

Vous avez toujours rêvé d'une médaille aux JO : voici comment vous pourriez vous en rapprocher



A défaut de l'obtenir pour vous-même, le crowdfunding pourrait faire de vous le sponsor d'un champion.

Avec Gabriel
Zignani

Depuis trois ans, avec l'arrivée sur le marché français d'acteurs tels que sponsorise.me en 2013 et Fosburit en 2014, les sportifs commencent à faire appel au crowdfunding. Ces plate-formes de financement participatif dédiées au sport permettent ainsi à des projets, souvent ambitieux, portés par des athlètes plus ou moins connus et reconnus, de voir le jour.

Le phénomène du crowdfunding est apparu avec Internet, dans les années 1990. Il permet à un grand nombre de personnes de se réunir pour financer un projet. La famille la plus connue du financement participatif, c'est celle du don. Les particuliers font un don du montant de leur choix. En contre-partie, ils reçoivent un ou plusieurs lots de la part du porteur de projet. Parce que comme l'expression le dit, "il est plus facile de réunir 1000 fois 10 euros qu'une fois 10 000 euros".

Un procédé qui peut être efficace pour les grands clubs ou les sportifs connus

Bien sûr, certains clubs de foot professionnels ont tenté l'aventure, avec plus ou moins de succès. Le RC Lens avait par exemple lancé une opération MonRCLens.com en 2012, en collaboration avec My Major Company, site de crowdfunding généraliste. Un échec, puisque le club nordiste qui était déjà en Ligue 2, n'a récolté que 5000 euros, sur les 250 000 euros espérés.

Ca s'était mieux passé pour l'Olympique de Marseille en 2013, sur sponsorise.me. L'opération Tous derrière l'OM proposait aux PME de s'offrir le statut d'entreprise supportrice de l'Olympique de Marseille. Ces sociétés pouvaient poser entre 90 et 50 000 euros. Bien sûr, selon le montant, la contre-partie variait. Cette opération avait pour but de mobiliser les entreprises autour du club olympien, et bien sûr de compléter les revenus sponsoring plus classiques.

Le rugby aussi s'est immiscé dans la brèche. En 2014, le Racing Club de Toulon a eu pour objectif de rénover un lieu chargé d'histoire : l'avenue des légendes. En faisant un don, les particuliers avaient la possibilité de voir leur nom inscrit sur un pavé, au côté de celui des légendes du club. Projet financé très rapidement à hauteur de 106%.

Des vedettes de sports très populaires ont également pu profiter de ce système. En mai 2014, Ladjji Doucouré lance une opération Retour au premier plan. Objectif pour le champion du monde 2006 du 110m haies : se qualifier pour les JO 2016. Rien que ça. Et les gens y ont cru. En seulement 24h, les 8000 euros attendus étaient récoltés. Le projet a même été financé à 174% du budget attendu. Un financement qu'il jugeait nécessaire "pour subvenir, entre autres, à ses frais d'entraînement."

Un bon procédé pour les athlètes de haut-niveau des sports méconnus

Mais ce type de plate-formes profite surtout à des athlètes reconnus de sports moins populaires. Il s'agit souvent d'athlètes de niveau international qui n'ont pas les moyens de se rendre sur les différentes compétitions, ou de jeunes qui veulent se lancer dans le milieu professionnel. Un exemple typique des sports concernés, dont la période est porteuse de projets : les sports d'hiver. Un petit tour sur les plate-formes de crowdfunding, et une multitude de projets enneigés font leur apparition.

Sélectionné pour participer aux championnats du monde d'escalade sur glace, Olivier Brun n'a pas les moyens financiers pour participer aux différentes étapes de la compétition réparties tout autour du globe. Il s'explique sur sa page de présentation : "La sélection France dépend de la fédération FFCAM et ne peut me soutenir financièrement à 100% sur les six étapes de la coupe du monde". Les dons reçus sur le site Fosburit.com ont donc pour objectif de l'aider à financer les voyages et l'hébergement sur les différents sites de la coupe du monde. Objectif atteint, puisqu'il a été financé à 100% par les contributeurs.

Merlin Surget, lui, son truc, c'est le snowboard. Et plus précisément, le boardercross. A 16 ans, il est membre de l'Équipe de France junior de snowboard cross. Ses objectifs ? Rivaliser avec les meilleurs. Et pour cela, il a besoin du meilleur équipement et du meilleur matériel possible. De même, il doit pouvoir se payer des stages de préparation. Des éléments qui ne sont pas pris en charge par la fédération française de ski, qui s'occupe déjà de tout ce qui concerne le fonctionnement et l'encadrement (entraîneurs, transport et hébergement sur les compétitions).

Mais il n'y a pas que des compétiteurs sur ces sites. Adeptes du télémark, une discipline qui regroupe plusieurs techniques de ski nordique adaptées au ski de descente avec talon libre, Andy Parisod et Jonas Chevallier souhaitent faire la promotion de ce sport à travers une série de courtes vidéos. "Nous sommes investis depuis plusieurs années dans la promotion de ce sport méconnu. En effet, beaucoup de personnes pratiquant un autre sport de glisse considèrent les télémarqueurs comme des marginaux de la glisse", précisent-ils sur leur page Fosburit. Un projet parmi d'autres, qui a eu le succès escompté, puisque les 1500 euros demandés ont été récoltés.

Au-delà de l'aspect purement financier, le sponsoring participatif a l'avantage de tisser des liens forts entre athlètes et fans. Une communauté se crée. Il y a un sentiment d'investissement pour son club ou pour son sportif.

Un succès qui attire forcément beaucoup de monde

Le succès de ces sites attire forcément de nouveaux acteurs. Au-delà des sites leaders du marché généraliste du crowdfunding comme Ulule ou Kisskissbankbank, qui sont bien entendus ouverts aux sportifs, il y a plusieurs sites qui se disputent le secteur du sport : sponsorise.me depuis 2013, fosburit et weplaysport depuis 2014 notamment. Ce qui n'est pas forcément une bonne chose étant donnée la domination de certaines plate-formes, et le peu de marge de manœuvre qu'il reste aux autres.

D'ailleurs, sur le marché généraliste, MyMajorCompany, pionnier du secteur en France, a choisi de stopper l'activité de sa branche de financement participatif à partir de mars 2016. Cet abandon intervient alors que le crowdfunding semble être à son apogée. Près de 300 millions d'euros ont été collectés en 2015, le double de l'année précédente. Et, toujours en 2015, c'est presque 18000 porteurs de projets qui ont pu se financer par ce biais, tous secteurs confondus, selon un rapport de l'association financement participatif France. Mais cela cache une autre réalité. La croissance commence à ralentir. Le nombre de projets financés chez les géants Ulule et Kisskissbankbank en 2015 n'a augmenté que de 18% par rapport à 2014, alors qu'auparavant, ils doublaient d'année en année.

Si le financement participatif veut continuer sa progression, dans le sport notamment, il va falloir trouver le moyen de convaincre les foules de financer les projets. Car pour le moment, c'est surtout la famille, les amis, les amis d'amis qui font des dons. D'ailleurs, 80% des personnes qui s'inscrivent sur ces sites ne font qu'un don.