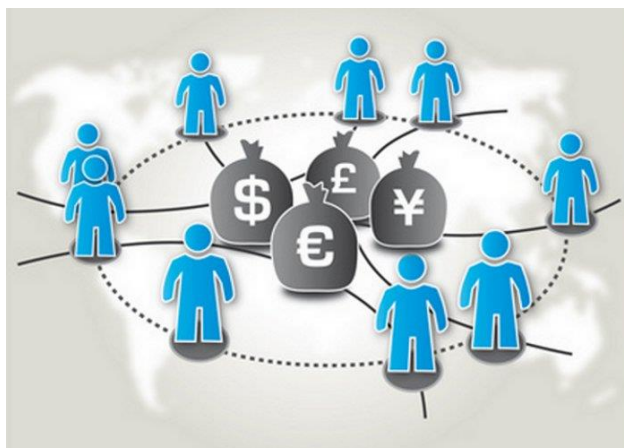


Le financement participatif pour les entreprises

Rédacteur: Christian PUGET
Dispositif de Veille Mutualisé ARDI-CCIR



Contacts :

Nawel SEBIHI (ARDI) nawel.sebihi@ardi-rhonealpes.fr

Eric MARTI (ARDI) eric.marti@ardi-rhonealpes.fr

Christian PUGET (CCIR) puget@rhone-alpes.cci.fr

1	Introduction	5
1.1	Définition.....	5
1.2	Cadre réglementaire.....	6
2	Les différents modèles existants.....	6
2.1	Le don.....	6
2.2	Le don avec contrepartie	6
2.3	Le prêt	7
2.4	L'investissement.....	7
3	Panorama de quelques plateformes.....	8
3.1	Anaxago.....	8
3.2	Crowd Avenue Lyon-Rhône-Alpes.....	8
3.3	Fabrique à innovations	9
3.4	Finsquare.....	9
3.5	Fosburit.....	9
3.6	Happy Capital	9
3.7	Indiegogo.....	10
3.8	Kickstarter.....	10
3.9	Kiosk to Invest.....	10
3.10	Kiss Kiss Bank Bank	10
3.11	Lendopolis	10
3.12	My Major Company	11
3.13	Smart Angels	11
3.14	Tous nos projets.....	11
3.15	Ulule	11
3.16	Unilend.....	11
3.17	U'Start'Me	12
3.18	We like Startup.....	12
3.19	We play Sport	12
3.20	Wiseed.....	12

4	Chronologie des différentes étapes de votre projet	13
4.1	Identifier votre communauté et construire un argumentaire	13
4.2	Choisir votre plateforme	13
4.3	Fixer le montant de votre collecte	14
4.4	Réaliser une vidéo de présentation.....	15
4.5	Rédiger votre présentation écrite	15
4.6	Définir les contreparties en nature	16
4.7	Définir les contreparties financières	16
4.8	Publier votre projet sur la plateforme	17
4.9	Communiquer pour faire la promotion de votre projet.....	17
4.10	Alimenter votre page projet.....	18
4.11	Faire parvenir remerciements et contreparties	18
5	Bibliographie disponible en ligne	19
6	Bibliographie disponible en librairie	21

1 Introduction

Ce document a été rédigé dans le cadre du Dispositif de Veille Mutualisé ARDI-CCIR. Vous y trouverez un certain nombre de repères pour appréhender les mécanismes du financement participatif (ou crowdfunding en anglais).

Son objectif n'est pas d'être un manuel exhaustif concernant les différents aspects du crowdfunding. Il existe pour cela des publications disponibles en librairie, bien documentées et structurées, qui sont citées en fin de ce document, ainsi que de très nombreux sites, pages et articles, dont certains sont également mentionnés.

Il est issu du document support de la soirée "[Le financement participatif pour les entreprises](#)" organisée le jeudi 9 avril 2015 par le cluster SPORALTEC et l'ARDI dans le cadre du projet « [FIDIAS, Innovative Financial Instruments for Sustainable Development in Alpine Space](#) » projet inscrit au programme de coopération territoriale Espace Alpin 2007-2013 dont l'ARDI est partenaire.

1.1 Définition

Le crowdfunding est un phénomène de société qui s'est développé ces dernières années grâce à l'essor d'Internet et des réseaux sociaux. Il permet de collecter des fonds auprès des internautes dans le but de financer un projet spécifique qui peut être soumis aussi bien par un créateur d'entreprise, une start-up, une entreprise bien établie ; que par des particuliers, des associations, voire des écoles, etc.

Le crowdfunding permet ainsi à des porteurs de projets de trouver des financements directement auprès des utilisateurs finaux des produits ou des services qu'ils souhaitent développer, en misant sur l'estime et l'intérêt qu'ils vont susciter chez leurs futurs clients, à l'inverse des banques qui raisonneront plutôt selon des notions purement comptables.

Il se décline essentiellement en quatre modèles ou formules : le don, le don avec récompenses (rewards), le prêt, et l'achat de participations (equity) dans des start-ups. Par l'intermédiaire d'une plateforme Internet et via les réseaux sociaux, les membres de la foule (crowd) interagissent, votent, accompagnent et participent financièrement à un projet.

En règle générale, vous fixez au départ un seul palier de financement, c'est-à-dire un montant minimum à atteindre, et une durée de collecte. A son terme, deux cas peuvent se présenter :

- Si le montant est atteint ou dépassé, l'argent promis vous est versé, déduction faite des frais prélevés par la plateforme, qui sont en moyenne compris entre 3 et 8 %.
- Si le montant n'est pas atteint, vous ne touchez rien, la plateforme non plus et les internautes sont intégralement remboursés.

Il existe cependant quelques cas de plateformes hybrides où l'on peut, par exemple, définir plusieurs paliers de financement pour être certain de recueillir au moins quelque chose, même si le montant vraiment espéré n'est pas atteint. On trouve également des plateformes qui ont choisi un modèle économique qui leur permet de ne pas effectuer de prélèvements sur les fonds versés.

1.2 Cadre réglementaire

En France, le cadre réglementaire applicable au crowdfunding a été assoupli début 2014 par Fleur Pellerin, la ministre déléguée aux PME et à l'économie numérique ([article paru dans Les Echos](#)). Le crowdfunding est désormais régi par [l'ordonnance n°2014-559 du 15 mai 2014](#) relative au financement participatif. Le 30 septembre 2014, l'AMF (Autorité des Marchés Financiers) et l'ACPR (Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution, organe de supervision français de la banque et de l'assurance) ont également publié un [guide d'information](#) décrivant le nouveau cadre applicable.

