Séminaire national : Le financement participatif des entreprises du territoire

Synthèse des échanges

Un événement organisé par :

Financement Participatif France

GROUPE Caisse des Dépôts

Région Hauts-de-France

07/11/17 – AMIENS

Sommaire

Mot de bienvenue 3
Le financement participatif, de quoi parle-t-on ? 4
Table ronde 1 - Territoire et entreprises : les initiatives des acteurs locaux 5
I. Isabelle Ghoris – Pas de Calais 5
II. Philippe Marchand – CCI Oise 5
III. André Jaunay – Financement Participatif France 5
V. Questions / Réponses 7
Table ronde 2 - Le crowdfunding dans la chaîne de financement 9
I. Zakaria Nana – Marbella Paris 9
II. Hervé Ducrocq – Bpifrance 10
III. Eliane Métreau – ADEME Hauts-de-France 11
IV. Questions / Réponses 11
Table ronde 3 – Le crowdfunding pour tout type d'entreprise 13
I. Thomas Da Silva – H2air 13
II. Jasmine et Flavie Seren-Rosso – The Boston Club 14
III. Questions / Réponses 14
Conclusion de la journée par Maryse Fagot 15

MOT DE BIENVENUE

Myriam Mahe-Lorent
Directrice adjointe de la DR Hauts-de-France
Groupe Caisse des Dépôts

Le financement participatif n'est pas un phénomène nouveau, mais le contexte actuel est favorable à son développement :

- Contexte numérique, apte à mettre en relation les financeurs et les porteurs de projet, ainsi qu'à faciliter les opérations ;
- Contexte réglementaire, avec une évolution de la réglementation qui permet de plus en plus d'ouvrir des possibilités au financement participatif (qualité des financeurs et des bénéficiaires, montants susceptibles d'être collectés et mode de collecte) ;
- Appétence des concitoyens pour les projets qui ont du sens.

A ce niveau, le financement participatif reste un financement complémentaire. Cependant, son intérêt ne relève pas seulement de la collecte, c'est également un instrument fédérateur autour des projets, notamment en ENR, ou lorsqu'il s'agit de l'installation de commerces en centre ruraux.

Maryse Fagot
Conseillère régionale
Région Hauts-de-France

La Région réaffirme sa politique volontariste en faveur de l'emploi en soutenant les entreprises et en créant un ensemble cohérent de financement, sous le nom de Mission *Hauts de France Financement*. Près d'1 milliard d'euros sont mobilisés, au travers d'acteurs du financement qui répondent aux besoins des entreprises, quel que soit leur projet et à tous les stades de vie de la structure – de l'émergence au développement, jusqu'à la consolidation.

La Région intervient sous forme de garanties, de prêts, d'avances remboursables, de prêt d'honneur, de fonds propres ou de quasi fonds propres. *Hauts de France Financement* regroupe l'ensemble des interventions financières de la Région sous un nom unique. Les acteurs régionaux s'engagent sur un socle commun de valeurs et d'engagements, pour que chaque entreprise, sur l'ensemble du territoire régional, trouve auprès de *Hauts-de-France Financement* une démarche qualité respectueuse de chacun, soucieuse de la réactivité et de la pertinence des réponses apportées.

La région Hauts-de-France est un territoire dynamique en matière de financement participatif. Outre le nombre de projets croissants de collecte sur les plateformes de crowdfunding, les travaux de la Chambre de Commerce et de la Région sur la Troisième Révolution Industrielle (TRI), avec l'économiste Jérémy Riffkin, ont mis en évidence le rôle d'avenir du financement participatif.

Notre grande Région mise sur le crowdfunding et on y recense près d'une demi-douzaine de plateformes, ce qui nous place au deuxième rang, après l'Île-de-France.

LE FINANCEMENT PARTICIPATIF, DE QUOI PARLE-T-ON ?

Florence de Maupeou
Coordinatrice générale
Financement Participatif France

- FPF est l'association des professionnels du crowdfunding
- Cet événement s'inscrit dans un cycle de séminaires autour de la finance participative et des territoires, organisés par FPF en partenariat avec la Caisse des Dépôts. Un 1er séminaire avait été organisé à Poitiers, sur le thème de l'animation territoriale, un 2ème à Paris sur la transition écologique et énergétique. Nous organisons aujourd'hui le 3ème à Amiens, en partenariat avec le conseil régional des Hauts-de-France, que nous remercions chaleureusement pour leur accueil, sur le thème du financement des entreprises du territoire.

- Nous aurons 3 tables-rondes au cours de l'après-midi.
  - Une 1ère sur les initiatives locales, pour présenter et mettre en perspective les actions de promotion éclairée du crowdfunding mises en œuvre par les acteurs territoriaux afin de faire connaître le financement participatif et accompagner les porteurs de projet.
  - Une 2ème table-ronde sur « Le crowdfunding dans la chaîne de financement. » pour comprendre comment le financement participatif peut être un complément ou effet de levier à d'autres types de financement.
  - Et enfin une table-ronde où 3 porteurs de projet ayant mené des campagnes pour le financement de leur entreprise en don, prêt et investissement, témoigneront de leur expérience.

