

Crowdfunding

Levées de fonds record... et ratages en pagaille

Projets farfelus, campagnes réussies qui finissent par un échec, manque de transparence, capitaux dilapidés: enquête sur l'univers pas toujours très reluisant du financement participatif.

SANDRA SPAHR n'est pas près de commander un nouveau produit sur Kickstarter. En 2014, cette Américaine croyait pourtant y avoir déniché le cadeau de Noël parfait pour son mari: une glacière avec blender, haut-parleurs, chargeur pour smartphone et lumière intégrés. Une création originale 100 % américaine, répondant au doux nom de « The Coolest Cooler ». Séduite par le concept, Sandra n'avait pas hésité à déboursier 185 dollars afin de recevoir l'un des tout premiers exemplaires. Hélas, un an après avoir passé sa commande, elle attendait toujours sa livraison. Dans un commentaire récent laissé sur le site de financement participatif, elle partageait sa détresse avec d'autres clients déçus. « Noël 2015 est arrivé et je pensais pas donner une nouvelle fois à mon mari un bon de commande en guise de cadeau. »

« The Coolest Cooler »: une histoire – drôle – qui fait tache

**31,4
milliards
d'euros**

C'est le montant récolté par les sites de financement participatif dans le monde en 2015, soit une hausse de 2 000 % depuis quatre ans.

dans un secteur qui a le vent en poupe. Difficile en effet de ne pas s'enthousiasmer pour cette industrie qui connaît une ascension fulgurante. En 2011, le financement participatif ne représentait que 1,3 milliard d'euros dans le monde. Il pèse aujourd'hui 31,4 milliards, soit une progression de plus de 2 000 % en quatre ans! A elle seule, la France compte désormais 145 plateformes de *crowdfunding* pour 154 millions d'euros collectés.

Les « success stories » sont reprises en boucle

Ces sommes levées permettent à des entrepreneurs de se lancer, à des étudiants de financer leurs études, à des projets solidaires de voir le jour... Autant de belles histoires reprises en boucle dans les dossiers de presse ou sur les blogs des sites de financement. Mais le *crowdfunding* a aussi ses ratés. Beaucoup plus discrets, ceux-là.

« Il y a un biais scandaleux dans le discours des grandes plateformes de *crowdfunding*. Celles-ci mettent systématiquement en avant les *success stories*. Elles donnent l'impression que n'importe qui peut lever des millions d'euros en quelques minutes. Or la réalité est très différente », s'agace Arnaud Poissonnier, créateur en 2008 du premier site européen de microcrédit solidaire, Babyloan.org. Selon ce pionnier, le crowdfunding est à la fois une révolution... et un mirage.

« Aux Etats-Unis, les plateformes ont ouvert très largement les vannes des projets. Il n'y a quasiment plus de filtres. Résultat des courses, le taux de réussite n'excède pas 30 %! » En France, les plateformes sélectionnent davantage les candidats. Elles n'acceptent que le tiers des projets qui leur sont présentés. Ensuite, seuls la moitié d'entre eux réussissent à lever les fonds voulus. Et cette proportion tombe à 20 % en moyenne sur les plateformes qui financent des projets innovants (Ulule, Kisskissbankbank, Bulb in Town...)

Contrairement aux apparences, un nombre colossal de projets n'a donc pas accès au *crowd-*



fundings. Et les entrepreneurs qui parviennent à se financer ne sont pas au bout de leurs peines. Il leur faut ensuite livrer des produits conformes aux attentes dans un délai raisonnable. Pas toujours facile. Le créateur de « The Coolest Cooler », par exemple, s'est laissé dépasser par le succès. À l'origine, il demandait 50 000 dollars pour réaliser sa glacière. Il a finalement levé 13 millions ! Trop d'argent. Trop de clients. Le jeune entrepreneur a perdu pied et les ouvriers de l'usine de fabrication de sa fameuse glacière se sont mis en grève. Il a fallu trouver dans l'urgence de nouveaux fournisseurs, alors que la demande explosait.

« The Coolest Cooler » n'est pas un cas unique. Le secteur du high-tech regorge de belles

20%

C'est la proportion de porteurs de projets « innovants » ayant réussi leur levée de fonds sur des plateformes comme Ulule, Kisskissbankbank ou Bulb in Town.

histoires qui ont tourné au vinaigre. En 2012, la start-up à l'origine de la montre connectée Pebble récoltait un million de dollars en moins de trente minutes, plus de 7,5 millions en une journée, et 20,3 millions au final. Par la suite, les livraisons ont pris du retard, certaines montres fonctionnaient mal, d'autres n'ont jamais été envoyées.

Difficile de bien évaluer la viabilité des projets

Plus récemment, la start-up britannique Torquing Group a mis la clé sous la porte. Ce fabricant de drones avait pourtant décroché la palme du projet Kickstarter européen le plus financé en 2014 (3,3 millions d'euros).

« La France, pour l'instant, est relativement épargnée par ces échecs spectaculaires, car les

gros financements se font à l'étranger », tempère Vincent Ricordeau, cofondateur de Kisskissbankbank. Mais, ici comme ailleurs, les internautes auraient bien besoin d'outils pertinents afin d'évaluer la viabilité des projets qu'on leur présente. Or les plateformes ont parfois d'autres priorités.