2 Les différents modèles existants

2.1 Le don

Les porteurs de projets reçoivent des sommes d'argent provenant des internautes, sans offrir aucune compensation en échange ou bien simplement des contreparties symboliques. La formule est plutôt appropriée pour financer des projets humanitaires, éducatifs, scientifiques ou culturels et est principalement utilisée par des associations ou des fondations.

Ce modèle, qui n'est pas très populaire en France, est beaucoup plus développé dans les pays anglo-saxons où il présente une volumétrie de dons très supérieure aux autres modèles de crowdfunding.

Quelques acteurs : [JustGiving](#), [FirstGiving](#), [CrowdRise](#).

2.2 Le don avec contrepartie

L'intérêt premier de ce modèle, qui est le plus populaire, est sa simplicité sur un plan juridique. Les internautes donnent de l'argent pour un projet précis, avec en échange, la promesse de recevoir dans le futur une contrepartie directement liée au projet : un bien matériel ou un service, mais jamais d'argent ou de titres de participation. Il est généralement basé sur le concept de pré-commande ; les investisseurs achètent le produit avant son lancement et donc financent sa phase de production.

Les transactions réalisées sur ces plateformes sont par conséquent soit de simples ventes, soit des dons lorsque le contributeur indique qu'il ne souhaite recevoir aucune compensation si ce n'est éventuellement un geste symbolique. Les échanges n'ont donc pas à se conformer aux règles relatives à l'appel public à l'épargne ou aux restrictions du droit bancaire.

Il existe en France environ une trentaine de plateformes basées sur ce modèle mais trois seulement disposent d'une volumétrie importante de projets financés ou d'une certaine notoriété : [Ulule](#), [KissKissBankBank](#) et [MyMajorCompany](#). Parmi les plateformes non françaises, les plus connues sont [Kickstarter](#) et [IndieGogo](#).

2.3 Le prêt

Le prêt direct entre individus et/ou organisations est lui aussi beaucoup plus développé aux Etats-Unis qu'en France. L'énorme différence de développement des deux marchés n'est pas liée à un facteur culturel comme pour le don, mais essentiellement aux restrictions légales qui existent en Europe et en France.

Le droit français stipulait en effet jusqu'ici que le fait de prêter de l'argent était une activité réservée aux banques, et ainsi, un site Internet ne pouvait organiser une activité d'intermédiation directe entre particuliers et/ou entreprises.

Toutefois, une nouvelle législation qui met fin au monopole bancaire a été adoptée fin 2014 (voir le paragraphe consacré au cadre réglementaire).

Dans son argumentaire, celui qui sollicite un prêt doit bien évidemment expliquer avec précision son projet mais aussi mettre en évidence sa faculté à rembourser (forte augmentation de chiffre d'affaires, carnet de commande rempli, etc).

Quelques acteurs : [Babyloan](#), [BlueBees](#), [Finsquare](#), [Lendopolis](#), [Spear](#), [Unilend](#), .

Pour en savoir plus

<http://tousnosprojets.bpifrance.fr/Marche-du-crowdfunding/Actualites/Les-differents-modeles-de-pre-t-dans-le-crowdfunding>

2.4 L'investissement

L'investissement participatif en capital (crowd equity, crowd investing, equity crowdfunding) est une des formes les plus récentes de crowdfunding qui consiste, pour un entrepreneur, à lever des fonds auprès de particuliers, qui reçoivent en échange des actions ou des parts dans le capital de la société, plutôt qu'une contrepartie sous forme de produits ou de services.

Compte-tenu de la libéralisation récente de l'investissement participatif fin 2014, le nombre de projets concernés est encore relativement faible par plateforme, quelques dizaines tout au plus.

Quelques acteurs : [Anaxago](#), [Finance Utile](#), [Happy Capital](#), [SmartAngels](#), [Sowefund](#), [Wiseed](#),

Pour en savoir plus

<http://tousnosprojets.bpifrance.fr/Marche-du-crowdfunding/Actualites/Les-differents-modeles-de-l-investissement-en-capital>

3 Panorama de quelques plateformes

Vous trouverez dans ce chapitre une sélection représentative de plateformes parmi les centaines existantes. Pour chacune, une brève description est faite avec son adresse.

La création des premières plateformes généralistes remonte aux années 2007-2009, comme [KissKissBankBank](#) ou [Kickstarter](#), qui sont aujourd'hui des leaders incontournables. Une des tendances actuelles consiste à créer des plateformes spécialisées en fonction de la couverture thématique ou culturelle des projets, intention louable qui devrait garantir à priori la présentation des projets à un public intéressé. Mais ces formules ne sont pas forcément une bonne solution car certaines niches sont tellement étroites que le trafic et même le nombre de projets restent très limités.

Parallèlement à la création de niches sectorielles, le crowdfunding de proximité représente une autre tendance. Au niveau d'un pays, d'une région ou d'une ville, les initiatives se multiplient. Par exemple, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon s'est associée avec la plateforme [WiSeed](#) pour créer [Crowd Avenue Lyon-Rhône-Alpes](#), cercle régional dédié aux start-ups et investisseurs rhônalpins.

3.1 Anaxago

Anaxago est une plateforme de financement participatif en fonds propres dédiée aux PME de croissance. Anaxago propose aux membres de sa communauté un accès privilégié et à partir de 1000 euros à des sociétés sélectionnées, analysées et accompagnées dans leur développement par des structures reconnues.

Au-delà du virtuel, des soirées de présentation sont organisées chaque mois pour favoriser les échanges entre la communauté et les porteurs de projets.

<https://www.anaxago.com/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-equity/crowdfunding-anaxago-9-3.html>

3.2 Crowd Avenue Lyon-Rhône-Alpes

La Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon et WiSEED souhaitent inscrire durablement le financement participatif dans l'écosystème rhônalpin. Animé par une équipe locale, Crowd Avenue vise à rapprocher les start-ups innovantes de la région des particuliers en recherche d'investissement de proximité. Les entreprises présentées sont sélectionnées conjointement par la CCI de Lyon et WiSEED.

