 € pour le premier volet de Bruxelles Sauvage. Ce soutien a agi comme un véritable levier de crédibilité, complété par des aides modestes d'associations de défense de la nature ou des budgets citoyens communaux, bien que ces derniers soient assortis de critères de résidence restrictifs.

En définitive, la réussite d'un financement participatif repose sur la primauté du sujet et la capacité du porteur de projet à incarner son message. Bernard Crutzen insiste sur le fait qu'il faut accepter de se « vendre », de s'adresser face caméra à son audience et de consacrer un temps colossal à l'animation de communauté, une tâche qui peut représenter un obstacle majeur pour les tempéraments plus discrets. Malgré l'existence de pistes comme la Loterie Nationale ou les subventions publiques, la lourdeur bureaucratique et la nécessité de connexions politiques rendent ces sources incertaines. C'est pourquoi le réalisateur privilégie le financement participatif : malgré sa précarité, c'est le seul modèle qui lui permet de préserver son indépendance créative et d'éviter les compromis liés aux sponsors, même s'il hésite aujourd'hui à y recourir pour des projets plus intimistes qui ne mobiliseraient que son premier cercle restreint.

Anatomie d'un rendez-vous manqué : l'expérience de LaVallée

La campagne de LaVallée[125] a été lancée dans un contexte particulièrement délicat : il s'agissait d'accompagner la reprise d'un lieu culturel de 6 000 m² après l'arrêt décidé par la coopérative SMART, avec un changement d'équipe, une reprise effective au 1er octobre 2025 et une situation de trésorerie très fragile. Le financement participatif a été initié en parallèle de cette reprise, à la demande de Prométhéa, pour coïncider avec ses 40 ans, Mais le timing s'est révélé très défavorable, car la communauté entourant l'ASBL avait déjà été fortement sollicitée pour sauver le projet, ce qui a créé une forme d'épuisement collectif. L'équipe, très mobilisée par l'urgence de la reprise et par le fonctionnement quotidien du lieu, n'avait plus suffisamment d'énergie à consacrer à la campagne elle-même. Le projet visé par la collecte a également été jugé trop précis par rapport au besoin réel : Prométhéa souhaitait financer un sous-projet clair, comme la construction d'ateliers, alors que la motivation profonde était plus large, à savoir sauver l'ensemble de LaVallée et garantir la continuité du lieu.

Selon Pierre Pevée[126], manager de LaVallée, la campagne a souffert d'un manque de préparation et d'une mobilisation insuffisante au-delà du premier cercle. Malgré une communauté existante et des audiences importantes sur les réseaux sociaux, la campagne n'a pas été relayée de manière assez personnelle ni assez fortement sur le terrain. L'équipe reconnaît ne pas avoir assez exploité la fréquentation du lieu, pourtant élevée, ni préparé suffisamment d'outils simples de conversion sur place, comme des affiches ou des QR codes. La communication est restée trop virtuelle et trop peu incarnée. En parallèle, la charge administrative et l'effort supplémentaire imposés par la campagne ont été vécus comme lourds dans une période déjà saturée de travail. Résultat : sur un objectif d'environ 10 000 euros, la campagne n'a récolté qu'environ 2 850 euros, soit autour de 28 à 29 % de l'objectif, même si les fonds ont pu être conservés grâce au fonctionnement de la plateforme Prométhéa for Culture.

Malgré ce résultat jugé décevant, plusieurs enseignements importants ressortent. D'abord, la campagne a confirmé que le financement participatif ne peut pas fonctionner sans énergie dédiée, sans relais de terrain et sans un timing favorable. Ensuite, elle a montré que pour un projet comme LaVallée, une campagne de financement participatif pourrait être pertinente si elle

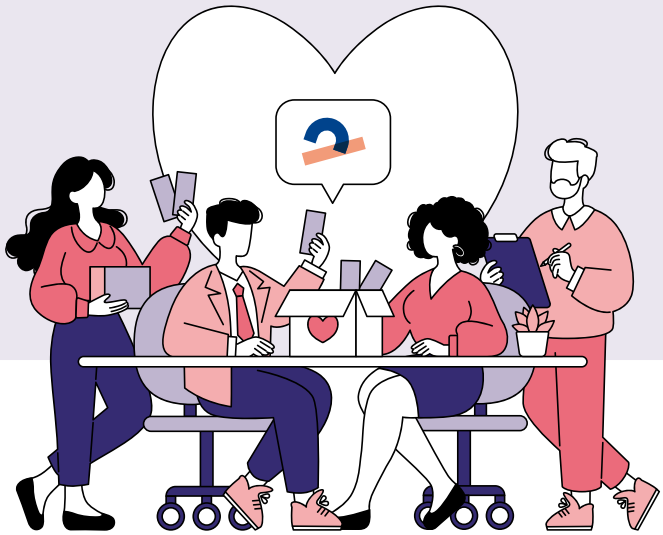
125 LaVallée et Prométhéa, « De nouveaux ateliers d'artistes à LaVallée », campagne sur la plateforme Prométhéa, consulté le 19 novembre 2025, https://promethea.koalect.com/fr-FR/project/de-nouveaux-ateliers-d-artistes-a-lavallee.

126 Pierre Pevée (manager, LaVallée, Société Mutuelle pour artistes), intervention lors du focus group réalisé par l'auteur, 26 mai 2026.

était mieux préparée, mieux ciblée et menée dans une période plus stable, avec une communauté rafraîchie et davantage d'outils de mobilisation directe. Le porteur de projet estime ainsi qu'il pourrait refaire une campagne à l'avenir, mais seulement dans de meilleures conditions et avec une stratégie différente.

Un rappel du fonctionnement de Prométhéa for Culture

Pour soutenir durablement la culture en Wallonie, à Bruxelles et à l'échelle nationale, Prométhéa déploie une nouvelle stratégie de financement basée sur le *matchgiving* : la Cagnotte Prométhéa. Intégré à sa plateforme de financement participatif Prométhéa for Culture, ce mécanisme intervient comme un accélérateur de réussite pour les porteurs de projets. Concrètement, dès qu'une campagne atteint 80 % de son objectif financier grâce à la mobilisation citoyenne, Prométhéa abonde automatiquement la collecte pour financer les 20 % restants et ainsi sécuriser l'atteinte des 100 %. Cet outil pérenne vise à optimiser l'impact du mécénat institutionnel tout en récompensant l'effort et la dynamique communautaire des acteurs culturels.



