



HAL
open science

Micro-finance et crowdfunding : l'essor des nouvelles alternatives de financement pour les entreprises

Nathalie Duran

► **To cite this version:**

Nathalie Duran. Micro-finance et crowdfunding : l'essor des nouvelles alternatives de financement pour les entreprises. *Convergence*, 2016, 18. hal-01802716

HAL Id: hal-01802716

<https://hal.univ-reunion.fr/hal-01802716v1>

Submitted on 12 Jun 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Nathalie Duran, MCF Finance, IAE Réunion

« Avec Lendopolis votre argent ne dort pas sur un Livret A ou sur votre assurance vie. Il travaille pour des PME françaises ! Vous prêtez en direct aux entreprises françaises de votre choix et recevez jusqu'à 12% d'intérêts chaque mois ». L'année 2015 étant l'année de décollecte du livret A la plus haute depuis 20 ans, le groupe les Echos propose aux français une solution pour valoriser leurs économies grâce au prêt aux entreprises. Le gouvernement a mis fin au monopole bancaire sur les prêts rémunérés par le décret du 1^{er} octobre 2014 qui a instauré le statut d'Intermédiaire en Financement Participatif. Les particuliers peuvent désormais « donner un sens à leur épargne » et deviennent des micro-prêteurs. Ils peuvent confier jusqu'à 1000 € aux projets qui les attirent, tandis que les porteurs de projet peuvent lever jusqu'à un million d'euros sur les plateformes. Comment expliquer cet engouement pour les plateformes de financement participatif ?

Sur les marchés financiers parfaits, les entreprises trouvent toujours un financement suffisant et approprié aux investissements de création de valeur. Par conséquent, les décisions de financement ne sont pas pertinentes. Les marchés financiers en réalité ne sont pas parfaits, et les imperfections du marché nécessitent des décisions de financement en matière de développement d'affaires et de création de valeur pour l'entreprise. Plusieurs recherches se sont intéressées aux décisions de financement et aux choix des sources de financement par les entreprises. Les entrepreneurs préfèrent les sources de financement qui ne conduisent pas à une perte de contrôle et celles aux coûts les plus faibles. Par conséquent, ils optent généralement pour des ressources financières personnelles ou d'autres ressources informelles plutôt que des financements externes. Les solutions alternatives de financement qu'offrent les plateformes de financement participatif semblent se substituer aux sources de financement informelles. Ces modèles d'affaires nouveaux ont suscité un intérêt en tant que moyen d'introduction dans le marché d'une plus grande liquidité. Par exemple, de son lancement le 12/11/2013 au 30/04/2016, la plateforme Unilend (pionnier français et leader en *crowdlending*) a permis de financer 18 442 650 €, pour 241 projets. Au regard du *crowdlending*, il semblerait que les activités sur les plateformes de financement participatif intègrent davantage de processus sociaux et psychologiques que le traditionnel capital-risque. Les raisons des choix pour l'une ou l'autre des plateformes dépendent des objectifs des entrepreneurs, de ceux des supporteurs, ainsi que de l'environnement institutionnel. Des travaux récents soulignent, par ailleurs, que les perceptions des entrepreneurs quant aux possibilités d'accès au capital peuvent influencer les sources à partir desquelles ils recherchent des fonds. Les facteurs cognitifs sembleraient être des éléments clés, ils peuvent notamment générer des émotions négatives comme le découragement : certains entrepreneurs se détournent des sources de financement traditionnelles car ils perçoivent des difficultés excessives quant à l'obtention de fonds auprès des institutions financières.

Les plateformes de financement participatif rencontrent ainsi un franc succès mondial, elles ont permis de récolter 31.4 milliards en 2015 (dont 296.8 millions d'euros pour la France), ce qui correspond à une croissance de 2000 % en quatre ans, causée par une multiplication du nombre de contributeurs (de 1,3 millions à 2,3 millions pour les français par exemple).

Cet article a pour objet de faire un état des lieux sur le financement participatif en France. Nous présentons tout d'abord ses diverses formes et les besoins qu'elles permettent de satisfaire, puis nous évoquerons les risques de fraude et les premières désillusions ainsi que les partenariats récemment conclus afin de limiter les risques de défaillance.