Au 1er semestre 2017, les plateformes de crowdfunding ont collecté plus de 153 millions d'euros. Et ce sont 2,8 millions de personnes qui ont contribué au financement d'un projet en crowdfunding depuis le lancement des plateformes en 2008.

Le crowdfunding connait un bel essor et les volumes de collecte croissent chaque année car ce mode de financement répond à une attente réelle des épargnants de donner du sens à leur argent et de reprendre le pouvoir sur l'affectation de leur épargne. Le crowdfunding est un financement transparent, directe et traçable.

La finance participative répond à un enjeu réel pour le développement des projets et des entreprises sur les territoires. Cependant, elle s'accompagne d'une certaine perplexité, liée notamment au nouveaux comportements et usages qu'elle implique ; et au foisonnement des propositions.

Les territoires sont des lieux privilégiés pour l'appropriation de cette transformation car ils sont des espaces de décision et de mobilisation pour les projets et les épargnants ; mais aussi des lieux d'expérimentation, d'animation et de sensibilisation, avec l'engagement possible des institutions, réseaux, professionnels, etc.

C'est pourquoi, à travers ces tables-rondes, l'objectif est de permettre aux acteurs du territoire de s'informer sur le financement participatif, de prendre connaissance des pratiques possibles et de s'approprier le sujet pour qu'ils soient eux-mêmes en capacité d'accompagner les porteurs de projet et de créer des dynamiques locales autour du financement des entreprises.

TABLE RONDE 1 - TERRITOIRE ET ENTREPRISES : LES INITIATIVES DES ACTEURS LOCAUX

Claudine Jacob-Ternisien
Directrice

André Jaunay
Administrateur, FPF

Isabelle Ghoris
Cheffe de Mission
Mission Economie Sociale et Solidaire

Philippe Marchand
Direction création, reprise et transmission d'entreprise

I. Isabelle Ghoris – Pas de Calais

Le Conseil Départemental du Pas-de-Calais s'est saisi de la question de l'ESS depuis 2011 et il travaille avec la CCI pour favoriser une économie plus inclusive. Ce travail fonctionne en ateliers et, parmi ceux-ci, figure notamment un atelier sur la finance. Plusieurs acteurs y sont représentés, suite à un recensement intervenu en 2013, sur le territoire (le monde bancaire, la finance solidaire, etc.).

Le département s'est intéressé aux projets plébiscités par les citoyens et a donc mis en place un label, « Propulsons ! », pour accompagner le mouvement de crowdfunding sur le territoire. Ce label s'adresse aux projets porteurs de valeurs (ancrage de territoire, environnemental, etc.) Quand le département propose l'accompagnement d'une structure, cela fait échos à un besoin et une envie de la population et ce soutien peut influencer les élus à injecter de l'argent public dans le projet. Le label est également une garantie d'un projet viable économiquement et d'un accompagnement des porteurs de projets dans la mise en place. Cela a donc un effet sécurisant et rassurant pour le porteur de projet et pour l'investisseur.

Ce label est devenu central pour le dynamisme du territoire : depuis 2015, 21 campagnes menées pour des acteurs du départements. Près de 80.000€ collectés et près de 1400 contributeurs (don moyen de 60€).

II. Philippe Marchand – CCI Oise

Lancement de la plateforme de don contre don « Boost in Oise », en partenariat avec Tudigo (anciennement Bulb in town). La CCI de l'Oise s'est lancée sur le segment de l'entreprenariat, pour répondre à des attentes de porteurs de projets qui souhaitaient compléter leurs financements ou engager une communication avant de lancer leurs activités. Cette plateforme est le résultat de plus d'un an et demi de réflexion. En termes de projets lancés, on constate que l'éléments communication autour du financement des campagne est extrêmement important.

III. André Jaunay – Financement Participatif France

FPF est engagé dans le soutien de l'entreprenariat direct : le crowdfunding c'est la démocratisation de cette relation directe entre les habitants et les entreprises. Si on parle aujourd'hui de consom'acteurs,

on pourrait parler d'épargnants-acteurs et les organisations vont devoir s'adapter à ces transformations de la société, qui devient collaborative et participative. Ces transformations vont directement impacter le financement des entreprises, avec des enjeux locaux. En effet, les territoires ont plutôt intérêt à ce que l'épargne de leurs habitants financent des projets locaux.

