

Introduction

Par Rony Germon et Adnane Maalaoui

Le crowdfunding est à la mode et de nombreux sites surfent sur cette tendance. Ce mécanisme de financement alternatif a connu un boum en Europe et en Amérique du Nord sous l'impulsion de campagnes atteignant des records de plusieurs millions de dollars sur des plates-formes aux États-Unis. Il permet ainsi le financement de milliers de petits ou de grands projets.

Des centaines de plates-formes de crowdfunding ont émergé. Ces plates-formes prennent généralement la forme d'un site Web. Celui-ci permet de mettre en place une intermédiation entre les porteurs de projet et les contributeurs potentiels. De plus, celles-ci organisent l'interaction entre les différentes parties. Ainsi, des plates-formes comme Kickstarter, Zopa ou Ulule deviennent **une source intarissable d'argent pour le financement de projets de natures différentes (création d'entreprise, projet caritatif ou culturel etc.)**. Sur Kickstarter la console *open source* OUYA a réussi à lever 8,5 millions de dollars au lieu des 950 000 initialement prévus. **On a également pu voir la puissance du crowdfunding lors de l'élection de Barack Obama en 2008, les dons récoltés par ce biais représentent une des premières sources de financement de sa campagne** (Newspapers, 2011).

Ce phénomène qui peut être traduit littéralement en français par l'expression le « financement par la foule » s'appuie sur le pouvoir immense de la foule (Le Bon, 1988 ; Freud, 1981 ; Turner & Killian, 1972 ; Wallace, 1999 ; Surowiecki, 2004 ; Russ, 2007). **Gustave Le Bon a écrit que « Le véritable progrès démocratique n'est pas d'abaisser l'élite au niveau de la foule, mais d'élever la foule vers l'élite »**. **Le crowdfunding est en train de réaliser cette pensée ambitieuse. Le financement communautaire était en effet depuis le XVIII^e siècle cantonné aux actions de charité. L'Internet a totalement diversifié cette activité et l'a remise au goût du jour dans les domaines les plus variés et imaginables.**

D'un point de vue pratique, le crowdfunding consiste à collecter des fonds grâce à la contribution de petits contributeurs du grand public au moyen d'Internet et des médias sociaux (Rubinton, 2011). Il représente une forme dynamique et évolutive de financement et s'inscrit dans un mouvement global de dématérialisation des activités de l'entreprise (Bounfour, 2000).

Nous considérons que le crowdfunding, implique un appel ouvert, essentiellement par le biais de l'Internet pour la fourniture de ressources financières, soit sous forme de don ou en échange d'une certaine forme de récompense et/ou des droits de vote (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2010). Par ailleurs, il peut être défini comme une méthode de levée de fonds pour des projets, par des individus exploitant la puissance des médias sociaux. Il a comme objectif principal de fournir de l'argent, grâce à une voie alternative pour lever des fonds : la foule.

Le concept de crowdfunding peut être expliqué de différentes façons. Dans le cadre de l'économie sociale et solidaire, il s'agit plus de donner de l'argent à des personnes ou à des projets. En matière d'économie de marché, le contributeur est plus considéré comme un client qui a un intérêt spécifique pour le produit ou au service dans lequel il va investir (Hemer, 2011).

La popularité du crowdfunding en matière de création et de financement des entreprises s'explique par : la difficulté d'accès des entrepreneurs au financement particulièrement en phase d'amorçage (Satorius & Pollard, 2010; Cosh & Cumming, 2009) mais également par la facilité et la rapidité de ce mécanisme pour lever des fonds (Kozłowski, 2011).

Tout au long de cet ouvrage nous tenterons de vous expliquer l'origine de ce phénomène, ses spécificités et son mode de fonctionnement. Aussi, nous expliciterons la démarche pratique de mise en place d'un projet de crowdfunding.

Par Rony Germon & Adnane Maalaoui

Le crowdfunding repose sur deux principes du web social : la transparence et la participation. La transparence, car les porteurs de projet et les investisseurs sont clairement identifiés. Du côté des investisseurs, ils sont fiers d'avoir contribué à la genèse d'un projet ; en misant sur un projet précis, ils savent exactement où part leur argent.

