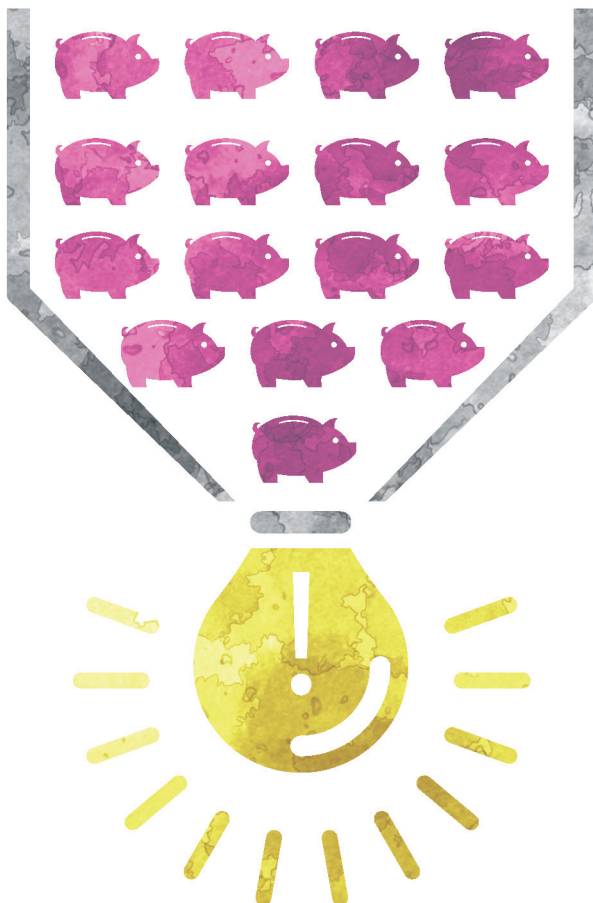
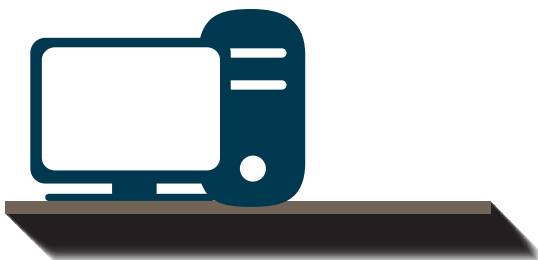


Le crowdfunding

Un financement alternatif et citoyen ?



INFOS

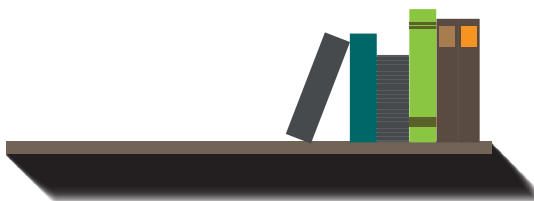


Toutes nos publications sont disponibles gratuitement :

- En **téléchargement**, depuis l'adresse internet de notre ASBL :
- En **version papier**, vous pouvez les consulter dans notre Centre d'Archives et de Documentation situé :

Rue des Deux Églises, 45 - 1000 Bruxelles

T : 02/238 01 69 - M : archives@cpcp.be



« Quand les petits ruisseaux
font les grandes rivières... »



INTRODUCTION

Quel peut bien être le point commun entre l'album « Toi + Moi » du chanteur Grégoire¹ ; « Acar'Up », une nouvelle méthode d'éradication des acariens² ; la bière bruxelloise « Babylone » à base de pain frais recyclé³, et même la crise grecque ?

Réponse : le crowdfunding ! Dans les trois premiers cas cités ci-dessus, ce sont des projets qui ont été financés par ce mécanisme. Voici donc trois exemples de ce que permet de faire le financement participatif (ou crowdfunding). Dans le cas de la crise grecque, face à l'enlisement de ce dossier, un Britannique a lancé fin juin 2015 un appel de fonds par crowdfunding pour sauver le pays de la faillite⁴. Après seulement quelques jours, le montant des dons dépassait déjà 1,4 million d'euros⁵.

¹ Site internet de la plateforme « MyMajorCompany », <https://www.mymajorcompany.com/toi-moi>, consulté le 2 juillet 2015

² Site internet de la société « Domobios », <http://domobios.com/fr/societe/historique.html>, consulté le 2 juillet 2015.

³ Site internet du « Beer Project Brussel », <http://beerproject.be/our-project>, consulté le 2 juillet 2015.

⁴ « Une opération de crowdfunding pour sauver la Grèce », *Le Soir*, 30 juin 2015 ; <http://www.lesoir.be/923736/article/economie/2015-06-30/une-operation-crowdfunding-pour-sauver-grece>, consulté le 2 juillet 2015.

⁵ LALLEMAND C., « La cagnotte pour sauver la Grèce explose, les Allemands plutôt généreux », *TrendsTendance.be*, 3 juillet 2015 ; <http://trends.levif.be/economie/politique-economique/la-cagnotte-pour-sauver-la-grece-explose-les-allemands-plutot-generoux/article-normal-403715.html>, consulté le 3 juillet 2015

À l'heure des crises bancaires à répétition et des taux d'intérêt frôlant le zéro absolu, l'épargnant ne sait probablement plus à quel saint se vouer pour placer son argent. En outre si l'éthique constitue un critère de sélection pour ses placements, les possibilités qui s'offrent à lui se réduisent et ne sont pas toujours bien connues.

Par ailleurs, les porteurs de projets innovants éprouvent beaucoup de mal à les financer. En effet, les banques se montrent très frileuses face aux incertitudes générées par de nouveaux projets, en particulier par ceux de petites tailles. Les crédits pour ces derniers deviennent dès lors difficilement accessibles.

Ce phénomène est encore aggravé en temps de récession économique. Les jeunes entreprises, les startups, les TPE et PME⁶ traversent ainsi une crise de financement depuis quelques années.

Le crowdfunding, également appelé financement participatif, représente alors une alternative prometteuse au système traditionnel d'investissement.

Mais qu'est-ce que le crowdfunding ? Derrière ce mot à la sonorité quelque peu barbare se cache un concept assez simple. Ce terme anglais signifie littéralement « financement (funding) par la foule (crowd) ». C'est donc un mécanisme de finance-

ment qui s'effectue sans passer par les banques et autres institutions classiques de financement mais bien par le grand public. Le principe est simple : un grand nombre de contributeurs apportent de petits montants qui vont permettre d'atteindre le financement souhaité. Dans leur étude relative à un cadre pour le crowdfunding en Europe (« A Framework for European Crowdfunding »), les auteurs proposent une définition plus détaillée.

