



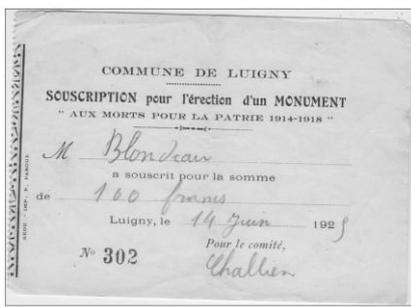
wallonie design

FOCUS

// Décembre 2014

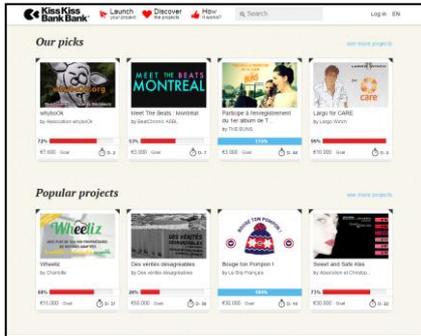
CROWDFUNDING : ON VOUS DIT TOUT !

Le crowdfunding – entendez, le financement par la foule – a le vent en poupe. Ces derniers mois, plusieurs designers wallons ont eu recours à cette technique pour financer leur projet. Concrètement, la démarche consiste à lancer un appel au public via une plateforme de crowdfunding, et ainsi donner aux internautes la possibilité de participer au financement du projet, même pour de très petits montants. On parle aussi de financement participatif.



En soi, la démarche d'appel au public n'est pas neuve : rappelons que beaucoup de monuments aux morts érigés après la guerre 14-18 ont été financés via des souscriptions publiques. Ce qui est nouveau, par contre, c'est le rôle joué par internet, qui permet de démultiplier l'appel et de toucher... le monde entier. La numérisation de la démarche rend aussi le versement d'argent plus aisé : quelques clics et l'affaire est jouée.

Pour autant, le financement participatif reste encore à un niveau très modeste en Belgique : 1, 1 millions d'euros récoltés en 2013,



Un avenir pour le château de Thozée

Art et Patrimoine
Mettet, Belgique

Aidez-nous à sauver les pièces du rez-de-chaussée du château de Thozée, lieu de villégiature de Félicien Rops, afin d'y réinstaller un atelier de gravure.

730 € sur 3 000 €
39 jours restant(s)

pour 65 millions d'euros chez nos voisins français. En cause ? La loi belge, assez restrictive. Les montants récoltés ne peuvent pas excéder 300.000 euros¹ (pour 1 million d'euros en France), avec un montant par investisseur plafonné à 1000 euros. Et la pratique n'est pas spécialement encouragée : aucune déduction fiscale n'intervient, alors que la carotte fiscale peut atteindre 66% en France...

Mais les choses pourraient bien changer avec l'arrivée d'un nouveau ministre des finances, Johan Van Overtveldt, qui compte « prendre des mesures pour améliorer le financement des entreprises, ce qui inclut des nouvelles formes de financement comme le crowdfunding »².

En attendant, pas mal d'entrepreneurs belges se sont déjà lancés. Nous sommes allés à leur rencontre afin d'en savoir plus. Nous avons choisi de synthétiser leurs témoignages suivant une ligne du temps chronologique : quelles sont les questions à se poser avant, pendant et après la campagne de crowdfunding.

1. Que puis-je obtenir avec le financement participatif ?

En résumé, il faut savoir qu'il y a trois grands types de financement participatif :

- **L'equity crowdfunding**, qui consiste à proposer au public des parts de capital d'une entreprise (le public en devient co-proprétaire en quelque sorte). En Belgique, la seule plateforme d'equity crowdfunding est pour l'instant MyMicroInvest ;
- **Le prêt**, via des plateformes comme Look&Fin ou Befund ;
- **Le don avec contrepartie**, qui fonctionne comme le troc : le public fait un don financier en échange (ou non) de contreparties personnalisées. La plupart des plateformes belges fonctionnent suivant ce principe, parfois appelé financement par « récompense » (reward).

