

**Le crowdfunding est-il une
réponse appropriée à ma
problématique de financement**

Crowdfunding, what's that ?!

Mise en relation d'un porteur de projet avec une communauté de contributeurs pour financer son projet.

Les modèles du Financement Participatif

Don



 **Kiss Kiss
Bank Bank.com**

Prêt





lendix


Equity

WISEED
participer autrement

Les 3 modèles de Financement Participatif

Don



 KissKiss
BankBank.com

Prêt

Equity



Les 3 modèles de Financement Participatif

Don

Prêt

Equity



5



Les 3 modèles de Financement Participatif

Don

Prêt

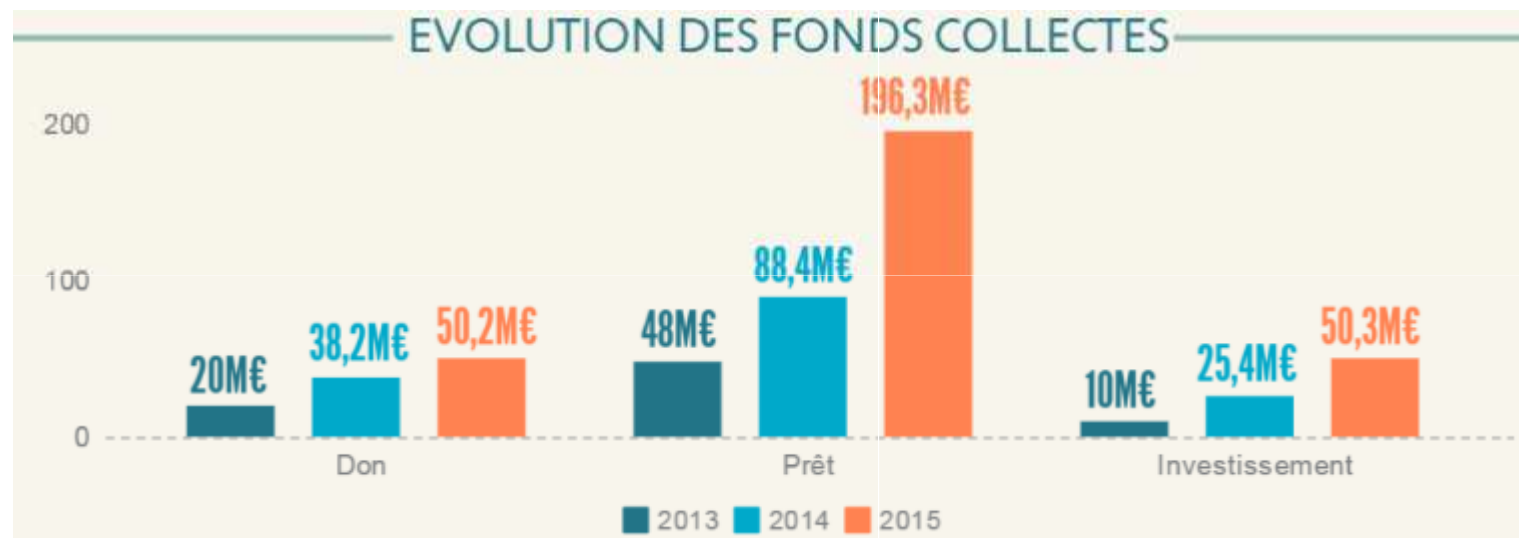
Equity

WISEED
participer autrement



Crowdfunding, what's that ?!

Les chiffres de 2015⁽¹⁾



Choix du type de plateforme en fonction de son projet

Métier du prêt

Mécanisme

- désintermédiation du crédit bancaire
- risque porté par les prêteurs

+

- rapidité de mise en œuvre
- absence de caution personnelle/assurance
- taux de succès des collectes : 94 %

-

- taux de sélection 1 à 2 %
- coût financier :
4 % à la levée + 1 % sur CRD/an + taux du prêt

Métier du prêt

Les leaders



Conclusion

- Adapté aux entreprises avec capacité de remboursement et 3 exercices comptables
- peu adapté au financement de l'innovation



Métier de l'Equity

Mécanisme

- besoin de levée en moyenne de 450 K€
- pour financer la croissance d'une start'up
- avoir des preuves de concept : chiffre d'affaires, clients pilotes, ...