Un clip, une vitrine, mais pas de miracle : les limites du levier participatif

La campagne de Chantal Gaudin[127] (Elya Darmor[128]) s'est inscrite dans le cadre du lancement de son projet artistique, plus précisément la production d'un EP, avec des besoins associés comme la réalisation d'un clip et certains frais de finition. Le financement participatif représentait environ un tiers du budget global, donc, non pas la totalité du projet, mais une part importante qui devait permettre de concrétiser une étape visible et professionnelle. Madame Gaudin explique qu'elle a choisi cette voie parce qu'elle avait beaucoup de choses à gérer en même temps au démarrage du projet, et qu'elle avait tendance à faire les choses dans un ordre imparfait, notamment en raison du timing et des nombreuses décisions à prendre au même moment. Le recours au financement participatif lui a donc permis de donner une forme concrète et valorisante à son projet, tout en avançant des dépenses qui ont ensuite été partiellement remboursées grâce aux fonds collectés.

Le déroulement de la campagne a aussi été marqué par le choix d'une plateforme belge, CrowdIn, avec l'accompagnement d'Upstage[129], ce qui a pesé dans la décision de Madame Gaudin. Elle dit avoir choisi cette solution parce qu'elle se sentait plus en confiance avec un acteur local, et parce qu'elle craignait d'être perdue sur des plateformes plus grandes comme Ulule ou KissKissBankBank. L'accompagnement d'Upstage était payant, mais il a été perçu comme un vrai apport. L'accompagnement lui a appris beaucoup de choses. Sur le plan des règles de la campagne, il était également convenu avec la plateforme que la porteuse de projet devait combler l'écart si les contributions n'atteignaient pas l'objectif fixé : autrement dit, si le montant récolté ne suffisait pas, elle devait compléter elle-même la différence pour atteindre le budget cible. Le projet était par ailleurs structuré de manière souple, avec une logique de complément, ce qui correspondait bien à un financement participatif utilisé comme levier et non comme unique source.

Au final, Madame Gaudin indique avoir atteint son objectif, mais en complétant le financement prévu, conformément au cadre fixé au départ. Cette réussite reste toutefois nuancée par le fait que la campagne n'a pas résolu les difficultés structurelles du projet : elle a permis d'avancer, d'avoir un clip et d'obtenir une certaine visibilité, y compris médiatique, mais elle n'a

127 Chantal Gaudin (autrice-compositrice et interprète), intervention lors du focus group réalisé par l'auteur, 26 mai 2026.

128 Elya Darmor, « Aidez Elya Darmor à produire et à réaliser son tout premier EP. Et ses clips ! », campagne sur Crowd'in, consulté le 19 novembre 2025, https://www.crowdin.be/fr/projet-crowdfunding/elya-darmor-premier-ep.

129 Upstage communication est une agence de communication basée à Liège qui aide les artistes à financer leur carrière via des campagnes de financement participatif.

pas changé le fait qu'un artiste émergent reste confronté à un manque de moyens et à une charge de travail énorme. Madame Gaudin insiste aussi sur le caractère très personnel et intensif de l'expérience : la campagne a demandé beaucoup d'énergie pour un retour qu'elle juge aujourd'hui insuffisant au regard de l'effort investi. C'est pourquoi elle dit ne pas vouloir recommencer dans l'immédiat, préférant désormais des projets à moindre coût et plus légers à porter.

SYNTHÈSE DU FOCUS GROUP[130]

Le recours au financement participatif dans le secteur culturel s'inscrit dans une dynamique complexe, oscillant entre véritable choix stratégique et nécessité financière subie. Bien souvent, les porteurs de projets se tournent vers ces campagnes pour pallier l'absence ou l'insuffisance de financements publics ou pour répondre à un impératif urgent de trésorerie sans subir les délais d'attente institutionnels.

Au-delà de cette contrainte, le financement participatif est également plébiscité comme un puissant outil de communication capable d'accroître la visibilité d'une initiative, de tester l'adhésion du public et de fédérer une communauté autour d'un projet porteur de sens. Il agit également comme un véritable levier politique : mobiliser la population autour d'un projet permet d'interpeller le monde politique et de le forcer à prendre en considération l'engagement citoyen. Par ailleurs, sur le plan entrepreneurial, il permet aux créateurs de boucler leur budget tout en préservant leur totale indépendance décisionnelle vis-à-vis d'investisseurs tiers.

La décision de se lancer peut aussi être motivée par des incitants externes, comme la recommandation d'un collègue ou d'organisme expert, ou simplement par la confiance acquise lors d'une première expérience de financement participatif positive. Pour maximiser leurs chances, les organisateurs déploient diverses stratégies quant au choix de la plateforme. Si certains optent pour des plateformes mondialement reconnues comme Ulule ou Kickstarter pour leur large portée, d'autres accordent une importance primordiale à l'ancrage territorial et au partage de valeurs. La dimension éthique et la proximité géographique influencent fortement le choix : d'une part, par une préférence pour la proximité locale (choisir des plateformes travaillant à l'échelon local ou pour leur nationalité belge) ; d'autre part, par un alignement idéologique, afin de collaborer avec un acteur dont on partage

130 Focus group réalisé par l'auteur sur Zoom le 26 mai 2026, complété par un mini-sondage en ligne soumis aux participants absents ; au total, 9 personnes ont contribué à cette collecte d'informations.

le cadre de valeurs. De plus, l'accompagnement et la réactivité constituent un critère décisif. La qualité du service client et le soutien humain font la différence, les porteurs recherchant un soutien de proximité (un accompagnement quotidien dans la construction de la campagne) ainsi qu'une grande vitesse d'exécution, n'hésitant pas à fuir les plateformes jugées trop lentes pour privilégier celles qui permettent de se lancer sans attendre.

