

Le crowdfunding ou la foule aux œufs d'or

Par Thierry GAUDIN

Ingénieur général des Mines, expert international auprès de l'OCDE

Après avoir constaté à quel point le succès de ce nouveau mode de financement, qu'est le *crowdfunding*, s'inscrit dans la mentalité de la génération Y, l'auteur donne quelques chiffres situant l'ampleur du phénomène. L'auteur conclut son article en s'interrogeant sur l'opportunité d'institutionnaliser les plateformes de *crowdfunding*.

L'annonce que la communication digitale allait nécessairement ouvrir la voie à différentes formes de désintermédiation a été faite dès les années 1970 par des prospectivistes renommés, tels qu'Alvin Toffler, dans son premier livre *Le Choc du futur* (1974) et qu'il a reprise par la suite jusqu'au dernier de ses ouvrages, *La Richesse révolutionnaire* (2007).

En 1982, Nicholas Negroponte participe à la création du Centre mondial informatique et ressources humaines à Paris. Il le quitte en 1984 pour créer le célèbre Media Lab du MIT (*Massachusetts Institute of Technology*), puis il participe à la fondation de la revue *Wired*, en 1992.

Dans son livre *L'homme numérique* (1995), il énumère à peu près toutes les performances de l'Internet que nous connaissons aujourd'hui, sauf celles qui concernent la vache sacrée de notre civilisation : la monnaie. Celle-ci ne figure que sous la forme d'une rapide allusion aux cartes de crédit, invention issue de la carte à puce dont le brevet a été déposé en 1974 par l'inventeur français Roland Moreno.

Donc, même imparfaite, l'anticipation était là. Mais il ne suffit pas d'un discours, même logique et bien étayé, pour que les pratiques évoluent. Dans le cas du *crowdfunding*, il semble que ce soit l'arrivée dans la vie active de la génération Y⁽¹⁾ qui en ait déclenché le démarrage, en même temps que se multipliaient d'autres usages des communications. C'est la génération des *Creative commons*, du « sacre de l'amateur »⁽²⁾.

De quoi s'agit-il ?

Il s'agit rien de moins que de la possibilité pour des particuliers de financer des projets qui leur plaisent, sans avoir à passer par les intermédiaires financiers usuels.

Considérant que les placements financiers avaient en priorité pour but de rapporter de l'argent, les banques ont multiplié les conseils, créé des fonds, puis des fonds de fonds. Elles ont surtout attiré une clientèle âgée et fortunée, mais hésitante et préférant se reposer sur l'opinion d'un conseiller que de juger par elle-même de la fiabilité

d'un produit de placement. Je ne commenterai pas ici les comportements moutonniers et les crises qui ont illustré ce système : il est des auteurs plus qualifiés que moi pour le décrire, comme Myret Zaki⁽³⁾.

Le *crowdfunding* part du principe inverse. Celui qui a de l'argent à placer est supposé avoir, avec Internet, tous les moyens nécessaires pour s'informer. Il fait lui-même le choix qui lui plaît et il ne cherche pas nécessairement une rentabilité financière ; il cherche avant tout à ce que son placement ait du sens.

L'expérience montre en effet que la « rentabilité » n'est pas l'objectif premier recherché dans ces financements. Par exemple, dans l'échantillon géré par Bpifrance en 2015, ce sont les projets culturels (au nombre de 7 880) qui arrivent en tête, suivis des projets sociaux (3 096), puis seulement des projets économiques (609) et, enfin, des projets environnementaux (151).

Au niveau mondial, on comptait, en 2014, 1 250 plateformes de *crowdfunding*⁽⁴⁾ ayant levé 16,2 milliards de dollars (en hausse de 167 % par rapport à 2013).

D'après les estimations de la Banque mondiale⁽⁵⁾, en 2013, les principaux pays accueillant de telles plateformes sont :

- les États-Unis (52 %),
- le Royaume-Uni (13 %),
- la France (8 %),
- le Canada (5%),
- et les Pays-Bas (5 %).

(1) Voir l'enquête remarquable de Monique Dagnaud, *Génération Y*, Presses de Sciences Po.

(2) Titre de l'ouvrage de Patrice Flichy.

(3) https://www.youtube.com/watch?v=TLjq25_ayWM

(4) Étude de la société Massolution, citée dans l'article de Stéphane Onnée, qui précise que les plateformes se rémunèrent en prélevant de l'ordre de 8 % des montants collectés.