Commission : 7,3%

Métier de l'Equity

Les leaders



Conclusion

- Alternative aux levées de fonds classiques (Business Angels, fonds d'amorçages,...)
- Adapté au financement de l'innovation



Métier du don

- Métier du don, un crowdfunding à 2 vitesses

Un contexte particulier pour les collectes sur les plateformes US :

- Volonté de développer le marché US
- Dimension « techno » du produit
- Prévoir un coaching de campagne



- Commission : 8%

Collecte moyenne sur les plateformes françaises plus modestes !

4181 € collectés par projet sur 2015



Métier du don

+

- Valider un potentiel produit / preuve de marché
- Financer un besoin en fond de roulement
- Se faire connaître / se constituer une communauté

-

- 100 K\$ nécessitent 335 h de préparation/management
- Coût d'une préparation de campagne important
- Prévoir 30 % des donateurs dans votre entourage

Comment présenter son projet



👉 Culturel

DE L'AUTRE CÔTÉ DU MIROIR

Nous sommes la troupe "Rêve de Cactus"

📍 Eybens

856 €

856 € collectés ⌚ J - 4 ❤️ 27



👉 Economique 👉 Social

VIVRE SON MÉTIER MALGRÉ SON HANDICAP

Finançons la mobilité de Jérémy sur l'exploitation

📍 Guillestre

9755 €

9755 € collectés ⌚ J - 28 ❤️ 120



👉 Sportif - Bien-être 👉 Social

VAMAGAZELLE

Trail à but humanitaire au Sénégal

📍 Livron sur Drôme

1800 €

1800 € collectés ⌚ J - 23 ❤️ 7

Les facteurs clés de succès d'une campagne de crowdfunding par le don

#1

Les questions à se poser avant de se lancer

Suis-je en mesure d'expliquer mon projet en 2 phrases ?

Ce projet s'adresse-t-il au grand public (BtoC) ?

Ai-je une communauté (clients, réseau) qui suit mon entreprise ?

Une présence significative sur les réseaux sociaux ?

Un potentiel de communication autour de mon projet ?

Puis-je proposer des contreparties à mes donateurs ?

#2

Les bonnes raisons de faire un crowdfunding



Vérifier si mon concept rencontre son public

Obtenir une preuve de marché (pour des investisseurs, des banquiers,...)

Créer une communauté autour de mon projet



La mauvaise raison : gagner facilement de l'argent !

#3

Comment construire ma page projet

En 3 mots, votre page doit être : claire, esthétique et synthétique

Structurer votre page pour y trouver les éléments :

- ✓ Quel est le projet ?
- ✓ Qui est le porteur de projet ? Votre histoire ?
- ✓ Où, quand et comment il se met en œuvre ?
- ✓ A quoi servira le financement
- ✓ Si l'on dépasse...
- ✓ Les partenaires / parrains / sponsors