1. Diverses formes de CF et records

Le *crowdfunding* (« financement par la foule » ou « financement participatif »), est une forme de *crowdsourcing*. Le principe est de faire appel à la foule par le biais d'Internet pour obtenir des

ressources nouvelles, des ressources de nature financière pour le *crowdfunding*. Trois modèles de financement existent : le don (avec ou sans récompense), le prêt (avec ou sans intérêts) et l'investissement en capital. Le principe est le suivant : le porteur de projet contacte une plateforme et lui présente son projet. Si les caractéristiques correspondent, alors le projet sera mis en ligne en quelques jours. L'entrepreneur doit alors mettre en avant son entreprise et son projet. Il communique des informations financières (bilan, compte de résultat, CAF, emplois, ressources, etc.), mais aussi extra-financières (présentation de l'entreprise, utilité de l'emprunt, objectifs du projet, préoccupations environnementales, fichier clients, etc.) afin de faire connaître son entreprise et de sensibiliser les « visiteurs ». L'objectif est de mettre en valeur son projet afin de séduire les membres de la plateforme. Une fois le projet accepté et mis en ligne par les analystes de la plateforme, la solidarité collective se met en place. Les investisseurs potentiels peuvent alors échanger avec les dirigeants, ou entre eux sur les forums afin de discuter de leurs choix. Des centaines d'internautes financent les projets, voire les rêves des autres, au lieu d'investir en Bourse ou de garder leur épargne sur un livret devenu peu rentable désormais. Ce nouveau modèle d'affaire implique une communauté composée de l'entreprise, la plateforme et les micro-investisseurs que sont les internautes.

En France, le premier succès du financement participatif est celui du chanteur Grégoire sur la plateforme MyMajorCompany. En 2007, il devient le premier artiste à avoir été plébiscité par le public virtuel : 347 internautes ont aimé sa chanson « Toi+moi » et ont misé sur lui de 10 à 1000 €. En quelques mois, les 70 000 € nécessaires à la production de son disque par le biais du label communautaire MyMajorCompany ont été réunis. Le disque s'est ensuite vendu à plus de 1 200 000 exemplaires et les donateurs « producteurs » auraient eu un retour sur investissement de plus de 400 %. La médiatisation de cette réussite a entraîné bon nombre de particuliers mais aussi d'artistes, puis d'entrepreneurs. Alors que paradoxalement 2008 marque le début de la crise économique qui nous touche encore aujourd'hui, ces nouvelles opportunités de développement connaissent une croissance exponentielle. La France est aujourd'hui le premier pays d'Europe en matière de financement participatif.

Les campagnes de don sans contrepartie concernent principalement les projets solidaires, culturels et relatifs à la santé ou l'environnement, alors que celles avec récompense sont essentiellement tournées vers des projets culturels, comme le cas précédemment exposé de Grégoire. Les campagnes prévoient un système de contrepartie en fonction du montant donné : plus la contribution est élevée, plus la contrepartie est importante. Souvent ces contreparties sont liées au projet : le nom du contributeur sur un produit, un exemplaire du produit fabriqué, une visite du site, une dégustation, etc. Les particuliers qui font des dons semblent sensibles à des projets de proximité, ils se sentent fiers d'aider les entreprises qu'ils connaissent ou lorsque le projet se rapproche de leurs centres d'intérêts, ou encore lorsqu'il partage leurs valeurs. Prenons comme exemple, le sponsoring sportif : en 2014, Ladj Doucouré fait appel à la foule sur la plateforme spécialisée « sponsoriseme » afin de pouvoir participer aux JO 2016. Il avait besoin de 8000€, somme obtenue en 12h à peine et il a collecté au final 14 000 €. La collecte de fonds par le don est passée de 20 M€ en 2013 à 50.2 M€ en 2015. En 2015, le don a connu la plus faible croissance, et les montants collectés sont bien moins importants que pour les autres modèles. Les plateformes de don mettent donc actuellement en place des stratégies de diversification ou de spécialisation afin de rester concurrentielles.

