[BOCCRF](http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Juridiques/BOCCRF-2017)

**Le financement participatif ou crowdfunding en 2015 - 09/12/2016**

Destiné à financer un projet, le *crowdfunding* permet de récolter des fonds auprès d’un large public. Les risques encourus par les consommateurs, souhaitant investir grâce à ce mode de financement, ont conduit la DGCCRF à contrôler l’activité de ce secteur et notamment celle du *crowdfunding* immobilier actuellement en plein essor. De manière générale, les opérateurs disposent d’une bonne connaissance de la réglementation. Toutefois, la détection de plusieurs manquements a conduit à des actions de mise en conformité, et dans un cas, au signalement au parquet de pratiques laissant soupçonner une escroquerie.

L’expansion du financement participatif a conduit les pouvoirs publics à mettre en place un cadre réglementaire[1], qui a évolué récemment[2], afin d’accompagner et de contrôler ce secteur.

Le financement participatif ou *crowdfunding*

Les plateformes de financement participatif proposent de mettre en relation, via un site internet, des investisseurs et des porteurs de projet.

Ce mécanisme permet de récolter des fonds, généralement des petits montants, auprès d’un large public, en vue de financer un projet créatif (musique, édition, film, etc.) ou entrepreneurial.

L’enquête menée par la DGCCRF poursuivait plusieurs objectifs :

* vérifier les modalités d’immatriculation des plateformes[3] et la loyauté des informations délivrées au consommateur, notamment celles relatives aux risques encourus ;
* appréhender la clarté et la précision de l’information transmise aux porteurs de projets ;
* apprécier la structure juridique et financière, les relations commerciales existant entre les différents intervenants et la conformité du mode de rémunération de la plateforme au regard de la réglementation en vigueur.

La recherche d’éventuelles pratiques commerciales trompeuses tant à l’égard des consommateurs que des professionnels a complété ce dispositif de contrôle.

Afin de mutualiser les informations et partager les ressources communes,  des échanges ont eu lieu avec l’[Autorité des marchés financiers](http://www.amf-france.org/) (AMF) et l’[Autorité de contrôle prudentiel et de résolution](https://acpr.banque-france.fr/accueil.html) (ACPR), qui contribuent également toutes deux à la régulation de ce secteur.

Les différents types de plateformes et leur statut juridique

Les pouvoirs publics ont créé deux statuts juridiques (intermédiaires en financement participatif – IFP et conseillers en investissement participatif – CIP), suivant le type de plateformes, afin de favoriser le développement du financement participatif dans un environnement sécurisant pour les contributeurs.

* Les plateformes de dons : les contributeurs peuvent faire un don, avec ou sans contrepartie, aux porteurs de projet (statut des IFP).
* Les plateformes de prêts (lending) : les  contributeurs peuvent prêter de l’argent aux porteurs de projets avec ou sans intérêt (statut IFP)
* Les plateformes de financement contre prise de participations : les contributeurs peuvent investir dans la société du porteur de projet par une prise de participations. Les contributeurs sont regroupés au sein d’une structure (généralement une holding ou une SAS) qui sera le seul « actionnaire » de la société (statut des CIP).

L’activité des plateformes de financement participatif témoigne d’une progression régulière. Le montant des fonds collectés grâce au *crowdfunding* s’est élevé pour 2015 à 296 millions d’euros, contre 152 millions d’euros au titre de l’année 2014.

Des investigations approfondies ont été menées auprès de six IFP et  du site internet d’une collectivité locale renvoyant au site d’un IFP.

 Une réglementation applicable connue des opérateurs et quelques manquements

Bien que globalement, la réglementation applicable en matière de financement participatif soit connue des opérateurs du secteur, différents manquements à la réglementation ont été répertoriés, (tels que l’absence de mise à disposition d’un outil d’évaluation des capacités de financement[4] ou d’un contrat de prêt type[5], l’usage non approprié du logotype associé aux plateformes de financement participatif ou l’absence de mentions informatives obligatoires sur certains sites).

A la suite de ces contrôles, les opérateurs se sont mis en conformité[6] avec la réglementation applicable.

Le crowdfunding immobilier, un secteur émergent en pleine évolution juridique

Les plateformes de *crowdfunding* immobilier reposent sur des structures juridiques et financières très diversifiées qui déterminent notamment si l’activité de la plateforme relève ou non de la réglementation applicable au financement participatif.