Des collectivités ont déjà pris des initiatives dans certains domaines, notamment via des approches sectorielles. D'autres collectivités ont décidé d'agir de manière globale. On peut citer le cas de la Corrèze, qui a mis en place un portail qui permet de mettre en valeur l'ensemble des projets du territoire. Ceci répond à une logique complète du financement participatif, puisque tous les épargnants ont le choix entre tous les projets, toutes les plateformes et toutes les formes d'engagement de leur épargne. Au premier semestre 2015, avant que la collectivité ne s'implique, 11 projets étaient présentés sur les plateformes, 9 projets financés et 51.000€ étaient mobilisés via le financement participatif. En 2017, c'est 42 projets en ligne, 32 financés et 711.000€ mobilisés. Les actions de la collectivité ont dont eu un effet évident sur la mobilisation des ressources locales, la mobilisation des porteurs de projets et la réussite des opérations de financement. Sans animation, tous les projets ne sont pas aussi facilement financés. Cette animation passe par de l'information, de la communication et une mobilisation de tous les prescripteurs.

IV. Claudine Jacob-Ternisien - Initiative Somme

Le projet « Tellement Prêt » a émergé il y a quatre ans, suite à une réflexion sur les nouveaux modes de financement et d'accompagnement des porteurs de projet. Il s'agit d'un accompagnement des créateurs d'entreprises, sur un volet financier. Cependant, derrière l'outil de financement que constitue le crowdfunding, il y avait la volonté d'apporter autre chose que du financement. La plateforme a été lancé en 2014, avec une valeur forte de gratuité, sur le modèle de hellomerci, outil de prêt non rémunéré. Tellement Prêt est une plateforme en marque blanche, née en Picardie, mais ouverte sur l'ensemble des Hauts-de-France.

En plus d'une étude du projet, la plateforme assure un accompagnement des porteurs de projets et valide le caractère économique du projet. Cette phase est une valeur ajoutée pour le porteur de projet et elle rassure également les prêteurs. La plateforme apporte une connaissance du système du financement participatif, ainsi qu'un label de garantie économique et une aide dans l'écriture du storytelling du projet. Tout ceci, avec un fort ancrage territorial, permet des résultats très encourageants :

- Une quarantaine de projets en ligne,
- 200.000€ collectés,
- 90% de collectes réussies
- Un taux de contribution moyen de 200€ sur un prêt non rémunéré (20€ sur la moyenne française),
- Remboursement de plus de 1000 contributeurs avec une réinjection des remboursements dans d'autres projets : constat d'une importante fidélisation.

L'ancrage territorial et l'accompagnement sont donc de vrais plus pour le portail et insufflent une dynamique locale. Celle-ci agit sur les porteurs de projets et sur les investisseurs.

Le fait de passer par du financement participatif est également un accélérateur d'entrée sur le marché. En effet, une forte communication se fait au moment de la collecte et le projet est donc identifié localement. Cela créait également une proximité avec les citoyens.

La difficulté reste de convaincre les porteurs de projets de l'intérêt du financement participatif pour compléter le financement de leur projet. Il est d'ailleurs important de préciser que le financement participatif s'articule constitue une « brique » s'articulant avec d'autres financements.

V. Questions / Réponses

Quelle est la valeur ajoutée du réseau d'accompagnement pour le porteur de projet qui fait une campagne de crowdfunding ?

Isabelle Ghoris : Le label propulsons met en œuvre une campagne de communication autour du projet. En effet, une campagne de financement participatif ne se limite pas au projet, c'est un vrai investissement au quotidien. C'est pourquoi, la collectivité met à disposition des outils de communication (réseaux sociaux, etc.), afin de permettre un ancrage.

Philippe Marchand : L'équipe qui accompagne le projet est formée spécifiquement pour les particularités que demande une communication de campagne de crowdfunding. Il y a également un accompagnement avant la création de l'entreprise, par une phase où l'on propose des formations pour le porteur de projet, notamment en communication, storytelling, réseaux sociaux, graphisme, vidéos, etc. Cette phase de préparation au lancement de la campagne est complétée par un accompagnement au lancement : aide à la création du contenu de communication, du futur site internet et également un relais dans la presse locale.

Quel est l'impact de la presse locale sur la capacité à mobiliser le troisième cercle (le grand public) ?

Philippe Marchand : Le troisième cercle représente, en moyenne, 35% des collectes réussies.

Quel bilan dressez-vous aujourd'hui de ces initiatives et quelles seront les prochaines étapes de développement ?

André Jaunay : FPF soutient les démarches locales. Les expériences en Corrèze et en Ardèche invitent à reproduire ces modèles ailleurs, car ce sont des démarches efficaces et peu couteuses.

Claudine Jacob-Ternisien : Le crowdfunding est vraiment un phénomène de foule. Il ne s'agit pas d'en finir avec les banques, mais on voit bien que la population veut maîtriser son épargne. Les entreprises s'interrogent également de plus en plus sur ces modèles. « Tellement Prêt » est sur le modèle de financement participatif le moins représenté et pourtant, beaucoup d'entreprises demandent des informations et se renseignent également sur les autres types de financements participatifs. Le label territorial devrait donc être ouvert sur l'investissements ou le don. J'aimerais donc que le label territorial soit maintenu, pour que 'ancrage territoriale reste fort, mai que les porteurs de projets puissent accéder à toutes formes de financement participatif.