Le crowdfunding peut être défini comme « un effort collectif de nombreux individus qui se mettent en réseau et réunissent leurs ressources pour soutenir des efforts entrepris par d'autres individus ou organisations. Ceci est généralement réalisé avec l'aide d'Internet. Des projets individuels et des entreprises

⁶ TPE : Très Petites Entreprises ; PME : Petites et Moyennes Entreprises.

sont financés par de petites contributions provenant d'un grand nombre d'individus, ce qui permet à des innovateurs, des entrepreneurs et des actionnaires d'utiliser leurs réseaux sociaux pour lever des capitaux. »⁷

Le développement d'Internet et des réseaux sociaux est prépondérant dans la croissance du phénomène « crowdfunding ». En effet, ce mode de financement s'effectue par l'intermédiaire de sites Internet que l'on nomme « plateformes de crowdfunding ». C'est via ces plateformes que porteurs de projets et contributeurs potentiels peuvent se rencontrer.

Le financement participatif crée un lien particulier entre eux et cette relation va au-delà du rapport qu'un investisseur « classique » peut entretenir avec l'entreprise dont il détient des actions (actions dont il ne connaît d'ailleurs pas toujours la nature, la composition ou la provenance).

Le site « ConsoGlobe » donne cette autre définition : « Le crowdfunding rassemble des individus autour d'un projet humain, une expérience collective. (...). C'est un mode de financement participatif qui bouscule l'économie ; il est fondé sur d'autres critères que la recherche unique de profit. Cette nouvelle tendance, qui s'inscrit dans le mouvement de l'économie collaborative, est avant tout une expérience de capital social partagé. »⁸

“ *Le crowdfunding rassemble des individus autour d'un projet humain, une expérience collective. (...) (Il) est avant tout une expérience de capital social partagé.* ”

⁷ “Crowdfunding can be defined as a collective effort of many individuals who network and pool their resources to support efforts initiated by other people or organizations. This is usually done via or with the help of the Internet. Individual projects and businesses are financed with small contributions from a large number of individuals, allowing innovators, entrepreneurs and business owners to utilise their social networks to raise capital.” K. DE BUYSERE, et alli, A framework for European Crowdfunding, s.l. : s.e., 2012, p. 9 ; <http://www.crowdfundingframework.eu> ; traduit et cité par M.-B. DE GHELLINCK, Le crowdfunding, un nouveau modèle pour financer des projets responsables ?, s.l. : Réseau Financement Alternatif, « Analyse », 2013, <https://www.financite.be/sites/default/files/references/files/crowdfunding.pdf>

⁸ ANNABELLE, « Le crowdfunding : quand des inconnus financent votre projet », Consoglobe, 26 février 2015, <http://www.consoglobe.com/crowdfunding-inconnus-finacent-projet-cg>, consulté le 12 mars 2015.

Les projets ainsi portés peuvent être de nature entrepreneuriale, sociale, culturelle, environnementale... mais peuvent aussi tout simplement être liés à la défense d'une cause bien précise. Il y a en effet bien souvent une dimension d'engagement dans la démarche.

Cette dimension d'engagement et le rôle d'Internet sont deux caractéristiques qui différencient le crowdfunding des autres formes d'investissement classiques.

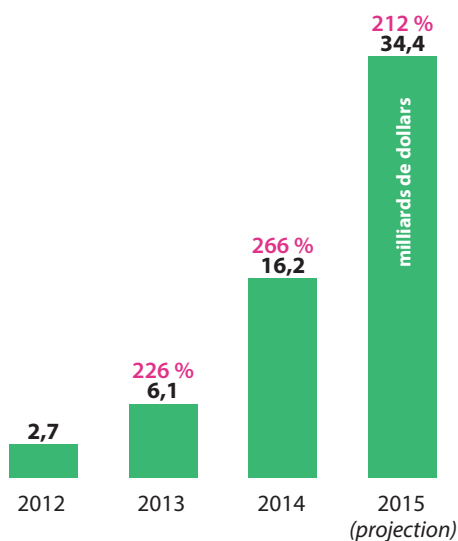
Avertissement

Dans cette publication, nous limiterons volontairement notre analyse au crowdfunding qui touche le citoyen lambda, c'est-à-dire par exemple, un consommateur de la classe moyenne qui investit une partie plus ou moins importante de ses économies dans le financement participatif mais qui n'en vit pas et n'en fait pas sa profession. Nous ne rentrerons donc pas dans des considérations techniques et économiques complexes. Pour les mêmes raisons, l'objectif de cette publication n'est pas de fournir un guide pratique complet pour le candidat « crowdfunder » mais bien de donner un coup de projecteur sur ce phénomène qui s'adresse à tout un chacun et qui représente clairement une alternative aux modes de financement classiques.

I. L'ÉVOLUTION DU CROWDFUNDING EN QUELQUES CHIFFRES

Même si ce type de financement n'est pas prêt de détrôner la finance classique, on observe toutefois une progression constante du crowdfunding. Les montants collectés dans le monde par les sites de finance participative sont ainsi passés de 2,7 milliards de dollars en 2012 à 16,20 milliards en 2014.⁹

Montants collectés dans le monde par les sites de crowdfunding (en milliards de dollars)

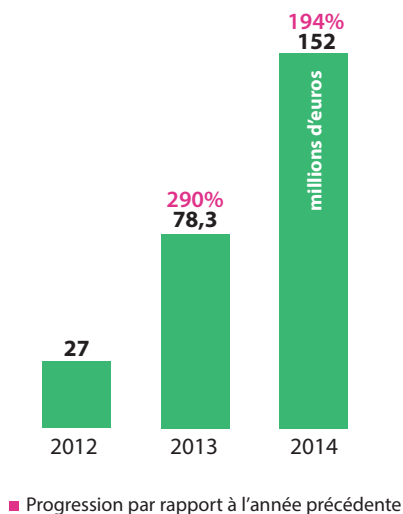


■ Progression par rapport à l'année précédente

⁹ F. CAZENAVE, « La finance prend pied dans le crowdfunding », *Le Monde*, 16 avril 2015, http://www.lemonde.fr/argent/article/2015/04/16/la-finance-prend-pied-dans-le-crowdfunding_4616725_1657007.html, consulté le 28 avril 2015.

