

Exploitation de données de financement participatif : les recherches en cours au service statistique du ministère de la Culture et de la Communication

Yann NICOLAS

(ministère de la Culture et de la Communication, SSM Culture (DEPS))

*Commission CNIS « Système financier et financement de l'économie »,
année 2016, 2^e réunion, Bercy, 16 novembre 2016*

Plan

- Intérêt du sujet pour le ministère de la Culture et de la Communication.
- Lancement d'un appel à propositions de recherche.
- Données des plates-formes.
- Les six recherches en cours.

Intérêt du sujet pour le ministère

Contexte :

- Trois missions ministérielles principales pour le domaine « arts, culture et médias » :
 - conservation et enrichissement du patrimoine
 - aide à la création
 - démocratisation de l'accès aux œuvres, aux contenus
- => besoin permanent de ressources financières sous contrainte budgétaire des collectivités publiques => incitation à développer des recettes ou ressources propres et à davantage recourir à des formes de soutien privé.
- Par ailleurs :
 - promotion de la diversité culturelle et du pluralisme des médias
 - difficultés de financement auprès d'acteurs financiers traditionnels parfois dénoncées dans le domaine.
- SSM Culture (DEPS) :
 - décrire, mesurer, mieux comprendre l'ensemble des activités relatives à la production, la distribution, la promotion, la diffusion et la consommation des biens et services du domaine
 - en particulier, appréhender les effets économiques produits par la révolution numérique.

Intérêt du sujet pour le ministère

- Le **financement participatif** ou **crowdfunding** : avant tout un mode récent de financement de projets du domaine couvert par le ministère (patrimoine dont musées, livre et presse, arts plastiques et visuels, spectacle vivant, musique enregistrée, audiovisuel dont cinéma...).
- Diversité de questions :
 - en vrac : autoproduction et autoédition, renouvellement créatif et innovation, modèles d'activité ou d'entreprise (*business models*) à l'ère numérique, financement des TPE/PME, philanthropie des particuliers et motivations, occasions d'investissement « différentes » pour les parties prenantes, etc.
 - le *crowdfunding*, moyen additionnel de financement privé (un peu) important et pérenne à terme ? capital d'amorçage (*seed money*) efficace pour attirer des sources complémentaires de financement ? mode de financement substituable ou complémentaire d'autres modes de nature privée ?
 - le *crowdfunding*, moyen de diversifier l'ensemble des sources de financement – plus décentralisé, plus direct, plus désintermédié – avec impact positif possible sur la diversité ou le pluralisme des œuvres, des contenus ?
 - SSM Culture (DEPS) :
 - statistiquement, encore peu de chiffres fiables et réguliers (cf. chiffres FPF de Compinnov) : ampleur des fonds collectés au niveau national voire infranational, nombre de plates-formes, ventilation des fonds par type de plates-formes, par grand secteur d'activité, profil des contributeurs, nombre de projets et ventilation par grand secteur, montant moyen par projet, par grand secteur, etc.
 - sauf erreur, aucune statistique publique sur le sujet.

Lancement d'un appel à propositions de recherche

- En partenariat avec le LabEx « Industries culturelles et création artistique » (ICCA).
- Besoin de résultats nouveaux sur le sujet (économie et gestion).
- Thèmes suggérés :
 - incitations, motivations des porteurs de projet et des financeurs individuels
 - déterminants succès/échec d'une campagne
 - localisation des parties prenantes et des projets : réduction coûts de transaction par les plates-formes, dispersion géographique des projets relativement à l'investissement public correspondant
 - rôle des réseaux sociaux : comment les trois ensembles d'acteurs les utilisent ?
 - diversité et pluralisme : le *crowdfunding*, facteur de diversité ou de pluralisme ?
 - intervention publique et défaillances de marché : externalités intra- et inter-groupes (plates-formes bifaces), asym. d'information, comportements de passager clandestin + un rôle pour les pv. publics ?
- Données de plates-formes (détail diapositive suivante) :
 - Anaxago (*equity*) et
 - KissKissBankBank, Touscoprod, Ulule (dons avec contrepartie(s)/récompense(s)).
- Sélection de six propositions de recherche sur douze. À ce stade, pas encore de résultats.

Données des plates-formes

- Sur les porteurs de projet, entrepreneurs :
 - âge, sexe, particulier ou organisation (société, institution, *start-up*...), nombre de projets (historique).
- Sur les projets, campagnes :
 - description : titre, date de lancement, nombre de caractères*, catégorie, localisation (ville), présence d'image(s), de vidéo(s), de liens site perso / Facebook / Twitter, contrepartie(s)/récompense(s), date de fin
 - *news**, nombre de suiveurs (*followers*), nombre de commentaires
 - nombre de jours/échéance, plancher de financement visé, date et nombre de contributions, montants en € cumulés (dynamique de levée de fonds), volume de financement final (%), succès/échec
 - soutien de mentor(s) extérieur(s), soutien/promotion/mise en avant par la plate-forme.
- Sur les contributeurs, souscripteurs, investisseurs, *backers* :
 - âge, sexe, prénom, identifiant géographique (code postal), date inscription première fois, montant en € et daté par contribution (rendue publique ou cachée), type carte bancaire, nombre de contributions, nombre de commentaires, nombre de projets suivis, statut paiements (OK, annulé, remboursé...).