D'autre part, la participation de son réseau social (Röthler & Wenzlaf, 2011) permet de transformer son capital social en un capital financier. Dans sa forme actuelle, il est hautement dépendant d'Internet (Belleflamme, Lambert, & Schienbacher, Crowdfunding: Tapping th Right Crowd, 2013). En effet, Twitter et Facebook sont des outils importants pour communiquer sur les projets faisant appel au crowdfunding mais également pour attirer des investisseurs potentiels (Castle, 2011). Ainsi, la clé du succès d'une campagne de crowdfunding repose sur le lien étroit avec : la portée, l'autonomisation et la participation sur les médias sociaux, ainsi que sur la capacité à gérer des communautés en ligne afin d'accroître l'écho du projet et finaliser son financement.

Le crowdfunding trouve sa source dans le concept de crowdsourcing (externalisation ouverte), c'est-à-dire l'usage de la foule pour l'obtention : d'idées, de « feed-backs », et de solutions pour développer les activités de l'entreprise. Le terme de crowdsourcing a été introduit par Jeff Howe en 2006 (Howe, 2006) qui précise son large champ d'application, mettant en avant un des composants fonctionnels de crowdsourcing : le réseau.

Le crowdsourcing a lieu quand une entreprise à but lucratif ; externalise des tâches essentielles de fabrication et de vente de produits destinés au grand public (la foule) ;

sous la forme d'un appel sur Internet et avec l'intention d'animer les individus à apporter une contribution (volontaire) au processus de production des entreprises (Kleemann, Voß, & Kerstin, 2008).

Ainsi, l'Internet est utilisé afin d'exploiter la puissance de traitement de millions de cerveaux mobilisés autour : d'affinités, d'intérêts, d'innovations et de missions au profit de la création de nouveaux produits et services. Le crowdfunding, peut être vu comme une réaction naturelle qui comblerait le vide laissé dans la formation du capital des entreprises et des modèles de financement dans la société moderne.

Un lien étroit avec la microfinance

Beaucoup font référence au crowdfunding comme un « phénomène nouveau ». Toutefois, le crowdfunding a une longue et riche histoire. Il n'est donc pas aussi nouveau que nous pouvons le penser, en tant que concept, il a des racines remontantes aux années 1700. Le principe du crowdfunding est appliqué depuis longtemps par les organismes humanitaires, mais la méthode a radicalement changé avec la généralisation des NTIC.

Le crowdfunding est la transposition moderne et sociale d'un phénomène assez ancien ; la souscription publique qui a été utilisée, par exemple, pour financer la Statue de la Liberté. En effet, lorsque le Comité américain pour la Statue de la Liberté a manqué de fonds pour le piédestal de la statue en 1884, Joseph Pulitzer leur est venu en aide en publiant un appel public au don dans son journal le *New York World*. Il a ainsi recueilli plus de 100 000 \$ sur six mois, plus d'argent que nécessaire pour assurer l'achèvement du piédestal (National Park Service, 2013). Mozart et Beethoven finançaient leurs concerts et leurs publications de nouvelles musiques grâce à la générosité de souscripteurs.

En 1606, la « Dutch East India Company » a été la première entreprise au monde à être financée grâce au crowdfunding. Elle offrait la possibilité de partager le risque financier de voyages dangereux et coûteux vers l'Orient.

En effet, il y avait toujours le risque de voir détruire le navire. Grâce à ce système, la compagnie a réussi à obtenir des millions de florins par émissions d'actions publiques (Tschope, 2013).

La nouveauté réside dans les technologies et l'état d'esprit qui donne un nouvel élan à ce mécanisme. Nous allons examiner dans ce chapitre, les principaux événements menant à ce que nous appelons aujourd'hui le crowdfunding. La dernière décennie a façonné le crowdfunding moderne et a contribué à l'augmentation du nombre des plates-formes du crowdfunding.