Compte tenu de l’hétérogénéité des pratiques existantes, un groupe de travail associant des professionnels a par ailleurs été mis en place afin d’engager différentes réflexions sur le sujet telles que l’élaboration d’un code de bonne conduite, la définition d’un statut juridique spécifique ou encore l’évolution du statut de CIP existant.

Plusieurs manquements ont été relevés dans ce secteur liés principalement à l’apposition du titre de conseiller en financement participatif sur un site internet et du logotype associé, sans en posséder la qualité. Les pratiques d’un professionnel (non immatriculé auprès de l’ORIAS[7]), susceptibles de constituer des escroqueries, ont donné lieu à une transmission au parquet[8].

Les actions de contrôle autour du financement participatif seront poursuivies en coordination étroite avec les autres autorités chargées de la régulation du secteur, compte tenu des risques encourus pour le consommateur de perdre tout ou partie de son capital investi et de générer ainsi un endettement excessif.

|  |  |
| --- | --- |
| **Cible** | **Résultats** |
| **30 établissements visités** | **86 contrôles** **4 avertissements****3 injonctions****1 transmission au parquet** |

<http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/financement-participatif-ou-crowdfunding-en-2015>

**Crowdfunding : tout savoir pour se lancer !**

[Retour à la thématique Numérique](http://www.economie.gouv.fr/node/3575360)

mode complet story

19/08/2016

Qu'est-ce que le crowdfunding?

Le financement participatif est un outil de financement alternatif, sans l'aide des acteurs traditionnels, notamment bancaires. Il permet de récolter des fonds auprès d'un large public via des plateformes de financement participatif, rendues possibles grâce à internet et aux réseaux sociaux.

Il peut prendre la forme de dons, de prêts rémunérés ou de participations dans l'entreprise.

Le crowdfunding séduit chaque année un public de plus en plus large.

Le financement participatif, mode d'emploi

Il existe trois types de plateformes de financement participatif :

* les plateformes de dons, avec ou sans contreparties non financières ;
* les plateformes de prêts, qui permettent le financement de projets via des prêts gratuits ou rémunérés;
* les plateformes d’investissement qui permettent le financement d’un projet entrepreneurial via la souscription de titres de capital ou de créance, et dont la contrepartie est la participation aux éventuels bénéfices du projet.
*

Afin de favoriser le développement du financement participatif dans un environnement sécurisant pour les contributeurs (donateurs, prêteurs ou investisseurs), les activités générées dans le cadre du financement participatif sont réglementées par un cadre juridique sécurisé, **depuis le 1er octobre 2014.**

Deux statuts juridiques ont été créés :

* pour les plateformes d’investissement, le statut de conseiller en investissements participatifs (CIP) ;
* pour les plateformes de prêt, le statut d’intermédiaire en financement participatif (IFP). Sur la base du volontariat, les plateformes de dons peuvent adopter ce statut d’IFP.

**Lire aussi :** [Entreprises, comment se financer sans passer par les banques ?](http://www.economie.gouv.fr/vous-orienter/entreprise/artisanat-commerce-ess-industrie-numerique/entreprises-comment-se-financer)

Quelques conseils

Pour recourir à ce type de financement pour financer un projet ou pour participer financièrement à un projet participatif, il est nécessaire de se renseigner avant de s'engager, sur la nature de l’opération proposée ainsi que sur les obligations pesant sur la plate-forme de crowdfunding et sur le porteur de projet.

En particulier :

* vérifier que l’organisme concerné figure bien sur la liste des prestataires autorisés à exercer en France ;
* prendre connaissance de l’ensemble des informations disponibles sur le site, qui doivent être rédigées de façon claire, complète et compréhensible ;
* se renseigner sur les modalités de rachat ou de sortie de l’investissement, notamment sur les frais et les délais liés à ce type d’opération.

Un label pour le financement participatif

Pour mettre en place un dispositif transparent et fiable, la marque collective « Plate-forme de financement participatif régulée par les autorités françaises » a été déposée à l'Institut national de la propriété industrielle (INPI). Le label signale les plate-formes en conformité avec la réglementation française.

