

Le cinéma s'empare du crowdfunding

Propulsé par les réseaux sociaux, le crowdfunding connaît une ascension fulgurante et entre dans le financement de plus en plus de films. Un moyen de faire naître des projets différents.

L

Le principe est simple : faire appel à la communauté pour financer son projet. Ces dernières années, le crowdfunding, ou financement participatif, est devenu une alternative de plus en plus courante aux schémas de financement classiques, et ce quel que soit le secteur. Sur la plateforme Ulule, premier site de financement participatif européen, l'évolution est fulgurante : de l'ordre de la multiplication par deux chaque année.

De par sa vocation, le milieu culturel y a tout de suite trouvé un intérêt. Le milieu du cinéma aussi. Aujourd'hui, de plus en plus de réalisateurs choisissent d'y faire appel. L'audiovisuel est ainsi devenu le premier secteur financé grâce au crowdfunding. Dernier exemple marquant en date, *Demain*, documentaire réalisé par Cyril Dion et Mélanie Laurent, Césarisé en février, qui a récolté près de 445.000 euros sur la plateforme KissKissBankBank. Une mobilisation qui devient de plus en plus souvent synonyme d'un engagement et qui permet à des projets hybrides ou de niche de voir le jour. Voici les quatre étapes clés de cette démarche.

1 Décider de se tourner vers un financement alternatif. Si faire un film est souvent un long chemin de croix, arriver à le financer en est un autre. Lorsque la filière classique s'est révélée infructueuse, ou insuffisante, le crowdfunding est souvent une alternative intéressante. « Ça permet de compléter le financement, explique Elisa Larrière de chez Silex films, qui a produit *Solange et les vivants* d'Ina Mihalache grâce à du financement privé et une campagne Ulule. Pas seulement au regard de l'argent, mais surtout par rapport au fait de faire exister le projet

en amont pour un noyau dur du public qui va ensuite être impliqué et relayer les informations. » Ce choix permet aussi une certaine liberté dans le processus créatif, comme l'explique Ina Mihalache, réalisatrice : « Je voulais tourner vite, sans devoir écrire un scénario, donc le crowdfunding était le moyen de m'épargner le temps de l'écriture et de subvention de l'écriture. »

Si tous les types de projets cinématographiques peuvent tenter le crowdfunding, le modèle fonctionne particulièrement bien pour les courts-métrages, qui ont depuis toujours une logique d'entre-aide, et les documentaires, notamment car le budget est moins important. « Il ne faut pas non plus oublier la grosse tendance pour tous les nouveaux formats audiovisuels, les youtubeurs, les webéries... des films qui se font en dehors du système établi, souligne Adrien Aumont, cofondateur de KissKissBankBank. Le crowdfunding est presque natif pour eux. »

2 Construire le projet. Le financement participatif, c'est avant tout beaucoup de préparation. Il faut établir un projet précis, avec un budget réfléchi et une cohérence, conditions sine qua non pour que le projet voie le jour. « L'avantage, c'est que dès le début de l'écriture, on commence à réfléchir au marketing du film et à devoir le vendre au public, explique Elisa Larrière. Ça ramène à une réflexion de marché très en amont. »

3 Choisir une plateforme. Ces dernières années, de nombreuses plateformes de financement participatif ont vu le jour. L'outil le plus simple pour débiter. Parmi les plus populaires : Ulule, KissKissBankBank et Kickstarter. Pour pouvoir être hébergé par celles-ci, il faut réunir quelques critères. « Il faut avant tout un projet sur lesquels les gens vont pouvoir se projeter, explique Mathieu Maire, directeur général adjoint d'Ulule. Il doit y avoir une portée collective. » « Le projet doit démontrer une cohérence entre la taille de la communauté et sa

capacité à se mobiliser par rapport à l'objectif financier fixé, complète Adrien Aumont de KissKissBankBank. Le point de vue artistique n'importe en fait pas tellement. »

4 Animer et impliquer sa communauté. Une fois lancée, la réussite d'une campagne dépend avant tout de l'implication du porteur de projet : il faut donner des nouvelles aux contributeurs et leur donner envie de s'impliquer... Car le crowdfunding reste aussi une opération de communication. ■

GAËLLE MOURY

Demain

Devenu phénomène de société, *Demain*, film réalisé par Cyril Dion et Mélanie Laurent, a vu le jour grâce notamment à une campagne de financement sur KissKissBankBank. Une démarche qui relève du symbole et qui illustre pleinement le côté presque militant que peut avoir le financement participatif. « C'est une manière de faire un film pour les gens, financé par les gens, expliquait Cyril Dion au Monde en 2014. Le financement participatif est aussi très intéressant car il permet de se détacher des décideurs habituels. » Au total, 10 266 personnes ont participé au financement du film et ont permis de réunir 444.390 euros en 60 jours, soit un record sur la plateforme pour un documentaire.

Marbie, star de Couillu les 2 Églises

Projet de cœur, *Marbie, star de Couillu les 2 Églises*, « le film belge improbable » comme dit si bien la bande-annonce, est né d'une volonté de deux artistes carolos, Dominique Smeets (réalisatrice) et Dominique Dubuisson (producteur), de mettre leur ville à l'honneur. Après avoir tenté de financer le film via le parcours classique, le crowdfunding s'est profilé comme le mode de fonctionnement idéal pour ce projet. « Le film de Dominique Smeets parlait de solidarité, explique Dominique Dubuisson. Faire participer les gens coulait donc de source. Tout repose sur une philosophie : si je veux, je peux. Nous voulions sortir des règles. » La levée de fond est en assez incroyable : 1,5 millions d'euros, répartis en un tiers

d'argent, un tiers de services et un tiers de produits. Au total, ce sont environ 500 citoyens et 107 sociétés qui ont investi dans le projet.

« Solange et les vivants »

Son vrai nom, c'est Ina Mihalache. Mais, pour beaucoup, derrière ces traits doux se cache Solange, de « Solange te parle », le personnage qu'elle a créé sur

YouTube en 2011. Très vite, elle a eu envie de faire l'expérience d'un format plus long. C'est ainsi qu'est né *Solange et les vivants*, « prequel » de « Solange te parle ». Un film dont la réalisation a

nécessité une liberté permise grâce au crowdfunding. Au total, 13 242 euros ont été récoltés sur la plateforme Ulule. La mobilisation de la communauté a aussi permis une sortie en salles.

TENDANCE

De plus en plus populaire

Propulsées grâce aux réseaux sociaux, les plateformes de financement participatif connaissent une ascension fulgurante depuis leur mise en place, courant de l'année 2010. Dans les projets financés grâce à celles-ci, l'audiovisuel fait figure de numéro un. La preuve en quelques chiffres, liés aux deux principales plateformes du genre chez nous : Ulule et KissKissBankBank.

Ulule
2.000 projets sont proposés par mois, toutes catégories confondues. Depuis la création en 2010, 2575 projets « film et vidéo » ont été financés. 190.000 contributeurs y ont pris part, à hauteur de 9,5 millions d'euros.

KissKissBankBank
1.617 projets « film et vidéo » ont été financés depuis 2010, sur 2714 présentés. 12. 601 contributeurs y ont pris part, à hauteur de 6,9 millions d'euros.