Les six recherches en cours (1/6)

- Équipe Paris-I CNRS.
- Objectifs :
 - conditions du succès des campagnes (caractéristiques des projets, profil des porteurs de projet, liens porteurs de projet/contributeurs, concurrence entre campagnes, etc.)
 - rôle des multi-contributeurs (évolution des contributions, localisme, rôle communautaire, spécialisation, différences avec les mono-contributeurs, etc. ; question de la pérennité du *crowdfunding*)
 - dynamique de la levée de fonds, trajectoires des campagnes (influence des actions des porteurs de projet, rôle des contributeurs, rôle des plates-formes, etc.)
- Moyens :
 - analyse économique, économie financière
 - données KissKissBankBank pour l'instant (envisagées : données Anaxago, Culture-Time, Proarti et Ulule)
 - outils statistiques et économétriques.
- Résultats :
 - prévus pour 1^{er} semestre 2017 ; publication/valorisation courant 2017.

Les six recherches en cours (2/6)

- Équipe Paris-I CNRS.
- Objectifs :
 - effets sur la probabilité de soutien d'un projet (musical ou audiovisuel) et sur le montant accordé :
 - des liens contributeur/porteur de projet (motivations sociales)
 - de l'intérêt communautaire dans la décision de soutenir (motivations sociales)
 - de la qualité du projet.
- Moyens :
 - analyse économique, économie expérimentale
 - données KissKissBankBank pour l'instant (données Proarti et Ulule envisagées)
 - données d'enquête :
 - questionnaire en ligne pour mesure des préférences pro-sociales des contributeurs, préoccupation communautaire et liens avec porteur de projet
 - évaluation par des experts des deux domaines artistiques des projets pour mesurer la qualité
 - outils statistiques et économétriques.
- Résultats :
 - prévus pour 1^{er} semestre 2017 ; publication/valorisation courant 2017.

Les six recherches en cours (3/6)

- Équipe Univ. Poitiers / La Rochelle.
- Objectifs :
 - la distance porteurs de projet-financeurs a-t-elle un impact sur les choix de financement et le succès des campagnes ?
 - dans le domaine culturel, y a-t-il un lien entre la dispersion du volume des dépenses publiques locales et la dispersion géographique du financement des projets par *crowdfunding* : effet de levier/*crowding in*/complémentarité, effet d'éviction/*crowding out*/substituabilité ?
 - impact de la promotion et la communication de « leaders d'opinion » en ligne sur le succès des campagnes ? (e-réputation + emboîtement réseaux sociaux physiques/réseaux sociaux numériques)
- Moyens :
 - analyse économique, info.-comm., sciences de gestion
 - données KissKissBankBank, données Ulule (4 projets : musée d'Orsay, BD, radio FM associative, Noob le film !)
 - outils statistiques et économétriques, cartographie...
- Résultats :
 - prévus pour 1^{er} semestre 2017 ; publication/valorisation courant 2017.

Les six recherches en cours (4/6)

- Équipe Univ. Angers / Paris-XIII / Paris Sud.
- Objectifs :
 - rôle de la recommandations externe aux plates-formes sur le comportements des contributeurs (analyse de l'origine de l'information sur un projet donné : réseaux sociaux, courriel, média, mécène...)
 - impact *ad hoc* d'un outil de recommandation sur ces comportements : en fonction du taux de financement atteint, de la localisation du projet, de la catégorie du projet.
- Moyens :
 - analyse économique
 - données KissKissBankBank
 - outils statistiques et économétriques.
- Résultats :
 - prévus pour 1^{er} semestre 2017 ; publication/valorisation courant 2017.

Les six recherches en cours (5/6)

- Équipe Univ. Paris-III / Paris Sud / La Rochelle et Télécom École de management.
- Objectifs :
 - impact du *crowdfunding* sur la diversité culturelle dans le domaine des projets audiovisuels au niveau de leur production : analyse de la concentration des souscriptions, essai de calcul d'indicateurs de diversité et comparaison avec projets équivalents soutenus par le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) et au niveau de leur promotion (par les souscripteurs).
- Moyens :
 - analyse économique
 - données KissKissBankBank, Touscoprod et Ulule
 - outils statistiques et économétriques.
- Résultats :
 - prévus pour 1^{er} semestre 2017 ; publication/valorisation courant 2017.

Les six recherches en cours (6/6)

- Équipe UCL / Erasmus Univ. / Skema Research Centre.
- Objectifs :
 - estimation de l'ampleur d'effets externes de réseau entre groupes (porteurs de projet et investisseurs, effets inter-groupes) et au sein de chaque groupe (effets intra-groupes)
 - analyse théorique et empirique de la variété optimale des projets proposés par une plate-forme (*optimal mixing* ; « trop » vs « pas assez » de variété) et de la séquence optimale de présentation des projets dans le temps (*optimal timing* ; arbitrage durée courte/longue campagne).
- Moyens :
 - analyse économique, écon. publique, écon. fin.
 - données Ulule
 - outils statistiques et économétriques.
- Résultats :
 - prévus pour 1^{er} semestre 2017 ;
 - publication/valorisation courant 2017.