Cette croissance est également observable en Europe. En France par exemple, les montants collectés sont passés de 27 millions d'euros en 2012 à 152 millions en 2014.^{10 11}

Montants collectés en France (en millions d'euros)

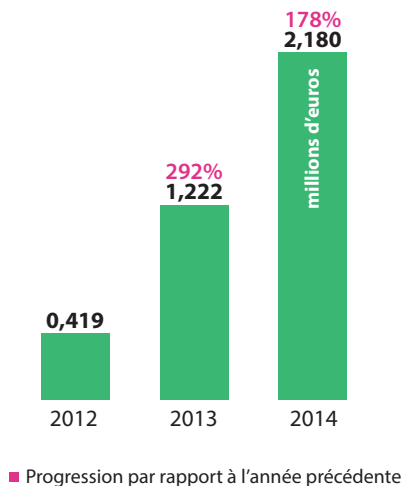


¹⁰ « Baromètre 2013 du crowdfunding France », *Financement participatif France*, <http://financeparticipative.org/barometres/annee-2013/>, consulté le 13 mai 2015.

¹¹ « Baromètre 2014 du crowdfunding France », *Financement participatif France*, <http://finance-participative.org/barometres/annee-2014/>, consulté le 13 mai 2015.

Et en Belgique, les montants sont moins importants mais la progression est par contre quasi identique, passant de 419.000 euros collectés en 2012, à 2,18 millions d'euros en 2014.¹²

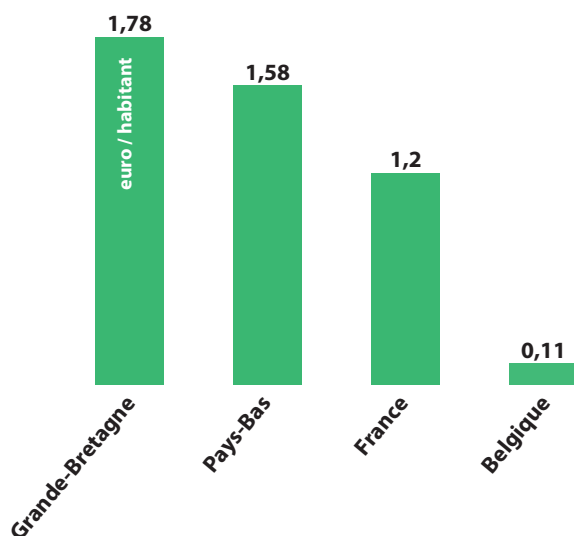
Montants collectés en Belgique (en millions d'euros)



¹² « Le Crowdfunding en Belgique : augmentation de 80 % en 2014 », KPMG Belgium, 27 novembre 2014, <http://www.kpmg.com/BE/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Press-releases/Pages/27112014-FR.aspx>, consulté le 13 mai 2015.

La Belgique accuse pourtant un important retard par rapport à ses voisins si on compare les montants recueillis par an et par habitant :¹³

Fonds recueillis par crowdfunding en 2013
(en € / hab)



Comment expliquer ce retard ? Cela pourrait être une question de culture, en Belgique nous sommes davantage habitués à des projets subsidiés mais nous n'avons pas encore la culture du don ou de l'investissement privé (culture Anglo-Saxonne). Par ailleurs, les frontières linguistiques entre communautés auraient tendance à morceler le marché et donc freiner son développement.¹⁴

¹³ Ibid.

¹⁴ J. WINKEL, « Crowdfunding : vers l'infini et au-delà ? », *Alteréchos*, 402, 13 mai 2015 ; <http://www.alterechos.be/alter-echos/crowdfunding-vers-linfini-et-au-dela>, consulté le 13 mai 2015.

II. COMMENT ÇA MARCHE ?

Le crowdfunding peut prendre plusieurs formes :

- Le don (avec ou sans contrepartie),
- Le préfinancement,
- Le prêt (avec ou sans intérêt),
- L'investissement en capital.

1. Le don

Le porteur de projet fait appel à la générosité du grand public pour financer son projet ou sa cause. Le contributeur peut apporter son don via une plateforme de crowdfunding. Il peut éventuellement se voir récompensé par une contrepartie.

Le don sans contrepartie, que l'on pourrait également qualifier de mécénat. Cette forme est principalement utilisée dans le secteur non-marchand. Mais elle est plus rare sur les plateformes de crowdfunding car la plupart des ONG¹⁵ caritatives ont depuis bien longtemps déjà leur propre réseau d'appels aux dons et elles ne passent pas par de telles plateformes. Le contributeur agit dans ce cas par altruisme et de façon totalement désintéressée.

Le don avec contrepartie également appelé « récompense » (ou « reward » en anglais) peut quant à lui prendre une multitude de formes selon la créativité des auteurs de projets. La valeur de la contrepartie, non financière la plupart du temps, est en général proportionnelle au montant versé. Par exemple, il pourra s'agir d'un remerciement sur le site Internet ou la page Facebook de l'entreprise pour les plus petits dons (5 ou 10 €). La contrepartie augmente ensuite avec l'importance du don. Elle peut être en relation avec le projet (par exemple un pot de miel pour le financement d'une ruche ou le nom du donateur inscrit sur la ruche qu'il parraine) ou sans rapport direct (par exemple, une œuvre d'art, réalisée par un artiste mécène qui la met à la disposition de

¹⁵ ONG : Organisation non gouvernementale.

l'auteur du projet qui lui-même la rétrocède à un contributeur effectuant un don très important). Il peut aussi s'agir d'un produit dédié, ou d'une rencontre personnalisée, éventuellement agrémentée d'un repas, d'une visite guidée... Cette contrepartie ne représente donc pas un bénéfice financier mais plutôt un cadeau en remerciement des dons versés.

C'est par exemple via ce système que le chanteur français Grégoire a financé son premier album, « Toi + moi » sorti en 2008, grâce à la plateforme MyMajorCompany. (70.000 euros récoltés en 45 jours).¹⁶

2. Le préfinancement (parfois assimilé au don)

Stade intermédiaire si l'on peut dire, entre le don avec contrepartie et l'investissement en capital. Cette méthode permet de tester, de mesurer l'intérêt du public pour un nouveau produit. Le porteur de projet lance un appel de fonds avant d'entamer sa production. Si le financement réussit, l'entrepreneur a la confirmation de l'intérêt pour son produit, mais dispose également des fonds nécessaires pour lancer la production. La plupart du temps, ce préfinancement peut être considéré en quelque sorte comme une prévente.

