

Crowdfunding et solidarité

Par Arnaud POISSONNIER

Président et fondateur de Babyloan

et Quentin BÉVAN

Directeur de la communication de Babyloan

En 2014, le *crowdfunding* a permis de collecter 152 millions d'euros ; et ce sont plus de 134 millions d'euros qui l'ont été sur les six premiers mois de 2015.

Le *crowdfunding* doit son succès à la demande grandissante des contributeurs d'une transparence et d'une traçabilité toujours plus grandes quant à l'affectation de leur argent.

Outre le soutien à des projets artistiques et culturels, humanitaires ou associatifs, le *crowdfunding* permet de financer l'économie réelle à travers le soutien à la création ou au développement d'entreprises.

Leader européen du *crowdfunding* de microcrédit, Babyloan contribue au financement de micro-entreprises par l'octroi de prêts non producteurs d'intérêt, des prêts labellisés Finansol en tant que produits de la finance sociale et solidaire.

B A B Y L O A N

Le *crowdfunding* (financement participatif, dans sa déclinaison française) est un phénomène planétaire, dont la croissance dénote dans le climat économique actuel : + 160 % en France en 2014 avec 152 millions d'euros collectés, et déjà plus de 134 millions sur les six premiers mois de 2015. Au niveau mondial, cela représente 35 milliards de dollars collectés depuis dix ans, avec une prévision de 1 000 milliards de dollars levés à l'horizon 2020 (selon *Forbes*). La France est devenue en 2014 l'un des premiers pays à se doter d'un cadre législatif encadrant cette activité de moins en moins marginale dans l'univers du financement de projets. Aujourd'hui, chacun peut donc utiliser le financement participatif en France, à son bénéfice ou à celui d'autrui, et ce, en toute légalité.

Si, en France, nous connaissons ce mode de financement, c'est principalement parce qu'il a fait émerger un certain nombre de projets artistiques et culturels à fort potentiel médiatique notamment dans la musique, l'art ou encore le cinéma. Mais il permet aussi (et surtout) de financer l'économie réelle à travers le soutien à la création ou au développement d'entreprises. En effet, le terme *crowdfunding* regroupe en réalité trois formes distinctes de financement : le don, le prêt (rémunéré ou non) et l'investissement en capital. Une constante, dans le succès de ces nouveaux modes de financement : le sens que les contributeurs veulent donner à leur contribution financière.

De fait, au-delà du sens dont il est porteur, le *crowdfunding* s'est révélé être un formidable outil de financement de la solidarité et de l'intérêt général. Si la collecte de fonds auprès du grand public est historiquement l'apanage des ONG et des grands acteurs de la solidarité, le *crowdfunding* repose, lui aussi, sur la capacité contributive des citoyens (*crowdfunding* signifie, littéralement : « financement par la foule », faut-il le rappeler ?).

Le financement participatif est donc devenu tout naturellement un outil de collecte de fonds destinés à financer des projets humanitaires, associatifs ou solidaires. On estime que 20 % de la collecte mondiale y sont d'ores et déjà affectés, et l'immense succès de sites spécialisés, tels que *JustGiving* (au Royaume-Uni) ou *Charity: Water* (aux États-Unis), en est l'illustration.

Ce qu'il y a de particulièrement intéressant dans ces initiatives, au-delà de l'idée d'une simple numérisation de la collecte, c'est le renversement de logique qu'elles portent en elles. En effet, contrairement aux campagnes grand public (comme celles menées par les ONG, qui sont *in fine* assez peu qualifiées et donc très coûteuses), l'idée de génie de *JustGiving* a consisté, il y a près de dix ans, à faire porter l'effort de collecte sur le bienfaiteur lui-même. L'individu, par exemple, à l'occasion d'un événement qui lui est propre (défi sportif, anniversaire, mariage, départ en retraite, etc.) organise une collecte auprès de ses proches au bénéfice de l'organisation ou de l'association de son choix. Ce renversement du *marketing* basé sur « l'auto-collecte » permet des taux de retour de dix à cent fois plus importants que dans le cadre de campagnes de publicité ou de *street marketing* grand public !



Photo © Marta Nascimento/FEA

Première campagne organisée en Île-de-France par Finansol, Paris, novembre 2005.

« Depuis 1995, l'association Finansol s'attache à étudier l'impact et la progression de la finance solidaire dans notre pays. Elle octroie depuis 1997 un label reposant sur des critères stricts de transparence et de solidarité. »

La nouvelle voie du financement des ONG ?

Il paraît donc aujourd'hui assez inévitable, pour les ONG et les associations, de s'intéresser de plus près à ces nouvelles techniques de collecte, si elles veulent pérenniser leurs sources de financement. Tout d'abord parce que le coût d'acquisition d'un bienfaiteur *via* le *marketing* direct et la communication ne cesse d'augmenter. Ensuite, parce que la croissance du *crowdfunding* oriente de plus en plus le grand public vers le financement numérique de projets (humanitaires ou autres), ce qui ne manquera pas de le détourner des collectes physiques traditionnelles, pour lesquelles il est sollicité par les ONG.