Isabelle Ghoris : Nous sommes également en train de réfléchir à s'ouvrir à d'autres formes de financements participatifs. Au début, le label départemental ne concernait que le don/contre don car c'était plus facile. Aujourd'hui, nous sommes ouverts, mais nous avons besoin de plus de temps pour construire notre réflexion. Par ailleurs, nous avons signé une charte de partenariat avec l'ensemble des financeurs solidaires et nous devons donc réfléchir avec nos partenaires.

Philippe Marchand : Nous finalisons actuellement des modules de formations supplémentaires, qui permettront à des gros entrepreneurs de formaliser leurs projets sur la base des expériences de l'année précédentes.

Avez-vous une idée de la typologie des projets financés sur vos plateformes ?

Florence de Maupeou : Beaucoup de projets dans l'innovation et les technologies. Avant 2014, le crowdlending n'était pas possible, les projets entrepreneuriaux commencent donc actuellement à se

tourner vers du financement participatif. Il y a encore beaucoup d'enjeux en termes de pédagogie et il faut que les acteurs locaux s'emparent de cette pédagogie pour dynamiser leurs territoires.

Claudine Jacob-Ternisien : Citons l'exemple d'un rachat de robot pour une chaine de production, financé à hauteur de 15.000€. Si on prend les chiffres globaux du financement participatif et qu'on introduit le prêt rémunéré, on a tout type d'activités et pas forcément la vente de produit locaux, l'artisanat et le commerce. Le prêt rémunéré n'étant pas représenté aujourd'hui, cela créait un biais.

André Jaunay : Il y a également des projets plus ambitieux, qui peuvent faire appel à l'épargne extérieur, comme le financement d'une PME à hauteur de 300.000€. Il y a également des projets d'énergies renouvelables. Sur ces projets-là, les territoires se mobilisent, l'épargne vient d'abord du local, mais également de l'extérieur. C'est extrêmement important pour le territoire d'avoir de l'épargne extérieure qui arrive sur des projets locaux.

Florence de Maupeou : sur le prêt rémunéré, le contributeur est plus intéressé par le retour sur investissement, que par l'attache émotionnelle qu'il peut avoir avec l'entreprise, ou même par l'ancrage territoriale ou l'impact sociétale.

Lionel Lasry, fondateur de la plateforme Agrilend : Sur des projets dans le secteur agricole, l'ancrage très local et territorial est important. On se rend compte que les gens veulent prêter à côté de chez eux, tout en étant dans une approche business. Le financement participatif tente de réconcilier les deux aspects. Je me demande si les labels territoriaux pourraient être ouverts sur des projets de prêts rémunérés. Les labels locaux peuvent-ils être attribués à certains projets sur des plateformes nationales ?

Isabelle Ghoris : Ce procédé s'est déjà vu sur « propulsons ! ». Nous ne sommes pas attachés à une plateforme en particulier. Il faut cependant partager un certain nombre de valeur avec les porteurs de projets, mais cela s'est déjà fait pour des maraîchers, par exemple.

Hubert Cuvelier, Look&Fin : Chez Look&Fin, nous apportons des solutions de financement sans aucune garantie. Nos solutions sont destinées à des entreprises qui ont déjà 3 ans et qui ont vocation à continuer à assurer le développement de leur mission. Nous intervenons sur tous les secteurs et nous n'avons rien contre les banques, au contraire. En revanche, nous fonctionnons là où la banque s'arrête. Le financement participatif vient donc en complémentarité au système bancaire classique, qui ne peut pas intervenir sur différents projets.

Quel est l'accompagnement concret de Financement Participatif France ?

André Jaunay : FPS signe une convention avec le département, qui prévoit des déplacements et des échanges, afin de construire une animation sur mesure. Le département verse une cotisation à FPF, et une relation de long terme se noue, ce qui vient souligner l'importance du sujet pour la politique du département.

Florence de Maupeou : Nous venons d'ailleurs de mettre en place des référents territoriaux, pour essaimer le crowdfunding dans les territoires. L'objectif est d'avoir un point d'appui local qui puisse participer aux actions de pédagogie de FPF et faciliter les échanges avec les acteurs et élus locaux.

Avez-vous une idée de l'évolution de la réglementation ?

Florence de Maupeou : Il y a un foisonnement d'acteurs dans le secteur et on commence à voir des plateformes qui arrêtent leurs activités, ou qui fusionnent, ou qui se rattachent à des acteurs plus traditionnels. On assiste donc à une consolidation du secteur. Nous avons tout de même besoin d'acteurs plus locaux, qui jouent plus sur la proximité, ou justement sur des secteurs comme l'agriculture, parce qu'il y a des problématiques concrètes des porteurs de projets. Il ne faut pas que le financement participatif soit une simple mise à disposition de projets sur un site internet, mais cela

doit rester un réel accompagnement. La réglementation autour du crowdfunding est lourde. Nous sommes le seul pays européen à imposer un statut réglementaire aux plateformes de don. Nous avons également des règles très précises en termes de lutte contre le blanchiment et de financement du terrorisme. Chez FPF, nous œuvrons pour faire évoluer cette réglementation, afin de permettre aux plateformes de continuer à se développer.