C'est par exemple le cas pour des créateurs de jeux de société souhaitant produire leurs jeux par crowdfunding. Une fois le jeu élaboré, les règles définies... l'auteur lance une campagne de crowdfunding (doublée d'une campagne de publicité vers les publics cibles). Le montant à financer englobe non seulement le coût de production d'un certain nombre d'exemplaires du jeu, mais également des frais de recherche et développement, des frais de communications... et divers autres frais éventuels liés à la conception du produit. Via sa contribution, chaque contributeur achète à l'avance son exemplaire. Si un contributeur verse un montant supérieur, il aura droit à une version « de luxe » du jeu (avec une finition plus soignée du jeu ou un plus beau packaging par exemple) ou encore des extensions gratuites du jeu.

¹⁶ « Le financement participatif, quel intérêt pour mon projet ? », Éconosoc, avril 2014 ; http://econosoc.be/?rub=actualite&page=financement_participatif, consulté le 18 mai 2015.

Il ne s'agit donc pas tout à fait d'un don avec contrepartie mais plutôt d'une précommande. Ce n'est pas un prêt puisque le contributeur récupère un produit en retour plutôt que son argent, ni un investissement en capital puisque il n'y a pas de prise de part dans la société. La motivation de l'investisseur est, ici, avant tout matérielle puisqu'il précommande un produit dont il sera l'un des premiers à disposer, avec éventuellement, un avantage spécifique réservé aux investisseurs (par exemple, un prix réduit par rapport à celui qui sera fixé lors de la commercialisation classique du produit).

3. Le prêt (aussi appelé crowdlending ou lending)

Le prêt (avec ou sans intérêt) via une plateforme de crowdfunding permet à un auteur de projet ou une start-up de rassembler des fonds via des emprunts à un taux d'intérêt généralement plus faible que ceux proposés par les banques. Certaines plateformes proposent même des prêts sans intérêt.

Dans le premier cas, l'investisseur attend donc un retour financier via les intérêts. Dans le second cas, la motivation de l'investisseur est plus sociétale que financière. Bien entendu, la motivation du prêteur peut également être double : à la fois financière et sociétale.

Le prêt peut également se faire entre particuliers, sans intermédiaire. Ce système est très répandu aux États-Unis, par exemple pour financer un mariage ou l'achat d'une maison. Apparenté au microcrédit¹⁷, ce système est soumis à une réglementation complexe et très stricte, ce qui explique sans doute pourquoi il est moins développé.¹⁸

¹⁷ Crowdlending et microcrédit présentent des différences. Entre autres, le microcrédit peut émettre des crédits à des taux d'intérêts parfois bien supérieurs à ceux appliqués par les banques.

¹⁸ *Ibid.*

4. L'investissement en capital (ou equity)

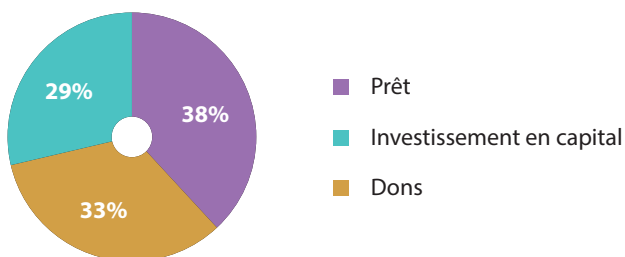
Dans ce cas, le contributeur investit dans la société et acquiert des parts dans le capital de celle-ci. En échange, il peut recevoir, ou non (selon le mode choisi), des dividendes lorsque la société est bénéficiaire. Ici aussi la motivation de l'investisseur peut être financière, (pour des projets à finalité économique le plus souvent), ou sociétale (pour des projets à vocation plus sociale).

III. RÉPARTITION ENTRE LES DIFFÉRENTS TYPES DE CROWDFUNDING

En Belgique, les trois types de crowdfunding sont en relatif équilibre. Avec 38 %, le prêt arrive en tête, suivi par les dons (y compris le préfinancement) (33 %) et enfin l'investissement en capital à 29 %.¹⁹

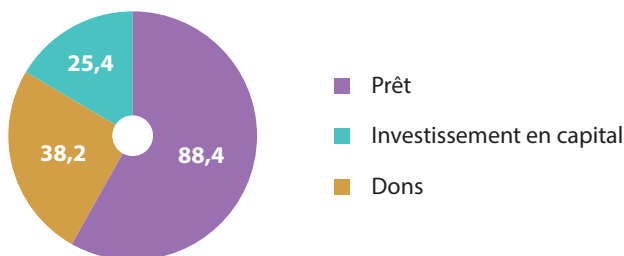
En France, la situation est quelque peu différente. La majorité des contributions se fait via le prêt (58 %), viennent ensuite les investissements en capital (25 %) et enfin les dons (17 %).²⁰

Montants collectés en 2014 par type de plateforme en Belgique
(en %)



¹⁹ « Le Crowdfunding en Belgique : augmentation de 80 % en 2014 », *op. cit.*

²⁰ « Baromètre 2014 du crowdfunding France », *op. cit.*

En France (en millions d'euros)

IV. CADRE RÉGLEMENTAIRE

La Belgique ne dispose pas encore d'un cadre légal spécifique pour le crowdfunding. En pratique, il faut donc se référer à la législation financière « générale ».²¹ La FSMA²², l'Autorité des services et marchés financiers, a cependant rédigé plusieurs notes à destination du secteur, mais cela reste insuffisant. Retenons qu'un investisseur ne peut dépasser un plafond de 1.000 euros par projet et que le montant maximum à financer par crowdfunding pour un projet ne peut dépasser 300.000 euros. En dehors de ces conditions, d'autres dispositions, beaucoup plus complexes à mettre en œuvre, sont applicables.

²¹ Principalement la loi du 6 juin 2006 relative aux offres publiques d'instruments de placement et aux admissions d'instruments de placement à négociation sur des marchés réglementés (appelée également «loi prospectus»).

²² FSMA pour Financial Services and Markets Authority, c'est-à-dire l'Autorité des services et marchés financiers.

V. LE RÔLE DES PLATEFORMES

En pratique, ça donne quoi ?

Une fois son projet bien ficelé, l'auteur qui souhaite un financement via crowdfunding devra choisir une plateforme où il déposera son projet. Pour le néo-phyte, ici se pose déjà une première difficulté : quelle plateforme choisir ?

