Le crowdfunding

▶ Le financement participatif, ou crowdfunding, a fait son apparition depuis peu.
▶ Il a pourtant déjà permis à plusieurs centaines de projets de démarrer sans faire appel à la finance traditionnelle.

En français, il s'appelle « financement participatif ». Sa traduction littérale de l'anglais a l'avantage de mieux détailler le concept : le « financement par la foule ». C'est exactement le cas. Des entreprises, principalement de très jeunes sociétés, cherchent à lever des fonds pour soutenir leur activité. Au lieu de démarcher la finance traditionnelle (ici les banques) pour se voir octroyer un prêt, elles font appel à des personnes, qui vont chacune contribuer à hauteur de quelques euros. Et pour éviter de démarcher les clients un à un, les plateformes en ligne mettent en relation entreprises et investisseurs.

Toutes ces plateformes ne se valent cependant pas. Car si le financement participatif est déjà difficile à comprendre pour quiconque ne souhaite pas s'aventurer plus loin que la finance traditionnelle, il en existe en réalité plusieurs sortes et on les identifie selon le type de récompense.

Il y a d'abord les projets qui offrent un rendement financier. Selon la plateforme, l'investisseur achète une part dans l'entreprise (qui lui offre le droit de toucher une partie du bénéfice qui sera réalisé) ou il octroie un mini-prêt à la société en question (qui lui remboursera la somme et les intérêts). C'est ce que l'on appelle les crowdfunding de type financier.

D'autres plateformes proposent quant à elles de financer un projet contre récompense en nature. Pour quelqu'un qui aura contribué à la levée de fonds pour la réalisation d'un film, par exemple, il s'agira de recevoir une copie une fois celui-ci terminé. Pour une entreprise qui souhaite fabriquer des vêtements, on peut proposer de participer à hauteur d'un certain montant en échange d'une pièce de la collection. Dans beaucoup de cas, ce type de financement participatif revient en quelque sorte à commander à l'avance un produit qui ne peut pas encore être vendu.

Enfin, le dernier type de crowdfunding revient à faire un don sans aucune contrepartie, qu'elle soit financière ou en nature.

La force du « crowd »

Si les jeunes pousses en recherche de capital font appel au public plutôt qu'aux banques, c'est que le *crowd* remédie à un segment que la finance traditionnelle ne couvre pas (ou peu). La plupart du temps, ces projets en sont de fait au stade embryonnaire. Ils cherchent du capital pour lancer une activité qui n'est pas certaine de fonctionner, et n'ont généralement pas d'apport propre. Les banques sont donc souvent réticentes à leur accorder un prêt, puisque trop risqué pour elles. D'autant plus que ces jeunes pousses n'ont en général aucune garantie de fonds ou de revenus au moment de lancer leur activité. Même si le conseiller bancaire croit au projet, le financer est trop dangereux. Celui qui investit dans un de ces projets prend tout autant de risque. Mais puisque les investisseurs n'y placent en général que quelques dizaines d'euros, celui-ci est limité dans sa taille. Certains des projets de crowdfunding n'ont d'ailleurs même pas vocation à rapporter de l'argent à l'investisseur, c'est alors l'aspect émotionnel qui prend le dessus. La force du *crowd* réside aussi là. Certains plans, financés en un temps record, ont gagné en popularité parce que c'était le public, précisément, qui avait permis sa réalisation. ■