<https://www.wiseed.com/fr/cercles/crowdavenue-lyon-rhone-alpes>

3.3 Fabrique à innovations

Ce site de crowdfunding propose d'être très en amont d'un projet puisque c'est à partir de l'idée que tout démarre. En effet, vous exposez d'abord votre idée même si le projet n'est pas finalisé. Les internautes peuvent ensuite contribuer à la maturation du projet. Selon les aspects sur lesquels ils interviennent, ils remportent un certain nombre de points. Si votre idée plaît, alors le site de crowdfunding permet aux internautes de pré-commander votre produit. En fonction du nombre de points par idée et par contributeur, cela donne à chaque contributeur, une part plus ou moins importante dans la répartition des revenus. Globalement, cette répartition est de 50 % pour la plateforme et 50 % à partager entre l'ensemble des contributeurs et l'inventeur.

<http://lafabriqueainnovations.com/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-equity/crowdfunding-la-fabrique-a-innovations-57-3.html>

3.4 Finsquare

Finsquare est la première plateforme de financement participatif de crédits de court terme (moins de 24 mois) pour les professionnels. Sur Finsquare, les entreprises sollicitent des prêts auprès de particuliers afin de développer leur activité.

Finsquare repose sur les fondamentaux du crédit bancaire. La validation des dossiers suit un processus interne faisant intervenir différents acteurs et la décision finale de financement est validée par un comité de crédit. L'intégralité de la chaîne de financement, de l'emprunt initial au remboursement de la dernière mensualité est contrôlée rigoureusement.

Finsquare collabore avec des sociétés de référence, à savoir BNP Paribas pour l'hébergement des fonds collectés, LemonWay pour la gestion des transactions financières, et Ellisphère pour l'analyse des données financières des entreprises.

<https://www.finsquare.fr/>

3.5 Fosburit

Fosburit est une plateforme de don avec contreparties spécialisée dans le lancement ou le soutien de projets sportifs (pas de développement de produits à priori). Fosburit est une filiale du site de crowdfunding [Ulule](#).

<http://www.fosburit.com/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-solidaire/crowdfunding-fosburit-79-1.html>

3.6 Happy Capital

Happy Capital est une plateforme dédiée à l'investissement qui permet de lever jusqu'à 2 500 000 euros entre 8 à 12 semaines auprès d'un maximum de 149 associés. Pour bénéficier de la plateforme, les sociétés doivent être inscrites au Registre du Commerce et des Sociétés. Elles doivent également signer un pacte avec le site pour être accompagnées durant la première année par un cabinet de conseil de leur région en France.

<https://happy-capital.com/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-equity/crowdfunding-happy-capital-4-3.html>

3.7 Indiegogo

Indiegogo est une plateforme généraliste américaine, de dons avec contreparties, avec une partie du site traduite en français. Le principe général est similaire à Kickstarter, mais l'ouverture est élargie aux PME déjà établies et à la santé.

<https://www.indiegogo.com/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-solidaire/crowdfunding-indiegogo-14-1.html>

3.8 Kickstarter

Kickstarter est une plateforme généraliste américaine de dons avec contreparties, consacrée aux projets créatifs notamment technologiques. Depuis sa création en 2009, elle a levé plus d'un million de dollars. Les projets touchant à la santé, y compris les suppléments alimentaires et les boissons énergisantes, sont exclus.

<https://www.kickstarter.com/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-solidaire/crowdfunding-kickstarter-73-1.html>

3.9 Kiosk to Invest

Kiosk to Invest est une plateforme dédiée à l'investissement, qui a été lancée récemment par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Caen Normandie. Son réseau d'experts sélectionne des projets d'entreprises à fort potentiel de développement, dont les besoins en fonds propres sont compris entre 100 000 euros et 5 000 000 euros. Il est possible de devenir actionnaire dès 1 000 euros.

<https://www.kiosktoinvest.com/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-equity/crowdfunding-kiosk-to-invest-63-3.html>

3.10 Kiss Kiss Bank Bank

Dédié aux dons avec contreparties, Kisskissbankbank est l'un des sites pionniers du crowdfunding en France et l'un des leaders mondiaux. Les créateurs ont un maximum de 90 jours pour finaliser leur financement via la plateforme. Les projets sont classés selon différentes catégories, dont le sport.

<http://www.kisskissbankbank.com/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-solidaire/crowdfunding-kisskissbankbank-11-1.html>

3.11 Lendopolis

Lendopolis est une plateforme dédiée au prêt qui a été créée par les fondateurs de KissKissBankBank et Hello Merci. La particularité de cette plateforme réside dans les partenaires choisis et notamment l'ordre des experts-comptables. En effet, toutes les entreprises sélectionnées reçoivent l'attestation d'informations financières de leur expert-comptable pour solliciter un emprunt sur la plateforme.

<http://www.lendopolis.com/>

3.12 My Major Company

C'est en 2007 qu'a été créée la plateforme de crowdfunding My Major Company. Initialement attachée au domaine musical, My Major Company avait pour objectif de promouvoir des artistes. Puis, le site de crowdfunding s'est diversifié en explorant aujourd'hui de nombreux domaines.

<https://www.mymajorcompany.com/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-solidaire/crowdfunding-my-major-company-12-1.html>

3.13 Smart Angels

Smart Angels est une plateforme dédiée à l'investissement. Pour être sélectionnée, une entreprise doit avoir atteint ou être proche de son seuil de rentabilité. Les levées de fonds sont calibrées entre 2 et 3 mois. La demande de financement est comprise entre 200 000 euros et 2 000 000 d'euros. Le site entend faire une sélection rigoureuse des projets. Pour découvrir les entreprises, l'inscription préalable est obligatoire.

<https://www.smartangels.fr/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-equity/crowdfunding-smartangels-13-3.html>

3.14 Tous nos projets

Pour soutenir l'émergence en France de la finance participative, Bpifrance a créé cette place de marché du crowdfunding et rassemble sur ce site plus de 2000 projets issus de 24 plateformes de don, prêt et investissement.

<http://tousnosprojets.bpifrance.fr/>

3.15 Ulule

Ulule est une plateforme dédiée aux dons avec contreparties, spécialisée dans les projets créatifs, innovants, solidaires et à portée citoyenne.

