

# La finance participative, produit des médias sociaux, est-elle en train de bouleverser les pratiques du financement ?

Par Florence De MAUPEOU

Association Financement Participatif France

et Thierry CHEVALIER

Association Financement Participatif France

296,8 millions d'euros, tel est le montant total levé en 2015 en France par les 65 plateformes de financement participatif (*crowdfunding*) ayant répondu à l'enquête réalisée par Compinnov pour l'association Financement Participatif France. Ce nouvel outil de collecte qui permet aux particuliers de financer *via* une plateforme *Web* des projets identifiés a le vent en poupe ces dernières années.

## Un secteur en plein boom

Les plateformes de financement participatif sont nombreuses à émerger en France. On recense (fin 2015) environ 160 plateformes sur son territoire, dans des modèles variés.

La diversité des plateformes de *crowdfunding* peut concerner :

- le type de financement proposé : le don avec ou sans contrepartie, le prêt rémunéré ou sans intérêt, et l'investissement en capital, en obligations ou en royalties,
- les types d'acteur auxquels elles s'adressent (entrepreneurs, PME, associations, particuliers...),
- les types de projet qu'elles permettent de financer (artistique, culturel, humanitaire, relatif à la santé, à l'environnement, au commerce, à l'immobilier...).

La Figure 1 ci-contre montre la répartition des types de projet financés en fonction des différents modes de financement.

En France, les montants collectés en financement participatif doublent chaque année, passant de 78,3 millions d'euros de collecte en 2013 à 152 millions d'euros en 2014, et 297 millions d'euros en 2015.

Cette évolution témoigne de la réponse qu'apporte le financement participatif, d'une part, aux porteurs de projet ayant des besoins de financement auxquels les acteurs « classiques » ne répondent pas (ou ne répondent plus) (frilosité des banques à financer de l'immatériel, baisse

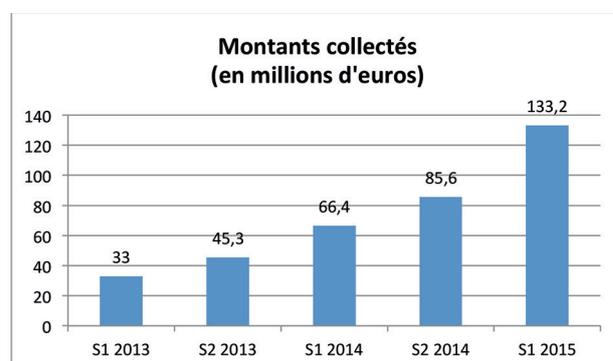


Figure 1

Source : Chiffres issus du Baromètre du *CrowdFunding* réalisé tous les semestres par Compinnov pour Financement Participatif France (Au titre du second semestre 2015 : 163,6).

des subventions...) et, d'autre part, au souhait des Français de redonner du sens à leur épargne et d'en contrôler l'affectation.

C'est une véritable révolution d'usage qui s'opère. Alors que les particuliers avaient pour habitude de faire confiance à leur banque, ils prennent conscience des possibilités que leur offrent les circuits courts et ils souhaitent décider de la destination finale de leur argent.

Cette révolution des usages s'appuie évidemment fortement sur la technologie du *Web*, notamment sur ses capacités de pollinisation et d'essaimage. L'émergence de l'Internet a largement contribué à transformer nos comportements : nous sommes à la recherche de liens directs,



Figure 2  
Source : Observatoire Adwise « Les Français et le crowdfunding » en partenariat avec FPF, octobre 2014.

de partage, de proximité et de sens, que ce soit dans nos déplacements, dans notre façon de nous loger, dans notre mode de consommation et, depuis environ sept ans, dans notre façon de financer des projets ou de nous autofinancer.

Collaboration et mutualisation sont les maîtres mots d'une économie en mutation : le financement participatif en est un des principaux instruments.

### Zoom sur les différentes formes de crowdfunding

On distingue 3 grands métiers du crowdfunding : le don, le prêt et l'investissement.

Les projets associatifs et culturels se tourneront davantage vers le don (avec ou sans contrepartie) permettant (si la nature de l'association le permet) une défiscalisation de la somme (de 60 euros, en moyenne) versée par le contributeur, qui s'inscrit dans une démarche philanthropique en finançant une cause qui lui est chère.