Au-delà de ces aspects, il importe également d'évaluer les considérations financières, notamment les coûts et commissions demandés par la plateforme. À ce titre, certains envisagent même, à terme, de développer des outils autonomes pour éviter d'avoir à reverser un pourcentage de leurs collectes. Par sécurité, certains privilégient même des plateformes spécialisées permettant de conserver les fonds récoltés si l'objectif n'est pas atteint.

Les objectifs financiers, pour leur part, sont fixés avec pragmatisme, reposant souvent sur la méthode du « minimum viable » qui vise un montant seuil indispensable à la production de base. La réussite de la campagne apporte alors un cadre concret et sécurisant : une fois ce seuil minimal atteint, le projet est garanti d'aller jusqu'au bout de sa réalisation, ce qui peut générer un effet d'entraînement pour attirer d'autres partenaires.

Malgré ces avantages théoriques, la réalité du terrain s'avère particulièrement éprouvante pour les créateurs. L'expérience est unanimement décrite comme extrêmement chronophage, stressante et énergivore, la gestion d'une campagne s'apparentant presque à un second emploi non rémunéré qui empiète lourdement sur l'activité de création artistique. L'un des obstacles majeurs réside dans la difficulté à dépasser le « premier cercle », c'est-à-dire l'entourage proche, ce qui engendre un profond malaise chez les porteurs de projets qui ont parfois l'impression de « faire la manche » et craignent d'épuiser leur réseau. Cette limite structurelle est particulièrement pénalisante pour les projets artistiques individuels, dont le bassin de soutien est naturellement plus restreint que celui des lieux culturels collectifs ou physiques, ces derniers étant capables de mobiliser plus facilement leur public et leur communauté.

Pour pallier ces faiblesses et espérer changer d'échelle, l'intégration du financement participatif dans un plan de cofinancement (ou *matchfunding* public/privé) est envisagée par certains, bien que d'autres la rejettent catégoriquement par peur de s'associer à des entreprises pratiquant le « culturewashing » ou par volonté de conserver une indépendance absolue. En outre, la recherche de partenaires privés est sévèrement freinée par un manque de temps, une lourdeur administrative décourageante, et la perception d'un milieu fonctionnant souvent en vase clos. De plus, les acteurs pointent la spécificité du contexte belge, marqué par un marché exigu, une faible culture de la philanthropie comparativement aux pays anglo-saxons et des incitants fiscaux limités.

Conclusion et recommandations

CONCLUSIONS

Au terme de cette étude, le financement participatif culturel en FW-B apparaît comme un phénomène à la fois plus consistant et plus discret que sa visibilité publique ne le laissait penser. Sur la période 2019-2024, près de 2 000 projets ont été recensés et environ 13,6 millions d'euros ont été mobilisés via plus de 203 000 contributions individuelles, ce qui en fait un canal de financement culturel substantiel et largement non documenté à ce jour. Cette enveloppe, modeste au regard des subsides culturels publics, n'en révèle pas moins une dynamique de mobilisation citoyenne dont l'efficacité dépasse les moyennes internationales : avec 8,6 projets sur 10 atteignant ou dépassant leur objectif et un don moyen de 105,50 euros, le marché wallon et bruxellois se compare avantageusement aux références mondiales sur les trois indicateurs clés que sont le taux de réussite, le montant moyen levé et la générosité par contribution.

Cette efficacité globale masque cependant une réalité structurelle particulièrement asymétrique. Le cœur du marché en FW-B se situe sur des enveloppes très modestes : 53 % des campagnes lèvent moins de 5 000 euros et 11% sont des microprojets ne cherchant à récolter que quelques centaines d'euros. À l'opposé, une minorité de projets accapare une part disproportionnée du financement total : les campagnes supérieures à 20 000 euros, qui ne représentent que 12 % du volume, captent 22 % des fonds, et un projet unique (un jeu vidéo hébergé sur Kickstarter) a levé à lui seul près d'un demi-million d'euros. Le portrait d'ensemble n'est donc ni celui des *success stories* médiatiques ni celui des grands projets institutionnels, mais bien celui d'une activité essentiellement artisanale, fragmentée en une myriade de microcollectes que les politiques publiques gagneraient à reconnaître comme telles plutôt qu'à les jauger à l'aune des cas emblématiques.

À cette concentration des montants s'ajoute une concentration tout aussi marquée des opérateurs et des territoires. Rappelons que trois plateformes seulement (Ulule, KissKissBankBank et Kickstarter) captent 82 % des fonds levés, alors qu'aucune n'a son siège en Belgique ; tout dispositif public devra donc s'appuyer sur la coopération volontaire de ces opérateurs étrangers ou chercher à rééquilibrer le marché par le renforcement des acteurs locaux. La Région de Bruxelles-Capitale, de son côté, concentre 59 % des projets et plus de la moitié des montants, loin devant Liège, le Brabant wallon et Namur. Sur le plan sectoriel, l'édition domine en volume (46 % des projets) tandis que le jeu vidéo (8 % des projets, 23 % des fonds, taux de surfinancement moyen de 515 %) tire l'essentiel de la valeur. Les arts de la scène, l'audiovisuel et le patrimoine, qui pèsent pourtant lourdement dans l'identité culturelle de la FW-B, restent paradoxalement en retrait, traduisant l'inadéquation partielle du modèle de la récompense avec des productions immatérielles ou difficilement préfinançables.

Les entretiens, les études de cas et le groupe de discussion ajoutent à ce tableau quantitatif une texture qualitative qui en éclaire les ressorts. Le financement participatif y apparaît comme un outil fondamentalement hybride, activé tantôt par nécessité, lorsque les subsides publics se font attendre ou se refusent, tantôt par choix stratégique, pour fédérer une communauté, valider un projet auprès du marché ou préserver son indépendance vis-à-vis du mécénat traditionnel et des investisseurs. Loin d'être un simple palliatif aux coupes budgétaires ou un signal de désengagement public, il fonctionne le plus souvent comme un complément des aides existantes, dont il dépend d'ailleurs en partie pour sa crédibilité : un soutien institutionnel préalable agit comme un véritable sceau de légitimité qui facilite la mobilisation citoyenne, comme l'illustrent plusieurs expériences citées dans cette étude. Réciproquement, lorsqu'une campagne réussit, elle constitue à son tour un signal entrepreneurial fort que des financeurs en aval comme Triodos ou ST'Art Invest intègrent désormais explicitement dans leur lecture du risque.