- De quel type : don, prêt, financement... ?
- Axée sur quelle thématique : plutôt généraliste, culturelle, sociale, ciblée startup... ?
- Implantée en Belgique, en France, en Europe voire au États-Unis ?
Les plateformes belges ont naturellement l'avantage de la proximité, mais elles ne sont pas encore très développées, donc pas toujours connues et donc pas forcément très fréquentées. Les plateformes françaises gardent l'avantage de la langue et de la culture francophone. Les plus grosses plateformes sont américaines, elles attirent de nombreux et importants investisseurs, mais à l'inverse, le projet pourrait se voir noyé parmi les centaines qui y sont déposés et il faudra passer la barrière de la langue.

Il existe de nombreuses plateformes, chacune a ses spécificités. Comme nous l'avons signalé, cette publication n'a pas pour ambition de fournir un guide pratique du crowdfunding. Nous proposons néanmoins aux lecteurs intéressés de se tourner vers des publications qui présentent un certain nombre de plateformes en y explicitant leurs spécificités.²³

Lorsque la plateforme est choisie et que celle-ci a retenu la proposition, l'auteur peut commencer la présentation de son projet. Celle-ci comporte au minimum le descriptif du projet, l'objectif financier chiffré (avec le détail des postes de dépenses), le délai pour l'atteindre et les contreparties propo-

²³ D. BOVY, J.-F. BIERNAX, Ph. TOMBERG, « Crowdfunding, Appel à l'équipe », *Budget&Droits (Test-Achats)*, 239, mars-avril 2015, p.8-13 ; « Crowdfunding (Financement collaboratif de projets) », *ConsoCollaborative (écoconso)*, <http://www.ecoconso.be/consocollaborative/index.php/modeles-economiques/147-crowdfunding-financement-collaboratif-de-projets>, consulté le 12 mai 2015 ; M.-B. DE GHELLINCK, *Le crowdfunding, un nouveau modèle pour financer des projets responsables ?*, op.cit. ; « Le financement participatif, quel intérêt pour mon projet ? », *Éconosoc*, op. cit.

sées. Bien entendu, plus cette présentation sera étoffée et attractive, plus les chances de succès augmenteront. Les sites fournissent la plupart du temps une aide, le plus souvent sous la forme d'un tutoriel illustré d'exemples et de statistiques, mais rarement une aide personnalisée.

L'étape suivante est celle de la promotion du projet. Cette étape est évidemment cruciale pour toucher un maximum de contributeurs. Les actions à mener commencent dans l'entourage direct du promoteur (famille, amis, collègues...), ensuite, dans un second cercle d'influence (« les amis des amis »), enfin, vers le grand public. Ici aussi, la plupart des sites donnent quelques conseils. Les réseaux sociaux jouent à ce stade un rôle prépondérant.

Les plateformes ont également un rôle de contrôle, mais celui-ci est assez sommaire. Dans son article de mars - avril 2015, Budget et Droit attire d'ailleurs l'attention sur ce fait :

« Le fait d'être sélectionné par une plateforme de crowdfunding est en soi un certain gage de crédibilité, même si l'on peut regretter que les vérifications qui sont faites soient extrêmement sommaires en pratique ».²⁴ Par ailleurs, les plateformes n'assurent pas le suivi des projets. Autrement dit, si le promoteur ne délivre pas les contreparties promises, la plateforme ne peut en être tenue responsable. Les contributeurs peuvent l'en informer, elle pourra éventuellement décider d'exclure le promoteur indélicat de sa plateforme mais toute la responsabilité incombe au porteur du projet.

Enfin, il faut savoir que les plateformes se financent via une commission prélevée sur chaque récolte de fonds réussie. Cette commission varie généralement de 5 à 10 % de la somme récoltée, à laquelle il faut parfois ajouter des frais de transactions bancaires sécurisées. Ainsi par exemple, KissKissBankBank, une importante plateforme française (également présente en Belgique), perçoit une commission de 5 % et 3 % de frais de transactions, soit 8 % TTC au total. Le promoteur a donc tout intérêt à inclure ces frais dans le calcul de l'objectif financier qu'il veut atteindre.

“L'étape suivante est celle de la promotion du projet. Cette étape est évidemment cruciale pour toucher un maximum de contributeurs. Les réseaux sociaux jouent à ce stade un rôle prépondérant.”

²⁴ D. BOVY, J.-F. BIERNAX, Ph. TOMBERG, *op. cit.*, p. 10.

VI. LA RÈGLE DU « TOUT OU RIEN »

En lançant son appel de fonds, le porteur de projet fixe un objectif de collecte minimal. Il peut également fixer des objectifs supérieurs s'il le souhaite. Si l'objectif minimal est atteint, il reçoit les contributions des participants, le projet peut être lancé et les contributeurs reçoivent la contrepartie fixée. Le crowdfunding a réussi. Si l'objectif minimal n'est pas atteint, les participations sont annulées, les contributeurs sont remboursés. Le crowdfunding a dans ce cas échoué.

Notons que le système connaît parfois une variante : les contributeurs ne déboursent pas le moindre euro tant que l'objectif n'est pas atteint.

VII. AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DU CROWDFUNDING

Les avantages et inconvénients du financement participatif vont évidemment dépendre du type de crowdfunding concerné.

1. Les avantages

a. Pour le porteur de projet

- Le crowdfunding représente un mécanisme de financement alternatif intéressant puisqu'il permet de collecter des fonds sans passer par les banques et les autres institutions classiques de financement. Cela peut représenter un gain de temps considérable et les taux d'intérêt peuvent être plus favorables ; sans oublier que les banques se montrent de plus en plus réticentes à financer des projets pour lesquels elles n'ont pas des garanties en béton.