Le don avec contrepartie attire également des projets d'entreprises (technologie, commerces et services). Dans ce cas, la contrepartie peut s'assimiler à de la prévente : le donateur est attiré par la contrepartie proposée (par exemple, un panier de produits) ou bien il souhaite voir l'entreprise bénéficiaire se développer afin, éventuellement, de bénéficier ultérieurement de ses produits ou de ses services. Il peut également souhaiter être prescripteur d'un produit et contribuer à sa mise au point (de manière à en être un des « *early adopters* », par exemple dans le cas d'un produit *high tech*).

Les plateformes de prêt solidaire se sont initialement développées pour contribuer au financement de micro-crédits. Le prêteur soutient un micro-entrepreneur (souvent d'un pays en développement) pour que celui-ci puisse développer une activité génératrice de revenus et ainsi le rembourser ; mais le prêteur n'attend pas le versement d'intérêts sur le prêt (en moyenne, de 83 euros) qu'il aura consenti.

Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2014 <sup>(1)</sup>, les particuliers peuvent, eux aussi, prêter aux entreprises moyennant rémunération.

(1) Décret publié au Journal Officiel du mercredi 17 septembre 2014 venant compléter l'ordonnance du 30 mai 2014 relative au financement participatif et instaurant un cadre juridique sécurisé propre au financement participatif, dont l'entrée en vigueur est intervenue le 1<sup>er</sup> octobre 2014.

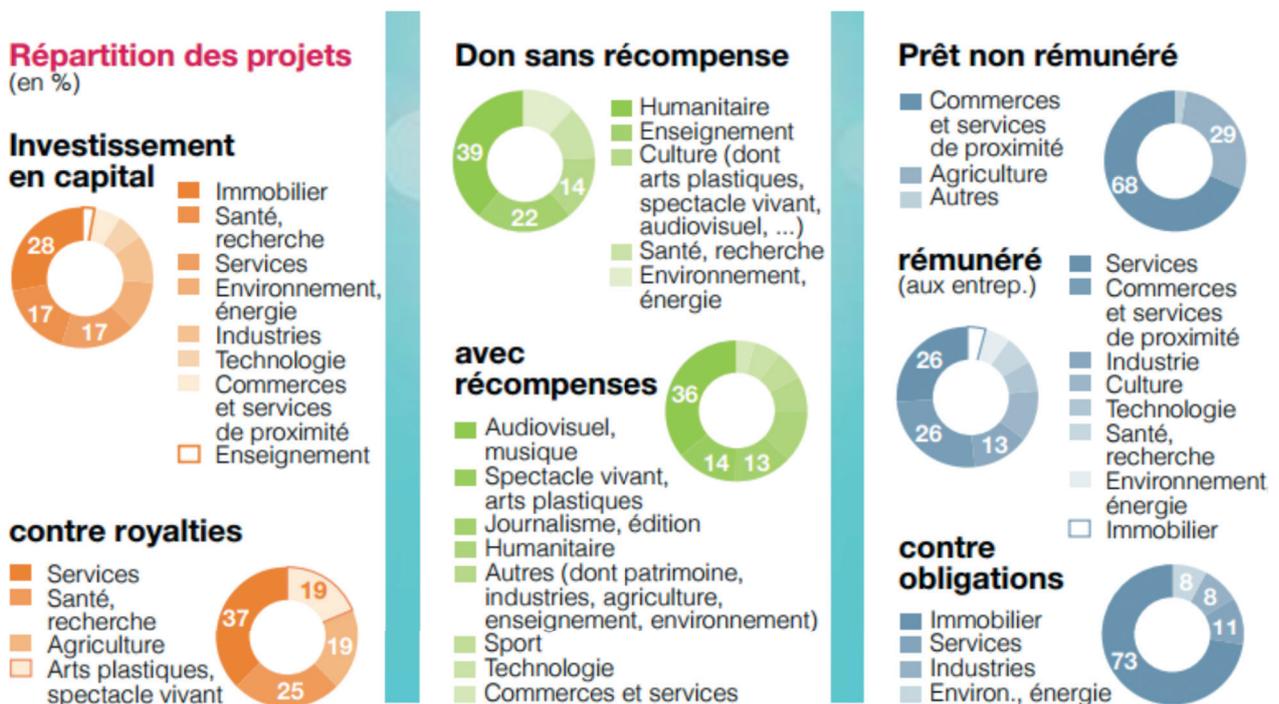


Figure 3  
Source : Observatoire Adwise « Les Français et le crowdfunding » en partenariat avec FPF, octobre 2014.

S'adressant davantage à des PME, ce prêt rémunéré offre des taux d'intérêt élevés (entre 4 et 10 %) en contrepartie du risque pris par le prêteur. Les contributions moyennes sont de 426 euros et permettent à l'entreprise de bénéficier d'un crédit dans des délais très courts (parfois en quelques jours seulement).