Deux autres modèles en forte croissance viennent compléter le précédent :

Tout d'abord l'investissement ou la participation aux fonds propres (« *equity crowdfunding* »). L'épargnant souscrit alors au capital de la société créée et sa rémunération se fera par les dividendes ou la plus-value de cession du titre de capital éventuellement. Dans ce modèle, les entrepreneurs cèdent une partie du contrôle et du pouvoir de décision, le particulier devient ainsi actionnaire. L'investissement a permis de collecter 10 M € en 2013 et 50.3 M € en 2015 soit une augmentation de

503%. Les campagnes d'investissement en capital sont plus diversifiées. Elles financent les commerces et services, la technologie, la santé et l'environnement et également l'immobilier. *L'equity crowdfunding* intéresse particulièrement les actionnaires individuels déçus des marchés financiers, qui ont envie de participer à la vie économique d'entreprises à taille plus humaine.

Pour finir, nous trouvons le prêt participatif avec ou sans intérêts, qui finance particulièrement les commerces et service. Dans un premier temps, le microcrédit solidaire s'est développé, il permet au grand public de prêter à des entrepreneurs de façon désintéressée à partir de 10€, principalement dans les secteurs du commerce et de l'agriculture. La plateforme Babyloan est le leader européen de prêt solidaire. Les entreprises sont choisies pour leur impact social dans des pays pour lesquels l'accès au financement est difficile. Depuis sa création en 2008, 27 876 projets ont été financés par 40 804 membres, ce qui représente 13 228 141 €. Dans ce modèle de prêts solidaires 99.92% des prêts sont remboursés. Chaque année depuis 2012, Babyloan lance le « défis solidaire » : 10 jours pour financer 500 entrepreneurs. En 2014, plus de 300 000€ ont été prêtés à 550 entrepreneurs de 15 pays. Le principe est l'organisation de différentes collectes : une auprès de la communauté de prêteurs de la plateforme, une sous la forme d'un challenge étudiants entre grandes écoles et Universités, puis une collecte inter-entreprises. La forte participation démontre la volonté de se mobiliser pour aider les entrepreneurs dans leurs projets. Cette solidarité est possible même avec très peu de moyens, puisque c'est la multitude de prêteurs qui permet de réunir la somme totale nécessaire.

Ensuite, le *crowdlending* (ou modèle de prêt rémunéré) est plus récent, il s'adresse aux entreprises qui proposent un projet auprès d'une communauté de prêteurs, qu'ils rémunéreront. Dans ce cas les particuliers endossent le rôle de banquiers. Les taux d'intérêts varient entre 5 à 12 %, selon les plateformes et les risques estimés des projets à financer. Soit les internautes font leur proposition de prêt en indiquant la somme et le taux proposé, selon un principe d'enchères, puis c'est l'entreprise qui choisit les plus intéressants, soit ce sont les analystes de la plateforme qui fixent le taux d'intérêt en fonction du niveau de risque estimé. La communauté de *crowdlending* s'alimente donc des effets de synergies entre : la plateforme de prêt rémunéré (et ses dirigeants), les entrepreneurs (porteurs de projets) et les micro-investisseurs (la foule). Les rôles et les risques encourus pas les acteurs changent. La communauté de micro-investisseurs est composée d'une multitude d'individus hétérogènes, aux intérêts potentiellement divergents. Le particulier n'est plus seulement un consommateur ou un co-créateur, il endosse un rôle décisionnel, de « financeur ». Il devient un partenaire d'un nouveau type et apporte un complément au service bancaire, voire un substitut. Le *crowdlending* est une solution alternative et solidaire de financement en des temps record mais également un vecteur de promotion, permettant une notoriété nouvelle à l'entreprise. Les particuliers prêteurs sont rémunérés à des taux très élevés, c'est pour cette raison que les plateformes conseillent de diversifier leurs placements.

En France, le prêt a permis de collecter 48 M€ en 2013 et 196.3 M€ en 2015, soit une augmentation de 409 %. C'est la forme de financement participatif qui a connu la plus forte croissance en 2015 et les résultats des premiers mois de 2016 confirment la tendance.