Michael Sullivan semble être l'un des premiers à avoir utilisé le terme crowdfunding en 2006, avec le lancement de fundavlog (Word Spy, 2013), une tentative avortée de créer un incubateur pour vidéoblogues. Les projets et les événements ainsi que le site intégraient une fonctionnalité simple de financement¹. Son site était fondé sur la réciprocité, la transparence, les intérêts communs et, surtout, le financement de la foule. Cependant, le crowdfunding n'a vraiment commencé à être utilisé par les masses que quelques années plus tard avec l'avènement de la plate-forme Kickstarter.

Les groupes et les coopératives de microcrédit existent depuis des centaines d'années. Un des programmes les plus importants et les plus populaires a été appelé le « Fonds d'emprunt irlandais ». Créée par Jonathan Swift, dans les années 1700, le fond a accordé des prêts à des familles à faibles revenus dans les zones rurales grâce à la participation d'une centaine de petits épargnants. Dans les années 1800, plus de 300 programmes dans toute l'Irlande prêtaient de petites sommes d'argent pour de courtes périodes de temps.

La micro-finance permet de prêter de l'argent aux personnes à faibles revenus. Ces personnes n'ont généralement pas accès aux mêmes opportunités bancaires disponibles pour les ménages aux revenus intermédiaires et supérieurs. La micro-finance est souvent considérée comme un outil pour aider les gens à sortir de la pauvreté. Les bénéficiaires des prêts peuvent demander de l'argent pour la construction ou le

¹ Many things are important factors, but funding from the 'crowd' is the base of which all else depends on and is built on. So, Crowdfunding is an accurate term to help me explain this core element of fundavlog.—sull, "Crowdfunding," fundavlog, August 12, 2006

maintien d'une entreprise familiale. Les montants des prêts émis, cependant, sont généralement plus faibles que ceux fournis par les banques.

Dr. Mohammad Yunus a souvent été crédité de pionnier de la micro-finance moderne. En 1976, Yunus a lancé un projet de recherche avec ses étudiants au Bangladesh. Son but était de donner la possibilité bancaire aux personnes à faibles revenus, d'éliminer l'exploitation des pauvres et de créer des opportunités d'auto-emploi. Son prêt initial était de 27 \$ alloués à 42 femmes qui vivaient dans un village soutenu par la production du bambou. Après ces prêts succès, Yunus a réussi à obtenir un prêt du gouvernement lui permettant d'attribuer de petites sommes pour les pauvres. En cinq ans, le programme a eu plus de 30 000 membres et, en 1983, le programme se transforme en Grameen Bank. La banque compte aujourd'hui plus de huit millions d'emprunteurs, dont 97 % de l'argent est alloué à des femmes exploitées par les entreprises. Yunus et la Grameen Bank ont reçu le Nobel de la Paix en 2006, pour leurs efforts en matière de développement économique et social.

Dans le domaine de la solidarité, et plus particulièrement de la micro-finance, le crowdfunding est une révolution. En effet, le microcrédit, considéré par l'ONU comme l'un des outils les plus efficaces en termes de lutte contre la pauvreté, manque considérablement de financements et nous sommes loin d'atteindre les objectifs du millénaire pour le développement annoncés en 2000.

Le crowdfunding solidaire apparaît donc comme une alternative à très faible coût pour les « Institutions de Micro-finance » (IMF), afin qu'elles puissent financer et accompagner des porteurs de projet dans la création ou le développement d'activités génératrices de revenus. Des plates-formes, comme Babyloan.org ont permis de financer plus de 12 000 micro-entrepreneurs en France (L'Express, 2013). Ces sites permettent ainsi au grand public de faire des prêts non rémunérés afin de parrainer des entrepreneurs.

Le crowdfunding et la micro-finance sont étroitement liés. En effet, ce sont des modèles financiers pour lesquels le capital peut être levé par des campagnes en ligne. La différence principale entre le crowdfunding et la micro-finance repose sur le fait

que le crowdfunding nécessite une foule de personnes mettant en commun l'argent ensemble, tandis que la micro-finance n'a pas nécessairement besoin d'une foule de petits bailleurs de fonds.