Cette dynamique a néanmoins un coût rarement comptabilisé. La réussite d'une campagne repose presque toujours sur la mobilisation d'un premier cercle, l'entourage proche du porteur de projet, qui apporte typiquement la moitié ou plus des fonds initiaux ; s'extraire de ce cercle pour atteindre le grand public exige soit une contrepartie commerciale tangible (livre, album, jeu), soit un alignement sur des valeurs sociétales suffisamment fortes pour mobiliser au-delà du réseau personnel, conditions que la plupart des projets émergents ne réunissent pas. L'effort exigé est en outre considérable : les porteurs de projets décrivent unanimement une charge chronophage, stressante, parfois assumée au détriment de la création elle-même, et qui pousse certains à compléter discrètement leur collecte sur leurs propres

deniers pour éviter l'échec public. Ce coût humain explique en grande partie pourquoi le financement participatif demeure aujourd'hui l'apanage d'artistes émergents portant des démarches individuelles plutôt que des institutions culturelles établies, lesquelles restent largement à l'écart d'un outil dont elles n'ont ni la culture interne ni les capacités opérationnelles pour se saisir. Symétriquement, les modèles d'investissement (*crowdequity* et *crowdlending*) demeurent quasiment inexplorés dans la sphère culturelle, à l'exception de l'audiovisuel et de quelques opérations adossées à un actif tangible ou à une communauté de spectateurs très fidélisée, comme le *crowdlending* du Théâtre de la Toison d'Or ou les obligations communautaires émises par Les Grignoux pour le Cinéma Caméo.

Le marché qui se dessine au terme de la période examinée est ainsi celui d'un outil légitime mais inachevé : substantiel par les volumes mobilisés, performant par ses taux de réussite, mais structurellement déséquilibré par sa concentration sur quelques plateformes étrangères, par sa polarisation territoriale et sectorielle, et par le coût humain qu'il impose à des créateurs très majoritairement isolés. Sa trajectoire ascendante, dont témoigne le rebond de +31 % observé en 2024 par rapport à 2023, suggère néanmoins que sa croissance n'a rien d'un phénomène strictement conjoncturel et que son inscription dans la palette des ressources culturelles de la FW-B est durable. Pour qu'elle devienne réellement structurante, encore faut-il que la politique publique en accompagne le déploiement, dans une logique d'articulation et non de substitution avec les ressources existantes : les recommandations qui suivent en proposent les modalités opérationnelles.

RECOMMANDATIONS

Une porte d'entrée coordonnée vers l'information et l'accompagnement en financement culturel

À la lumière des différents propos recueillis, l'une des recommandations principales consiste à renforcer l'information, le conseil et l'accompagnement des porteurs de projets via une porte d'entrée coordonnée vers le financement culturel. Cette mission pourrait être confiée à un organisme existant disposant déjà d'une expertise en la matière, tel que ST'Art Invest, Prométhéa, hub.brussels[131], Wallonie entreprendre ou même Crédal, afin de développer une offre structurée et lisible. L'objectif serait de mieux orienter les porteurs de projets vers les dispositifs les plus pertinents, de les aider à comprendre l'articulation entre les différentes sources de financement et, plus largement, de rendre l'offre existante plus accessible. Ce rôle de coordination pourrait aussi s'appuyer sur des séances d'information conjointes avec plusieurs acteurs de référence, afin de décloisonner les dispositifs et d'en améliorer la visibilité.

Un deuxième volet de cette recommandation porte sur l'accompagnement plus opérationnel, en particulier pour le calibrage des campagnes, la structuration des objectifs, la communication et l'intégration du financement dans le modèle de développement des projets. Cet accompagnement serait particulièrement utile pour les microprojets et les petites structures, souvent peu outillés pour mobiliser efficacement les différentes sources de financement. En effet, l'analyse quantitative a mis en évidence que le cœur du marché en FW-B se situe sur de très petites enveloppes : 42 % des campagnes sont des petits projets, entre 1 000 et 5 000 euros. Sur ce segment aux ambitions réalistes, l'écart entre l'objectif et le résultat est faible : un accompagnement public, même marginal (aide au calibrage des objectifs, à la communication et au calendrier), y produirait des effets mesurables et immédiats, pour un coût unitaire modeste. Cibler en priorité ce segment offrirait donc le meilleur rapport entre l'effort public consenti et le nombre de projets culturels menés à terme.

Cet accompagnement gagnerait à être différencié selon les disciplines. Les secteurs qui se prêtent naturellement à la logique de prévente (édition, jeu vidéo, design) tirent déjà un fort effet de levier du financement participatif et bénéficieraient surtout d'un appui à la montée en compétence ; à l'inverse, les arts de la scène, l'audiovisuel et le patrimoine, dont les marges de

131 Hub.brussels a d'ailleurs cartographié les solutions de financement pour les ICC disponibles à l'échelle communale, régionale, communautaire et européenne (plus de 300 aides au total) en 2025.

surfinancement sont plus étroites, requièrent que le financement participatif soit systématiquement complémentairement soutenu avec de l'argent public ou privé (*matchfunding*), dans la continuité du fonds de cofinancement proposé ci-dessus.

Création d'un fonds de cofinancement dédié à la culture

L'étude a également montré que les résultats varient sensiblement selon les secteurs et disciplines culturels. Les arts du spectacle, l'audiovisuel/multimédia ainsi que le patrimoine et les archives affichent généralement des marges de surfinancement plus modestes que d'autres catégories, notamment celles qui se prêtent davantage à une logique de prévisualisation du produit, comme le jeu vidéo, le design ou l'édition. Dans ces secteurs, le financement participatif ne doit pas être envisagé comme un substitut aux subventions, mais plutôt comme un outil complémentaire, à articuler avec des ressources publiques ou privées cofinancées.

