

Les nouvelles formes de financement



Crowe Horwath™

Ficorec

Membre indépendant de Crowe Horwath International

#9

Sommaire

Comment trouver des financements ?

p3

Le crowdfunding en 5 Questions-Réponses

p4

Recourir à une solution de crowdfunding, conditions et avantages

p5

Le crédit inter-entreprises et la loi Macron : une brèche dans le monopole bancaire

p6

Rencontre avec Frédéric Lévy Morelle, CEO Lookandfin

p7

Rencontre avec Yahya Fallah, Co-fondateur de Equal for All

p8

Connexions est la revue trimestrielle de Crowe Horwath France
Comité de rédaction de ce numéro : Arnaud Devoucoux, Jean-François Cottin, Julien Benatar
Conception, création : OneSelf
Crédits photos : 123 rf

Suivez nos actualités sur [twitter](#)
[@CroweHorwath_fr](#)
[crowehorwathfrance.fr](#)

Le chiffre

En 2015, près de **300 millions d'euros** ont été collectés sur des plateformes de finance participative en France, contre 152 millions en 2014. Depuis 3 ans, cette collecte double chaque année.

Source : Financement Participatif France 2016

Edito

Vers la fin du monopole bancaire ?



Arnaud Devoucoux,
Associé Crowe Horwath RSA

Tous les entrepreneurs le savent : pour financer son lancement, son développement et renouveler ses équipements, une entreprise a besoin de capitaux. Pourtant, à l'heure où le loyer de l'argent n'a jamais été aussi bas, il reste compliqué pour une PME d'obtenir des financements externes par le prêt. La solution résiderait-elle alors dans le recours aux nouvelles méthodes de financement qui voient le jour et ouvrent des brèches dans le monopole bancaire ?

Il devrait être bientôt possible aux entreprises de pratiquer des opérations de crédit (prêts, affacturation, crédit-bail...) avec d'autres entreprises partenaires, y compris avec celles avec lesquelles elles n'ont pas de lien de capital. Cette petite révolution, née d'un amendement à la Loi Macron, en accompagne une autre : l'émergence de nouvelles alternatives de financement comme le crowdfunding, qui s'appuient sur le développement d'Internet et de l'économie collaborative. Appelé financement participatif en français, le crowdfunding permet de financer des projets via un grand nombre de personnes, qui choisissent les entreprises dans lesquelles elles souhaitent investir. Ce phénomène en forte croissance peut-il remplacer une banque ? Quelle est sa réalité en France ? Comment réaliser une levée de fonds ? Quels avantages en attendre ? Découvrez les premiers retours d'expérience dans ce numéro de Connexions.

Bonne lecture !

Comment trouver des financements ?

De nouvelles sources d'argent émergent pour se financer, des pistes que start-up et PME doivent explorer à l'heure où les banques durcissent leurs conditions d'octroi de crédit. L'accès à des financements externes reste en effet plus difficile pour les PME que pour les grandes entreprises d'où l'intérêt de regarder du côté des instruments alternatifs comme le financement participatif ou le prêt inter-entreprises.



Le crowdfunding en 5 Questions-Réponses

Crowdfunding, financement participatif... ces termes dans l'air du temps recouvrent un seul et même mode de financement alternatif au financement bancaire. Décryptage.



Nina Bellanger,
Associé Crowe Horwath Ficorec

Qu'est-ce que le crowdfunding ?

Le crowdfunding, (littéralement financement par la foule), appelé également financement participatif, est une autre façon pour les entreprises - et les particuliers - de récolter des fonds pour financer leur projets. Cette technique de financement, née il y a quelques années seulement aux Etats-Unis, consiste à mettre directement en relation des porteurs de projet et des personnes physiques et morales souhaitant généralement investir des petits montants.

Comment fonctionne t-il ?

Les porteurs de projets (créateurs d'entreprises, des TPE/PME, des associations...) et les épargnants se rencontrent sur internet via une plateforme dédiée. Les porteurs présentent leurs projets et les épargnants choisissent de financer celui qui leur plaît, à hauteur de ce qu'ils souhaitent investir et conformément à leurs valeurs.

Quelles sont les formes de financement disponibles ?

Les fonds peuvent être alloués sous 3 formes différentes :

- Le don : une personne physique ou morale donne une somme sans contrepartie (financement d'actes associatifs et projets personnels) ou en échange d'une récompense (pré-achat d'un produit ou service, cadeau, invitation etc.).
- Le prêt : une personne physique prête une somme afin de financer un projet. La somme prêtée peut être rendue avec ou sans

intérêts. Les prêts avec intérêts sont limités à 1 000 € par prêteur et par projet, la durée du crédit ne pouvant être supérieure à 7 ans, les prêts sans intérêt à 4 000 € par prêteur et par projet. Le porteur de projet ne peut pas emprunter plus de 1 000 000 € par projet.