Enfin, sur les plateformes d'investissement en capital, le contributeur investit en moyenne 4 342 euros pour devenir actionnaire d'une entreprise et en partager l'aventure entrepreneuriale (ces investissements présentent des risques de perte, totale ou partielle, du capital investi).

### Le crowdfunding, le recours aux médias sociaux

Le succès d'une campagne de financement participatif est fortement corrélé à la capacité qu'a un porteur de projet de fédérer une communauté. Pour cela, les réseaux sociaux sont généralement la clef de voûte d'une campagne réussie. Grâce à l'émergence du *Web*, l'appel aux souscripteurs (le grand public) a pris un nouveau virage et le porteur de projet peut profiter des effets de levier pour communiquer et booster sa campagne. Facebook, Twitter, Google +, LinkedIn, Youtube... sont autant de médias qui doivent être exploités afin de relayer une campagne de *crowdfunding*.

Aujourd'hui, une personne sur cinq dans le monde utilise Facebook. Si le porteur de projet est actif sur ce média, les contributeurs pourront facilement relayer des informations sur le projet et y sensibiliser leurs propres réseaux. Ils en deviendront ainsi des ambassadeurs et permettront au porteur de projet d'atteindre leur deuxième cercle, c'est-à-dire les connaissances de leurs amis, de leur famille, etc. Une présence active sur les médias sociaux, une communication attractive et visuelle, un ciblage des *blogs* et des forums pertinents au regard du projet présenté sont autant d'actions permettant, par un effet boule de neige, l'atteinte du troisième et ultime cercle, celui des inconnus.

Le financement participatif ne l'est pas « pour rien ». Il est essentiel de s'appuyer sur une communauté et de la faire grandir. Une campagne de *crowdfunding* est aussi le moyen de tester un produit ou un service : il s'agit d'une véritable étude de marché. Toute personne qui contribue à un projet est un client potentiel, un ambassadeur, un soutien... bref : une ressource qu'il ne faut pas négliger !

### Les enjeux du secteur

#### **Un cadre réglementaire approprié pour permettre au crowdfunding de prendre son envol**

Dès 2012, Financement Participatif France <sup>(2)</sup> a joué un rôle clé dans la sensibilisation des pouvoirs publics à la nécessité de donner un cadre législatif approprié au développement du secteur en France. En effet, la publication (en mars 2012) d'une pétition et d'un plaidoyer à destination des candidats à l'élection présidentielle en faveur de la mise en place d'un cadre réglementaire du financement participatif a posé la première pierre d'un travail de

consultation avec le ministère de l'Économie et des Finances, l'Autorité des marchés financiers (AMF), l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR), la Commission européenne et les associations professionnelles.

Ces échanges ont permis l'entrée en vigueur, le 1<sup>er</sup> octobre 2014, de l'ordonnance et du décret relatifs au financement participatif avec la création des statuts d'intermédiaire en financement participatif (IFP) pour les plateformes de prêt et de conseiller en investissements participatifs (CIP) pour les plateformes d'investissement. Le statut d'intermédiaire en financement participatif constitue une véritable brèche dans le monopole bancaire, puisqu'il permet désormais aux particuliers de prêter de l'argent à titre onéreux à des entreprises, une activité jusque-là réservée aux seuls établissements bancaires agréés... Il s'agit là d'une première victoire !

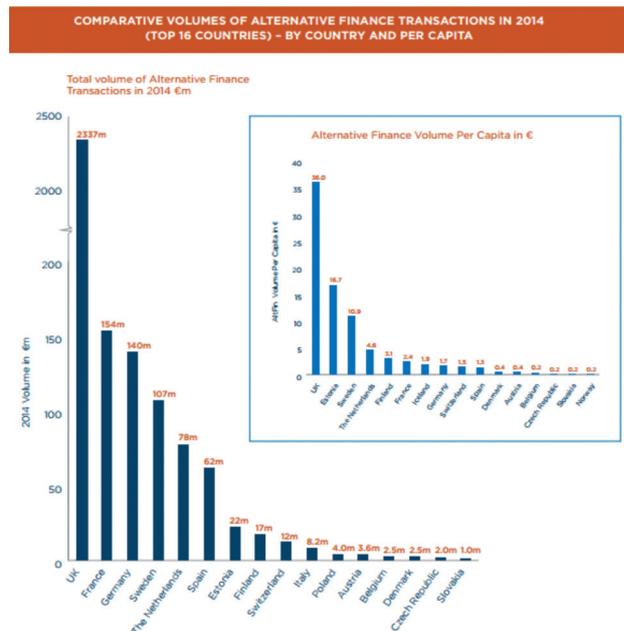


Figure 4 Source : "Moving Mainstream: The European Alternative Finance Benchmarking Report", EY & University of Cambridge, February 2015.

