

Table des matières

| | |
|--------------------|---|
| Introduction | 1 |
|--------------------|---|

Chapitre 1 - Le crowdfunding

| | |
|---|----|
| Un lien étroit avec la microfinance | 4 |
| Les premières campagnes de levées de fonds en ligne | 7 |
| Le développement du crowdfunding..... | 8 |
| Les modèles de financement participatif | 12 |

Chapitre 2 - Les plates-formes de crowdfunding. Revue des principaux types de plates-formes de crowdfunding existantes

| | |
|---|----|
| Les plates-formes de dons | 18 |
| Les plates-formes de prêts | 21 |
| Les plates-formes de crowdfunding sous forme de prise de participation..... | 25 |
| Les plates-formes de crowdfunding avec contreparties en nature..... | 28 |

Chapitre 3 - Une histoire de Crowdfunder : Ulule

| | |
|--|----|
| Genèse de l'idée..... | 36 |
| Ulule : fonctionnement et philosophie..... | 38 |
| Notre vision | 41 |

Chapitre 4 - Le cadre juridique du crowdfunding

| | |
|--|----|
| Les règles juridiques communes à tous les modèles de crowdfunding..... | 43 |
| Les règles supplémentaires spécifiques à chaque modèle..... | 51 |

Chapitre 5 - Crowdfunding vue par les professeurs-chercheurs : Aspects financiers

| | |
|---|----|
| Comment arbitrer entre ces différents choix de crowdfunding ou les critères de choix du mode de crowdfunding..... | 57 |
| Financement participatif, Gouvernance, et Communication financière | 63 |

Chapitre 6 - Le financement participatif à destination des entreprises ou « *equity-based crowdfunding* »

| | |
|--|----|
| WiSEED, leader européen du financement participatif de startups..... | 71 |
|--|----|

Chapitre 7 - Présenter son projet de crowdfunding

| | |
|---|----|
| Identifier sa communauté..... | 75 |
| Respecter le cercle d'or | 77 |
| Humaniser votre discours avec le story telling..... | 79 |
| Réaliser une vidéo de présentation | 81 |
| La présentation écrite..... | 83 |
| Contreparties..... | 83 |
| Synthèse : Le cas Double fine adventure | 86 |
| Check-list | 88 |

Chapitre 8 - Communication & Crowdfunding

| | |
|--|-----|
| Le rythme de la communication | 94 |
| Les cibles de la communication | 97 |
| Identifier les relais de communication..... | 101 |
| Modèle synthèse d'une stratégie de communication réussie | 105 |
| Check-list | 106 |

Conclusion - Perspectives et limites du crowdfunding

| | |
|--|-----|
| Perspectives du crowdfunding | 110 |
| Les étapes de la démocratisation | 112 |
| Perspectives pour le crowdfunder | 114 |
| L'évolution des crowdfunders | 114 |
| L'évolution des crowdfunders | 115 |