L'idée centrale serait d'utiliser l'argent public comme un levier pour attirer des capitaux privés. En complétant financièrement (*matching*) les campagnes dans lesquelles l'artiste ou l'ASBL mobilise déjà sa communauté - que ce soit par le don, le crowdfunding ou le mécénat d'entreprise -, la puissance publique démultiplierait l'impact de ses propres budgets en s'appuyant sur l'engagement citoyen et privé. Ce faisant, la contribution de l'État ne se limiterait pas à un soutien monétaire : elle agirait comme une véritable certification publique, apportant un gage de crédibilité et de légitimité indispensable pour convaincre de nouveaux donateurs ou investisseurs de rejoindre le projet.

Pour être pleinement opérationnel, ce fonds devrait s'inscrire dans un cadre clair, avec un périmètre d'intervention défini, un mode de gestion précisé et un acteur chargé de son pilotage. Sa mise en place pourrait également permettre de remettre à l'agenda certains dispositifs antérieurs qui n'avaient pas abouti (ex. First Kiss, First Step), tout en élargissant les possibilités de soutien offertes aux porteurs de projets culturels et en favorisant une meilleure articulation entre ressources publiques, contributions privées et mobilisation citoyenne.

Subsidier les plateformes locales pour doper le financement culturel

Bien que les porteurs de projets se tournent spontanément vers des plateformes internationales comme Ulule ou Kickstarter, l'apport réel de celles-ci doit être nuancé. Leur réputation et leur puissance constituent certes un facteur de confiance important pour les porteurs de projets comme pour les donateurs, mais elles n'offrent pas pour autant une communauté de

contributeurs « clé sur porte » ni de promotion automatique. Elles fonctionnent davantage comme des vitrines techniques et des réseaux professionnels que comme des relais de diffusion garantis : en pratique, la charge de construire, d'animer et de mobiliser l'audience repose largement sur le porteur de projet lui-même.

Face aux limites des circuits traditionnels, injecter des ressources pour soutenir directement le fonctionnement des plateformes ancrées localement en Belgique constituerait un levier de politique publique majeur, en particulier pour les artistes et les ASBL aux communautés restreintes. Un allègement ciblé de leurs frais de structure ou de leurs commissions réduirait la pression exercée sur leur modèle économique. Libérés de ces contraintes, ces acteurs de proximité pourraient alors transformer leurs frais de transaction en un véritable outil de solidarité territoriale, en réinvestissant ces marges sous forme d'abondements directs pour les projets qu'ils hébergent.

Concrètement, cette intervention publique en faveur des intermédiaires nationaux de crowdfunding pourrait prendre plusieurs formes opérationnelles : un soutien budgétaire direct à leur fonctionnement, une prise en charge partielle des commissions, ou encore une aide au référencement et à la visibilité numérique. Une telle stratégie permettrait d'accroître l'accessibilité de ces plateformes, de renforcer leurs capacités d'accompagnement auprès des porteurs de projets culturels, et d'optimiser leur portée auprès de nouvelles communautés de donateurs.

Un tel appui pourrait également viser à consolider les plateformes locales, souvent les plus proches des réalités du terrain et des porteurs de projets, par rapport aux grandes plateformes internationales. Plus largement, ce soutien pourrait contribuer à améliorer les chances de succès des campagnes, tout en permettant aux plateformes de renforcer leur mission d'accompagnement, de mobilisation communautaire et, le cas échéant, de mise en relation avec des mécanismes complémentaires de cofinancement.

Le modèle Cilo comme inspiration pour une dynamique mutualisée à l'échelle de la Fédération Wallonie-Bruxelles

Pour renforcer la pénétration de marché d'un système de financement participatif efficace, la FW-B gagnerait à s'inspirer du modèle d'affaires de Cilo, tout en l'adaptant à une logique mutualisée à l'échelle du territoire. Cette plateforme, née dans le giron du BEP à Namur, applique une logique de circularité vertueuse : la commission de 6 % prélevée uniquement sur les campagnes réussies n'alimente pas un profit commercial, mais est réinvestie sous forme de cofinancement afin de soutenir des projets culturels et associatifs. L'écosystème devient ainsi autoporteur, où le succès des uns

contribue directement à l'émergence des autres. À ce jour, seule la Commune d'Assesse s'est véritablement approprié l'outil en allant au-delà de la simple vitrine numérique : elle propose un accompagnement complet, mêlant soutien technique, logistique et abondement financier pour les porteurs de projets.

Les résultats de Cilo montrent qu'une telle mécanique peut permettre de porter des projets ambitieux, y compris au-delà de 20 000 euros, dès lors qu'ils répondent à des besoins clairement partagés. Dans cette perspective, l'enjeu n'est pas tant de dupliquer le modèle à l'échelle de microterritoires que de développer une approche mutualisée, capable d'assurer à la fois proximité, lisibilité et soutenabilité financière.

Le reçu fiscal pour tous : simplifier l'intermédiation via un opérateur dédié

Pour ancrer durablement une culture philanthropique chez les donateurs, l'introduction d'incitatifs fiscaux - notamment via l'octroi d'attestations de déductibilité - apparaît comme un levier important. À l'instar de dispositifs déjà éprouvés, par exemple à Montréal[132], un mécanisme d'intermédiation avec un organisme habilité, tel que la Fondation Roi Baudouin, Prométhéa ou tout autre opérateur qui serait missionné dans ce sens (comme le Guichet des Arts qui pourrait être relancé), permettrait de simplifier les démarches pour les porteurs de projets culturels. Dans ce cadre, l'organisme intermédiaire pourrait centraliser les dons et émettre les reçus fiscaux en son nom, évitant ainsi aux porteurs de projets de devoir engager eux-mêmes une procédure d'accréditation longue et complexe. Ce type de mécanisme a déjà démontré son intérêt dans le cadre de plusieurs campagnes menées via des plateformes telles que Growfunding[133] et Cilo[134].

Favoriser l'intégration du financement stratégique dans les cursus artistiques

Enfin, afin d'ancrer durablement une culture de la diversification des revenus et de contribuer à prévenir l'épuisement des professionnels, il apparaît pertinent

132 Conseil des arts de Montréal, « Parrainage fiscal », consulté le 20 mai 2026, https://www.artsmontreal.org/aides/programmes/parrainage-fiscal/.

