

Les Liégeois investissent pour financer des projets originaux

Un bar à jus va bientôt ouvrir en Neuvise, le dernier projet en date, grâce au crowdfunding

Tout droit venu des États-Unis, le recours au crowdfunding est en train de se généraliser à Liège. Le principe ? Des entrepreneurs font appel aux dons de la population pour lancer leurs projets. Un système donnant-donnant : les donateurs sont récompensés en fonction du montant du don.



par Kathleen Wuyard

L'ENQUÊTE du lundi

La campagne de crowdfunding de Violetta Goncharuk touche à sa fin. Mais, pour cette Liégeoise de 24 ans, l'aventure ne fait que commencer.

Violetta a en effet eu la chance de voir sa récolte de fonds sur la plateforme **Kiss Kiss Bank Bank** couronnée de succès : elle a non seulement atteint son objectif de départ de 12.000 euros, mais a aussi récolté 375 euros supplémentaires. Une récolte de fonds fructueuse donc, mais qui ne fut pas sans son lot de stress.

UNE HEURE AVANT LA FIN !

« Sur **Kiss Kiss Bank Bank**, si on n'arrive pas à collecter la totalité de la somme dans le délai imparti, on perd tout l'argent qu'on nous a versé ! Vers la fin de la collecte, j'ai eu un gros stress : j'avais récolté 9150 euros, mais le compteur ne bougeait plus trop... »

Je me suis dit qu'il fallait que je prenne les choses en main et j'ai complété le reste de la somme moi-même pour ne pas tout perdre. La dernière semaine de la collecte a été très intense. Je n'ai presque pas dormi les derniers

jours. J'ai comblé le trou une heure avant la fin de la collecte ! »

Mais le stress en valait la peine. Ici quelques semaines, Violetta ouvrira son bar à jus en Neuvise, baptisé « **Le Petit Pressoir** ».

« J'avais envie de sensibiliser les Liégeois au développement durable et de leur proposer de « bons » produits, au propre comme au figuré. J'ai choisi de soutenir les petits producteurs locaux et de proposer des jus de fruits et de légumes bios, de saison et équitables ».

Et grâce au buzz suscité par la campagne de crowdfunding,

VIOLETTA A DÛ COMPLÉTER LA SOMME DANS LA DERNIÈRE HEURE...

LE CROWDFUNDING PERMET DE CRÉER UNE COMMUNAUTÉ AUTOUR DU PROJET

l'engouement est déjà bien présent pour son concept.

« Le crowdfunding est un chouette moyen de faire connaître un projet avant qu'il ne soit réalisé, cela crée une vraie communauté tout autour. Et puis cela me plaisait qu'il y ait une dimension solidaire et participative. À refaire, je n'hésiterais pas à utiliser à nouveau ce moyen de financement... Mais je serais peut-être moins ambitieuse dans la somme à récolter. J'ai bien cru que je ne l'atteindrais pas ! »

Emmanuelle Wégria, elle, a eu la chance d'atteindre son objectif financier sans devoir puiser dans sa cagnotte personnelle.

La dynamique patronne de **Wattitude** a décidé de faire appel au financement participatif pour lancer « **C'est la Watt** », une compilation d'artistes wallons.

« Je n'avais pas les fonds propres nécessaires à la création du CD, j'ai donc décidé de faire appel au crowdfunding. J'ai eu la chance que les gens jouent le jeu, j'imagine qu'ils ont trouvé les contreparties proposées intéressantes. Mais je ne me rendais pas compte avant la campagne que le crowdfunding, c'est un travail à temps plein : il faut tout le temps relancer les gens, cela demande énormément d'investissement personnel », explique Emmanuelle.

IL FAUT DE BELLES CONTREPARTIES

Sans compter que pour séduire les donateurs potentiels, il faut leur proposer des contreparties alléchantes. C'est ce qu'avait fait l'équipe de « **Léopold, roi des Belges** », un dessin animé. Ainsi, un don de 200 euros donnait droit à une projection privée en avant-première, tandis que pour 3.000 euros, vous aviez droit à un personnage à votre effigie dans le dessin animé.

Malgré ça, l'équipe du dessin animé n'a récolté que 16.000 euros sur les 50.000 demandés. Selon Emmanuelle Wégria, « tous les projets ne s'adaptent pas au crowdfunding, il faut convaincre le public ». Le Trocadero en a fait les frais : seulement 400 euros pour relancer le théâtre... ■

CHEZ JOB'IN

« Plus qu'un moyen de financement, un outil de communication »

A Liège, les entrepreneurs en herbe peuvent faire appel aux services de la coureuse d'entreprises **Job'in**. Celle-ci accompagne les entrepreneurs dans la réalisation de leur projet, et dans la recherche de moyens de financement pour celui-ci.

Selon Marthe Rivière, conseillère en création d'entreprise chez Job'in, le crowdfunding est un outil à ne pas

négliger : « Dans le financement d'un projet, la première source de fonds est souvent la famille, les amis... Le crowdfunding permet de favoriser ce type de financement. Cela dit, pour que cela fonctionne, il faut une stratégie de communication en béton armé, châtée par rapport au public qu'on veut atteindre. »

Le crowdfunding va tellement vite qu'il faut être dans l'action, pas la réflexion : la stratégie de communication doit avoir été établie avant. Cela demande beaucoup de travail en amont. Mais le résultat en vaut la peine : « C'est un outil de communication extraordinaire, ça permet de valider le projet auprès du public. » ■



Grâce au crowdfunding, Emmanuelle Wégria a pu financer son CD d'artistes wallons, « C'est la Watt »



Violetta a récolté 20.000 euros pour son bar à jus en Neuvise



Violetta et ses jus.



Le crowdfunding séduit le secteur culturel (ici, « Léopold »)



Ce fut raté pour le Trocadero...