- Comme l'explique éconosoc dans son dossier de 2014, le crowdfunding est un outil de marketing puissant :²⁵
- Il permet de tester un produit, de sonder l'intérêt et la pertinence de celui-ci auprès du public. En quelque sorte, il peut faire office d'étude de marché. Le porteur de projet lance un appel de fonds avant d'entamer sa production. Si le financement réussit, il a la confirmation de l'intérêt pour son produit, et en outre, il dispose déjà des fonds nécessaires pour lancer la production. Ce qui est un avantage considérable, qui lui permet par ailleurs de gagner du temps.
- Il fait appel au marketing viral :²⁶ les premiers contributeurs deviendront les ambassadeurs de l'entreprise, recommandant le produit lors d'événements ou via les réseaux sociaux, forum, blogs... Ils convaincront ainsi d'autres consommateurs par leur investissement non seulement financier, mais aussi émotionnel.
- Ces premiers ambassadeurs seront assez vite rejoints par d'autres partisans et formeront une communauté autour du projet. Celle-ci va lui donner de la visibilité, va attirer de nouveaux contributeurs mais aussi développer la communication autour du projet, partageant idées, suggestions, remarques... qui vont fournir un précieux feedback à l'auteur de projet.
- Le crowdfunding donne de la crédibilité au projet. Le fait d'être sélectionné par une plateforme est déjà gage d'un minimum de sérieux. Ensuite, un financement réussi permet de crédibiliser le projet ou l'entreprise, auprès d'autres candidats investisseurs, et surtout auprès d'institutions classiques de financement qui ouvriront alors plus facilement leurs portes.
- L'auteur du projet a bien entendu l'occasion de s'adresser à un public local, mais également, grâce à Internet, à un vaste public international.
- S'il s'agit d'une cause que le porteur de projet veut défendre, le crowdfunding lui donne l'occasion de sensibiliser un large public à travers la promotion et le partage de ses idées sur les réseaux sociaux.
- Avantage non négligeable : dans le cas du don et du préfinancement, déposer un projet n'engendre pas de frais si la levée de fonds échoue. Ceci enlève donc un obstacle de taille pour le candidat entrepreneur.

²⁵ « Le financement participatif, quel intérêt pour mon projet ? », *Éconosoc, op. cit.*

²⁶ Marketing viral : marketing qui repose sur la propagation très rapide d'un message publicitaire par le public cible lui-même (principe du bouche à oreille), le plus souvent via Internet et les réseaux sociaux, de telle sorte que la propagation du message soit exponentielle.

- Comme le rappelle éconosoc, le crowdfunding permet « un accès au financement, notamment en capital, à un stade où les autres moyens de financement ne sont pas accessibles à l'entrepreneur (par exemple, avant la constitution d'une société, pour lancer une première série de produits) ». ²⁷

“ *Le crowdfunding permet « un accès au financement, notamment en capital, à un stade où les autres moyens de financement ne sont pas accessibles à l'entrepreneur.* ”

b. Pour le contributeur

- Le financement participatif permet à toute personne de contribuer à un projet quel que soit l'état de ses richesses puisqu'il est possible de verser de toutes petites sommes. C'est d'ailleurs l'essence même du crowdfunding. En cela, on peut affirmer que ce mécanisme de financement est citoyen et qu'il crée du lien social.
- Le crowdfunding permet au contributeur de retrouver un placement qui a du sens et qui, dans certains cas, peut même rapporter plus que ce que les comptes d'épargne proposent actuellement, soit via une contrepartie attrayante, soit via des intérêts (prêt), soit via des dividendes (prise de capital).
- Le financement participatif lui permet de s'impliquer pour un produit, une innovation ou dans une cause qui l'intéresse, lui tient à cœur ou qui est porteur du sens selon lui.
- En ce qui concerne le don ou le préfinancement, ce type d'investissement comporte peu de risques car si la levée de fonds échoue, le contributeur récupère la totalité de sa mise.
- En prenant part à cette nouvelle tendance du financement, le contributeur participe à un projet humain qui rend du sens à l'économie.

²⁷ « Le financement participatif, quel intérêt pour mon projet ? », *Éconosoc*, op. cit.

2. Les inconvénients

Le crowdfunding est un outil relativement jeune, il doit encore évoluer pour atteindre une certaine maturité. Des risques existent, des dérapages ont eu lieu.²⁸

a. Pour le porteur de projet

- Le crowdfunding a un coût non négligeable. Les plateformes prélèvent en effet une commission et divers frais qui peuvent atteindre 10 % voire 12 % de la somme collectée par le porteur de projet lorsque la levée de fonds a réussi et parfois s'y ajoutent également des frais de transaction.
- Comme pour tout investissement, quelque soit le mode d'appel de fonds, le porteur de projet doit réaliser une évaluation rigoureuse de son projet, de son financement, du business plan... Ce n'est pas parce qu'on ne passe pas par les banques qu'on peut « se lancer à la légère ». Dans certains cas, faire appel aux conseils de professionnels peut s'avérer utile (mais aura probablement un coût)... Les plateformes offrent parfois cette assistance, mais c'est loin d'être généralisé.
- D'ailleurs, on peut déplorer que l'assistance offerte par les plateformes soit souvent assez limitée. Les conseils et recommandations donnés aux auteurs de projets en matière de présentation du projet, du montant de l'objectif à fixer ou de la promotion à faire pour sa campagne se résument souvent à un simple « guide méthodologique ». Il y a rarement un accompagnement personnalisé.

“ Dans le cadre d'investissement en capital le porteur de projet doit accepter l'idée que les décisions et la gestion ne sont plus de son seul ressort. ”

²⁸ P. SIGNORET, « Incompétence ou imprévu, quand le crowdfunding tourne mal », *TrendsTendance*, 6 mai 2015 ; <http://trends.levif.be/economie/entreprises/incompetence-ou-imprevu-quand-le-crowdfunding-tourne-mal/article-normal-393569.html>, consulté le 6 mai 2015 ; T. THULLIER, « Les oubliés du crowdfunding racontent leur mauvaise expérience », *L'express*, 6 janvier 2015 ; http://lentreprise.lexpress.fr/gestion-fiscalite/budget-financement/les-oublies-du-crowdfunding-racontent-leur-mauvaise-experience_1633638.html, consulté le 17 mai 2015.

- Dans le cadre d'investissement en capital, l'entreprise ouvre son capital à de nombreux investisseurs, l'entrepreneur voit ses parts se diluer. Cela a également un impact sur l'organisation et la gestion de l'entreprise (obligation de convoquer des assemblées générales d'actionnaires, droit de vote, transparence de gestion...). Le porteur de projet doit accepter l'idée que les décisions et la gestion ne sont plus de son seul ressort. Dernière conséquence, et non des moindres, il devra désormais partager les dividendes de la société avec les autres actionnaires.
- Avec le développement exponentiel du crowdfunding, on assiste à une multiplication des plateformes sur Internet. Assez paradoxalement, cela peut représenter une difficulté pour choisir celle où déposer son projet. Quelle est celle qui donnera le plus de visibilité au projet ? Quels critères faut-il prendre en compte pour choisir ? Faut-il privilégier une plateforme en Belgique ou au contraire aller vers un pays où le crowdfunding est beaucoup plus développé ?
- Une campagne de levée de fonds s'avère très coûteuse en énergie car il faut sans cesse communiquer, être présent sur les réseaux sociaux, assurer un feedback par rapport aux candidats contributeurs.
- Le crowdfunding présente certains risques : une campagne de levée de fonds ratée peut ternir l'image de marque d'une société ou écorner la crédibilité de l'auteur du projet. À l'image de la mésaventure de l'auteur du livre « Crowdfunding : a Guide to What Works and Why » qui a naturellement financé son projet par crowdfunding mais, ironie du sort, dont la levée de fonds s'est révélée être un échec cuisant !²⁹

b. Pour le contributeur

- D'une part, les vérifications et contrôles effectués en amont par les plateformes sur le sérieux des projets sont assez sommaires. D'autre part, elles n'exercent aucune responsabilité vis-à-vis de l'auteur du projet, elles n'assurent par exemple aucun suivi de la bonne exécution du projet une fois la collecte de fonds aboutie. C'est le porteur de projet qui est le seul responsable de la bonne exécution du projet et de la