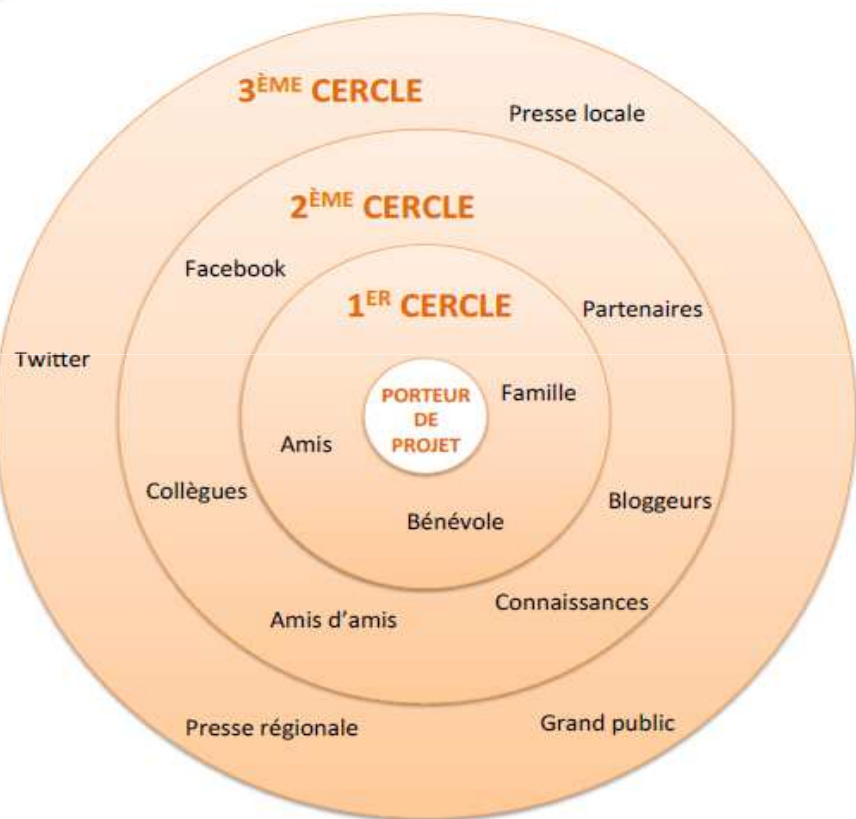
Vidéo de présentation obligatoire :

- ✓ 1 à 2 min max, qui se termine avec un « call to action »
- ✓ En anglais / français si le marché l'exige



#4

L'analyse de ma communauté



S'assurer d'avoir une base de soutiens significative avant le lancement de votre campagne

#5

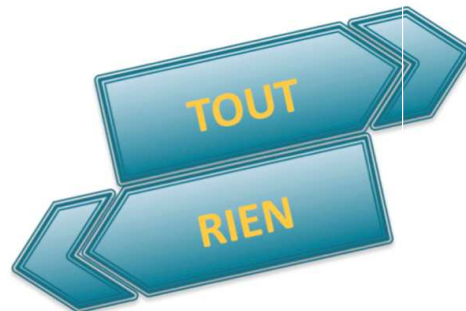
Bien définir son objectif de collecte

Système de « tout ou rien » : jouez la sécurité !

Le don moyen est de 52 € :

Vous voulez 50 K€, il vous faut près de 1,000 soutiens !

Définissez votre objectif en fonction du panier moyen que vous allez estimer pour votre projet et de la taille de la cartographie de votre communauté



#6

Quelle durée de campagne

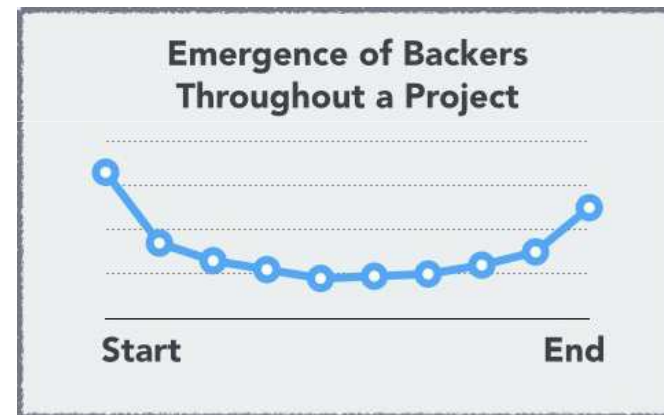
A définir entre 30 et 90 jours

Ce n'est pas parce que la campagne est plus longue que l'on collecte plus !

67% des campagnes réussies sont sur 30 à 40 jours

Eviter les fins de campagne un week-end

Augmenter la durée si la campagne chevauche des vacances



#7

Quelles contreparties

4 types de contreparties :

- des contreparties symboliques (remerciement sur page Facebook...)
- des goodies
- votre produit service (avec réduction sur le futur prix d'achat)
- expériences de vie

Attention :

- la contrepartie autour de 50 € est souvent centrale : elle doit donner envie



#8

L'animation, le nerf de la guerre !

Une communication régulière, abondante et positive (ne pas quémander)

Il y a un avant... → préparer sa communauté, la constituer

... un pendant → remercier, répondre aux questions, inciter au partage

... et un après ! → tenir informé, expédier les contreparties

#8

L'animation, le nerf de la guerre !