Les premières campagnes de levées de fonds en ligne

Depuis les années 1990, le crowdfunding s'est popularisé sur la toile, principalement dans les industries créatives : de la musique, du cinéma et de la vidéo, des écrivains indépendants, des journalistes, des éditeurs, des créateurs : en arts visuels, en arts du spectacle, de jeux, etc.

En dehors de ces industries créatives, le crowdfunding reste plutôt inaperçu aux yeux du monde extérieur. Dans les années 90, les premières campagnes sur Internet de financement de projets ainsi que les plates-formes de levées de fonds caritatives sont apparues. Les artistes ont commencé à solliciter de l'argent via Internet, pour financer la nouvelle musique, leurs albums ou tournées. Par exemple, le groupe de rock britannique Marillion groupe a réuni 60 000 \$ en 1997 pour financer leur tournée américaine avec le « Fonds Tour » campagne Internet.

En 2006, Sellaband a imité ce modèle, où les fans pouvaient investir dans la musique en construisant une plate-forme spécifique où tout le monde pouvait commencer à amasser des fonds afin d'enregistrer un album.

De même, les premières collectes de fonds caritatives ont permis de prendre conscience du potentiel de l'Internet et de la foule. La création en 2000, justgiving est un bel exemple de cette puissance. Dans ce secteur, la caractéristique majeure est la mise à disposition des fonds par le biais de petits dons ou de parrainage par des particuliers. D'une certaine manière, le crowdfunding est devenu une variante de la classique mise en place de la collecte de fonds pour les organismes à but non lucratif.

Le développement du crowdfunding

En 2005, Kiva a été lancé. C'est la première plate-forme qui permet aux entrepreneurs de prêter de l'argent pour le développement des zones à travers le monde. KIVA est

aujourd'hui l'une des plates-formes de microcrédit les plus populaires dans le monde. Elle a ainsi permis de lever plus de 165 millions de dollars grâce au crowdfunding, et affiche un taux de remboursement de 98,83 % .

Ce modèle a été développé et étendu dans ce qui est connu sous le nom de *peer-to-peer* de prêt, une alternative au crédit bancaire traditionnel. Il a grandi pour accueillir le processus de prêt à l'extérieur du pays en développement exclusivement. L'un des premiers sites de prêts *peer-to-peer* à être lancé est le site : une société basée à Londres qui fournit un service en ligne d'échange d'argent.

Le chanteur Grégoire, qui était un parfait inconnu en 2008, a réussi à convaincre 347 membres du site MyMajorCompany par l'investissement de 70 000 euros dans la production de son premier album, faisant de lui le premier succès grand public du crowdfunding en France.

En 2008, IndieGoGo a été co-fondée par Danaé Ringelmann et Slava Rubin avec l'idée de démocratiser la collecte de fonds. En 2009, Kickstarter a été lancé aux États-Unis. Ce site est présenté comme une nouvelle façon de financer la créativité. Ces plates-formes sont aujourd'hui deux des plates-formes les plus populaires de crowdfunding dans le monde. Le principe de fonctionnement est toujours le même : un grand groupe de personnes peuvent mettre en commun leur argent pour aider à financer une idée. La vraie nouveauté qu'ils ont apportée, est que lorsque l'on participe au financement d'un des projets, on ne doit pas s'attendre à récupérer de l'argent. Selon le niveau des engagements on peut obtenir des récompenses.

Au cours des deux dernières années, des plates-formes comme Kickstarter et IndieGoGo ont continué de croître rapidement. Cependant, on observe qu'il y a encore des créneaux pour des développements du crowdfunding.

En 2010, GrowVC, lance le crowdfunding *equity*. GrowVC, qui est la première communauté mondiale dédiée aux investisseurs et aux entrepreneurs. KIVA, aide les entreprises à assurer leur financement initial, en les mettant au cœur d'un écosystème favorable, soit plus de 9 000 entrepreneurs : des investisseurs et des experts venus de 200 pays différents.