²⁹ E. CARIO, C. GÉVAUDAN, « Comment rater son crowdfunding », *Libération*, 29 janvier 2015, http://www.liberation.fr/culture/2015/01/29/comment-rater-son-crowdfunding_1191545, consulté le 17 mai 2015.

délivrance des contreparties. Le candidat contributeur n'est donc pas à l'abri d'un projet bancal voir totalement frauduleux. Des cas existent mais ils sont heureusement assez rares.

- Les plateformes ne donnent que peu de conseils aux contributeurs pour choisir de bons projets et mesurer les risques d'échec.
- Le prêt et l'investissement en capital s'avèrent évidemment bien plus risqués que les deux premiers types de crowdfunding (don et préfinancement). Le contributeur n'a aucune garantie de réussite. S'il accorde une certaine importance à la disponibilité de ses fonds et à leur sécurité, alors il ne doit pas considérer la finance participative comme une alternative au compte d'épargne. En optant pour le crowdfunding, il doit accepter de prendre le risque que l'argent investi puisse être totalement perdu. En effet, la probabilité que le projet échoue existe, elle est même loin d'être négligeable. La plateforme MyMicroInvest évoque l'estimation suivante : en moyenne, sur dix nouveaux projets financés par crowdfunding, et dont l'appel de fonds a réussi (via le prêt ou l'investissement en capital), quatre vont connaître l'échec (avec un risque de perte totale), quatre vont perdurer mais sans atteindre les objectifs escomptés et ne vont donc pas offrir aux investisseurs un rendement satisfaisant et deux seulement vont être florissants et pourraient donc être fortement rentables.³⁰
- Enfin, les plateformes exigent dans certains cas des frais de transaction à charge du contributeur (ces frais seront alors additionnés au montant de sa contribution).

“*En optant pour le crowdfunding (...) il doit accepter de prendre le risque que l'argent investi puisse être totalement perdu.*”

³⁰ « Est-il judicieux d'investir dans plusieurs projets ? », MyMicroInvest - Mode d'emploi, <https://www.mymicroinvest.com/fr/faq>, consulté le 17 mai 2015.

VIII. LIMITES ET MENACES PESANT SUR LE CROWDFUNDING

Le crowdfunding a le vent en poupe mais trop de crowdfunding risque de tuer le crowdfunding ! En effet, on voit fleurir de très nombreux projets, la plupart sont pertinents mais il y en a aussi des plus farfelus, des financements pour des gadgets les plus improbables et inutiles ou encore des projets mal ficelés et voués à l'échec. Créer une startup, ça ne s'improvise pas. Le risque est de saturer les candidats investisseurs avec des projets non pertinents.

“*Le crowdfunding s’est développé, entre autres, à cause des lacunes et manquements des banques. Et « voilà que les banquiers viennent frapper à la porte du système qui palliait leurs manques ! » on est en droit de se demander si pareille collaboration ne trahit pas la philosophie de base du financement participatif.*”

Une autre menace plane sur le crowdfunding. Son succès attire la convoitise des opérateurs classiques du financement : les banques. On observe en effet une multiplication des partenariats entre établissements financiers et sites de crowdfunding.³¹ Ainsi par exemple, la plateforme française de prêt Unilend a annoncé sa collaboration avec Groupama Banque qui va prêter 100 millions d’euros sur quatre ans à des entreprises via le site d’Unilend. La banque choisira minutieusement les entreprises qu’elle compte soutenir et sera soumise aux mêmes règles que les investisseurs particuliers d’Unilend, si ce n’est qu’elle n’est pas tenue à la limite des 1000 euros, mais elle ne pourra investir qu’à concurrence de 20 % des fonds nécessaires à chaque projet.³² Pour Unilend, c’est une bonne chose car il n’y a pas toujours assez de prêteurs pour répondre à la demande de financements. C’est donc une complémentarité qui permet de trouver un équi

³¹ N. LE CLERRE, « Pourquoi les banquiers investissent les plateformes de crowdfunding », L’Express, 20 février 2015 ; http://votreargent.lexpress.fr/placements/pourquoi-les-banquiers-investissent-les-plateformes-de-crowdfunding_1653516.html, consulté le 17 mai 2015.

³² Ibid.

libre entre l'offre (les prêteurs) et la demande (les entreprises).³³ Au final, cela va permettre d'augmenter la collecte de fonds et donc les investissements pour les PME et TPE.

Cependant, on peut tout de même s'interroger sur le sens de cette démarche. Le crowdfunding s'est développé, entre autres, à cause des lacunes et manquements des banques, les initiateurs de projets devant alors trouver d'autres sources de financement et « voilà que les banquiers viennent frapper à la porte du système qui palliait leurs manques ! »³⁴ Il est difficile de ne pas y voir une tentative de récupération du système. Enfin, on est en droit de se demander si pareille collaboration ne trahit pas la philosophie de base du financement participatif. Il faudra en tout cas que le secteur du crowdfunding reste vigilant.

Par ailleurs, comme nous l'avons déjà dit plus haut, on peut également regretter le caractère relativement sommaire des contrôles exercés par les plateformes de crowdfunding. D'autre part, il n'y a toujours pas de législation spécifique au crowdfunding. Ce vide juridique pourrait bien poser problème tôt ou tard. Pour l'instant, la cohérence et la fiabilité du financement participatif reposent sur le sérieux des porteurs de projets et des plateformes auxquelles ils font appel. Jusqu'ici, il n'y a pas eu de dérives massives ou de grosses escroqueries à déplorer, mais si cela devait arriver, la crédibilité de tout le système serait mise à mal.

