

« Le crowdfunding encourage la créativité de M. Tout-le-monde »

FINANCEMENT Le patron de KissKissBankBank rend art et mécénat accessibles à tous

► L'entreprise française de crowdfunding culturel est numéro trois mondial, derrière les géants US, Kickstarter et Indigogo.
► Vincent Ricordeau, fondateur et patron, explique sa mission.

ENTRETIEN

Faire exploser la créativité. En donnant la possibilité à M. et Mme Tout-le-monde de financer son documentaire, spectacle vivant ou EP grâce à l'aide d'autres particuliers. C'est le pitch (gagnant) de KissKissBankBank, entreprise française numéro trois mondial du crowdfunding culturel. Lancée en 2007, la plate-forme récolte 100.000 euros cette année-là. En 2015, elle en est à 40 millions levés et 59.000 projets créés. Pas peu fière et de « plus en plus militant », Vincent Ricordeau, son fondateur explique l'arrivée de l'entreprise chez nous et son combat pour que l'art ne soit pas uniquement une affaire « d'élites et d'avertis ».

Qu'est-ce qui explique le succès du crowdfunding ?

La force du Net, d'abord. C'est le fait qu'un jour, vous recevez un e-mail d'un ami qui vous demande de soutenir son projet, vous remarquez un post sur Facebook proposant de financer une œuvre qui vous touche, etc. Le crowdfunding est une couche supplémentaire aux réseaux sociaux. C'est un projet et une communauté de gens qui l'entoure.

Vous vous sentez investi d'une mission ? Vous voulez sauver la culture ?

Nous sommes, chez KissKissBankBank, devenus de plus en

plus militants avec le temps. Au départ, notre idée était d'aider nos amis musiciens qui n'arrivaient pas à se lancer, par manque de fonds. On a vu à l'époque que, grâce à Myspace, ces artistes peu connus étaient pourtant suivis par des centaines de personnes en ligne ! On a voulu faire la même chose avec de l'argent. Chemin faisant, nous nous sentons aujourd'hui effectivement investi d'une mission : le crowdfunding est une solution pour que n'importe qui puisse aller au bout de son projet artistique. Et une manière pour ceux qui financent de reprendre le pouvoir sur leur argent. On a

quand même tous marre de voir nos maigres économies dormir sur un compte d'épargne qui ne rapporte plus rien ? Utiliser un peu de cet argent pour faire avancer le Schmilblick, c'est une source de satisfaction.

N'est-il pas dangereux de laisser le grand public décider de l'œuvre de demain ?

Ça, c'est le débat des élites. Ces dernières pensent que l'art est produit et vendu pour elles et par elles. Le crowdfunding est une forme d'intelligence collective. Pour un film comme « Demain » qui cartonne au cinéma, nous avons 1.000 autres projets qui ne bouleverseront pas la culture avec un grand C. Mais qui raviront une commu-

nauté. Le fait que la majorité de nos projets n'ait pas vocation à révolutionner leur branche ne retire rien au côté positif d'encourager une dynamique créative chez ceux qui le souhaitent. Le crowdfunding, c'est un moyen ultra démocratique de donner naissance à la créativité en dehors des sentiers battus.

Vous vous rémunérez uniquement si le financement d'un projet est un succès. Vous devez donc avoir des critères de sélections strictes ?

Il est difficile d'estimer la viabilité d'un projet. Nous nous demandons surtout s'il est crédible ou légitime. Il doit à la fois susciter l'intérêt de notre communauté et ensuite intéresser un public qui ne le connaît pas. Une équipe passe sa journée à interroger les lanceurs de projets, nous en refusons environ trois sur quatre. Il en va de notre réputation et de notre viabilité financière.

Pourquoi vous installer en Belgique ?

Nous avions déjà pas mal de projets belges financés sur notre plate-forme. C'était donc la suite logique. Nous avons passé un partenariat avec la société Galeries qui gère notamment les cinémas indépendants de la Galerie Royale. Une personne sur place nous représente, le patron de Galeries fait jouer son réseau. Cela fonctionne bien. Chaque année depuis trois ans, nous doublons

notre volume de projets financés en Belgique. Nous avons, de plus, noué récemment un partenariat avec ING, qui nous renvoient des projets que la banque ne peut pas financer.

Que pensez-vous du cadre légal entourant le crowdfunding en Belgique ?

Il y a des points communs avec la France. On sent que ça patine, malgré des avancées. Le lobby bancaire est toujours très actif !

Ce n'est pas un peu contradictoire de collaborer avec ING, du coup ?

Il y a des points sur lesquels crowdfunding et banques peuvent se rencontrer. On sait

tous que les banques ne financent pas les petits projets trop risqués. Elles vont justifier cela par les contraintes des accords de Bâle III. Mais il est surtout bien moins rentable de gérer 25 petits crédits à 9.000 euros qu'un gros à 500.000 ! L'arrivée du crowdfunding oblige les banques à repenser leur métier intelligemment, c'est une bonne chose. Et penser que l'on peut continuer sans elles est totalement irréaliste, il faut être pragmatique. Dénoncer ne nous empêche pas de collaborer, au contraire.

On sent plus une idée de co-création que de consommation derrière KissKissBankBank. C'est exact ?

Grâce à mes dix euros ou à mes cinquante euros, un artiste, un projet, va naître. Il y a cette logique de co-création. L'ensemble permettant de lâcher un vent de créativité. Ce qui est un sacré remède contre la morosité ambiante. ■

Propos recueillis par
AMANDINE CLOOT

EN CHIFFRES

40 millions

d'euros récoltés depuis la création de KissKissBankBank en 2007

58.600

projets financés en 8 ans d'existence

1.121

projets présentés en Belgique en trois ans

1,55 million

d'euros collectés en Belgique en 2015

3,1 millions

d'euros levés en trois ans dans notre pays.