<http://fr.ulule.com/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-solidaire/crowdfunding-ulule-15-1.html>

3.16 Unilend

Unilend est une plateforme de prêt. Son modèle fonctionne avec l'émission de bons de caisse. Le contributeur choisit le taux d'intérêt qu'il souhaiterait obtenir et seuls les taux les plus bas sont retenus si toutefois la somme demandée est dépassée. Ce modèle particulier échappe à la réglementation en vigueur du financement participatif, Unilend est néanmoins soumis aux réglementations relatives à l'émission des bons de caisse.

<https://www.unilend.fr/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-avec-interets/crowdfunding-unilend-1-2.html>

3.17 U'Start'Me

U'start'Me est un réseau social dédié au crowdfunding. Non seulement il vous aide à trouver des financements mais en plus, vous pouvez proposer vos compétences pour accompagner les start-ups présentes. Ce site de crowdfunding propose finalement la mise en place d'un cercle vertueux entre entrepreneurs, investisseurs, et compétences (avis d'experts) nécessaires à la construction d'un projet.

<http://www.ustartme.com/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-equity/crowdfunding-ustartme-30-3.html>

3.18 We like Startup

Créée en 2012, We like startup est une plateforme de crowdfunding qui aide les entrepreneurs à se lancer soit par la pré-vente de leurs produits soit par la mise en place d'une levée de fonds. Ce site de crowdfunding est une aide à la mise en relation entre porteurs de projets et investisseurs. De plus, il apporte tous les outils nécessaires à la gestion et la sécurisation des liquidités des investisseurs présents et futurs.

<https://www.welikestartup.fr/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-equity/crowdfunding-welikestartup-105-3.html>

3.19 We play Sport

We Play Sport est une plateforme dédiée aux dons avec contreparties entièrement tournée vers l'univers sport / handisport. Elle permet au porteur de projet de conserver une partie de sa collecte, même s'il n'atteint pas son objectif à 100 %. Cette plateforme de crowdfunding véhicule les valeurs du sport et de la solidarité et concerne surtout le soutien de projets sportifs individuels plutôt que du développement de produits.

<https://www.weplaysport.fr/>

<http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-solidaire/crowdfunding-we-play-sport-23-1.html>

3.20 Wiseed

Wiseed est une plateforme dédiée à l'investissement, spécialisée dans les secteurs de la santé, de l'environnement, du numérique, de l'industrie et des services selon un triptyque de trois mots clés : durable, responsable, performante. La société doit être créée et avoir moins de 8 ans pour lever des fonds. Le ticket minimal des investisseurs est de quelques centaines d'euros pour un financement de la start-up dès 100 000 euros et jusqu'à 1 000 000 d'euros. L'examen des dossiers est très sélectif.

<https://www.wiseed.com/>

<https://www.wiseed.com/fr/entrepreneur/comment-ca-marche>

4 Chronologie des différentes étapes de votre projet

Plusieurs étapes, parfois imbriquées et à suivre scrupuleusement, sont nécessaires pour vous garantir toutes les chances de succès.

4.1 Identifier votre communauté et construire un argumentaire

Même si votre projet est véritablement innovant, vous ne réussirez à l'imposer que si vous prenez suffisamment en compte les caractéristiques de sa clientèle potentielle, et les freins liés au changement.

Avant de construire votre argumentaire, mettez-vous à la place du contributeur, il n'est pas un simple consommateur, soutien ou investisseur, mais les trois à la fois. Vous devez donc lui expliquer la qualité de votre projet, son utilité et sa rentabilité.

Le succès d'un projet est lié à la qualité de sa transmission. L'objectif n'est pas de bien parler mais de bien être entendu, et donc adapter le discours à son public.

Pour vous aider, vous pouvez utiliser la technique du cercle d'or qui est un outil simple pour mettre en place un discours inspirant. Il a été mis en évidence par Simon SINEK qui a fait ressortir ce schéma à partir des discours des grands leaders. Vous en trouvez ici une [présentation](#).

L'objectif est d'améliorer la compréhension autour de votre projet, en mettant en relief le sens qui le détermine. 3 points à aborder :

- Vous êtes capable d'expliquer la raison qui vous a poussé à mettre en place votre projet.
- Expliquez comment vous allez vous y prendre pour le réaliser.
- Décrivez votre projet en termes d'avantages et de fonctionnalités, plutôt que de caractéristiques.

Une fois votre argumentaire élaboré, vous disposerez des éléments pour réaliser 2 des éléments essentiels de cette chronologie, à savoir :

- la présentation orale sous forme d'une courte vidéo,
- la présentation écrite.

Facteurs-clés de réussite ou d'échec

Il y a des projets d'entreprises qui ne se prêtent pas au crowdfunding : quand une invention est trop complexe, quand le marché, même existant, n'est pas immédiatement perceptible par le grand public ou que le projet n'est pas jugé assez séduisant par la communauté d'internautes.

4.2 Choisir votre plateforme

Le premier critère qui entre en ligne de compte concerne la formule de crowdfunding que vous souhaitez mettre en œuvre. En effet, nous avons vu qu'il existait plusieurs formules de financement participatif :

- le don et ses différentes variantes (don pur, contreparties symboliques, contreparties en nature, ou un mix des trois selon, par exemple, la hauteur du panier de collecte),
- le prêt,
- l'investissement en action ou en capital.

Les plateformes sont généralement spécialisées selon l'un de ses trois modes, en particulier parce que les mécanismes, compétences et contraintes juridiques sont différents d'un mode à l'autre. Vous pouvez vous baser notamment sur le recensement réalisé sur le site [le-crowdfunding.com](http://www.le-crowdfunding.com) :

- <http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-solidaire/crowdfunding-solidaire.php>
- <http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-avec-interets/crowdfunding-avec-interets.php>
- <http://www.le-crowdfunding.com/crowdfunding-equity/crowdfunding-equity.php>

Le second critère est un critère de notoriété de la plateforme. Plus il y a de personnes qui la fréquentent, plus vous aurez de chance d'attirer l'attention.

Le troisième critère concerne éventuellement la spécialisation thématique de la plateforme. On peut supposer que votre présence sur une plateforme spécialisée sera plus bénéfique mais celles-ci souffrent encore d'une faiblesse dans le nombre de projets et la fréquentation. De plus, une plateforme anecdotique peut être un handicap pour la fiabilité. Les plateformes généralistes sont toutefois bien faites et offrent un classement par thèmes.