[En savoir + sur le site de la DGTrésor](http://www.tresor.economie.gouv.fr/11060_un-label-pour-le-financement-participatif)

18 000 projets financés en France via les plate-formes en 2015

Selon le [baromètre 2015 réalisé par l'Association Financement Participatif France](http://financeparticipative.org/barometre-du-crowdfunding-2015/) :

**2,3 millions** de contributeurs ont financé un projet en crowdfunding depuis le lancement des plate-formes, ce qui a permis le financement de près de **18 000 projets en 2015.** La collecte sur les plateformes françaises de crowdfunding a atteint près de **300 millions d’euros en 2015.**

Retrouvez l'ensemble des chiffres clés 2015 *[source :* [*baromètre 2015 réalisé par l'Association Financement Participatif France*](http://financeparticipative.org/barometre-du-crowdfunding-2015/)*]*



**[Interview] Crowdfunding : ils analysent leur réussite,** [PIERRE GARRO](https://www.webmarketing-com.com/author/pierrega)

Le crowdfunding est de plus en plus populaire avec plusieurs plateformes qui permettent aux porteurs de projet de trouver des donateurs ou investisseurs : Ulule, Kisskissbankbank, Indiegogo, etc. Des milliers de campagnes ont ainsi vu le jour, certaines ayant atteint leurs objectifs de financement quand d’autres y étaient bien loin. La réussite d’une campagne n’est pas le fruit du hasard…

Alors, pour comprendre comment réussir son financement par le crowdfunding, je me suis adressé à Thomas, Séverin et Cagri, les fondateurs de [Moi, Moche et Bon](https://www.facebook.com/moimochebon/) (jus de fruit responsable), projet pour lequel ils ont mené une [campagne sur Ulule](https://fr.ulule.com/moi-moche-et-bon/) et ont dépassé leurs objectifs en récoltant 13 000 euros. Leurs réponses sont très instructives.

THOMAS, SÉVERIN, CAGRI : POURQUOI AVOIR CHOISI LE CROWDFUNDING POUR VOUS FINANCER ?

Nous avons choisi le crowdfunding, car nous ne voulions pas, du moins pas pour l’instant, faire appel à des investisseurs classiques (banques, business angel, etc.), mais trouver un moyen de créer une communauté autour de nous et de notre projet. Et cette campagne nous a forcés et permis de beaucoup communiquer sur notre entreprise et nous a apporté une grande visibilité par la suite.

POURQUOI AVEZ-VOUS CHOISI ULULE COMME PLATEFORME ?

Nous avons établi un tableau comparatif entre Ulule et Kisskissbankbank. Nous avons comparé les projets qui ont réussi dans notre domaine d’activité, le don moyen, le nombre de personnes allant sur le site, etc. C’est toutes ces données qui nous ont fait nous tourner vers Ulule. Pour notre projet, cette dernière semblait la plus adaptée.

COMMENT AVEZ-VOUS PRÉPARÉ LA MISE EN PLACE DE LA CAMPAGNE ?

Pour la préparation de la campagne, nous avons établi un plan de communication ainsi qu’une carte de réseau. Nous avons aussi fait une conférence de presse afin de présenter ce que nous faisions et notre campagne. De plus, nous avons contacté la presse locale afin de pouvoir faire des interviews.

ET PENDANT LA CAMPAGNE, QU’AVEZ-VOUS POUR PROMOUVOIR VOTRE CAMPAGNE ?

Durant la campagne, nous avons essayé d’échelonner les articles et interviews sur les 2 mois de campagnes afin d’avoir une visibilité linéaire sur le temps de la campagne. Nous avons aussi énormément communiqué sur les réseaux sociaux. Il ne faut pas oublier que notre premier cercle d’amis et famille a beaucoup contribué financièrement et a beaucoup parlé de nous. Nous avons aussi distribué des flyers dans la rue, participé à des évènements sur Strasbourg pour parler de nous et de notre campagne.

SELON VOUS, QUELLES SONT LES CLÉS QUI VOUS ONT PERMIS D’ATTEINDRE VOTRE OBJECTIF ?

D’après nous, nous avons réussi grâce aux nombreux articles de presse que l’on a pu avoir (une bonne dizaine de mémoire), aux passages à la télévision et sur radio. Mais une des clés de notre succès a été notre entourage qui a été généreux et a beaucoup relayé notre communication.

QU’AVEZ-VOUS PRÉVU POUR VOS DONATEURS APRÈS LA CAMPAGNE ?

Les donateurs ont eu droit à des contreparties. Ça va de la carte personnalisée et du nom sur notre site, qui sera bientôt fini, jusqu’à l’organisation d’un brunch à domicile, en passant par des T-shirts et des sacs.