André Jaunay : Sur ce sujet, les autorités, ont construit des adaptations audacieuses, en partenariat avec les acteurs et grâce à l'action de FPF. Il y a encore dix ans, on n'imaginait pas de mettre fin au monopole bancaire. Le risque est une chance et la création d'entreprise c'est du risque. Il y a un gros travail à faire pour ne pas avoir une approche trop prudente.

Hubert Cuvelier, Look&Fin : La réglementation est également lourde ailleurs en Europe, en Belgique notamment. Pour les mesures d'incitation, il ne pas confondre les différents types de financements participatifs. La loi de finance 2018 devrait être favorable au crowdlending.

Est-il imaginable de partir sur un financement mixte si, sur le même projet, une partie du financement pourrait être intéressante en don et une autre en investissement ou en prêt ?

Claudine Jacob-Ternisien : Mettre simultanément deux campagnes de crowdfunding, sur deux plateformes, n'est peut-être pas pertinent pour la mobilisation des cercles. Cependant, cela se fait au cas pas car et par projet. Tout est possible si c'est pertinent.

TABLE RONDE 2 - LE CROWDFUNDING DANS LA CHAINE DE FINANCEMENT

Zakaria Nana
Porteur d'un projet en investissement sur Happy Capital

MARBELLA PARIS

Eliane Métreau
Animatrice Dynamique Climat

ADEME
Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie

Hervé Ducrocq
Responsable crédit

bpifrance

I. Zakaria Nana – Marbella Paris

Nous avons fait quatre à cinq levées de fonds sur une dizaine d'année. Le développement de l'entreprise s'est fait en travaillant principalement avec des grandes maisons (Chanel, etc.) et en auto-financement, jusqu'en 2013. La même année, suite à une rencontre avec une personne du groupe Natixis, nous nous sommes posés la question des besoins financiers pour développer une entreprise

et nous avons fait un business plan plus professionnel. En quelques mois, nous avions levé 1 million d'euros auprès de Natixis et d'autres partenaires. Nous étions alors incubés chez Paris Innovation.

En 2015, nous nous posions la question de l'émergence de la marque sur le marché international, avec un réseau très sélectif de distribution et nous connaissions des difficultés de trésorerie. Suite aux réflexions, la solution trouvée fut celle du financement participatif. Nous étions très sceptiques, avant de découvrir le crowdequity et son approche entrepreneurial et « capital-risque ». Suite à une étude des plateformes, nous avons choisi Happy Capita. Lors du lancement de l'opération, nous pensions que la plateforme ferait le travail de communication et de mobilisation. Nous nous sommes vite aperçus qu'il y avait un réel investissement à faire en termes de campagne digitale, notamment sur les réseaux sociaux. C'est alors que nous avons rencontré Claudine Jacob-Ternisien qui a rendu possible l'ancrage de notre campagne, notamment grâce à une réunion de lancement officiel de Marbella, à la CCI de Amiens. Au bout de quelques mois, 320.000€ étaient levés, dont la moitié en cash par le financement participatif, et l'autre moitié par d'autres investisseurs.

En conclusion, cette campagne de financement participatif nous a permis d'avoir plus de visibilité, car une campagne importante est intense. Cela nous a également permis de provoquer plus rapidement que prévu le financement de la maison mère, avec une autre opération qui s'est conclue avec un levée d'1 millions d'euros.

II. Hervé Ducrocq – Bpifrance

Il n'y a pas d'un côté les projets qui relèvent du financement participatif et, d'un autre côté, les autres. Le crowdfunding fait partie du panel de solutions de financement qui existent. De manière binaire et historique, on serait tenté de dire que, pour financer un projet, il y a deux types de ressources : les fonds propres et le prêt bancaire. Ce panel s'est enrichi mais, pour un certain nombre de porteurs de projets, cette binarité existe toujours. Pourtant, aujourd'hui l'offre est bcp plus variée. Il y a toujours l'apport en fonds propres, mais certains bons projets se font parfois sans apport. Il y a également toujours le financement bancaire, mais il est difficile à mobiliser sur des phases de création parfois longues. On retrouve également le développement de solutions avec des acteurs locaux (prêts d'honneurs, réseaux entreprendre, France Active, etc.) Puis, sont arrivés les business angels. Là encore, il s'agit d'un ensemble d'acteurs et de moyens financiers, au premier plan BPI et les régions, qui sont les leaders du soutien économique et qui mobilisent des équipes et des moyens financiers. L'ensemble de ces ressources permettent de financer des projets et, aujourd'hui, on assiste à l'avènement d'un nouveau canal alternatif : le crowdfunding. Il s'agit donc vraiment d'une richesse.