(5) Citée dans l'article de François Valérian, publié dans ce numéro de Réalités industrielles.



Photo © Alain Le Bot / PHOTONONSTOP

Stand consacré au financement participatif, Salon des entrepreneurs, Nantes, novembre 2014.

« Le *crowdfunding* part du principe inverse. Celui qui a de l'argent à placer est supposé avoir, avec Internet, tous les moyens nécessaires pour s'informer. Il fait lui-même le choix qui lui plaît et il ne cherche pas nécessairement une rentabilité financière ; il cherche avant tout à ce que son placement ait du sens. »

1 750 000 personnes ont déjà contribué au financement d'un projet *via* une plateforme de *Crowdfunding* (d'après le dernier baromètre), soit 750 000 contributeurs de plus en un an. En Europe, 510 plateformes ont été identifiées. En 2013 et 2014, elles ont levé 2,3 milliards d'euros qui ont permis de financer 190 854 projets ⁽⁶⁾.

La rapidité de cet accroissement est impressionnante. À la seule évocation du nom d'une des plateformes les plus connues en France, KissKissBankBank (dont le slogan est : « Libérons la créativité ! »), on perçoit à quel point on s'est éloigné des anciens schémas de gestion de fonds !

Le mouvement d'opinion qui se cristallise depuis 1990, date de création de l'« *Electronic Frontier Foundation* », valorise non seulement la liberté d'expression sur le *Net*, mais aussi le travail coopératif, la solidarité, l'égalitarisme, les échanges désintéressés... La mouvance *hacker* en est une expression militante, mais ses valeurs ont aussi une déclinaison « Lol » (*laughing out loud*) qui manifeste un désir de se moquer pour en finir avec les habitudes compassées et calculatrices de la société officielle.

Au départ, ce mouvement ne concernait que des adolescents, qui sont devenus aujourd'hui des adultes entrés dans la vie active. Beaucoup conservent de leur expérience passée un autre rapport à l'argent et des relations humaines d'un autre type que celles de leurs aînés.

C'est un grand soulagement que de constater l'ampleur des conséquences financières de cette résurgence des valeurs humaines. Néanmoins, on peut s'interroger sur la pertinence des réactions institutionnelles face à ces nouvelles pratiques. Dans ce contexte, il était possible de plaider pour l'absence de règles. Des labels délivrés par des organismes autonomes et l'action des associations de consommateurs auraient alors été considérés comme suffisants pour informer et mettre en garde les usagers.

Mais ça n'a pas été le cas. L'administration a décidé de statuer le *crowdfunding*, se glorifiant de son immense sagesse : « L'ordonnance du 30 mai 2014 entrée en vigueur le 1^{er} octobre 2014 crée deux statuts - celui de conseiller en investissements participatifs et celui d'intermédiaire en financement participatif - et fixe des règles de fonctionnement visant à protéger les consommateurs : immatriculation des plateformes au registre de l'ORIAS (organisme pour le registre des intermédiaires en assurance), plafonnement des montants des collectes relevés, taux d'intérêt régulés, contrôle par l'AMF, informations sur les risques (...). Ces échanges ont permis l'entrée en vigueur, le 1^{er} octobre 2014, de l'ordonnance et du décret relatifs au financement participatif créant les statuts d'intermédiaire en financement participatif (IFP) pour les plateformes de prêt et de conseiller en investissements participatifs (CIP) pour les plateformes d'investissement en capital et en obligations. »

Nous sommes tous à la recherche de liens directs, de partage, de proximité et de sens, que ce soit dans nos déplacements, dans notre façon de nous loger, dans nos modes de consommation... Et, depuis environ sept ans, il en va de même dans notre façon de financer ou de se financer. Le financement participatif crée une dynamique extraordinaire favorisant l'esprit d'initiative et le développement d'activités dans tous les domaines (économie, solidarité, environnement, patrimoine, culture, etc.).

Le statut d'intermédiaire en financement participatif constitue une véritable brèche dans le monopole bancaire, puisqu'il permet à des particuliers de prêter à titre onéreux à des entreprises, une activité jusque-là réservée aux établissements bancaires agréés... C'est une première victoire ! Il permettra également de valoriser localement l'épargne des citoyens dans la réalisation de projets territoriaux.

(6) Voir l'article de Fantine Lefèvre et Bogdan Filip Popescu, dans ce même numéro de Réalités industrielles.