- L'equity crowdfunding : une personne physique ou morale investit dans un projet à condition d'acquiescer des parts (financement de start up, création d'entreprise).

Qui sont les acteurs du marché ?

En France, on compte une soixantaine de plateformes avec un statut de conseillers en investissements participatifs (CIP) ou intermédiaires en financement participatif (IFP). Elles peuvent être généralistes, thématiques (projets culturels, sociaux, environnementaux etc.) ou géographiques, être spécialisées par formes de financement (prêt, micro-crédit, investissement en capital), ou par types d'entreprises.

Quelle est la réglementation ?

La France s'est dotée d'un ensemble de dispositions destinées à "assurer un niveau de protection adéquat des investisseurs et des prêteurs". Elles figurent dans l'ordonnance n° 2014-559 du 30 mai 2014 relative au financement participatif, disponible sur le site de l'Autorité des Marchés Financiers. Les plateformes doivent obéir à des règles prudentielles identiques à celles des établissements bancaires. Pour fonctionner, les plateformes prennent une commission sur le montant des sommes récoltées (5 à 12 %).

► En savoir +
orias.fr
amf-france.org
financeparticipative.org



Recourir à une solution de crowdfunding, quelles conditions et avantages ?



Matthieu Capuono,
Associé Crowe Horwath Ficarec

Si le terme est à la mode, le crowdfunding reste, dans les faits, très peu utilisé en France.

Seuls 18 000 projets ont été financés en 2015, particuliers et entreprises comprises. Le marché des prêts rémunérés accordés aux entreprises ne dépasse pas 32 M€ et l'investissement en capital, 50 M€*. Toutes les entreprises peuvent tenter l'expérience quelle que soit leur taille et leur secteur d'activité. Toutefois, chaque plateforme définit ses conditions, se réservant le droit de sélectionner les porteurs de projet à présenter aux investisseurs selon ses propres critères d'éligibilité (secteurs admis, type de projets, modèle de collecte, mode de rémunération de la plateforme...).

Le revenu des plateformes dépend en effet de l'aboutissement et de la popularité du projet publié. Il convient donc de cibler la plateforme utilisée en fonction de l'état de développement de l'entreprise, du

type de projet à financer et du montant de collecte recherché.

Une nouvelle forme de communication par le financement
Cette forme de financement s'inscrit en réalité plus dans une logique de communication et de valorisation de projet que dans une logique de financement global. En analysant le ratio temps investi/volume de fonds levés et coût de financement associé, la valeur ajoutée du crowdfunding réside dans la visibilité qu'il génère. Pour récolter des fonds, l'entreprise devra présenter son projet et séduire les investisseurs. Le crowdfunding est ainsi très efficace en B to C, afin de tester l'appétence des clients potentiels pour le produit ou le service. Il permet de démontrer l'existence d'un marché, de solidifier une communauté autour d'un produit et d'être mieux armé pour le défendre par la suite auprès d'investisseurs institutionnels ou de fonds d'investissement.

Une soigneuse préparation
Une levée de fonds réussie nécessite de présenter un projet spécifique et simple, qui suscite l'intérêt du consommateur ou du citoyen. Un accompagnement en termes de communication doit être prévu pour maximiser son impact et sa visibilité, notamment sur les réseaux sociaux. Le timing du projet est également important. Si elle confirme l'appétence du marché, cette première levée de fonds facilitera une levée plus forte via des canaux traditionnels. Enfin, il ne faut pas sous-estimer son coût. Le taux de frais moyen est de 3 à 10% selon les types de collecte et de plateforme, auquel il faut rajouter des frais de préparation et de communication non négligeables, l'investissement temps du porteur et le risque d'impact communication négatif en cas d'échec de la levée.

* Financement Participatif France 2016

Les étapes d'une levée de fonds en crowdfunding

- Identifier son besoin, la plateforme la plus appropriée et l'agenda communication de la levée
- Présenter son projet à une plateforme
- Réaliser une page projet sur la plateforme et y faire figurer :
 - l'origine, les étapes, les objectifs du projet,
 - une présentation de l'entreprise,
 - le montant (total et par dépenses), la durée et les conditions de la collecte selon le mode de levée de fonds choisie,
 - les contreparties éventuellement offertes, l'échéancier de remboursement ou le retour sur investissement espéré,
 - des visuels et vidéos pertinents et attractifs pour se démarquer de ses concurrents.
- Collecter les fonds
- Réaliser son projet
- Rembourser les prêts, revendre les titres financiers

Le crédit inter-entreprises et la loi Macron : une brèche dans le monopole bancaire

Les entreprises vont bientôt être autorisées à emprunter hors du circuit bancaire traditionnel.