AVEZ-VOUS QUELQUES CONSEILS POUR CEUX QUI VOUDRAIENT LANCER UNE CAMPAGNE DE CROWDFUNDING ?

Nous pensons qu’il faut énormément aller vers l’extérieur, rencontrer du monde (Apéro Entrepreneurs, etc.). Tout ce qui peut vous donner de la visibilité est bon à prendre. Il faut aussi énormément communiquer durant la campagne. Tenter des choses, même si ça ne marche pas forcément. Et surtout être déterminé, car c’est une période longue qui demande beaucoup de travail et peut être usante mentalement. Notamment durant les périodes où la cagnotte n’augmente pas beaucoup, on peut rapidement se dire qu’on n’y arrivera pas et laisser tomber. Pour vous donner un exemple, une dizaine de jours avant la fin de notre campagne, il nous manquait près de 20% ! Comme quoi, rien n’est joué jusqu’au bout !

Comme cette interview le montre, la réussite d’une campagne de crowdfunding n’est pas le fruit du hasard. Si vous envisagez de vous lancer, un bon conseil : préparez-vous bien !

http://www.economie.gouv.fr/vous-orienter/entreprise/numerique/crowdfunding-tout-savoir-pour-se-lancer

**Lancer des projets grâce au financement participatif**

AUDREY CHABAL, le 07/07/2013 à 12h12

Avoir une idée, la tester, la financer et la lancer : c’est ce que proposent les sites de « crowdfunding », en développement. Un moyen pour artistes et entrepreneurs de collecter des fonds auprès de particuliers.

ZOOM

Parmi les entreprises qui proposent du financement participatif de projets, le site KissKissBankBank, une PME pionnière du crowdfunding, littéralement : le financement par la foule. / Denis ALLARD/REA

Cité Paradis, à Paris, dans le 10e arrondissement. Dans le décor simple et fonctionnel d’un espace ouvert au mobilier suédois, 12 salariés et deux stagiaires pianotent sur des ordinateurs. L’ambiance, dans les locaux de [KissKissBankBank](http://www.kisskissbankbank.com/), est à l’image de cette PME, pionnière française du financement participatif : jeune, innovante et efficace. Vincent Ricordeau, le cofondateur de l’entreprise, a résumé, en anglais, le concept en une formule simple : Do it yourself, autrement dit : Faites-le vous-même.

Le site KissKissBankBank pratique le[crowdfunding](http://www.apce.com/pid14215/crowdfunding.html), littéralement : le financement par la foule. Le principe est simple : des créateurs sans le sous, mais des idées plein la tête, présentent un projet sur Internet en détaillant le montant nécessaire à sa réalisation. La somme doit être collectée en quatre-vingt-dix jours maximum et directement auprès des internautes. Le mécène reçoit ensuite, s’il le souhaite, une contrepartie à la hauteur de son versement. Dédicace, livre, photo, place de concert…

Adrien Aumont, l’autre acolyte de KissKissBank­Bank, aime raconter cette histoire : «En 1958, le réalisateur américain John Cassavetes voulait réaliser un long métrage, appelé Shadows. À la radio, il demande alors aux auditeurs d’envoyer chacun un billet de 1 dollar. Opération réussie. Au final, les donateurs apparaissent dans une scène de Shadows.» Le principe s’est depuis généralisé outre-Atlantique dans le monde du cinéma.

Selon le cabinet américain Massolution, le crowdfunding a rassemblé 2,7 milliards de dollars (2,1 milliards d’euros) en 2012, répartis sur 308 plates-formes. Soit une augmentation de 81% par rapport à l’année précédente. Et cela devrait continuer à grimper. Massolution parle d’un doublement cette année, tandis que le cabinet Deloitte table sur 6 milliards de dollars (4,6 milliards d’euros) récoltés en 2013.

Cela reste malgré tout une goutte d’eau par rapport à l’ensemble des crédits classiques. En France, l’association Financement participatif, qui rassemble les principaux opérateurs du secteur, estime que 40 millions d’euros ont été investis dans 60 000 projets en 2012. Le journaliste Denis Robert, entre autres connu pour son enquête sur l’affaire Clearstream, est actuellement en collecte sur KissKiss. «Ce n’est pas du quémandage, c’est une opération gagnant-gagnant !», raconte le journaliste.