2. Comment choisir la plateforme de crowdfunding ?

¹ Au-delà de 300.000 euros, l'entrepreneur doit publier un « prospectus », c'est-à-dire un document explicitant tous les détails de l'opération. Un peu comme pour une entrée en bourse. Ce prospectus doit être réalisé avec l'aide de professionnels de la finance, ce qui coûte cher, et est soumis à l'approbation de la FSMA (Financial Services and Markets Authority), l'autorité belge des marchés financiers.

² Le Soir, « Crowdfunding : la Belgique doit passer à l'acte », Amandine Cloot, 12 novembre 2014, page 14.



© Skinoo

Il faut d'abord déterminer si l'on cherche plutôt des investisseurs (equity crowdfunding) ou des contributeurs (donateurs).

Jasmine De Wulf est passée par la première solution. Son entreprise **Skinoo** fabrique des anneaux d'allaitement en coton naturel et a levé 43.000 euros au printemps 2014, via **MyMicroInvest**. « *J'étais au Salon du Financement à Bruxelles quand j'ai été abordée par Guillaume Desclée, de MyMicroInvest. Il était très enthousiaste par rapport à Skinoo, cela m'a encouragée. Nous avons énormément travaillé avec son équipe pour préparer un mémorandum d'information à présenter aux crowdfunders. C'était dur, très pointu. Mais finalement j'ai dépassé l'objectif de levée de fonds de 46%. Les contributeurs sont un de mes 8 actionnaires ; si je fais des bénéfices, ils recevront des dividendes* ».

Autre point d'attention : le public-cible du projet. Visant un public résolument international avec son jeu vidéo Faeria, les Liégeois d'**Abrakam** sont passés par **Kickstarter**, une plateforme américaine fondée en 2009 et considérée comme LA référence mondiale en matière de crowdfunding. Pourquoi ? « *Pour nous, il n'y a rien de comparable à Kickstarter. On a une visée internationale, donc cela s'imposait* », explique Olivier Griffet. Pourtant ce ne fut pas simple du point de vue juridique, car il faut un siège d'exploitation sur place... Abrakam a pu contourner le problème en s'adossant à un partenaire américain.



La démarche des **Tab Designers** fut inverse : « *nous avons d'abord pensé à une plateforme française pour produire nos 50 premières lampes 'Cochon', explique Bryan Stepian, avant de nous rendre compte que notre premier public-cible était belge. On a alors joué la proximité en passant par Crowdfunder, basé à Liège. Nous étions leur premier projet avec contreparties, donc ils nous ont bien mis en avant* ».

3. Quel budget viser ?

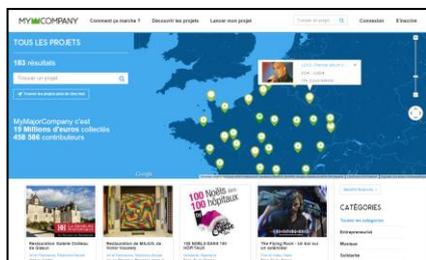
Tout dépend de l'objectif. Certains entrepreneurs souhaitent couvrir 100% de leurs frais avec l'opération de crowdfunding. C'est le cas des **Tab Designers** qui ont pu lancer la première production de 50 lampes avec les 10.000 euros récoltés. Idem pour les **sœurs Goffard**, dont le projet de mise sur le marché de pâtes aux insectes supposait un budget estimé à 11.000 euros (frais de R&D, tests, etc.).



Pour d'autres, le crowdfunding est surtout perçu comme un moyen de se faire connaître, de sentir si le produit plaît, et si l'opération réussit, de convaincre des investisseurs institutionnels



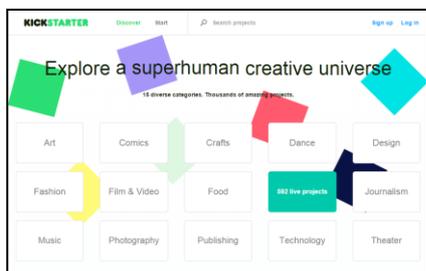
de monter à bord. C'est comme cela que réfléchit **Michaël Malherbe**, qui estime l'enveloppe crowdfunding à 5% de ses besoins de financement globaux pour son système de mobilier modulaire.