³³ F. CAZENAVE, « La finance participative ne laisse pas les banques de marbre », *Le Monde*, 21 janvier 2015 ; http://www.lemonde.fr/argent/article/2015/01/21/la-finance-participative-ne-laisse-pas-les-banques-de-marbre_4560648_1657007.html#, consulté le 17 mai 2015.

³⁴ O. BAILLY, « Le coq wallon lorgne la poule aux œufs d'or », *Alteréchos*, 402, 13 mai 2015 ; <http://www.alterechos.be/alter-echos/le-coq-wallon-lorgne-la-poule-aux-oeufs-dor>, consulté le 13 mai 2015.

IX. RECOMMANDATIONS ET PROPOSITIONS

Comme le réclame Test-Achat,³⁵ il est nécessaire d'améliorer la protection des investisseurs, qui, pour rappel, sont dans la plupart des cas, des citoyens ordinaires, mais aussi celle des porteurs de projets car ils sont sources d'innovations. Pour cela, le secteur a besoin de plus de régulation, entre autres au niveau des plateformes.

D'une part, il est urgent pour les autorités de fixer un cadre légal spécifique au crowdfunding et à tous ses acteurs afin de mieux les protéger mais aussi pour leur en faciliter l'accès.

D'autre part, il serait souhaitable d'apporter plus de professionnalisme au niveau des plateformes afin qu'elles puissent :

- Exercer un meilleur contrôle sur les projets qu'elles sélectionnent ;
- Mieux accompagner les promoteurs dans l'élaboration de leur projet mais aussi de leur suivi ;
- Apporter au public une analyse sérieuse des risques.

Mais ceci représentera inévitablement un coût pour les plateformes de crowdfunding qui devront le répercuter d'une manière ou d'une autre, probablement au niveau des commissions prélevées.

Enfin, ne serait-il pas souhaitable que les différentes plateformes belges aient une coupole commune (à l'image de Financement Participatif France). Celle-ci permettrait aux candidats contributeurs d'y voir plus clair mais elle serait également profitable aux promoteurs en augmentant la visibilité de leurs projets.

³⁵ D. BOVY, J.-F. BIERNAUX, Ph. TOMBERG, *Budget&Droits*, op. cit., p. 13.

CONCLUSION

Dans un contexte de crises multiples, crise financière bien entendu, mais aussi économique, sociale et environnementale, le financement participatif se révèle être plus qu'un simple palliatif à la morosité actuelle de la finance classique. Il redonne du sens à l'économie et permet à chaque citoyen de se mobiliser pour un projet de société qui va au-delà de la recherche du seul profit et où l'humain retrouve un peu de place.

Ce type de financement représente également une belle opportunité pour les entrepreneurs créatifs. Il permet l'émergence de projets audacieux, d'idées novatrices qui n'auraient peut-être pas pu percer autrement. Levier potentiel de croissance économique, le crowdfunding est également intéressant car il ouvre de nouvelles perspectives de financement pour des projets à vocation sociale, culturelle ou environnementale que les institutions classiques d'investissement n'auraient sans doute pas soutenus. Il renforce ainsi le secteur de l'économie sociale et plus largement de l'entrepreneuriat responsable.

Ce modèle est en pleine expansion mais doit encore s'affiner pour limiter les dérives, réduire les inconvénients liés au modèle mais surtout éviter la récupération par les mécanismes classiques de financement. Une meilleure autorégulation et un cadre légal approprié devraient y concourir.

Pour conclure, nous rappellerons cet extrait de la définition que donnait le site ConsoGlobe : « le crowdfunding est avant tout une expérience de capital social partagé ».

Espérons que sous cet angle, le crowdfunding puisse réconcilier le citoyen et la finance !

BIBLIOGRAPHIE

I. MONOGRAPHIES

- « Le financement participatif, quel intérêt pour mon projet ? », *Éconosoc*, avril 2014,
http://econosoc.be/?rub=actualite&page=financement_participatif
- DE GHELLINCK M.-B., *Le crowdfunding, un nouveau modèle pour financer des projets responsables ?*, s.l. : Réseau Financement Alternatif, « Analyse », 2013,
<https://www.financite.be/sites/default/files/references/files/crowdfunding.pdf>
- DE BUYSERE K., et ali, *A framework for European Crowdfunding*, s.l. : s.e., 2012, p. 9,
<http://www.crowdfundingframework.eu>

II. ARTICLES

- ARNOUX P., « Le phénomène du crowdfunding », *Le nouvel Économiste*, 17 octobre 2013,
<http://www.lenouveleconomiste.fr/le-phenomene-du-crowdfunding-20117/>
- BOVY D., BIERNAX J.-F., TOMBERG Ph., « Crowdfunding, Appel à l'équipe », *Budget&Droits (Test-Achats)*, n°239, mars-avril 2015, p. 8-13
- « Crowdfunding (Financement collaboratif de projets) », *Conso Collaborative (écoconso)*,
<http://www.ecoconso.be/consocollaborative/index.php/modeles-economiques/147-crowdfunding-financement-collaboratif-de-projets>
- CAZENAVE F., « La finance participative ne laisse pas les banques de marbre », *Le Monde*, 21 janvier 2015,
<http://www.lemonde.fr/argent/article/2015/01/21/la-finance-participative->

ne-laisse-pas-les-banques-de-marbre_4560648_1657007.html#

- LE CLERRE, N., « Pourquoi les banquiers investissent les plateformes de crowdfunding », *L'Express*, 20 février 2015, http://votreargent.lexpress.fr/placements/pourquoi-les-banquiers-investissent-les-plateformes-de-crowdfunding_1653516.html
- « Le Crowdfunding en Belgique : augmentation de 80 % en 2014 », *KPMG Belgium*, 27 novembre 2014, <http://www.kpmg.com/BE/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Press-releases/Pages/27112014-FR.aspx>
- RANKOVIC N, « IEB et IEW : l'associatif doit-il crowdfunder ? », *Alteréchos*, 402, 13 mai 2015
- WINKEL J., « Crowdfunding : vers l'infini et au-delà ? », *Alteréchos*, 402, 13 mai 2015

Auteur : Michel Dejong

DÉSIREUX D'EN SAVOIR PLUS !

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.

www.cpcp.be



Avec le soutien du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles



Centre Permanent pour la Citoyenneté et la Participation

Rue des Deux Églises 45 - 1000 Bruxelles

T : 02/238 01 27

info@cpcp.be