La baisse relative des collectes grand public ne s'explique probablement pas seulement par la crise économique : il s'agit aussi d'une évolution des comportements et de la sociologie de contributeurs potentiels de plus en plus numérisés et connectés. Le problème vient bien évidemment du *contribution crunch* (la « crise des financements ») que les ONG subissent en raison du désengagement progressif des bailleurs traditionnels (au premier rang desquels les pouvoirs publics). Une tendance qui n'a, au regard des perspectives budgétaires en Europe, que peu de chance de s'inverser.

N'ayons pas peur de le dire, le *crowdfunding* doit également son succès à la demande grandissante des contributeurs d'une transparence et d'une traçabilité toujours plus grandes quant à l'affectation de leur argent. La tendance est là, irréversible : l'individu veut comprendre où va son argent et il adhère massivement à toutes les formes de désintermédiation permises par le numérique. Elles permettent le raccourcissement du circuit entre le financeur et le projet, ce qui renforce le sentiment de transparence et de traçabilité. C'est un sujet fort déjà connu du monde des ONG : la réassurance nécessaire quant à l'affectation des contributions, à l'impact sur le terrain et au projet effectivement mis en avant lors des campagnes de collecte. Que l'on y croie ou non, l'essence même du *crowdfunding*, c'est le fait qu'il repose sur l'affectation directe de sa contribution au projet de son choix, et c'est là quelque chose d'essentiel.

Nombre d'ONG rejettent ce phénomène, arguant du fait qu'il s'agit d'un « *shopping* humanitaire » et que ce ne serait pas au contributeur de choisir à quel projet précis doit être affecté son argent.

N'est-ce pas là un combat d'arrière-garde par rapport à cette tendance à la désintermédiation numérique ? Au contraire, et pour qui saura suivre le mouvement, cette

volonté de traçabilité représentera sans doute une très grande force dans les méthodes de collecte de demain. Elle renforce le sens donné par le bienfaiteur à sa contribution, exactement ce que les ONG recherchent !

Évidemment, le contributeur en *crowdfunding* exige aussi de la transparence sur la répartition de son argent entre impact sur le terrain et frais de fonctionnement de la structure, c'est un fait. Mais c'est aussi une réponse et un moyen de collecte supplémentaire d'une très grande efficacité que de lui proposer un outil de collecte lui permettant de connaître à quoi sera affecté son argent.

Il est un autre domaine dans lequel le *crowdfunding* est également en train d'acquiescer ses lettres de noblesse : celui de l'*impact investing* dont on ne cesse de vanter les mérites aujourd'hui. Dans l'univers du *crowdfunding*, on l'appelle le *crowdimpacting*.

Il s'agit, cette fois-ci, de proposer au contributeur des investissements (avec ou sans rémunération) dans le secteur de l'économie sociale et solidaire. On estime qu'actuellement, dans le monde, 10 % de la collecte en *crowdfunding* est éligible au *crowdimpacting*. Grâce à des plateformes de prêts solidaires (telles que Kiva, aux États-Unis, ou Babyloan, en France), mais aussi grâce à d'autres sites d'investissement dans l'entrepreneuriat social ou à des prêts à des structures de l'économie sociale et solidaire (ESS), telles que *Spear* et *Bulb In Town*.

Il n'est pas impensable que le *crowdfunding* soit en France rien de moins que l'avenir de la finance solidaire.

Depuis 1995, l'association Finansol, par exemple, s'attache à étudier l'impact et la progression de la finance solidaire dans notre pays. Elle octroie depuis 1997 un label reposant sur des critères stricts de transparence et de solidarité. Ces produits solidaires servent de nombreuses causes : de l'accès aux capitaux pour les entrepreneurs sociaux aux dons aux associations et ONG, en passant par le financement de l'ESS. Ces outils sont une façon efficace d'allier épargne et humanisme ; ils représentent un immense progrès dans le monde de la finance.

Cependant, beaucoup de Français comprennent encore mal le mélange des genres entre finance et solidarité, sans doute par rapport au rendement financier de ce type d'épargne, souvent inférieur à celui d'une épargne classique. Le succès des sites de financement participatif solidaires réside principalement dans leur transparence totale sur la circulation de l'argent et dans son utilisation pour le financement des projets. Cela génère là encore une proximité entre le projet et l'internaute (ce que l'on appelle aussi « l'empathie Internet »), qui peut sceller son engagement en quelques clics grâce à cet outil de solidarité affectée.