Pour un certain nombre de projets, le financement participatif intervient car il n'y a pas d'autre solution. Cependant, il s'agit d'une minorité de projet où les projets sont exclusivement financés en crowdfunding. Ce qui illustre bien l'histoire de Marbella, c'est un temps d'atteinte du point mort, qui peut être 3,4,5 ou 10 ans après la création du projet. Pour gérer ces situations, le crowdfunding est un outil nouveau. BPI est une des filiales de la Caisse des dépôts et son rôle est de favoriser la mise en place d'un écosystème favorable à l'entreprenariat. C'est pourquoi nous avons très rapidement pris part au financement participatif. En 2014, nous avons mis en place un portail (« tousnosprojets.fr »), pour faire une place au financement participatif et créer de la visibilité. Depuis 2014, ce portail a recensé et accompagné plus de 600 projets. Il fédère 30 plateformes de crowdfunding et reçoit 15.000 visites par mois.

L'intérêt que Bpifrance porte à ce nouveau canal ne se traduit pas que par la visibilité, mais est également un enjeu sur le sujet de la chaine de financement. L'ADN de BPI est d'être financeur des entreprises, mais jamais de façon exclusive. Il s'agit de faire effet de levier et de compléter l'offre des acteurs privés ; dans tous les domaines. Jusqu'en 2014, cette complémentarité obligeait à avoir un acteur bancaire traditionnel. Aujourd'hui, il est inscrit dans les règles d'éligibilités que le collatéral peut être issu d'une levée en financement participatif. Le crowdfunding est donc complètement intégré

dans cette chaîne et dans cette complémentarité de financements. Eventuellement, lorsqu'un porteur de projet lève des fonds sur une plateforme et auprès de BPI, il peut même ne pas faire appel à une banque. Les levées de fonds en crowdfunding permettent également de donner plus de temps au chef d'entreprise pour trouver un équilibre dans son approche de financement.

III. Eliane Métreau – ADEME Hauts-de-France

L'ADEME s'est intéressée à la question du financement participatif pour plusieurs raisons :

- L'ADEME nationale s'y intéresse depuis 2015 sous l'angle des énergies renouvelables. Un guide a été publié, avec la Caisse des dépôts et avec Energie Partagée, pour aider les collectivités qui veulent s'engager dans le renouvelable ;
- Un constat est apparu dans les Hauts-de-France : seulement 9 projets d'énergies citoyennes dans la Région. Il y avait donc un besoin de développer et des exigences plus fortes sur les collectivités pour mettre en place des projets dans le domaine des énergies renouvelables. L'ADEME s'est donc intéressé à la possibilité de faire appel aux citoyens pour financer ces projets.

Le but de l'étude lancée par l'ADEME est de souligner les vertus du dispositif et également de sensibiliser les acteurs en les impliquant directement. L'objectif est ensuite de généraliser. En un an, la Région est passée de 9 à 34 projets, avec une croissance fulgurante sur les questions ENR. En revanche, dans les domaines de l'aménagement durable, de la mobilité durable, de la maîtrise des consommations et d'énergies, d'agriculture bio, etc. on retrouve quelques expérimentations, mais cela reste encore à développer. L'étude pousse également à expérimenter de nouveaux projets, en permettant un accompagnement. La collectivité sera également appelée mener ses propres projets. Les premiers résultats recensent 60 projets, Essentiellement dans la partie nord des Hauts-de-France et très peu en Picardie. L'intégralité de l'étude sera présentée lors de la campagne, lancée le 5 décembre à Lille.

IV. Questions / Réponses

Bpifrance a-t-elle des exemples concrets d'entreprises ayant eu recours au financement participatif ?

Hervé Ducrocq : Statistiquement, c'est un mouvement assez important. En voici quelques exemples :

- Bpifrance a une gamme de produits appelés « prêts sans garantie ». Il n'y a donc pas de garantie demandée de la part du chef d'entreprise et, jusqu'alors, la plupart de ces outils commençaient à des dizaines ou des centaines de milliers d'euros et s'adressaient aux PME. La Région voulait que ce soit accessible également pour les TPE. Nous avons donc créé le « prêt croissance TPE », instruit, dirigé et décidé par BPI et par la délégation de la Région Hauts-de-France. Il s'agit d'un prêt de 10.000 à 50.000€, pour des entreprises de plus de 3 ans et entre 3 et 50 salariés. Ce prêt est réservé au financement de l'immatériel et des BFR de croissance. La contrepartie financière de l'intervention de BPI peut être indifféremment un apport du dirigeant, du prêt bancaire ou du crowdfunding. Ont été financé par ce dispositif des établissements touristiques, des bars, mais également d'autres secteurs. Par exemple, une entreprise de second œuvre du bâtiment, en Somme, voulait développer son bureau d'étude. Elle avait déjà eu recours au crowdlending sur Lendopolis et a, à nouveau, sollicité un prêt participatif, auprès de la plateforme « les entreprêteurs ». L'entreprise a levé 40.000€, le dirigeant a apporté 10.000€ et BPI 50.000€ BPI. Tout ceci sans partenaire bancaire traditionnel.