En 2015, selon le baromètre de l'association finance participative France, le taux de succès des campagnes s'élève à 61% pour le don avec récompenses et 94% pour les autres branches. Les entreprises ont de nouvelles solutions mieux adaptées à leurs besoins, et les français se mobilisent sur des projets de toute nature. Nous présentons un tableau récapitulatif des solutions offertes aux entreprises, pour les 3 modes de financement, en nous appuyant sur l'exemple de quelques plateformes pour illustrer.

NOM	FONDS LEVES	TAUX	TEMPS DE COLLECTE	CONDITIONS REQUISES	COMMENTAIRES
1. FP sous forme de PRÊT avec intérêts (rapide et transparent)					
UNILEND	10 000-500 000 € sur une durée de 3 mois à 5 ans - Montant moyen emprunté 80 000 €	Ce sont les prêteurs qui déterminent le taux, puis les plus intéressants sont sélectionnés - souvent entre 6 et 10% (taux moyen 8,6)+ 3% pour la plateforme	15 jours en moyenne	3 exercices comptables cloturés ; dernière liasse fiscale à télécharger et dossier de présentation du projet	Financer la croissance, réaliser des investissements, ou renforcer la trésorerie- tt type de projet accepté - souvent en complément d'un emprunt bancaire
LENDOPOLIS	10 000 à 1 000 000€ sur une durée de 24 à 60 mois, montant moyen 63 000 €	Fixé par la plateformes, selon risque estimé de 5 à 12 % (tx moyen 7,9%) + commission déduite du montant collecté de 3% HT (3 ans ou moins) ou de 4 % HT (plus de 3 ans) selon durée d'emprunt	De 24h à 30 jours , durée moyenne 14 jours	TPME PME n'étant pas en difficultés, ayant cloturés leur 2 eme ex comptable ; bilan et CdR des 2 derniers ex., prévisionnel attesté par l'EC	Premier partenariat avec le CSOEC. Projets de développement et de croissance ou matériel / ne st pas éligibles les besoins de trésorerie de CT
LENDIX	De 30 000 à 1000 000 € sur une durée de 18 à 60 mois, montant moyen 198 000 €	Fixé par la plateforme de 4 à 8 % environ, taux moyen 6,5% + 3 % de frais	17 jours en moyenne	TPE PME ou ETI françaises, 2 bilans cloturés et Rex >0 + CA>500 000€	Aménagements, refinancement du compte courant crédit vendeur ou actifs achetés récemment, développement commercial, particuliers prêteurs et institutionnels, financement d'actifs corp ou inc, et de dettes d'acquisition
PAS DE FINANCEMENT PARTICIPATIF SOUS FORME DE PRÊT POUR LES ENTREPRISES EN LANCEMENT (2 ANS MINI)					
2. FP par le DON avec contrepartie non financière					
Kickstater	Jusqu'à 1 Millions mais 60% des projets entre 1 000 et 10 000 , 20 % entre 10 000 et 100 000	Entre 8 et 10 % de frais div	Fixé par le porteur de projet, conseillé < 30 jours	Projets créatifs	Art, BD, artisanat, danse, design, mode, cinéma, vidéo, gastronomie, jeux, journalisme, musique, photo, édition, technologie, théâtre.
KISSKISS BANKBANK	En moyenne 2325 €, plus haute somme collectée 444 000 €	8% TTC de frais total	2 mois max, durée fixée par le porteur de projet	Plateforme généraliste : projets CRÉATIFS ou INNOVANTS dans quasi tous les secteurs	Le porteur de projet estime les fonds nécessaires, la durée de collecte et les contreparties proposées par palier de don. Principe de tout ou rien. Si argent + ou > le porteur de projet récupère tout. Pionnier en France, un des
ULULE	En moyenne 4000 €, plus gros montant collecté 681 000 €	8 % TTC de frais si la somme est récoltée, plus le coût des contreparties proposées	Maximum 90 jours	Idem, assez généraliste	Principe du tout ou rien. Musique, BD, films, aventure entrepreneuriale, ou projets solidaire
IL EXISTE D'AUTRES PLATEFORMES PLUS SPECIALISEES (agriculture, développement durable, etc.)					
3. FP sous forme d'investissement en capital					
WISEED	100 000 € MINIMUM jusqu'à 1 000 000. Prise de participation de 5 à 20% du capital	Environ 10 %	Un mois de qualification et 3 mois de souscription	Jeunes entreprises à fort impact sociétal, basée sur territoire français et avec preuves de concept. Projet assez avancé et équipe solide + envisager d'autres moyens de lever des capitaux	Acteur historique / société déjà créée de moins de 8 ans, innovante et fort potentiel de croissance. Secteur de la santé, environnement, numérique, industrie et services. Durable, responsable, performante
ANAXAGO	100 000 - 1 million €	Entre 5 et 8 %		Start up en mal de financement	Business plan à fournir, soumis à l'avis des internautes avant de débiter campagne

