

Crowdfunding: les sirènes d'un succès assuré?

Chaque année, les montants levés par le financement participatif augmentent. Que les dons soient destinés à des besoins individuels ou des projets collectifs d'intégration, le domaine du handicap n'est pas en reste. Mais que penser de ces démarches?

Texte: Lise Tran – Photos: DR

Souhaitez-vous aider Erwan à communiquer en participant à l'acquisition d'un ordinateur adapté? Financer l'opération de Léo, atteint d'IMC, qui ne se pratique pas dans son pays? Ou encore contribuer à l'achat d'un nouveau fauteuil roulant pour Catherine? La plateforme Humaid.fr, lancée en 2015, s'adresse à la solidarité de chacun pour financer les besoins de personnes en situation de handicap résidents en France, et qui ne seraient pas pris en charge par les dispositifs de remboursement de l'Etat. Critères pour être bénéficiaires de dons: être porteur d'un handicap et attester avoir cherché, en vain, des aides financières auprès de structures compétentes. La parti-

cularité de Humaid.fr? Elle fait appel à des dons destinés à des besoins individuels et non à des projets d'ordre collectif. En Suisse, le phénomène du crowdfunding ou financement participatif, a débarqué depuis plusieurs années. Plus d'un demi milliard de francs aurait été levé ainsi au cours des huit dernières années, indique par ailleurs une étude de la haute école de Lucerne.

Un constat d'échec des politiques publiques?

Dans notre pays du moins, le crowdfunding est plus communément employé pour permettre le financement de projets d'ordre collectif.

Un hôtel-restaurant dans le Jura

Le projet de l'association «Décrochez la Lune»? Ouvrir, à St-Ursanne (JU), un hôtel-restaurant employant des personnes en situation de handicap «coachées» par du personnel de la restauration. De son budget total d'environ un million de francs, le financement participatif a permis à l'association de récolter 90'000 francs. A ce jour, une promesse de vente a été contractée pour acquérir l'établissement qui abritera l'hôtel-restaurant. La vente sera effective au 1^{er} janvier 2019, mais des travaux seront effectués, notamment pour donner un accès aux personnes à mobilité réduite. L'ouverture de l'établissement est prévue pour mars 2019.



Porteur de trisomie 21 et créateurs de mode

Après avoir travaillé pour l'industrie de la fast fashion, Barbara Ortins, créatrice brésilienne installée à Bâle, décide de créer sa propre marque avec un but éthique et social inspiré par son frère Guilherme, porteur de trisomie 21.

Le concept de «Ginga»: une ligne de vêtements respectueuse de l'environnement impliquant des personnes vivant avec une trisomie 21.

Grâce à un financement participatif, le projet a récolté plus de 10'000 francs. Les créations sont disponibles online: www.ginga-ethicalclothing.com.



A l'instar de celui lancé par l'association jurassienne «Décrochez la Lune» sur la plateforme heroslocaux.ch, qui entend créer un restaurant-hôtel employant des personnes en situation de handicap mental. Que penser alors du crowdfunding centré sur des dons destinés à financer l'opération d'une personne ou un nouvel appareil? «L'Etat social finance beaucoup de soins ou de moyens auxiliaires mais ne prend pas en charge l'entier des coûts», explique Pascale Gazareth, sociologue spécialiste des questions liées au handicap. Aux yeux de cette dernière, le crowdfunding à des fins individuelles reflèterait un moyen de financement complémentaire et non un constat d'échec des politiques publiques. Compter sur des moyens de financement alternatifs n'est par ailleurs pas nouveau. Historiquement, la marge restante était couverte par des associations, des ressources individuelles ou encore des actions de quartier. Mais ce type de crowdfunding doit toutefois être pris en considération dans le contexte actuel, «une période globale de remise en cause de la protection sociale par l'Etat et des assurances sociales, perçues comme trop onéreuses», poursuit la sociologue. La mobilisation d'un individu pour un autre pourrait-

Entremêler cirque et handicap

«Cirque handicap: un nez rouge pour tous» souhaite proposer un spectacle de cirque de qualité et innovant. Le but: jouer dans des salles de spectacle et de théâtres afin que les artistes en situation de handicap puissent présenter leurs performances sous les projecteurs et sortir des institutions le temps d'une tournée.

Le financement participatif, qui s'est terminé en octobre, a permis de récolter plus de 5'000 francs, qui serviront à la mise sur pied d'une troisième tournée.

Plus d'information sur www.snick.ch



elle remettre en cause le contrat social du collectif? C'est du moins ce que pense Anna Jobin, spécialiste des interactions en ligne, pour qui l'enjeu de la transparence est également à prendre en considération: «Ce que propose humaid.fr reflète l'individualisation de notre société. On veut savoir exactement où va notre argent et qui en bénéficie.»

Un dur travail

Qu'ils fassent appel à des dons pour financer des besoins individuels ou des démarches collectives, les projets présentés sur les sites de crowdfunding visent le même objectif: gagner en visibilité - ce que permet Internet - et obtenir des financements. Mais publier une photo présentant son projet et l'accompagner d'un texte ainsi que de l'objectif du montant du financement ne suffit pas: «C'est un véritable travail de communication qu'il faut faire autour du crowdfunding! Celui-ci nous a d'ailleurs poussé à mieux faire notre marketing!», explique Pascal Berberat, président de l'association «Décrochez la Lune». Organisation d'une conférence de presse et distribution de flyers ont permis de faire connaître le projet et, indirectement, de contribuer à son financement. Le travail est d'autant plus conséquent que le montant fixé pour les dons est élevé -90'000 francs pour le projet en question -: «Soit vous atteignez l'objectif et recevez l'argent soit vous n'y parvenez pas et n'obtenez rien. C'est quitte ou double!» Savoir bien se présenter et faire passer son message fait appel à des compétences spécifiques. Dans les cas de crowdfunding destinés à financer des besoins personnels, cet aspect peut être problématique: «Ces compétences, tout le monde ne les a pas. En comparaison aux prestations de l'Etat, fournies de manière équitable et indépendamment de l'origine sociale de la personne, il y a là un aspect inégalitaire», estime Pascale Gazareth.

Humaid.fr reflète bien la tendance à vouloir innover et proposer un modèle qui se dit plus direct, quand bien même la plateforme est un intermédiaire supplémentaire, explique Anna Jobin. Si Uber ou Airbnb jouent un rôle d'intermédiaire dans la location de services, avec humaid.fr, la notion de solidarité est centrale: «La logique de ces plateformes est basée sur la concurrence à l'attention. Qui va mériter le plus de considération? Dans ce cas précis, quel handicap se laissera le mieux vendre?» De son côté, la plateforme française touche, en cas de succès, 10% de la somme collectée. Nos questions sur son fonctionnement plus général sont toutefois restées sans réponse.

L'individualisation du don n'est pas chose nouvelle. Le parrainage permet en effet depuis longtemps aux associations de centrer l'appel à la solidarité davantage sur un individu que sur la cause. Toutefois, Internet accroît certaines dynamiques, explique Anna Jobin: «Dans les relations en ligne, on voit qu'il est plus facile de mobiliser les gens pour les causes qui ont déjà obtenu de l'attention. Internet amplifie les injustices déjà existantes.»