MORGANE KUBICKI

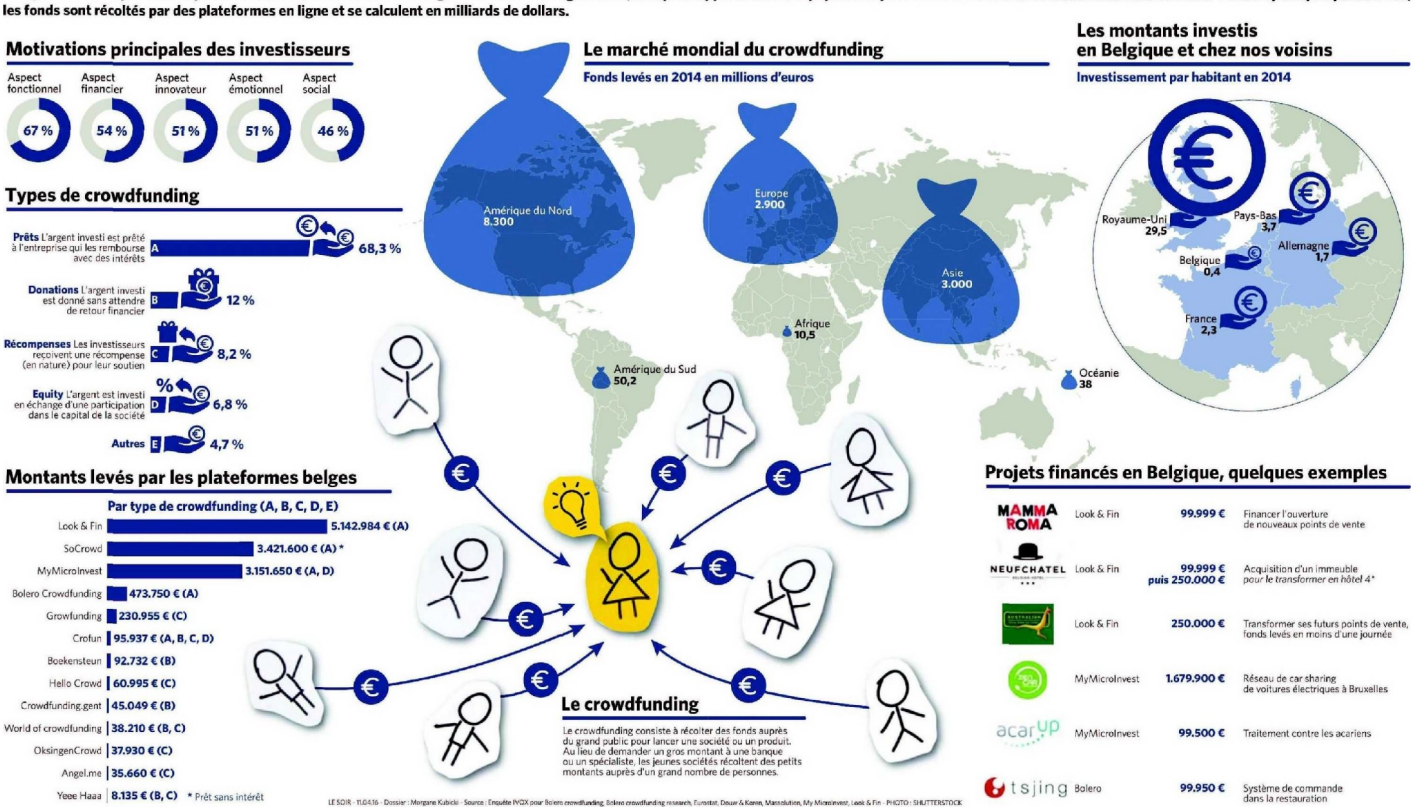
Et après ?

L'histoire du financement participatif ne s'arrête pas là. Pour la jeune société, lever de l'argent grâce au crowdfunding permet de démarrer son projet. Mais une fois en route et avec quelques pièces en poche, il est plus facile de démarcher les banques pour un prêt classique.
De son côté, l'investisseur reçoit sa contrepartie en nature ou sous forme d'argent selon le type de financement qu'il a accordé. Pour les autres, ceux qui ont acheté une part de la société, ils doivent attendre que celle-ci réalise des bénéfices. Jusqu'ici, il n'existait aucun moyen de « sortie » pour ces investisseurs. Depuis peu, deux plateformes de crowdfunding ont mis en place des systèmes de revente de sa participation : MyMicroInvest, en permettant de coter des titres en Bourse et Bolero (créé par la banque KBC), en ouvrant un marché d'échange.

M.K.

Le crowdfunding pèse plusieurs milliards de dollars

Si le phénomène a pris de l'ampleur récemment, certains situent l'origine du crowdfunding en 1885, lorsqu'un appel est fait à la population pour rénover le socle de la statue de la Liberté à New York. Depuis quelques années, les fonds sont récoltés par des plateformes en ligne et se calculent en milliards de dollars.



LE SOIR - 11.04.16 - Dossier : Morgane Kubicki - Source : Enquête INQX pour Bolero crowdfunding, Bolero crowdfunding research, Eurostat, Dauer & Kanne, Mansolution, My Microinvest, Look & Fin - PHOTO : SHUTTERSTOCK

l'expert « Nous sommes au début d'une révolution »

Olivier Witmeur est professeur d'entrepreneuriat à la faculté de Solvay. Multi-entrepeneur, il a déjà assisté les créateurs de plus de 300 projets. Pour lui, le financement participatif devrait prendre de l'ampleur.