Tableau 1 : Quelle plateforme pour quel type de financement ?

Nous présentons ensuite les succès qui ont marqué ces dernières années, ainsi que les premières désillusions.

2. Succès marquants vs premiers leures

Le financement participatif se révèle être un véritable relais dans le processus de financement des PME et des start-up en France. Les atouts tant pour les entrepreneurs que pour les micro-investisseurs sont notoires. En quelques jours, des centaines de milliers d'euros peuvent être soulevés grâce à la mobilisation collective, ce qui est impossible avec le système bancaire français actuel. De plus, la mise en ligne sur la plateforme permet un premier retour du marché. Présenter son projet est une manière de connaître le nombre de personnes prêtes à s'engager aux côtés de l'entreprise. Durant la campagne, les micro-prêteurs peuvent également poser des questions aux entrepreneurs avant de confier leur argent, ce qui renforce les liens. La médiatisation des *interviews* des directeurs des plateformes et des « success stories » entraînent de nombreux entrepreneurs à envisager ce mode de financement. Voici un récapitulatif de succès marquants qui ont amplifié l'enthousiasme tant des investisseurs que des entrepreneurs.

Année	Plateforme	Projet	Catégorie	Forme de FP	Montant	Résultat
2007	My Major Company	Disque "Toi + Moi"	Musique	Don avec récompense	70 000 €	Somme atteinte en 5 mois par 347 internautes. Vente du single à plus de 1 200 000 exemplaires. Rétribution 400 %
2013	Ulule	Noob	Film	Don sans contrepartie	681 046 €	Record européen Projet français le plus financé : 1945 % de l'objectif de départ (35 000€ en 15h)
2015	Unilend	Galerie des lices	Art contemporain	Prêt avec intérêts	400 000 €	Record du nombre de membres prêtant 1323 et du montant de prêt sur Unilend au taux de 9,1% en 28 jours
2015	Smartangels .fr	Numa	Innovation	Investissement en capital	1 000 000 €	Record du nb d'investisseurs et du montant en 44 jours

Tableau 2 : Succès et records en financement participatif

Cependant, ce phénomène que certains qualifiaient de révolutionnaire, a récemment montré des limites. Les fonds amassés n'ont parfois pas été utilisés aux fins prévues, et les incidents de remboursements, voire les premiers défauts de paiement, surviennent. Les promesses des entrepreneurs n'ont pas abouties et les particuliers se sentent trahis, tant par la plateforme que par les porteurs de projets.

Année	Plateforme	Nom	Produit	Somme	échec
2012	Kickstarter	Pebble	Montre connectée	1 millions de dollars en moins de 30 min , + de 7,5 millions en une journée. Au total 20,3 millions	Retard dans les commandes, certaines montres jamais envoyées, nombreux dysfonctionnements
2014	Kickstarter	Ryan Greeper	Glacière the coolest cooler	13 millions de dollars donnés par 62 000 personnes ayant cru au projet alors que seulement 50 000 espérés	Projet le plus soutenu sur Kickstarter. Glacière vendue sur Amazon au lieu d'être envoyée aux investisseurs. 36000 ne l'ont jamais reçue. Prototype non prêt à être commercialisé.
2014	Kickstarter	Torquing Group	Drone Zano	3,3 millions € par 12000 personnes	Plus gros succès européen - Déception, très mauvaise qualité des drones / liquidation, 15 000 drones non livrés.
2014	Unilend	Smok it	Cigarettes électronique	Développer canal de la grande distribution : 75000€ sur 36 mois par 329 prêteurs à 9,6 % en 20 jours	Premier défaut de paiement en France de l'histoire du CF. Redressement judiciaire 3 mois après l'obtention du prêt. Restitution d'un stock se vendant mal.