La loi Macron, via l'amendement Fromentin, ouvrira en effet la possibilité à des entreprises ayant des comptes certifiés de pratiquer des "opérations de crédit" auprès des TPE, PME et ETI, y compris lorsqu'il n'y a pas de lien de capital entre ces entreprises (Article 167 de la loi du 6 août 2015). Les entreprises confrontées à des problèmes de trésorerie pourront accéder à une source de financement à court terme consentie par une entreprise en situation de trésorerie excédentaire, endossant le rôle de prêteur.

Des conditions seront requises
Les entreprises devront être partenaires, c'est-à-dire entretenir des liens d'affaires (par exemple des relations de clients/fournisseurs), les prêts ne devront pas excéder deux ans et les créances détenues par le prêteur ne pourront être cédées à des tiers.
Les crédits devront être formalisés dans un contrat de prêt. Pas de plafonds maximum fixés tant à l'emprunteur qu'au prêteur.
L'entreprise prêteuse devra garder son crédit dans son bilan jusqu'à son échéance et ne pourra céder sa créance de prêt dans le cadre d'une opération de titrisation. Ceci devrait diminuer le risque d'une "financiarisation" du crédit inter-entreprises. L'entreprise prêteuse ne pourra pas utiliser ces prêts pour mettre l'emprunteur dans une situation de dépendance économique en lui imposant des délais de paiement.

D'autres dérogations au monopole bancaire
Possibilité est donnée aux plateformes de crowdfunding de procéder à l'émission de

bons de caisse à destination des particuliers et des sociétés de financement participatif.
Quant à l'affacturage, à savoir la cession de créances, également monopole de sociétés de crédit spécialisées, il voit de nouveaux entrants via internet, plus souples, plus réactifs et répondant aux besoins de trésorerie ponctuels des entreprises.

Vers de nouveaux comportements
Jusqu'à-là, il n'existait que deux possibilités de crédit entre entreprises : le fameux crédit fournisseur, (délais et avances de paiement accordés par une entreprise à son client) très critiqué et encadré et les opérations de trésorerie entre entreprises appartenant au même groupe. En dehors de ces deux voies, il fallait en passer par les banques, dont les moyens d'action dans le financement des PME/ETI sont de plus en plus limités.
Le niveau d'efficacité de ces nouveaux instruments se mesurera au fil de la pratique commerciale et du comportement des acteurs économiques. Seront-ils une véritable alternative à la problématique du besoin de financement à court terme des PME ou un instrument complémentaire aux autres sources de financement ? En tout état de cause, ils vont modifier les comportements et les stratégies de financement des entreprises.



Jean-Claude Capuono,
Associé Crowe Horwath Ficoec

En chiffres

Selon le rapport 2011 de l'Observatoire des délais de paiement, le crédit inter-entreprises représente en France environ 605 milliards d'euros, soit environ 73 % de la totalité des crédits bancaires utilisés par les entreprises résidentes (825,1 milliards d'euros en décembre 2011) et cinq fois la part court terme de ces crédits (117,4 milliards d'euros en décembre 2011).

Frédéric Lévy Morelle, CEO Lookandfin

Plateforme indépendante de crowdlending, Lookandfin structure des financements de court à moyen terme pour les PME sous forme de prêt.

Quelles entreprises peuvent faire appel à Lookandfin ?

"Nous sélectionnons des entreprises en Belgique et en France, sans être spécialisés sur un secteur d'activité mais en retenant 3 critères d'éligibilité : un chiffre d'affaires de 300 K€ pour les services et 900 K€ pour les produits, 3 exercices comptables clôturés a minima (dans la réalité, 50% des entreprises financées ont plus de 10 années d'activité), des capacités de remboursement : elles doivent être en mesure de rembourser le prêt, donc être rentables. Lorsqu'elles répondent aux critères d'éligibilité, nous structurons les financements grâce à des particuliers qui souhaitent dynamiser leur épargne. Ils prêtent directement aux entreprises que nous sélectionnons, autour de 2 critères : un rendement attractif et une bonne compréhension de l'activité de l'entreprise dont ils peuvent être ou devenir les clients.

Quels types de prêts accordez-vous ?