Si les plateformes de financement participatif sont aujourd'hui dotées d'un cadre qui régule le secteur, favorise la confiance des internautes et renforce la sécurisation des contributeurs, certaines problématiques freinent encore largement l'essor du *crowdfunding*, notamment par rapport à nos voisins anglo-saxons, dont les volumes de collecte s'établissent, en 2014, à 2,3 milliards d'euros (sur les 2,9 milliards collectés dans toute l'Europe)...

Ainsi, par exemple, si le *crowdfunding* en prêt a été ouvert aux particuliers, il n'est à ce jour pas encore possible pour les personnes morales de prêter à des entreprises. De même, un particulier ne peut effectuer de prêt avec

(2) Financement Participatif France (FPF) est l'association professionnelle des acteurs du crowdfunding. Elle rassemble une soixantaine de plateformes de crowdfunding, que ce soit en don, en prêt ou en investissement, et autant de membres de l'écosystème - [www.financeparticipative.org](http://www.financeparticipative.org)

intérêt qu'à hauteur de 1 000 euros par projet, un porteur de projet ne peut pas lever plus d'un million d'euros par projet (que ce soit *via* une plateforme de prêt ou *via* une plateforme d'investissement) et seules les actions simples et les obligations non convertibles peuvent être intermédiées par les plateformes ayant le statut de conseiller en investissements participatifs (les titres associatifs ou coopératif, par exemple, en sont exclus)...

De nombreuses problématiques sont encore en négociation avec les pouvoirs publics pour favoriser la croissance du secteur, sans évidemment perdre de vue la protection des épargnants.

### L'éducation au *crowdfunding*

2 700 000 personnes ont déjà contribué au financement d'un projet *via* une plateforme de *crowdfunding* (d'après le dernier baromètre), soit 950 000 contributeurs de plus en un an : c'est une belle progression, mais les enjeux de démocratisation et de pédagogie du financement participatif n'en restent pas moins considérables.

Le financement participatif a créé une dynamique extraordinaire favorisant l'esprit d'initiative et le développement d'activités dans tous les domaines (économie, solidarité, environnement, patrimoine, culture, etc.). Il permet également de valoriser localement l'ensemble de l'épargne des citoyens à destination de projets territoriaux.

En effet, dans les collectivités territoriales, au sein des organisations associatives et auprès du grand public de manière générale, la compréhension du financement participatif est parfois encore floue.

Financement Participatif France joue à ce niveau un rôle pédagogique essentiel par l'organisation d'événements nationaux ou régionaux, par sa participation à des colloques, par la mise en place de formations et la publication de son baromètre semestriel, favorisant ainsi l'orientation des porteurs de projet vers les plateformes de *crowdfunding*. Ses actions ont pour objectif de pousser les épargnants à participer au financement des projets, d'inciter les acteurs du développement territorial à s'approprier cet outil de financement alternatif sans créer de « plateforme locale » et de favoriser des synergies entre les acteurs de la chaîne du financement.

### Déontologie et prévention des risques

Face à la multiplication des acteurs du *crowdfunding*, le respect de bonnes pratiques et d'une éthique est primordial pour un développement pérenne du secteur, le défaut d'un seul des acteurs (plateforme ou porteur de projet) pourrait rapidement entacher tout le secteur et affecter la confiance des internautes.



Le logo de l'association Financement Participatif France.

C'est pourquoi, dans ce contexte d'une profession naissante et en plein essor, un code de déontologie a été adopté dès la création de l'association Financement Participatif France, qui a été signé par tous les membres de l'association et qui engage ceux-ci à respecter les principes de transparence et d'information sur les projets, à communiquer sur les risques encourus par les contributeurs, sur la mécanique de financement, ainsi que sur les coûts et la rémunération de la plateforme... Le code de déontologie responsabilise également les plateformes sur la sécurisation des données de l'internaute - qu'il soit contributeur ou porteur de projet -, sur le rôle d'assistance de la plateforme, sur les principes d'équité et d'honnêteté qui doivent présider à la gestion de la plateforme et, évidemment, sur la nécessité d'un strict respect des lois et réglementations.

Ces engagements sont d'autant plus importants que l'allègement des contraintes induit par la réforme rend indispensable la fixation par les professionnels eux-mêmes des règles qu'ils entendent respecter dans leurs relations avec les parties prenantes.