133 En 2022, la Fondation Roi Baudouin et Growfunding ont uni leurs forces pour créer le Fonds Growfunding. Ce fonds réduit le seuil pour les contributions importantes aux campagnes Growfunding. Grâce à ce dispositif, les entreprises, les philanthropes et les citoyens peuvent soutenir des projets tout en bénéficiant d'une attestation fiscale couvrant 45 % de leur don.

134 Sur la plateforme Cilo, selon la nature du projet, la Fondation Roi Baudouin permet au porteur de projet de proposer sur la plateforme de crowdfunding des réductions fiscales à leurs contributeurs. Le Fondation s'engage à délivrer à chaque donateur une attestation de déductibilité fiscale de 45% si le don est supérieur ou égal à 40 €.

d'intervenir dès la formation initiale. Plutôt que de viser une modification structurelle des cursus artistiques, une approche plus opérationnelle consisterait à mobiliser des organismes habilités pour organiser des séances d'information et de formation au sein des écoles et établissements d'enseignement supérieur artistique. Ces interventions pourraient porter sur les mécanismes du financement participatif, les logiques du mécénat d'entreprise ainsi que la gestion de communauté, dans une perspective de renforcement des compétences et de l'autonomie des futurs créateurs. Dans cette optique, les universités et écoles supérieures (ICHEC, ULB, ULiège, UCLouvain…) et Prométhea, qui développent déjà plusieurs programmes de formation dans ces matières, pourraient constituer d'excellents partenaires neutres et crédibles pour soutenir le déploiement de cette recommandation.

Ancrer durablement les acteurs de référence sur le territoire belge

Au-delà de l'appui aux initiatives strictement belges, les autorités publiques pourraient inciter le groupe Ulule (qui capte avec KissKissBankBank une part majoritaire des fonds levés en FW-B) à implanter une antenne à Bruxelles. Cette démarche permettrait de consolider l'ancrage territorial de l'activité et de restaurer l'accompagnement de proximité qui fait défaut depuis la fermeture de la cellule locale de KissKissBankBank.

Bibliographie

- Agrawal, A., C. Catalini et A. Goldfarb. « Crowdfunding: The Role of the Crowd in the Life Cycle of a Novel Product ». NBER Working Paper n° 21743, 2015. http://www.nber.org/papers/w19133.
- Anglin, Aaron H., et Robert J. Pidduck. « Choose Your Words Carefully: Harnessing the Language of Crowdfunding for Success ». *Business Horizons 65, n° 1 (2022) : 43-58.* https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.09.004.
- Autorité des marchés financiers (AMF). « Le financement participatif : une autre façon d'investir ? ». 15 novembre 2023. https://www.amf-france.org/fr/espace-epargnants/comprendre-les-produits-financiers/financement-participatif-crowdfunding/crowdfunding-financement-participatif-une-nouvelle-facon-dinvestir.
- Autorité des services et marchés financiers (FSMA). « Qu'est-ce que la FSMA ? ». Consulté le 20 novembre 2025. https://www.fsma.be/en/what-fsma.
- Autorité européenne des marchés financiers (AEMF). *Rapport sur le marché du financement participatif dans l'UE 2024. Luxembourg : Office des publications de l'Union européenne, 2024.* https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/2025-01/ESMA50-2085271018-4039_ESMA_Market_Report_-_Crowdfunding_in_the_EU_2024.pdf.
- Autorité néerlandaise des marchés financiers (AFM). *Crowdfunding : vers un secteur durable. Examen du secteur du financement participatif (et de sa supervision).* Décembre 2014. https://www.afm.nl/~/profmedia/files/rapporten/2014/crowdfunding-engels.ashx.
- Banking Law Belgium. « Réglementation du crowdfunding ». Consulté le 20 novembre 2025. https://bankinglaw.be/reglementation-crowdfunding/.
- Bessière, Véronique, et Éric Stéphany. *Le Crowdfunding : Fondements et pratiques. Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur, 2017.* https://doi.org/10.3917/dbu.bessi.2017.01.

- Bolero Crowdfunding. Consulté le 20 novembre 2025. https://crowdfunding.bolero.be/nl.
- Boudreau, K. J., et A. Hagiu. « Platform Rules: Multi-Sided Platforms as Complementary Asset ». *SSRN Electronic Journal, 2009.* https://www.researchgate.net/publication/23530883_Platform_Rules_Multi-Sided_Platforms_as_Regulators.
- CILO.be. Consulté le 20 novembre 2025. https://cilo.bep.be/.
- Colbert, F., avec la collaboration de J. Nantel et S. Bilodeau. *Le marketing des arts et de la culture. Montréal : Chenelière Éducation, 2017.*
- Commission européenne. « Communication from the Commission : Culture Compass ». Consulté le 26 novembre 2025. https://culture.ec.europa.eu/sites/default/files/2025-11/Communication%20-%20Culture%20Compass%20with%20cover_0.pdf.
- Conseil des arts de Montréal. « Parrainage fiscal ». Consulté le 20 mai 2026. https://www.artsmontreal.org/aides/programmes/parrainage-fiscal/.
- Cornell Law School Legal Information Institute. « Public Benefit Corporation ». Consulté le 20 novembre 2025. https://www.law.cornell.edu/wex/public_benefit_corporation.
- Cosmos-Kosmos. Consulté le 20 novembre 2025. https://www.cosmos-kosmos.be/fr/faq.
- Creatives Unite. « Vous avez besoin de fonds ? ». Consulté le 19 novembre 2025. https://creativesunite.eu/synm/.
- Crowdbase Ltd. « Equity Crowdfunding in Europe: The Complete 2025 Guide ». 3 novembre 2025. https://crowdbase.eu/en/blog/equity-crowdfunding-europe-2025.
- Crowdfunding4Culture. « À propos ». Consulté le 20 novembre 2025. https://crowdfunding4culture.eu/about.
- Crowd'in. Consulté le 20 novembre 2025. https://www.crowdin.be/fr.
- Dalla Chiesa, Chiara, et Angeliki Alexopoulou. « Le financement participatif passe au numérique : les avantages d'aligner les politiques publiques sur la sagesse collective ». *European Journal of Cultural Management and Policy 12 (2022) : 11090.* https://doi.org/10.3389/ejcmp.2022.11090.
- Daxhelet, Mathilde. « Facteurs influençant le don dans une campagne de crowdfunding basée sur la récompense ». Mémoire de master, Université de Namur, 2019. https://researchportal.unamur.be/fr/studentTheses/facteurs-influen%C3%A7ant-le-don-dans-une-campagne-de-crowdfunding-bas/.
- De Prez, Philippe, Thomas Derval et Joan Carette. « Un passeport européen pour le financement participatif ». Simont Braun (blog), 16 novembre 2020. https://simontbraun.eu/a-european-passport-for-crowdfunding/2020/11/16/.
- Deloitte et KEA. *Market Analysis of the Cultural and Creative Sectors in Europe: A Sector to Invest In. FEI/BEI, 2024.* https://www.eif.org/InvestEU/guarantee_products/ie-ccs-market-study.pdf.