Ce sont des financements structurés sur des périodes de 1 à 5 ans, d'un montant de 100 à 500 K€. Il s'agit de crédits amortissables avec des mensualités constantes. Ils ont la particularité d'être accordés sans garantie, critère de différenciation par rapport au financement bancaire. En cas de défaut, le prêteur n'a aucune garantie de récupérer son capital, ce qui constitue pour lui un risque significatif. En contrepartie, les rendements sont attractifs puisque le rendement moyen s'élève à 8,3% par an. Il rémunère une prime de risque.

Pourquoi les entreprises vont vers ce type de financement ?

Il n'y a pas de garanties à donner, les fonds sont disponibles rapidement (5 à 7 jours ouvrables versus plus d'un mois via une banque), une campagne offre de la visibilité vis-à-vis des clients. C'est aussi un levier pour obtenir un financement bancaire.

Ce financement est-il complémentaire au financement bancaire ?

Dans 60 à 70% des cas, l'entreprise obtient un financement bancaire à l'occasion du financement obtenu via la plateforme. La banque considère le financement obtenu via Lookandfin comme des quasi fonds propres, ce qui renforce la solvabilité de l'entreprise donc facilite l'obtention d'un crédit bancaire. Banque et crowdlending forment deux offres complémentaires.

Comment va évoluer le crowdlending dans les prochaines années ?

C'est un secteur en forte croissance. En Europe, on estime que d'ici à 2020 le financement participatif devrait représenter 90 à 100 milliards d'euros par an dont 10% en France. Ce marché va également se concentrer. Il sera dominé par un nombre limité d'acteurs, organisés pour faire face aux lourdes contraintes réglementaires, notamment européennes."

Depuis 2012, lookandfin a financé 50 entreprises pour un montant global de 7,5 M€

En savoir + lookandfin.com



Frédéric Lévy Morelle, CEO Lookandfin

Rencontre avec Yahya Fallah, Co-fondateur de Equal for All

La marque de chaussure Equal for all a fait appel au financement participatif à l'occasion de son lancement.

Pourquoi avoir choisi une solution de crowdfunding ?
"Pour la simplicité ! Le financement bancaire est long, les dossiers sont lourds à remplir, il n'y a pas de garantie de succès. Le financement participatif offre deux avantages : il permet d'obtenir de la trésorerie (le montant visé voire plus) et de créer une communauté de clients utilisateurs qui vont croire au projet et l'accompagner. Cette solution permet également de valider le modèle économique. Si la campagne de financement va à son terme et que l'objectif fixé est atteint, cela signifie que le projet est viable.

Quel était votre projet ?

Nous avons lancé un concept de marque de chaussures éthiques qui combine une démarche environnementale (nos chaussures sont fabriquées avec des matériaux recyclables et nous privilégions les circuits courts) avec une démarche sociale (nous menons des projets sociaux comme des sorties au zoo avec des enfants hospitalisés). La marque Equal for all est aujourd'hui distribuée dans une soixantaine de points de vente, notamment aux Galeries Lafayette et au BHV. Mais nous avons commencé par pré-vendre des chaussures non encore fabriquées, d'une marque qui n'existait pas, à des particuliers qui, à travers le monde, ne nous connaissaient pas ! Une communauté se crée et s'engage. Cela rassure. La marque est sur la bonne voie et, cerise sur le gâteau, on se constitue une trésorerie, rapidement disponible pour financer la production, le lancement et le développement de la société.

Comment avez-vous fait pour convaincre ces acheteurs ?

Nous avons choisi une plateforme avec une audience large, Kickstarter. Nous avons préparé notre campagne pendant un mois : constitution de la page web, tournage de vidéos. On nous voyait, face caméra, expliquer notre vision, notre démarche, notre projet et proposer de commander et payer une ou plusieurs paires de chaussures à recevoir dans un délai de 3 mois. La campagne de financement a duré 30 jours mais notre objectif de 15 000 \$ a été atteint en 8 jours et même dépassé : nous avons récolté 23 000 \$. Les fonds ont été versés 15 jours à un mois après (délai de validation des montants, confirmation des participants).

Quelles garanties avez-vous données ?

Nous n'avons pas donné de garanties que nous ferions ce que



Yahya Fallah, Co-fondateur de Equal for All

nous annonçons. Ce dispositif fonctionne sur la confiance. Les gens croient au projet. Certes, les porteurs de projets sont souvent identifiés sur les réseaux sociaux. S'ils trompent les participants, ils mettent en risque leur réputation sur le web, sont bannis de la plateforme, peut-être y a-t-il des poursuites juridiques. Certaines campagnes sont plus risquées, surtout quand la contrepartie n'est pas physique ou s'il s'agit de don. Je crois qu'aujourd'hui un projet solide peut se passer de financement bancaire. Selon le secteur, de nombreuses alternatives se mettent en place."

Video



equal-for-all.com