- Une société immobilière, à Lille, qui veut recruter des commerciaux et être plus présente sur les salons. Elle lève 30.000€ sur « crédit.fr » et demande 30.000€ à BPI.

- On peut également citer une collecte de 20.000€, en prévente, avec 10.000€ apporté par le dirigeant et 30.000€ de BPI. Sans cette collecte, BPI n'aurait donné que 10.000€.

- Enfin, dans le domaine technologique, une entreprise qui développe des caméra numérique 360 a fait le buzz, avec une campagne de prévente sur Kickstarter. Plus d'un million d'euros levés, ce qui a permis à BPI d'intervenir au même niveau. Cette entreprise existe depuis 2009, sa première campagne date de 2014 et ils viennent d'en faire une autre à 4 millions d'euros. Ceci montre bien l'intérêt du financement participatif dans les différentes phases de maturation du projet.

Le crowdfunding a donc une capacité de levier clairement démontré et, pour s'inscrire dans cette logique digitale, BPI propose également sa demande de prêt en ligne (prêtcroissancetpehautsdefrance.fr).

Quel est le ressenti de l'ADEME sur la connaissance des collectivités locales quant aux dispositifs crowdfunding ?

Eliane Métreau : Il y a très peu de connaissances sur les questions de financements citoyens, mais une réelle appétence. Les collectivités se posent beaucoup de questions sur les outils : comment utiliser les outils pour les projets propres de la collectivité ? Comment soutenir d'autres porteurs ? Mis à part quelques collectivités dans le nord des Hauts-de-France, il y a beaucoup de travail à faire.

Comment se rémunèrent les plateformes ?

Florence de Maupeou : Cela dépend des types de financements utilisés. De manière générale :

- Don : 8% de commissions sur les fonds levés ;
- Prêt : 3-4% de commission ;
- Investissement en capital : frais fixes liés à l'étude du dossier, suivie d'une commission sur les fonds levés.

Intervention de Grégoire Wallaert de Tributile : Au lancement, nous souhaitions faire une rémunération au nombre de souscripteurs, pour qu'il y ait plus de foule et de soutiens. Ce modèle n'a pas fonctionné, mais nous avons espoir d'y revenir un jour, car il est porteur de sens.

Intervention de Look&fin : La majorité des plateformes reversent l'intégralité du taux annoncé aux investisseurs prêteurs. L'investisseur prend un certain risque et l'importance du crowdlending d'accompagner un projet avec des investisseurs privés. Toute la partie d'analyse, de montage, de contrat est validée entre l'entreprise et la plateforme. Il y a donc, en général, des frais de dossier et ensuite une rémunération lorsque la communauté a totalement financé le projet. Le crowdlending a un coût, mais il fait fonctionner le cercle vertueux de l'économie.

Les frais sont-ils payables dans tous les cas ?

Look&fin : Du point de vue du marché, aujourd'hui, le taux d'intérêt est en fonction de la qualité du dossier, du montant, de la durée et du risque. Les frais de dossier sont payables au moment de la mise en place sur la plateforme. La commission n'est ensuite prélevée que si la campagne aboutie.

TABLE RONDE 3 – LE CROWDFUNDING POUR TOUT TYPE D'ENTREPRISE

Jasmine et Flavie Seren-Rosso
Porteuses de projet sur KissKissBankBank

Thomas Da Silva
Porteur d'un projet en prêt sur LENDOSPHERE

I. Thomas Da Silva – H2air

Nous avons récolté 100.000€, grâce à une campagne de crowdfunding lancée fin 2016. Si nous avons envisagé le financement participatif dans la phase de développement du projet, ce n'est pas par obligation. En effet, la filière éolienne bénéficie d'un dynamisme assez fort et les banques suivent assez facilement. Il s'agissait d'un réel choix de faire participer les citoyens, car nous avons de grosses difficultés à les faire participer à des projets. En impliquant les riverains, nous leur avons donc permis de s'approprier le projet plus facilement. S'en est suivi un fort soutien de la communauté de commune du sud Artois.

Nous avons fait appel à la plateforme Lendosphère et nous avons préféré maitriser la communication de toute la campagne, car nous avons des équipes dédiées. Il s'agissait d'un prêt avec 5% de rémunération et bonifié à 7% pour les habitants du territoire. En ouvrant à toute la France, des investisseurs non riverains se sont rués sur l'opération et nous avons perdu l'intérêt premier de notre levée de fond. Cela a créé une forte déception car certains locaux n'ont pas pu investir. Nous avons alors ouvert de 50.000€ de plus, que pour les prêteurs du département. En effet, si c'était à refaire, nous ouvririons d'abord aux locaux et ensuite à toute la France. Il faut laisser le temps aux gens, souvent en zone rurale, de s'habituer à l'outil. Finalement, plus de 30% des prêteurs sur les 100.000€ étaient du Pas De Calais.