Le quatrième critère peut être l'ergonomie de la plateforme. Une interface rapide et conviviale sera plus appréciée, aussi bien par celui qui dépose un projet que par les internautes. A noter que beaucoup de plateformes sont bâties sur les mêmes briques logicielles avec notamment la diffusion de sites de crowdfunding en marque blanche.

Il est primordial de choisir une plateforme qui corresponde à la nature du projet et à ses cibles. Aujourd'hui le crowdfunding concerne quasiment tous les projets, dans tous les secteurs... mais ne présentez pas votre projet au milieu d'offres culturelles si vous êtes porteur d'un projet technologique par exemple. Par ailleurs, assurez-vous de la notoriété de la plateforme choisie (et du succès des campagnes antérieures) et renseignez-vous bien sur son mode de fonctionnement notamment en matière de commission.

Facteurs-clés de réussite ou d'échec

Toutes les plateformes proposent des recommandations pour bien réussir votre campagne, et la plupart dispose également d'outils pour vous aider dans la mise en œuvre et animer votre communauté.

4.3 Fixer le montant de votre collecte

Le montant de votre collecte dépend bien sûr de vos besoins, mais il doit être présenté de manière cohérente et justifiée, en décrivant les principales lignes de votre budget sur le modèle "une somme pour une action et un objectif".

Facteurs-clés de réussite ou d'échec

Surestimer le potentiel de son projet, ne pas justifier suffisamment l'emploi des fonds, ou faire une évaluation rapide d'un montant de collecte en multipliant simplement un nombre d'internautes par un montant moyen espérés, sont autant de raisons d'échec. Les internautes ont beau être nombreux, sortir sa carte bancaire est un engagement, que ce soit pour une petite ou une grosse somme.

Ainsi, le téléphone Ubuntu Edge, qui pouvait pourtant compter sur l'énorme communauté des défenseurs du logiciel libre, a raté sa campagne bien que le montant récolté a atteint près de 13 millions de dollars, record à ce jour du plus gros montant promis mais non levé car la barre était fixée, un peu trop haut, à 32 millions !

4.4 Réaliser une vidéo de présentation

La vidéo est un élément essentiel dans la présentation de votre projet. Elle constitue une accroche et le premier réflexe de tout internaute est de la consulter. Dans la majorité des cas, il ne lira la suite que si elle lui plaît. Kickstarter affirme que les projets avec vidéo augmentent leur chance de financement de 20 % sur sa plateforme.

En moins de 3 minutes, la vidéo doit offrir une vision globale de votre projet, de l'idée originale aux budgets, en passant par le produit ou le service que vous proposez. Il s'agit de mettre en place un discours rigoureux qui reprend les codes de votre communauté. Un bon modèle est celui de la bande annonce ; vous devez donner un avant-goût de votre projet, pour susciter l'intérêt et suggérer la qualité d'ensemble de votre travail.

Facteurs-clés de réussite ou d'échec

La vidéo peut rester simple dans sa mise en œuvre, mais elle doit passer des messages clairs et percutants, tout en affichant un certain dynamisme ; il est par exemple fortement déconseillé de parler d'une voix monocorde assis dans un canapé. Vous pouvez également ajouter quelques notes d'humour.

Par ailleurs, tout le monde n'est pas un professionnel du montage et des effets spéciaux, mais à moins que vous ne postuliez pour un projet dans le multimédia, les internautes ne vous en tiendront pas rigueur. Attention également aux droits d'auteur si vous utilisez une bande musicale.

4.5 Rédiger votre présentation écrite

La présentation écrite reprend l'ensemble des thèmes abordés dans la vidéo, mais avec davantage de précisions. Néanmoins, elle doit rester synthétique et ne pas faire la taille d'un business plan.

Vous devez expliquer à quelle étape du projet vous en êtes, vers quoi vous souhaitez aller, et justifier pourquoi vous faites appel à la communauté. Vous pouvez également présenter votre budget, sous forme de tableau pour qu'il soit plus explicite, sans oublier d'intégrer l'ensemble des coûts, y compris ceux des contreparties et des frais liés à la plateforme.

Facteurs-clés de réussite ou d'échec

Toute la campagne de crowdfunding reposant sur l'adhésion des internautes à votre projet, il est essentiel qu'ils comprennent rapidement et facilement de quoi il est question. Pour cela, pensez à détailler votre identité et votre histoire ; décrivez clairement le projet et n'hésitez pas à illustrer largement votre discours par des photographies, des métaphores et des comparaisons.

Préférez les discours clairs, précis et accessibles à tous, sans noyer vos interlocuteurs dans les détails techniques. Néanmoins, ne laissez pas de zones d'ombres qui pourraient se retourner contre vous si vous proposez une innovation relativement éloignée de l'état de l'art, car cela suscitera à coup sûr chez certains internautes le sentiment du "trop beau pour être vrai", ce qui les fera vivement réagir. C'est arrivé au projet [lfind](#) sur Kickstarter, qui a fini par être purement et simplement annulé par le gestionnaire de la plateforme, qui craignait pour sa crédibilité, alors qu'il avait déjà collecté 500 000 \$.

Pour en savoir plus

<http://www.kisskissbankbank.com/fr/pages/faq/basics>

<http://fr.ulule.com/digitsole-semellechauffante/>

http://www.kisskissbankbank.com/fr/pages/guide/describe_your_project

http://www.liberation.fr/culture/2015/01/29/comment-rater-soncrowdfunding_1191545

4.6 Définir les contreparties en nature

Les contreparties en nature concernent le crowdfunding de type don. Elles sont un élément essentiel de votre collecte. Elles représentent beaucoup plus que des compensations et elles indiquent les liens que vous tissez avec les crowdbankers.

En fonction du contexte de votre projet (créer votre société autour d'une innovation, financer le développement ou la fabrication d'un nouveau produit, réaliser des investissements pour améliorer votre outil de production, etc) vous devez définir la liste des paniers de collecte et des contreparties associées à chaque panier.

Le nombre de paniers est libre mais en pratique, il doit être compris entre 3 et 10 :

- 3 est un minimum car il est essentiel de définir au moins un panier d'appel, un panier moyen et un panier fort.
- 10 est un maximum car au-delà, on risque une perte de lisibilité. Les projets témoins cités plus haut dans ce document, issues de la plateforme Kiss Kiss Bank Bank, affichent entre 6 et 10 paniers de collecte.