Tableau 3 : désillusions de certains projets

Les micro-investisseurs pointent du doigt la sincérité des informations financières ou extra-financières communiquées par la plateforme, et se sentent trahis par une communication trop bien ficelée, et parfois trompeuse. Ils regrettent également que les promesses faites sur l'utilisation des fonds ne soient pas tenues. En effet, une fois les fonds obtenus, la collaboration et la solidarité semble prendre fin. Une fois les fonds obtenus, pourquoi n'y-a-t-il pas de suivi ? Doit-on faire confiance aux entrepreneurs ou mettre en place une procédure de contrôle ? La plateforme accompagne *a priori* les porteurs de projets avant et pendant la campagne mais qu'en est-il après ? Ce modèle d'affaire, pourtant souvent assimilé à la micro-finance, n'inclut pas ce service, et aucun outil ne semble prévu pour accompagner l'entrepreneur dans l'optimisation de la gestion des fonds. Le désengagement de la plateforme après l'obtention des fonds est une faiblesse importante.

De plus, les particuliers ne semblent pas avoir un comportement parfaitement rationnel. Ils sont influencés par leurs préférences, leurs convictions, et par des critères socio-cognitifs. La technicité de certaines informations, notamment les données financières fournies sur les plateformes de *crowdfunding*, peut également constituer un biais dans la mesure où les internautes ne possèdent pas toujours les compétences et connaissances suffisantes pour les comprendre et les analyser. Leurs décisions reposent donc souvent sur des critères principalement extra-financiers, et certaines d'entre elles se prennent par mimétisme et non de manière rationnelle. Certaines entreprises, avec une communication efficace, peuvent ainsi obtenir des fonds très rapidement, alors qu'elles sont moins à même de rembourser leurs dettes. La communication des entreprises peut manipuler les perceptions des internautes. Ces derniers se retrouvent confrontés à une information abondante, assez complexe d'un point de vue financier et dont ils ne peuvent saisir toutes les subtilités, ce qui peut fausser leur prise de décision.

Des événements extérieurs, menaces imprévisibles ou tout du moins imprévues, surviennent aussi parfois et les prévisions des porteurs de projet deviennent obsolètes, même si elles étaient très honnêtes au moment de la campagne. L'environnement de l'entreprise peut évoluer parfois très différemment des prévisions.

3. Stratégie de partenariat pour limiter les risques ?

Les échecs poussent les plateformes à améliorer leur fonctionnement. Il apparaît que certains entrepreneurs ont pu communiquer des éléments qui enjolivaient leur situation et d'une certaine manière tromper les investisseurs. Minimiser les risques et retrouver la confiance des épargnants devient essentiel, afin de conserver la notoriété des plateformes de financement participatif. Sur les forums, notamment *crowdfunding.fr*, le mécontentement des particuliers se fait sentir. Ils appellent les analystes des plateformes à plus de vigilance et de contrôles, car avant d'avoir confiance en l'entrepreneur, les internautes font confiance à la plateforme et à sa pré-sélection. La compétence ou la capacité à vérifier les informations fournies par les entreprises est remise en cause, ce rôle est aujourd'hui imposé aux internautes.

Certaines plateformes ont mis en place des partenariats stratégiques avec des experts compétents, d'une part pour améliorer leur crédibilité mais également pour démontrer leur volonté d'améliorer le système.