En quinze jours, la campagne pour son documentaire sur François Cavanna, Jusqu’à l’ultime seconde, j’écrirai, a déjà récolté plus de 12 000€. Objectif : rassembler 20 000 €, très au-delà de la plupart des collectes. Mathieu Maire du Poset, le responsable communication chez Ulule, l’autre grande plate-forme française, évoque un montant moyen de 5 000 €. Dans la logique du tout ou rien, si l’objectif initial n’est pas atteint, les créateurs ne touchent rien, les contributeurs se voient remboursés ou ne sont pas débités et la plate-forme ne perçoit pas de commission.

Si, chez Ulule, 75% des projets sont retenus, seulement 3 000 sur les 10 000 reçus par KissKiss ont été mis en ligne. «On a refusé beaucoup d’idées : des problèmes divers de trésorerie qui n’ont pas de sens sur le site», explique Vincent Ricordeau. Le 23 avril, les KissKissBankers ont donc mis en ligne Hello merci, «une sorte de place de marché» qui permet d’effectuer des microprêts de particulier à particulier. L’emprunt s’élève de 200 € à 15 000 € et le remboursement s’étale sur une période d’un à trente-six mois. Des prêts à taux zéro, mais pas gratuits : si la collecte fonctionne, le site perçoit une commission de 6%.

Laurent Thuvignon voulait consolider son activité d’écomobilité dans le parc de la haute vallée de Chevreuse. «Je connaissais le système, mais j’étais sceptique : ça ne fait pas très sérieux de demander de l’argent auprès de particuliers pour acheter des vélos de location !» Habitué aux circuits classiques, il se laisse tenter, «par curiosité».

Au final, 16 prêteurs, dont cinq qu’il ne connaît pas, et 3 000 € récoltés. «L’intérêt, ce ne sont pas les 3 000 €, mais le levier promotionnel que cela représente», explique-t-il. Parfois, ces prêts participatifs permettent aussi de débloquer des prêts bancaires. «Hello merci répond à une carence des banques, mais n’en est pas une», souligne Vincent Ricordeau.

La diversité des plates-formes crée cependant un flou juridique du secteur. L’argent collecté est-il considéré comme un don, un prêt, un apport au capital ? Chez Ulule, «il s’agit de transactions commerciales», insiste Mathieu Maire du Poset. Pour préciser les règles, l’Autorité des marchés financiers ([AMF](http://www.amf-france.org/)) et l’Autorité de contrôle prudentiel ([ACP](http://www.acp.banque-france.fr/accueil.html)) ont donc publié, le 14 mai, deux guides à l’usage des sites et des internautes.

Un cadre qui a vocation à évoluer. Dans l’idée du «Jobs Act» voté en avril 2012 aux États-Unis, le gouvernement français a assuré, lors des assises de l’entrepreneuriat, qu’il ferait à la rentrée des «propositions précises» pour établir des règles spécifiques du crowdfunding. La concurrence de quelque 20 sites français n’effraie pas Vincent Ricordeau. «Plus il y a de sites, plus le concept de l’économie collaborative se propage !»

Aujourd’hui, 65% des projets sur KissKissBankBank, contre 62% chez Ulule, parviennent au bout de leur collecte. Si ces sites souhaitent «libérer la créativité» en permettant à chacun de se lancer, les créateurs ne sont pas égaux face à la collecte. En plus d’une bonne idée, son porteur doit avoir un cercle étoffé d’amis et de parents aisés et généreux. Ou savoir utiliser les réseaux sociaux pour élargir sa collecte. Là encore, ce n’est pas donné à tout le monde.

--------------------

« CROWDFUNDING », MODE D’EMPLOI

Il existe plusieurs systèmes de financement participatif ou communautaire.

Le don contre récompense(reward-based) : si le projet est mené à son terme, le prêteur reçoit une contrepartie en nature. Il s’agit généralement du produit ou du service créé par l’entreprise soutenue. Il y a aussi les dons simples à destination des ONG ou des associations. Plus classique, cela représente encore la part la plus importante du crowdfunding.

Les prêts(peer to peer lending), qui peuvent être avec ou sans intérêt. Cela représente environ le quart des montants collectés.

L’investissement contre prisede participations : c’est le segment de marché qui se développe le plus. En France, la plate-forme [Wizeed](http://www.wiseed.com/fr) vient ainsi de lever 1 million d’euros auprès d’internautes. L’investisseur récupère des parts de la société dans lequel il investit.

AUDREY CHABAL

http://www.la-croix.com/Solidarite/Actualite/Lancer-des-projets-grace-au-financement-participatif-2013-07-07-983890