La définition des contreparties est libre mais l'usage veut de les bâtir plus ou moins sur le principe des poupées russes, chaque panier comprenant le panier précédent avec un bien supplémentaire. Les contreparties peuvent être immatérielles (simples remerciements, noms des contributeurs mis en avant sur les supports de communication de votre entreprise) ou matériels (à choisir parmi les produits de votre société, l'une des contreparties pouvant correspondre à la prévente du produit pour le développement duquel vous avez sollicité l'aide des internautes. Des bons d'achat équivalent au montant versé peuvent également faire partie des contreparties.

Vous pouvez présenter la liste des contreparties sous forme d'une liste formatée en fonction du canevas de la plateforme, mais également ajouter un visuel avec la photographie des produits, ce qui aura un impact supplémentaire.

Facteurs-clés de réussite ou d'échec

Si vous proposez comme contrepartie la prévente de votre produit, faites en sorte de le livrer bien avant sa disponibilité commerciale dans les points de vente habituels, et avec un différentiel de prix suffisant pour que ceux qui vous ont aidé n'aient pas l'impression d'avoir été grugés. Si vous avez du retard dans la mise au point, maintenez une communication en indiquant les problèmes que vous avez pu rencontrer, et en envoyant des "lots de consolation" en attendant la livraison définitive du produit.

4.7 Définir les contreparties financières

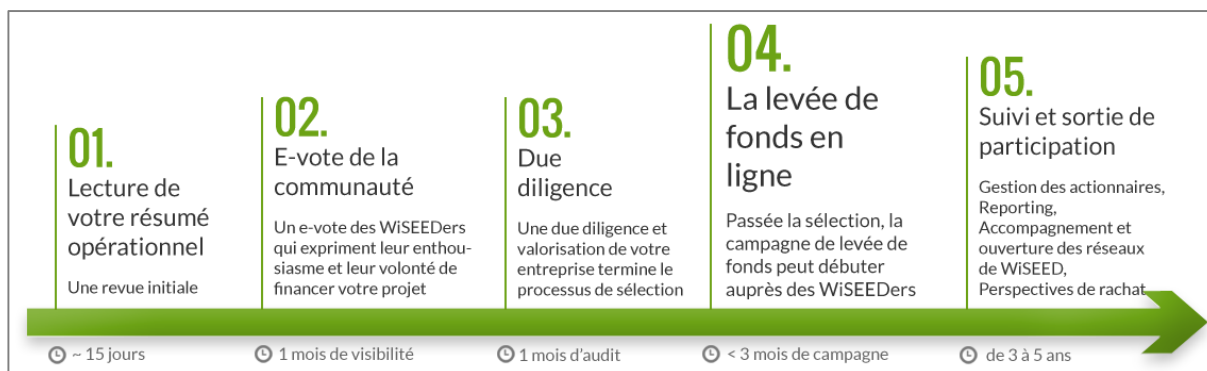
Les contreparties financières sont applicables au crowdfunding de type prêt ou investissement.

Vous devez mettre en évidence votre faculté à pouvoir générer des profits et rembourser (forte augmentation de chiffre d'affaires attendue, carnet de commande bien rempli qui n'attend que le coup de pouce financier pour mener à bien l'investissement, etc).

4.8 Publier votre projet sur la plateforme

Lorsque la totalité de votre dossier a été finalisée, vous pouvez enfin le publier sur la plateforme. Un contrôle sur le fond et la forme est alors effectué par les gestionnaires. Pour les petits projets de dons, le dossier peut être accepté en quelques heures ou quelques jours. Par contre, lorsque des sommes importantes sont en jeu, notamment sur les plateformes de prêt ou d'investissement en capital, les délais peuvent être allongés, sans toutefois atteindre ceux des circuits financiers classiques.

Avant d'engager leur image et leur crédibilité par la mise en ligne définitive, certaines plateformes réalisent un audit du projet et de l'entreprise qui peut prendre quelques semaines avant de lancer le début de la campagne. Par exemple, chez [Wiseed](#), le processus est décrit en 5 étapes.



Voir également les liens sur [Ulule](#) ou [KissKissBankBank](#) ainsi que l'article suivant : <http://bit.ly/1CtPJeS> (Financement participatif : entre arnaques et bonnes affaires).

4.9 Communiquer pour faire la promotion de votre projet

Votre objectif étant de faire connaître votre projet à un large public et de l'attirer sur la plateforme, il est conseillé de mettre en place une communication de type viral, selon le principe du bouche-à-oreille, décliné de manière virtuelle sur Internet, en s'appuyant sur les réseaux sociaux et le multicanal.

Commencez toujours par mobiliser votre entourage proche (famille, amis, collègues, voisins). Que leur soutien soit financier ou non, leur énergie et leurs réseaux vous porteront pendant toute l'opération. Pour les petites collectes, ce premier cercle peut être suffisant pour atteindre votre objectif.

Vous pouvez ensuite compter sur les relais d'influence (l'entourage de votre entourage). Vous ne les connaissez pas forcément, mais ils vont pourtant jouer un rôle central dans la réussite de votre collecte car, même s'ils sont moins proches de vous que le premier cercle, ils sont beaucoup plus nombreux et, compte-tenu du contexte, regarderont votre projet avec bienveillance. Vous ne mobiliserez ce second cercle qu'en ayant déjà mobilisé le premier.

Pour toucher enfin le grand public, n'hésitez pas à communiquer auprès des bloggeurs et journalistes proches de votre univers. Mais faites-le au bon moment ! Ils ne parleront de votre projet que lorsque votre collecte de fonds sera bien avancée, le succès appelle le succès.

Dans l'ensemble, le rythme des collectes suit une courbe en U. Les campagnes démarrent très vite et dans les jours qui suivent la mise en ligne, on constate une vague de financement intense, souvent portée par l'entourage. Puis les contributions ralentissent jusqu'à une période critique qui représente les derniers moments de la collecte. Enfin, une nouvelle pointe est constatée quelques jours avant la clôture. Vous devrez donc ajuster votre stratégie de communication en conséquence.

Pour en savoir plus

http://www.kisskissbankbank.com/fr/pages/guide/promote_your_project

4.10 Alimenter votre page projet

Aussi bien pour les contributeurs qui vous ont déjà accordé leur confiance, que pour ceux qui s'interrogent encore avant de se décider, maintenez avec eux un contact étroit.