Etape 1 :

Ecrire des emails personnalisés à ses contacts, puis aux adresses extraites de vos amis Facebook, LinkedIn,...

Etape 2 :

Partager votre projet sur les réseaux sociaux en invitant à partager un maximum et bien sûr, à contribuer !

Inviter vos partenaires / sponsors / parrains à parler de votre projet à leur tour

Etape 3 :

Créer de la viralité sur les réseaux sociaux (sponsoring de campagnes,...)

Prévoir des relais presse, radio, etc.

Comment engager une campagne

1

- Je propose mon projet sur une plateforme en ligne (je décris brièvement mon projet)

2

- Mon projet est accepté par la plateforme
- Je fais un point avec un conseiller de la plateforme sur la rédaction et stratégie de communication

3

- Je rédige en détail ma page projet (contreparties, etc.)
- Mon projet est publié, la collecte peut commencer

Cadre réglementaire

Cadre réglementaire

- Statut IFP
- Statut CIP
- Quel traitement de la TVA

Kocoriko !

Première plateforme de
financement participatif dédiée aux
projets 100 % Alpins !



Kocoriko, ses atouts...

1 - Une plateforme régionale

Une communauté de porteurs et de donateurs qui se reconnaissent et s'épaulent par affinité de proximité

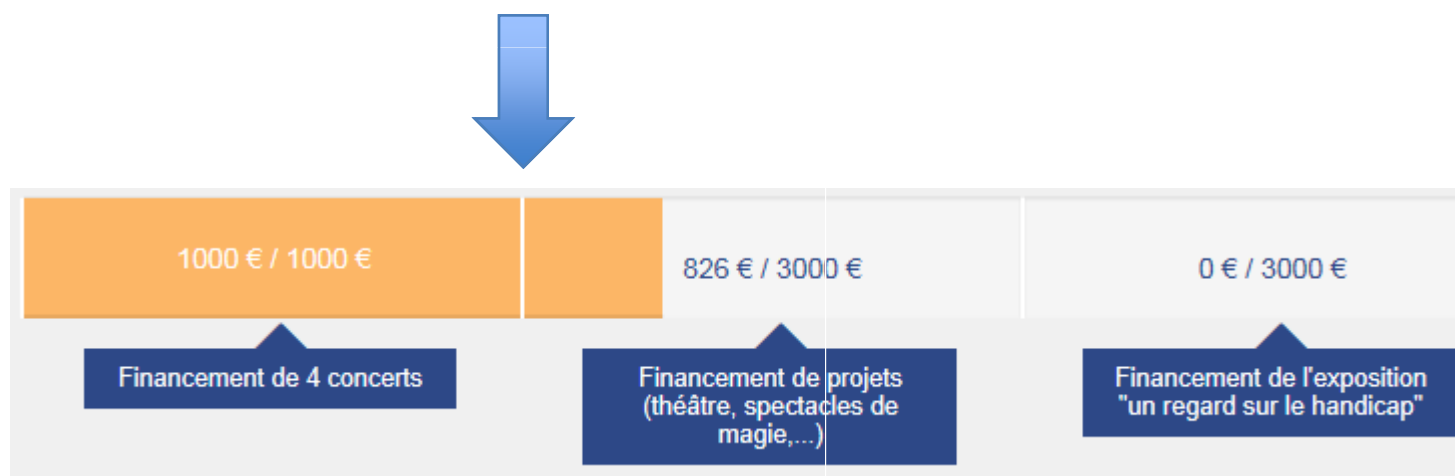
Kocoriko, ses atouts...

2 - Un accompagnement humain

pour qualifier le projet et organiser la campagne de levée de fonds.

Kocoriko, ses atouts...

3 - Une campagne sécurisée par des paliers



Kocoriko, ses atouts...

4 – Soutien des associations par le Fonds de dotation Banque Populaire des Alpes

Les dons collectés sont doublés par le Fonds de dotation BPA, dans la limite de 1,500 € par projet

Contact



Alexandre MARY - Cécile NICOLAS - Rémy PUECH

04 76 88 15 15 / contact@kocoriko.fr