Idem pour les 3000 euros visés par **l'Institut du Patrimoine Wallon** pour la rénovation du Château de Thozée. C'est la première opération (en cours) de rénovation de patrimoine belge qui serait financée via la plateforme française My Major Company « *Nous entendons surtout frapper les esprits et sortir de la communication classique. Les 3.000 euros ont plutôt une valeur symbolique, ils permettent de se rapprocher du public, à qui nous offrons des contreparties en nature, comme des ateliers* », explique François d'Hauwe, de la Cellule communication de l'IPW.

4. Faut-il être connu avant la campagne de crowdfunding ?

Les projets que nous avons approchés étaient à différents stades de développement : certains produits étaient déjà en vente et protégés par un brevet, alors que d'autres n'étaient qu'au stade de prototype ou d'idée.



Mais même dans ce cas (début du projet), il est très important d'avoir une bonne base de contacts avant de lancer la campagne. « *Nous voulions absolument 1000 contacts mail avant de lancer le Kickstarter. On a bossé comme des fous pour y arriver, en voyageant partout dans le monde pour montrer notre jeu dans des foires et des salons. Résultat : en moins de 48 heures, notre campagne avait atteint 30% du montant demandé* », explique Olivier Griffet, d'Abrakam.



Un bon tuyau est de se lancer en même temps que se lance la plateforme de crowdfunding. Celle-ci fera alors de gros efforts pour valoriser ses premiers projets. C'est ce qui est notamment arrivé à Sophie et Géraldine Goffard, contactées par les frères Denis fin 2013. Ceux-ci lançaient justement leur plateforme Identity Coop et cherchaient 5 projets-vitrine. « *On a pu bénéficier d'une importante couverture médiatique car ils lançaient leur plateforme et nous ont bien mis en avant* », souligne Sophie Goffard.

5. Et pendant la campagne, ça roule tout seul ?

Les témoignages sont unanimes : la campagne de crowdfunding représente un bon mi-temps durant toute la période (qui est de maximum 90 jours sur la plupart des plateformes). « *J'ai passé entre 3 et 4 heures tous les jours à répondre à des sollicitations de journalistes, déposer des flyers dans les magasins, être sur le*



terrain, parler d'Aldento dans des événements, des foires, des salons », témoigne Sophie Goffard. *A un moment, on a levé le pied pendant 5 jours, en nous coupant des réseaux sociaux. L'engouement est retombé de suite ».*



« J'ai dû remuer énormément de gens, c'était très prenant », confirme Jasmine De Wulf (Skinoo). « Avec le stress constant de ne pas arriver à l'objectif fixé et d'avoir fait tous ces efforts pour rien³. C'est dur mais au final, c'est une belle aventure financière. On en sort avec une crédibilité et une centaine de personnes très attachées au projet, sans compter les gens qui veulent investir ».

6. Y a-t-il des frais ?

Oui, bien sûr. La plateforme de crowdfunding est elle-même une entreprise. Elle se rémunère en prélevant une commission sur le montant réuni. Le pourcentage oscille entre 5 et 10%. Le genre de « détail » à vérifier avant de choisir une plateforme. A cela, il faut ajouter les frais bancaires, qui varient entre 3 et 5%.

Mais ce n'est pas tout. En recourant à la plateforme américaine Kickstarter, Abrakam a dû trouver un partenaire local, également à rémunérer. Sans compter les promesses de dons qui restent impayées, de l'ordre de 6 à 7%, estime Olivier Griffet (dons effectués via cartes de crédit, insuffisamment alimentées lors de la clôture).

Bref, si vous estimez votre besoin réel à 10.000 euros, il est prudent d'y ajouter 15%, soit 11.500 euros.

7. Et si le projet ne voit jamais le jour ?

Nous avons posé la question à nos différents témoins et avons scruté les sites web des plateformes. Le sujet reste tabou.