En fonction des plateformes, vous pouvez poster des messages qui seront transmis automatiquement à tous les inscrits, mettre en place un service questions/réponses pour les personnes désireuses d'en savoir plus, voire rédiger une foire aux questions en anticipant celles qui, d'après vous, vous seront le plus demandées par le public.

Pour en savoir plus

http://www.kisskissbankbank.com/fr/pages/guide/update_your_project

4.11 Faire parvenir remerciements et contreparties

Remercier vos contributeurs est bien sûr une obligation morale, mais vous avez aussi une obligation contractuelle d'assumer l'envoi de vos contreparties. En effet, si vous ne respectez pas vos promesses, l'effet positif que vous avez créé sur votre communauté se retournera contre vous, et vos éventuelles futures tentatives seront très certainement vouées à l'échec.

Le système de prévente de vos produits est conseillé quand votre projet s'y prête. Quand c'est possible, proposez toujours des contreparties à des montants bien inférieurs au futur prix public de votre produit ou service. C'est un système très efficace qui a déjà fait ses preuves pour de nombreux projets.

Pour en savoir plus

http://www.kisskissbankbank.com/fr/pages/guide/send_rewards

5 Bibliographie disponible en ligne

Les banques se lancent enfin dans le financement participatif : 7 avril 2015, Banque Populaire, BPCE, Groupama, Crédit Mutuel... C'est une façon pour elles de soutenir l'innovation, mais en isolant le risque <http://bit.ly/1a5wiCB>

Le crowdfunding a doublé de taille en France grâce aux start-up, 18 février 2015. Le financement participatif comme source de fonds pour les start-up ? Ce modèle, encore minoritaire, a confirmé son potentiel en 2014, contribuant au doublement des montants engagés en France. <http://bit.ly/1CJ35ET>

Le processus	
Comment investir via le « crowdfundind »	http://bit.ly/1JSvpue
150 millions d'euros collectés en 2014 : les Français, champions d'Europe du crowdfunding	http://bit.ly/1zntzea
Crowdfunding : Plus de 150 millions d'euros de fonds collectés en 2014	http://bit.ly/1Pgaxk5
Le « crowdfunding » a doublé de taille en France en 2014	http://bit.ly/1Jrhlph
Le Crowdfunding : 5 idées à retenir	http://bit.ly/1Fi0Vxh
Crowdfunding : quand universités et écoles font appel à tous	http://bit.ly/1b7YICj
4ème Baromètre du Crowdfunding en France : la tendance se poursuit !	http://bit.ly/1yWstor
Actualités du crowdfunding BPI France	http://bit.ly/1O3HFu0
Panorama des plateformes de crowdfunding françaises	http://bit.ly/1fFqdc
Financement participatif : entre arnaques et bonnes affaires	http://bit.ly/1agn3zP

Sites de référence	
Comparateur Crowdfunding (listes d'acteurs)	http://www.le-crowdfunding.com/
Crowdfunding Les clés pour réussir	http://www.leguideducrowdfunding.com/
Good Morning Crowdfunding L'actualité du financement participatif	http://www.goodmorningcrowdfunding.com/
ACPR Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution	http://acpr.banque-france.fr/
AFIP Association Française Investissement Participatif	http://www.afip-asso.fr/
AMF Autorité des Marchés Financiers	http://www.amf-france.org/
FIDIAS Support de formation (en anglais. Ce travail a été mené dans le cadre du projet européen FIDIAS dans lequel l'ARDI est partenaire, et réalisé par le Management Center d'Insbruck.	http://www.fidias.eu/
FPF Financement Participatif France (listes d'acteurs)	http://financeparticipative.org/

Réussir sa campagne	
Crowdfunding: les 8 astuces à connaître pour réussir sa campagne de financement.	http://bit.ly/1BHsC44
Crowdfunding : 5 règles d'or pour réussir son projet	http://bit.ly/1Ciq6hq
4 conseils pour réussir sa campagne de crowdfunding	http://bit.ly/1JkpfT4
Les 10 plus gros succès de l'histoire du crowdfunding	http://bit.ly/1C6FwLS
Comment faire de sa campagne Kickstarter un carton : la leçon de Clément Perrot de Prynt	http://bit.ly/1KC05DR
Crowdfunding : Les bonnes pratiques pour réussir une campagne sur Kickstarter	http://bit.ly/1wp4ns3
La start-up grenobloise ISKN débute 2015 avec une levée de fonds de 2 millions de dollars	http://bit.ly/1AwRA60
Comment réussir sa campagne de crowdfunding ?	http://bit.ly/1HM1H8w
Comment réussir votre campagne de crowdfunding ?	http://bit.ly/1rHiyoW
Comment créer et réussir sa campagne de Crowdfunding	http://bit.ly/1JkpoFZ
Réussir sa campagne de crowdfunding	http://bit.ly/1yazx7k
Crowdfunding - Comment réussir sa campagne ?	http://bit.ly/1agoCxA
Réussir son projet de crowdfunding de bande dessinée	http://bit.ly/1GHLpyU
10 conseils pour réussir sa vidéo de crowdfunding	http://bit.ly/1HM0qhK
Réussir sa campagne de financement participatif (ou crowdfunding)	http://bit.ly/1DGNoEE
Facteurs de succès et d'échec des campagnes de crowdfunding – Les enseignements de la base de données «KissKissBankBank» - Mémoire de recherche	http://bit.ly/1a1voHh

Rater sa campagne	
Le projet de reprise d'Equatoriales échoue	http://bit.ly/1DfJ11k
Crowdfunding : ces boîtes qui se sont plantées	http://bit.ly/1AiuBHM
Comment rater son crowdfunding	http://bit.ly/1zt4ErK

6 Bibliographie disponible en librairie



Le crowdfunding à la française

Mars 2015

« Faire de Paris la capitale européenne du crowdfunding » – telle est l'ambition politique affichée à l'heure actuelle. Cet outil de l'économie du partage permet à des entrepreneurs à la recherche de financement de faire appel à un grand nombre d'épargnants internautes via des plateformes web. Cet ouvrage apporte un éclairage sur l'avenir du crowdfunding à la française. Il propose une analyse méthodique de l'écosystème français du financement participatif illustrée de cas concrets, en s'appuyant sur une comparaison de plus d'un millier de plateformes internationales ainsi que sur des entretiens avec toutes les parties prenantes du secteur en France.