Cet ancrage local nous a également permis de fortement communiquer, grâce à une couverture médiatique inattendue. Nous avons atteint 100 000€ en 8h. Cela nous a également permis de nous faire des « alliés » et des relais locaux parmi les prêteurs. Nous faisons visiter notre parc éolien à des collégiens, etc. Cette opération de financement participatif nous a donc permis d'évoluer faire d'autres opérations avec un fort ancrage territorial.

II. Jasmine et Flavie Seren-Rosso – The Boston Club

La société a été créé en octobre. Il s'agit d'une société industrielle picarde, qui conçoit et distribue des biscuits bio, hauts de gamme, sous forme de box. La campagne de crowdfunding sera lancée au premier trimestre 2018.

Si nous avons choisi de faire appel au financement participatif, c'est dans l'optique d'amorcer une clientèle. En effet, le lancement de décembre vise plutôt une clientèle qui va offrir des box et pas nécessaire s'abonner. La campagne a donc pour objectif de fidéliser la clientèle.

Le projet est développé depuis février 2016 et nous sommes accompagnées par Initiative Somme depuis le début. La plateforme que nous avons choisie nous a tout de suite mis en contact avec les spécialistes de son service « food ». L'accompagnement est capital pour tisser un lien avec la communauté et gérer les creux de la campagne. Faire appel à Initiative Somme, c'est également prendre en compte la dimension humaine du territoire et lier la campagne numérique avec des événements organisés en physiques (distribution d'échantillons, événements, etc.)

III. Questions / Réponses

Quelles sont les suites de la campagne avec Lendosphère ? Quel est votre lien avec les contributeurs ?

Thomas Da Silva : Suite à la campagne, le porteur de projet apporte des éléments à ses souscripteurs, pour créer un lien semestriel avec les prêteurs. L'ancrage local fait que nous avons même été relancés par certains prêteurs directement. Certains sont même venus visiter nos locaux, etc.

Quelle démarche avez-vous fait pour trouver la bonne plateforme ?

Flavie et Jasmine Serren-Rosso : Nous sommes entrées en contact avec beaucoup de plateformes. Nous avons choisi KissKissBankBank pour la mise à disposition de leur boutique, qui nous permettra de faire un événement et de relancer la campagne quand elle ralentira. La mise en relation a été faite par Claudine Jacob et Initiative Somme. Quand on créait une entreprise, on est sur tous les fronts et c'est agréable d'être accompagné et mis en relation avec les bonnes personnes. Au niveau communication, ils nous aident également dans le plan de communication, en se basant sur d'autres projets financés. Ils fournissent également une liste de blogueur et de médias spécialisés, pour avoir des relais.

Thomas Da Silva : Nous avions également fait une petite campagne de prospection. Notre choix s'est fixé par l'intermédiaire de rencontres, nous avions la même vision et les mêmes valeurs que Lendosphère.

Florence de Maupeou : Au-delà de la collecte numérique, on voit bien l'importance des rapports humains.

Sur les taux différenciés de rémunération entre les habitants locaux et le reste du territoire, serait-il envisageable qu'une collectivité soutienne en remboursement la différence pour les investisseurs locaux ?

Thomas Da Silva : Cela semble envisageable, mais pour notre projet c'était financé directement par H2air.

CONCLUSION DE LA JOURNEE PAR MARYSE FAGOT

Merci pour ces interventions de qualité. Cette journée nous a démontré que nous avions plusieurs objectifs en commun :

- L'envie de créer de l'emploi ;
- La volonté de valoriser les ressources du territoire et de tous les territoires ;
- La volonté de développer économiquement le territoire. Nous n'avons pas parlé des quartiers sensibles, mais nous sommes en train d'y mettre en place des actions pour pouvoir y porter de l'emploi. ;
- L'idée de dupliquer, de promouvoir les modèles, sans oublier l'importance de faire du sur nos territoires, qui sont très différents. ;
- L'importance de l'autonomisation des porteurs de projets ;
- La volonté de porter une dynamique territoriale avec un message de l'ensemble des collectivités. Pour cela, nous avons des réunions à mener au cœur des communautés de communes, pour toucher les maires. On les oublie souvent, mais ils sont de bons ambassadeurs. ;
- La volonté de lever les freins et de convaincre les contributeurs. Faire une campagne de communication bien pensé et bien écrire le projet pour mettre l'humain au cœur du projet, sinon on passe à côté de l'objectif. ;
- Faciliter l'entrée des entreprises sur le marché, en jouant un rôle d'accélérateur. ;
- Mobiliser le réseau d'influence, se former, notamment au numérique.

Concernant le label, je retiens qu'il serait intéressant qu'il y ait une création de label régional Hauts-de-France, qui prendrait en compte les différents types de financements participatifs.