Si les opérations d'equity crowdfunding restent encore confinées à de faibles montants (1000 euros par investisseur en Belgique), c'est justement pour éviter que le grand public ne soit exposé à des risques trop élevés. On peut déplorer la frilosité belge en la matière, mais le but recherché est avant tout la protection du public.

Quant au crowdfunding avec contreparties, il faut bien avoir en tête qu'il s'agit, juridiquement parlant, d'un don. Si le projet ne voit jamais le jour, et bien tant pis... Toutefois, pour éviter ce



FAERIA

³ Certaines plateformes fonctionnent sur le principe du « tout ou rien » : si l'objectif financier n'est pas atteint, on considère que la société n'est pas viable et les crowdfunders sont alors remboursés. Certaines plateformes placent la barre à un certain pourcentage à atteindre. A vérifier au cas par cas.



© Mydo

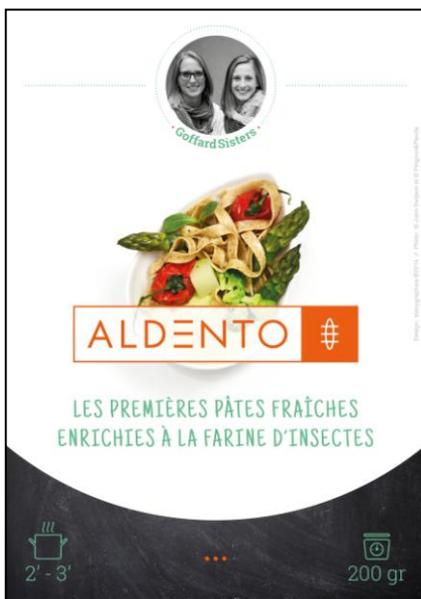
genre de bévée, les plateformes mettent au point un certain nombre de filtres qui leur permettent de valider les projets. Elles partent aussi de l'idée que les porteurs de projets sont en quête de notoriété et que s'ils abusent du système, ils se « brûlent ».

« Nous partons du principe que la très grande majorité des créateurs de projets saura respecter ses engagements. Aujourd'hui, deux ans après notre lancement, nous n'avons toujours aucune plainte à signaler. N'oubliez pas que les collectes se font d'abord au sein de la communauté des créateurs. C'est la meilleure garantie contre les abus en tout genre », écrit KissKissBankBank sur son site web.

8. Que se passe-t-il après la campagne ?

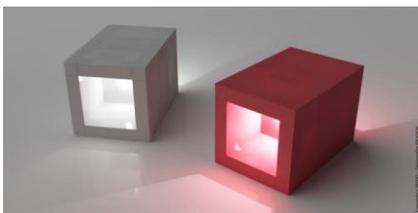
Le montant n'est pas réuni ? Certaines plateformes imposent de rembourser les contributeurs. Dans d'autres cas, l'argent récolté est mis à disposition du porteur de projet, à charge pour lui de trouver d'autres sources de financement pour boucler son budget.

Le montant est réuni ou dépassé ? Il est temps de concrétiser les contreparties. Celles-ci doivent être originales, personnalisées et en lien avec le projet : un remerciement sur le site et les supports de communication, une entrée à l'exposition, une affiche de l'exposition, une visite personnalisée de l'exposition avec les organisateurs, etc. KissKissBankBank suggère qu'il y ait des contreparties pour tout le monde : ceux qui ont peu de moyens et ceux qui aimeraient donner des montants plus importants. La plateforme française conseille de proposer 4 ou 5 paliers de contreparties entre 1 et 100 euros.



Les Tabs Designers ont choisi d'organiser un événement le 20 novembre dernier avec tous leurs donateurs, au cours duquel ils donnaient les contreparties et lançaient leur nouveau site web.

« C'est l'occasion de leur dire merci, mais aussi de lancer la commercialisation. C'est aussi une manière d'impliquer les donateurs. Ceux-ci sont nos meilleurs ambassadeurs », explique Bryan Stepian.