- EccoNova. Consulté le 20 novembre 2025. https://www.ecconova.com/fr/faq.
- eFulfillment Service. « Indiegogo vs. Kickstarter ». 1er avril 2025. https://www.efulfillmentservice.com/2025/04/indiegogo-vs-kickstarter-which-platform-is-best-for-your-new-product/.
- Fédération Wallonie-Bruxelles. « Les priorités culturelles 2024-2029 de la Fédération Wallonie-Bruxelles ». PlayRight (blog), 8 octobre 2024. https://playright.be/en/the-federation-wallonie-bruxelless-cultural-priorities-2024-2029/.
- Fondation Nestlé France et Ulule. « Nourrir les possibles ». Consulté le 19 novembre 2025. https://fondationnestle.ulule.com/.
- Fondation Roi Baudouin. *Le baromètre de la philanthropie. 2023.* https://media.kbs-frb.be/fr/media/10610/Presentation%207e%20barom%C3%A8tre%202023.
- Fonds européen d'investissement (FEI). « 24 millions d'euros pour les petites entreprises culturelles et créatives en Belgique via ST'ART, un fonds d'investissement spécialisé dans le financement des industries culturelles et créatives, en collaboration avec le Fonds européen d'investissement (FEI) et InvestEU ». 13 mars 2023. https://www.eif.org/InvestEU/news/2023/eur-24-m-eu-loans-for-cultural-and-creative-small-businesses-in-be-via-st-art-specialised-investment-fund-in-conjunction-with-eif-and-investeu.htm.
- Fonrouge, Caroline, et Daniela Bolzani. « Motivations and Barriers to Crowdlending as a Tool for Diasporic Entrepreneurial Finance ». *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management 23 (2019) : 667-688.* https://www.researchgate.net/publication/331963197_Motivations_and_barriers_to_crowdlending_as_a_tool_for_diasporic_entrepreneurial_finance.
- Gerber, Elizabeth, et Julie Hui. « Crowdfunding: Motivations and Deterrents for Participation ». *ACM Transactions on Computer-Human Interaction 20, n° 6 (2013) : 34:1-34:32.* https://www.researchgate.net/publication/275961145_Crowdfunding_Motivations_and_Deterrents_for_Participation.
- GoFundMe. Consulté le 20 novembre 2025. https://www.gofundme.com/.
- GoGetFunding. Consulté le 20 novembre 2025. https://gogetfunding.com/.
- Growfunding. « À propos de Growfunding ». Consulté le 20 novembre 2025. https://growfunding.be/en/pages/about-us/about-growfunding.
- Hildebrand, T., M. Puri et J. Rocholl. « Financing Entrepreneurs: Public Subsidies and the Role of Crowdfunding ». *Journal of Financial Economics 126, n° 3 (2017) : 486-512.*
- Hoque, Md. Mahmudul. « Crowdfunding for Innovation: A Comprehensive Empirical Review ». *Future Business Journal* 10 (2024) : 102. https://doi.org/10.1186/s43093-024-00387-5.

- hub.brussels. « Financer votre entreprise grâce au financement participatif ». Dernière modification le 22 février 2023. Consulté le 20 novembre 2025. https://info.hub.brussels/en/guide/company-financing/financing-your-company-through-crowdfunding.
- hub.brussels. « Prêt Proxi : investir votre épargne dans les entreprises bruxelloises ». hub.brussels (blog). Consulté le 20 novembre 2025. https://info.hub.brussels/blog/pret-proxi-investir-epargne-dans-entreprises-bruxelloises.
- Indiegogo. Consulté le 20 novembre 2025. https://www.indiegogo.com/en.
- Kickstarter. « Pourquoi le financement est-il tout ou rien ? ». Centre d'aide Kickstarter. Consulté le 20 novembre 2025. https://help.kickstarter.com/hc/en-us/articles/115005047893-Why-is-funding-all-or-nothing.
- KissKissBankBank. Consulté le 20 novembre 2025. https://www.kisskissbankbank.com/en.
- Ko-fi. Consulté le 20 novembre 2025. https://ko-fi.com/.
- Lacasse, Richard-Marc, et Berthe Lambert. *Le financement participatif (crowdfunding) : outil de développement local*. Rapport de recherche du CEUDO. Rimouski : Université du Québec à Rimouski, 2017.
- *Le financement participatif expliqué : guide à l'intention des petites et moyennes entreprises sur le financement participatif et son utilisation.* Luxembourg : Office des publications de l'Union européenne, 2015. https://data.europa.eu/doi/10.2873/313319.
- Lukkarinen, Anna. « Equity Crowdfunding: Principles and Investor Behaviour ». Dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice,* éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten. Cham : Palgrave Macmillan, 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.
- Maehle, Nils, Pia P. Otte et Natalia Drozdova. « Crowdfunding Sustainability ». Dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten. Cham : Palgrave Macmillan, 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.
- Marr, Bernard. « L'histoire du financement participatif : de la statue de la Liberté à Kickstarter ». 2019. https://shs.cairn.info/le-crowdfunding--9782807306783?lang=fr .
- Mees, Robin. « New Measures to Jump-Start Belgian Start-ups ». LexGo (blog), 14 octobre 2015. https://www.lexgo.be/en/news-and-articles/3180-new-measures-to-jump-start-belgian-start-ups.
- Mollick, E. « The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study ». *Journal of Business Venturing 29, nº 1 (2014) : 1-16.*
- Neyrinck, S., et A. Baelen. « Crowdfunding in Belgium: Challenges and Opportunities for SMEs ». *Revue de la Banque* 83, nº 832 (2018) : 27-32.
- Ordanini et al., « Crowdfunding: Transforming Customers into Investors through Innovative Service Platforms ». *Journal of Service Management* 22, nº 4 (2011) : 454-471.