Lendopolis, fut ainsi la première plateforme de financement participatif à signer un partenariat avec le Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts comptables, lors de sa création en octobre 2014. L'expert-comptable a pour rôle d'attester les informations financières fournies par l'entreprise, avant que son projet soit proposé aux particuliers prêteurs. Il permet ainsi de limiter le risque de fraude concernant les états financiers. Ce tiers de confiance donne une crédibilité supplémentaire à la plateforme Lendopolis et le partenariat apporte un avantage concurrentiel durable. En tant que tiers de confiance,

et garant de l'information financière, l'expert-comptable semble avoir un rôle à jouer dans le *crowdfunding*, mais aussi dans le financement participatif plus largement, puisque son métier évolue de plus en plus vers le conseil. Il pourrait constituer le lien de confiance entre les différentes parties prenantes, mais également apporter une notoriété supplémentaire au financement participatif.

Les autres partenariats ont été conclus principalement avec les acteurs majeurs des secteurs des banques et assurances :

- Groupama Banque contribue depuis janvier 2015 et ce pendant 4 ans sur Unilend au financement des projets d'entreprises à hauteur de 100 millions d'euros. Sur le blog *crowdfunding.fr*, les prêteurs expriment leur stratégie visant à suivre les choix de prêt de Groupama, qui est digne de confiance selon eux.
- Prêt d'Union et Crédit Mutuel ont conclu un partenariat capitaliste. La Banque détient 35% de la plateforme de prêts entre particuliers, qu'elle accompagne dans son développement. L'association de compétences au sein de la plateforme permet une meilleure sélection des projets.
- La banque postale finance désormais la moitié de l'objectif de collecte des projets portés Kisskissbankbank.
- Wiseed, BNP Paribas et Crédit Coopératif : la banque participe à la sélection des projets, ce qui permet de rassurer l'internaute sur la qualité des projets mis en ligne.

Ces nombreux partenariats apportent de la valeur à la plateforme et renforcent le lien de confiance au sein de la communauté de financement participatif. Même s'ils permettent de diminuer les risques, ils ne les suppriment pas complètement. Par exemple, l'attestation fournie par l'expert comptable, n'a pas suffi à la plateforme Lendopolis, puisqu'elle a connu son premier défaut de paiement pour la PME Inovip en décembre 2015. Certes il n'y avait aucune fraude dans les états financiers communiqués mais le chiffre d'affaires prévisionnel avait été trop optimiste. L'expert comptable ne peut donc pas tout déceler et les risques de non remboursement sont bien présents. Comme rappelé par les plateformes, le particulier doit au maximum diversifier ses placements, tant en termes de plateformes utilisées, qu'en terme de type de projets, de secteur d'activité ou de catégorie.

Conclusion

Lorsqu'un entrepreneur recherche un financement pour son projet, les pistes actuelles sont nombreuses : « love money » ou réseau de proximité, crédit bancaire, prêt d'honneur à 0%, aides spécifiques, business Angels pour les start-up, ou encore fonds d'investissement et depuis quelques années, le financement participatif vient s'ajouter à ces solutions. Il apparaît comme une avancée remarquable pour l'économie collaborative et le développement de milliers de projets, dont les besoins étaient difficilement satisfaits. L'innovation réside dans la réunion de centaines d'apporteurs de capitaux hétérogènes. L'utilisation d'internet permet une visibilité de l'entreprise qui dépasse le cercle habituel de proximité et qui octroie une portée nationale, voire internationale.

Malgré sa croissance exponentielle, ce mode de financement complémentaire ne résout pas toutes les difficultés des entreprises. D'ailleurs les statistiques fournies par la plateforme Unilend affirment que sur 20838 demandes d'entrepreneurs, seulement 250 ont été proposées à la communauté de prêt. Ce qui signifie que 98.8% ont été exclues de ce mode de financement. Ceci tend à rassurer les particuliers prêteurs quant au sérieux de la plateforme mais démontre que la majorité des entreprises n'ont pas encore trouvé la solution à leurs besoins en financement.

Un grand nombre de projets n'entrent pas dans les caractéristiques permettant l'accès à ce type de financement. Il leur faudra donc attendre une nouvelle innovation ou une nouvelle forme de *crowdfunding* qui proposerait de l'aide aux entreprises en difficultés par exemple. La numérique offre une diversité d'opportunités de développement, et le financement participatif a une marge de progression importante. Il faut cependant mieux contrôler les intentions des porteurs de projets afin de ne pas laisser les comportements opportunistes se propager et ternir l'image de ce processus solidaire.