© Mydo

Voilà qui résume toute la philosophie du crowdfunding : la « foule » est sentimentale, elle a soif d'idéal. Elle n'est pas seulement un fournisseur de moyens financiers, elle est surtout constituée de personnes séduites par un projet, prêtes à « mouiller leur maillot » pour celui-ci. Et ça, c'est la réelle innovation du crowdfunding.

Madeleine Dembour



Quelques plateformes de Crowdfunding

Les plateformes sont très nombreuses. De plus, de nouvelles plateformes apparaissent tous les jours. Nous vous présentons ci-dessous quelques plateformes, belges ou non, classées par ordre alphabétique.

Angel.Me : plateforme belge maintes fois annoncée, mais souvent reportée. Elle se lancerait d'abord dans la formule de dons avec contreparties. A suivre.

Befund : nouvelle plateforme lancée début octobre 2014 en région liégeoise. Vise le prêt de particulier à entrepreneur L'accord « standard » est que l'investinaute prête une somme à un taux d'intérêt de 3%, pour une durée allant de 18 mois à 5 ans.

Bolerocrowdfunding : nouvelle plateforme lancée par la banque KBC le 13 décembre 2014. Propose des prêts, des dons et des prises de capital.

Crowd'in : plateforme généraliste basée à Liège et lancée en 2014. Propose différents produits : prêt, préfinancement, dons, partage de connaissance.

Identity Coop : plateforme de crowdfunding lancée par un père et ses deux fils en 2013, en adossement à leur agence de communication namuroise qui peut (pas d'obligation) prendre en charge l'identité visuelle des projets.

KissKissBankBank : plateforme française généraliste fondée en mars 2010 et considérée comme leader européen du crowdfunding. Propose le système de dons avec contreparties.

Kickstarter : plateforme américaine lancée en 2009, considérée le pionnier en matière de crowdfunding. Système de dons avec contreparties, dans tous les domaines.

Look&Fin : plateforme belge de financement des PME par le prêt, constituée en juin 2012. Elle réunit des entreprises cherchant à lever des fonds avec tout particulier intéressé à investir directement dans l'économie réelle.

My Major Company : plateforme française principalement orientée vers la production d'albums musicaux.

MyMicroInvest : plateforme belge qui propose des opérations de prêts ou de prise de capital, au côté d'investisseurs professionnels.

Ulule : plateforme française lancée en octobre 2010, visant surtout les projets ayant une finalité créative et artistique. Système de dons avec contreparties.



Fiche technique des projets témoins

<p>Lampe 'Cochon', Tabs Designers, plateforme Crowd'in, objectif 9.900 euros, fonds levés 10.366 euros, 50 contributeurs, 70 jours (13 juin au 22 août 2014)</p>	<p>MyDo (mobilier modulaire en plastique injecté), Michaël Malherbe, plateforme KissKissBankBank, objectif 13.500 euros, fonds levés 13.915 euros, 154 contributeurs, 90 jours (26 août au 25 novembre 2014)</p>
<p>Jeu vidéo Faeria, Abrakam sprl, plateforme Kickstarter, objectif 70.000 dollars, fonds levés 94.008 dollars, 2631 contributeurs, 90 jours (11 août au 10 novembre 2013)</p>	<p>Aldento (pâtes aux insectes), Sophie et Géraldine Goffard, plateforme Identity Coop, objectif 11.000 euros, levée de fonds 13.105 euros, 121 contributeurs, 90 jours (3 janvier au 13 mars 2014).</p>
<p>Skinoo (anneaux d'allaitement en coton naturel), Jasmine De Wulf, plateforme MyMicroInvest, objectif 30.000 euros, fonds levés 43.900 euros, 90 contributeurs, 70 jours (10 mars au 31 mai 2014)</p>	<p>Rénovation du Château de Thozée, Institut du Patrimoine Wallon, plateforme My Major Company, objectif 3.000 euros, 80 jours (en cours, du 12 octobre 2014 au 6 janvier 2015).</p>