Kickstarter ou Indiegogo cherchent surtout à « faire du volume » pour grignoter des parts de marché, explique le chercheur Jérémie Vachet. Elles ont donc tendance à accepter les projets les plus farfelus. « C'est là que vous trouverez des projets de Web documentaires sur les kangourous nains », ironise un professionnel du secteur. C'est aussi là que les taux de déchet sont les plus importants. « Dans la section jeux vidéo de

IMMOBILIER

Acheter à plusieurs: la prudence s'impose

Devenir propriétaire à partir de 1000 euros. Toucher des rendements de 10 % voire de 12 % en quinze ou dix-huit mois... Les plateformes de *crowdfunding* immobilier peuvent-elles tenir leurs promesses? Pas sûr. « Les prochains scandales du *crowdfunding* viendront de l'immobilier », assure Arnaud Poissonnier, le fondateur de Babyloan, qui anticipe déjà une série d'investissements opaques et mal contrôlés, comme à la grande époque des subprimes. L'Autorité des marchés financiers (AMF), elle non plus, n'est pas tranquille.

En avril dernier, celle-ci a incité les épargnants qui souhaitent acquérir un bien immobilier à plusieurs en passant par un site Internet à la plus grande prudence. En effet, le montage le plus utilisé dans ce genre d'opération est celui d'une SCI (so-



ciété civile immobilière). Or ce statut implique que chaque particulier est responsable des dettes sur son patrimoine personnel, pour un montant qui peut même dépasser les sommes investies.

« La déclaration de l'AMF nous

a savonné la planche. Or elle pointe un risque théorique, qui ne s'est jamais produit sur le terrain », proteste un acteur du secteur. Mais les plateformes de *crowdfunding* ont déjà trouvé une activité de remplacement. Elles permettent aux particu-

liers de financer une partie des fonds propres des promoteurs en échange de rendements juteux.

« **Tout cela ressemble à un jeu de dupes** », prévient François Audubert, directeur de l'investissement chez Bulb in Town, qui finance des projets innovants. « Les intérêts promis ont pourtant été versés sans problème, assure Quentin Romet, fondateur de la plateforme Homunity. Et pour cause : dans le Meccano financier du promoteur, l'emprunt réalisé auprès de la communauté pour gonfler ses fonds propres ne pèse pas lourd. Le *crowdfunding* immobilier est technique et encore jeune. Il doit encore faire ses preuves », reconnaît ce jeune patron. Lui y croit dur comme fer. « Cette année, nous avons réuni 800 000 euros. Nous prévoyons d'en lever 7 millions l'an prochain. » © S.J.

➤ Kickstarter, par exemple, la proportion de projets ayant recueilli zéro dollar a atteint 15 % au premier semestre 2015 », constate Thomas Bidaux, cofondateur du cabinet de conseil ICO Partners. Un chiffre qui en dit long sur la qualité des projets.

Mais dans la nébuleuse du *crowdfunding*, on trouve heureusement des plateformes beaucoup plus sélectives. C'est notamment le cas de celles qui permettent à leurs clients d'entrer au capital d'entreprises prometteuses, grâce à la souscription de titres. Un secteur qui connaît une croissance fulgurante, avec une hausse de 182 % entre 2012 et 2015.

« Chez nous, huit personnes trient les dossiers d'entreprises, en fonction de 140 critères. La sélection est drastique », assure

Benoît Bazzocchi, le patron de SmartAngels. Mais même avec de telles barrières à l'entrée, le retour sur investissement n'est pas garanti. « La rentabilité de ce genre de projet ne peut s'apprécier que sur le long terme. Or nous n'existons que depuis 2012. Sur la période récente, un de nos clients a multiplié sa mise par trois. Mais une des entreprises que nous avons choisies a aussi mis la clé sous la porte », reconnaît le jeune patron.

Des entreprises ne sont là que pour se faire de la pub

Le reste de l'industrie du *crowdfunding* ne fait pas preuve d'autant de transparence. « Il faut se méfier de l'image que ces plateformes donnent d'elles-mêmes », confirme Bruno Boggiani, chargé d'affaires chez

1 million de dollars

C'est la somme collectée en moins de trente minutes par la start-up Pebble Technology en avril 2012, lors de la première journée de « *crowdfunding* » destinée à financer le lancement de sa montre connectée.

Strateggyz, une société de conseil en investissements. « Certaines entreprises, c'est sûr, n'ont pas leur place sur les plateformes de *crowdfunding*. D'autres, à l'inverse, ont déjà négocié en amont un gros financement avec des fonds d'investissement. Elles ne sont là que pour se faire de la publicité. »

« Une chose est sûre : malgré tout son potentiel, le *crowdfunding* n'est pas le Graal », résume Arnaud Poissonnier, de Babyloan. Et la patience s'impose. Ceux qui en doutent peuvent le vérifier dans les livres d'histoire. En 1783, Mozart qui rêvait de monter trois concertos pour piano qu'il venait de composer a dû patienter un an et s'y reprendre à deux fois avant de trouver 276 riches Viennois prêts à le financer. © SÉBASTIEN JULIAN