De cette minutieuse étude découlent des propositions opérationnelles à court, moyen et long termes, fondées sur trois principes-clés : la réglementation, la communication et l'éducation financière. Ces propositions à destination des pouvoirs publics et des plateformes visent à un développement pérenne et dynamique du crowdfunding en France. [Voir détails](#)



Le cadre juridique du crowdfunding : analyses prospectives

Février 2015

« Libérer le potentiel du financement participatif dans l'Union européenne », tel est l'objet de la communication de la commission européenne du 27/03/2014, qui fait suite à la consultation publique initiée en octobre 2013, à laquelle Trans europe experts a participé.

Dans ce contexte, et pour faire suite à une « rencontre-débat » réunissant praticiens, responsables de plateformes, représentants des institutions bancaires et financières, universitaires, avocats, organisée le 13/06/2014, Trans Europe Experts a décidé de poursuivre sa réflexion et de proposer son expertise sur un certain nombre de défis juridiques soulevés par le crowdfunding. Les auteurs, outre de proposer une analyse approfondie du dispositif existant, fournissent un guide pour les réglementations à venir, et, dans l'immédiat, pour les plateformes de crowdfunding lesquelles doivent prendre des précautions dans le déroulement de leur activité. [Voir détails](#)



Le crowdfunding : les rouages du financement participatif

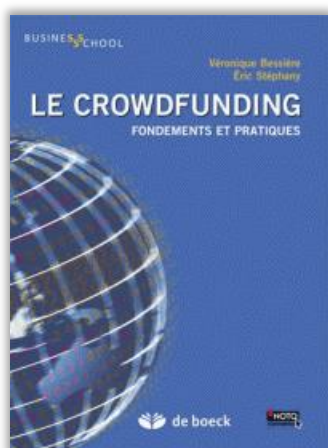
Décembre 2014

L'industrie du crowdfunding est en plein essor. Chaque semaine, une nouvelle plateforme voit le jour. L'édition 2015 présentera les innovations du secteur, les nouvelles réglementations notamment en Europe et dans le monde.

Tous les aspects du crowdfunding sont abordés dans cet ouvrage : le marché du crowdfunding, les types de plateformes, la collecte, les porteurs de projets, les conseils aux investisseurs, les risques et les pièges à éviter.

Un nouveau chapitre sera dédiée aux créateurs de plateformes ou aux entreprises souhaitant lever des fonds via le crowdfunding.

Préface exceptionnelle de Benoît Bazzochi, fondateur de SmartAngels (plateforme de crowdfunding spécialiste de l'investissement en fonds propres et en dette dans les start-ups et PME de croissance) Président de l'AFIP (Association Française de l'Investissement Participatif) Vice-président de l'EECA (European Equity Crowdfunding Association) Membre de l'ECN (European Crowdfunding Network). [Voir détails](#)



Le Crowdfunding. Fondements et pratiques

Décembre 2014

Le crowdfunding est un mode de financement qui connaît un succès de plus en plus conséquent à travers le monde. Il se décline en quatre modèles : le don, le don avec récompenses (rewards), le prêt et l'achat de participations (equity) dans des start-ups. Il est soutenu par de nouvelles législations qui institutionnalisent l'émergence et le développement de cette nouvelle industrie de financement.

Ce livre vise à fournir une synthèse de cette nouvelle activité relativement hétérogène. Il présente les différents types de crowdfunding, le processus d'une opération, les acteurs de ce métier, le business model d'une plateforme, la réglementation issue du décret d'octobre 2014. Il explore aussi les enjeux et les risques de cette nouvelle industrie, notamment la création de valeur qu'elle apporte aux projets, ainsi que le rôle de la foule, qui devient déterminant dans la sélection des projets. [Voir détails](#)



Financer une entreprise par le crowdfunding. Les nouvelles règles du crowdfunding

Août 2014

Le crowdfunding ou investissement participatif désigne un mode de financement d'un projet entrepreneurial réalisé auprès d'un large public, avec retour possible sur investissement et participation directe des investisseurs à sa sélection. Il se caractérise par une forte dimension affective dans le choix des initiatives financées et l'utilisation quasi exclusive du canal Internet pour la présentation et la promotion du projet ainsi que pour la souscription à la levée de fonds et le suivi post-investissement. Les pouvoirs publics ont engagé une réflexion qui a conduit à un nouveau dispositif en vigueur à compter d'octobre 2014. Instrument de compréhension d'une ingénierie financière sophistiquée et complexe, cet ouvrage pédagogique et opérationnel s'inscrit dans une optique de clarification du corpus réglementaire.

Il aborde successivement les obligations des émetteurs et le statut des plateformes de crowdfunding. Premier ouvrage synthétique sur cette nouvelle économie collaborative, il intéresse les PME et start-up, les banques, les plateformes d'intermédiation, les professionnels et les étudiants en droit, en finance et en communication. [Voir détails](#)



Crowdfunding. Les clés du financement participatif

Juin 2014

Le crowdfunding est à la mode et de nombreux sites Internet surfent sur cette tendance. Ce mécanisme de financement alternatif a connu un boom en Europe et en Amérique du Nord sous l'impulsion de campagnes atteignant des records de plusieurs millions de dollars sur des plates-formes aux Etats-Unis. Il permet ainsi le financement de milliers de petits ou de grands projets grâce à la participation de petits contributeurs du grand public au moyen d'Internet et des médias sociaux.

Si le crowdfunding est si populaire en matière de création et de financement des entreprises, c'est qu'il est une solution aux difficultés d'accès au financement auxquelles sont confrontés les entrepreneurs, en proposant un mécanisme simple et rapide. Rédigé par une équipe de spécialistes, cet ouvrage s'impose comme l'outil indispensable et pratique pour tout entrepreneur qui souhaite mettre en place un projet de crowdfunding sans commettre d'impairs. [Voir détails](#)

Cette bibliographie est également accessible à l'adresse <http://bit.ly/1y20TXw>. Vous y trouverez également des liens directs pour voir les autres publications de chaque auteur et leur e-réputation.

Une liste d'événements dédiés au crowdfunding est aussi disponible à l'adresse <http://bit.ly/1LTcC48>.