Qu'est-ce que le crowdfunding ?

Pour le dire simplement, c'est le fait de faire appel à un grand nombre de gens qu'on dit être « dans la foule » pour financer un projet au lieu d'une institution dont c'est le métier. C'est faire appel à un particulier à la place d'une banque. C'est aider au financement de l'enregistrement d'un album au lieu de trouver une maison de disques ou demander à un client de précommander un produit au lieu d'emprunter de l'argent.

On pallie donc une lacune des institutions classiques ?

En quelque sorte, oui. L'idée est que la foule aura des critères différents que l'institution et ne regardera pas seulement le bénéfice escompté, mais soutiendra le projet. Si vous précommandez un produit, vous deviendrez plus un soutien que si vous l'aviez simplement acheté. Quant au financement d'un nouvel artiste, vous ferez probablement plus de buzz autour de lui. Pour l'investisseur, il y a l'aspect émotionnel. Pour l'entreprise ou l'artiste,

c'est aussi un aspect marketing.

Ces projets fonctionnent-ils ?

Il faut être conscient que cela ne marche pas toujours. Soit on atteint assez rapidement du succès et on dépasse les objectifs de levée de fonds, soit le lancement est difficile et cela ne fonctionne pas. Sur une plateforme comme Kickstarter, 36 % des projets trouvent du financement. Sur Look&Fin, une plateforme belge qui propose des financements de type bancaire, quasiment tous les projets trouvent des fonds. La différence fondamentale entre les plateformes réside dans le fait qu'elles présélectionnent ou non les projets à la base.

Quel est le risque pour l'investisseur ?

Il y a plusieurs types de plateformes : celles où vous faites un don, celles où vous achetez un produit qui n'est pas encore sur le marché et celles où vous faites un investissement financier. Cela correspond aussi à plusieurs types d'investisseurs : celui qui soutient le projet pour son aspect émotionnel et d'autres, qui regardent ça comme un investissement. Certains projets s'écroulent après leur financement, mais il est clairement stipulé que c'est un risque. Le principal risque est celui de tout perdre. Si vous avez acheté un produit, il peut être mauvais. Si vous avez prêté de l'argent, vous pouvez ne pas être remboursé. La seule façon de lutter contre ce risque est de diversifier ses investissements.

Combien peut-on investir ?

Le principe du crowdfunding est de faire appel à la foule, donc on investit souvent pour de petits montants. Pour les projets qui cherchent du financement, les limites sont fixées selon les pays. Le financement participatif est clairement un secteur qui est en train de se réglementer. On a commencé avec des règles a minima. *Mais si les montants augmentent, cela finira par une réglementation européenne. Sinon, cela reviendrait à faire de la concurrence fiscale.*

Et pour les sociétés, quelles sont les difficultés à faire appel au crowdfunding plutôt qu'à une banque ?

Le risque est de se retrouver avec une structure de financement un peu compliquée quand beaucoup de personnes différentes détiennent votre dette. Il y a aussi un petit risque de confidentialité lorsqu'il faut attirer le client. Et puis il ne faut pas négliger le temps que cela prend de faire une campagne de crowdfunding.

En Belgique, les montants investis restent assez faibles au regard de nos voisins. Pourquoi ?

Il faut un marché suffisamment large pour que cela fonctionne. Chez nous, cela a aussi démarré plus tard et il est probable que le Belge est plus prudent face au risque. Mais nous sommes vraiment au début d'un phénomène et nous avons encore très peu de recul sur les plateformes qui vont vraiment s'imposer. Nous sommes au début d'une révolution qui défie réellement la façon traditionnelle de faire de la finance. Les jeunes veulent mieux savoir où va leur argent et ces plateformes proposent ça. Je ne suis pas en train de dire qu'elles vont remplacer les banques, mais on peut les voir prendre des parts de marché de plus en plus importantes. On peut comparer la relation entre le crowdfunding et les banques à une croisière d'Ostende à New York. Lorsque l'on quitte les écluses d'Ostende, il y a encore pas mal de chemin à parcourir. ■

Propos recueillis par M.K.

« Certains projets s'écroulent après leur financement, mais le risque de tout perdre est clairement stipulé »

OLIVIER WITMEUR