- Parhankangas, Annaleena, Colin Mason et Hans Landström. « Crowdfunding: An Introduction ». Dans *Handbook of Research on Crowdfunding*, éd. Annaleena Parhankangas, Colin Mason et Hans Landström, 1-21. Cheltenham : Edward Elgar Publishing, 2019. https://doi.org/10.4337/9781788117210.00005.
- Patreon. Consulté le 20 novembre 2025. https://www.patreon.com/.
- Peeters, Leo, et Ann Vranken. « Le financement participatif également réglementé au niveau européen ». LexGo (blog), 13 novembre 2020. https://www.lexgo.be/en/news-and-articles/7366-crowdfunding-also-regulated-at-european-level.
- Petrakaki, Dimitra, et al.,. *Future of Work: Crowd-Funded Creative Careers. A Toolkit for Creatives, Educators, Industry Bodies and Platforms.* Brighton : Institute for Employment Studies, 2024. https://www.employment-studies.co.uk/system/files/resources/files/crowd_funded_creative_careers_text.pdf.
- Prométhéa. « Les chiffres du mécénat ». Consulté le 19 novembre 2025. https://www.promethea.be/fr/sinformer/actualites/les-chiffres-du-mecenat/.
- Rathnam, Lavanya. « An Overview of the French Crowdfunding Regulation ». Planet Compliance (blog), 2 avril 2024. https://www.planetcompliance.com/financial-compliance/overview-french-crowdfunding-regulation/.
- Règlement (UE) 2020/1503 du Parlement européen et du Conseil du 7 octobre 2020 sur les prestataires de services européens de financement participatif pour les entreprises et modifiant le règlement (UE) 2017/1129 et la directive (UE) 2019/1937. JO L 347 du 20 octobre 2020, 1-49. https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2020/1503/oj/eng.
- Ryu, S., Y. Kim et S. Lee. « Determinants of User Participation in Reward-Based Crowdfunding: A Dual-Path Model of Intrinsic and Extrinsic Motivations ». *Journal of Business Research 124 (2021) : 252-261.*
- Rykkja, Anne, et al. « Crowdfunding in the Cultural Industries ». Dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten. Cham : Palgrave Macmillan, 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.
- Service public fédéral Économie. « Tax shelter ». SPF Économie. Consulté le 20 novembre 2025. https://www.economie.fgov.be/fr/themes/entreprises/pme-et-independants-en/tax-shelter.
- Shneor, Rotem. « Crowdfunding Models, Strategies, and Choices Between Them ». Dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice,* éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten. Cham : Palgrave Macmillan, 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.
- Sorin, Vanessa. *Guide d'émission pour les entreprises d'économie sociale : obligations communautaires.* Sous la coordination du TIESS. Montréal : Territoire innovant en économie sociale et solidaire, 2017.

- Startups.com. « Key Crowdfunding Statistics ». Consulté le 20 novembre 2025. https://www.startups.com/articles/key-crowdfunding-statistics.
- Stewart, Forrest. « Le financement participatif basé sur les récompenses : avantages et fonctionnement ». Credit Suite (blog), 14 juin 2024. https://www.creditsuite.com/blog/reward-based-crowdfunding/.
- Swords, Jon. « Crowd-Patronage: Intermediaries, Geographies and Relationships in Patronage Networks ». Poetics 64 (2017) : 1-74.
- The Creative Independent. Consulté le 20 novembre 2025. https://thecreativeindependent.com/.
- Tipeee. « Statistiques ». Consulté le 20 novembre 2025. https://en.tipeee.com/stats.
- Ulule. Consulté le 19 novembre 2025. https://actforimpact.ulule.com/.
- Ulule et KissKissBankBank. « L'union fait la force ! ». Consulté le 20 novembre 2025. https://welcome.kisskissbankbank.com/ulule-et-kisskissbankbank/.
- Van Montfort, K., J. Siebers et J. De Graaf. « At the Juncture of Funding, Policy, and Technology: How Promising Is Match-Funding of Arts and Culture through Crowdfunding Platforms? ». *International Journal of Cultural Policy 30, nº 2 (2023) : 221-237.*
- Wallonie. « Prolongation du prêt Coup de Pouce ». Wallonie Actualités. Consulté le 20 novembre 2025. https://www.wallonie.be/fr/actualites/prolongation-du-pret-coup-de-pouce.
- Wenzlaff, Karsten et al., « Crowdfunding in Europe: Between Fragmentation and Harmonization ». Dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten. Cham : Palgrave Macmillan, 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.
- Zhao, Liang, et Rotem Shneor. « Introduction: From Fundamentals to Advances in Crowdfunding Research and Practice ». Dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten. Cham : Palgrave Macmillan, 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.
- Zhao, Liang, et Seung-Hyun Ryu. « Reward-Based Crowdfunding Research and Practice ». Dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten. Cham : Palgrave Macmillan, 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.
- Ziegler, Thomas, et Rotem Shneor. « Lending Crowdfunding: Principles and Market Development ». Dans *Advances in Crowdfunding: Research and Practice*, éd. Rotem Shneor, Liang Zhao et Bjørn-Tore Flåten. Cham : Palgrave Macmillan, 2020. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0.

OBSERVATOIRE
DES POLITIQUES
CULTURELLES

FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES

Études n°21 est téléchargeable sur le site de
l'Observatoire des politiques culturelles à l'adresse
opc.cfwb.be