On l'aura compris : difficile, aujourd'hui, d'ignorer le *crowdfunding* dans toute stratégie de collecte humanitaire ou solidaire ! Ainsi, si l'on se projette dans le futur, le potentiel de collecte du *crowdfunding* en France est estimé à 6 milliards d'euros d'ici à dix ans. Si la proportion de 30 % de cette collecte affectée à des projets d'intérêt général se confirme, l'enjeu n'est autre qu'un

gâteau de 2 milliards d'euros, à partager entre les ONG et les autres acteurs de l'économie sociale et solidaire ! Une prévision qu'aucune structure humanitaire ne peut négliger aujourd'hui, ne serait-ce que face au risque de captation que ces nouveaux outils font peser sur le secteur tout entier.

Crowdfunding et microcrédit

Le microcrédit est reconnu depuis longtemps comme un puissant outil de réduction de la pauvreté dans les pays en développement, mais aussi en France où il se révèle une arme efficace dans la lutte contre le chômage, l'exclusion bancaire et la précarité.

Si l'essentiel des besoins se situe évidemment au Sud, les acteurs du microcrédit en France (dont le principal est l'ADIE, créée en 1989 par Maria Nowak) sont en recherche croissante de fonds face à une demande grandissante.

Or, le *crowdfunding* est également devenu un outil permettant de financer des bénéficiaires de microcrédits, en France comme dans les pays en développement.

Babyloan est le leader européen du *crowdfunding* de microcrédit, avec 12,5 millions d'euros prêtés à 27 000 micro-entrepreneurs, dans dix-neuf pays.

Prenant exemple sur Kiva, la célèbre plateforme américaine, Babyloan permet de prêter de petites sommes à des micro-entrepreneurs. Bien que 90 % de ses activités se situent dans des pays du Sud, la plateforme propose également de financer des micro-entrepreneurs européens. D'abord en France, dès 2011, puis, à partir de 2013, en Bosnie, et bientôt en Belgique (à compter de mars 2016). En France, Babyloan a signé un partenariat avec l'ADIE, le principal acteur du microcrédit français, après un *lobbying* acharné afin d'obtenir l'autorisation de la Banque de France et une réforme du Code monétaire et financier.

Contrairement aux plateformes de prêt direct entre particuliers, le mécanisme de Babyloan prévoit l'intermédiation d'institutions de micro-finance (IMF) locales sélectionnées selon des critères spécifiques incluant les résultats financiers et les performances sociales. Ces organismes ont pour mission de sélectionner et d'accompagner des bénéficiaires qui apparaîtront sur la plateforme et de procéder au déboursement des fonds. Elles s'occupent également des remboursements opérés par leurs clients.

La communauté de prêteurs de Babyloan compte environ 40 000 membres répartis dans le monde entier (80 % d'entre eux sont francophones). Des contributeurs plus jeunes que le profil des donateurs traditionnels : 40 ans en moyenne sur Babyloan (contre plus de 50 ans en moyenne chez les ONG). Ils proviennent majoritairement de catégories socioprofessionnelles supérieures.

Sur la plateforme, l'internaute fait sa sélection parmi les micro-entrepreneurs présentés (en s'appuyant sur la description du projet et l'utilisation qui sera faite du prêt). Il peut ensuite lui prêter 10 euros, ou plus. Le logiciel développé par Babyloan et utilisé par ses 21 IMF partenaires

affecte automatiquement l'argent collecté à l'entrepreneur choisi sur le site et les remboursements mensuels sont effectués sur la « tirelire » en ligne du prêteur.

S'agissant d'un prêt solidaire, les prêteurs ne perçoivent aucun intérêt sur les fonds prêtés. Après avoir reçu le remboursement, le prêteur peut retirer son argent ou le prêter de nouveau à un autre micro-entrepreneur, ce qui constitue un effet de levier extrêmement vertueux (une même somme pouvant bénéficier successivement à plusieurs projets) : là est la force du prêt solidaire.

Contrairement aux prêts commerciaux proposés par d'autres plateformes (avec des intérêts reversés), 100 % des prêteurs sur Babyloan ont été remboursés à ce jour.

En effet, ce sont les IMF partenaires qui supportent le risque de défaut de paiement de leurs clients. Pour cette raison, et afin de couvrir leurs coûts opérationnels, les IMF facturent des taux d'intérêt à leurs clients. Toutefois, si l'IMF fait faillite ou se trouve dans l'incapacité de rembourser car elle rencontre des difficultés, le prêteur ne sera alors pas remboursé. Ce risque est réduit grâce à la transparence assurée par Babyloan : en plus des informations concernant le micro-entrepreneur, la plateforme fournit également des indications sur la stabilité financière de ses IMF partenaires.

Tout l'argent collecté sur Babyloan est envoyé sur le terrain, sachant qu'un projet ne peut pas rester en ligne plus de trois mois. Passé ce délai, et si le montant total n'a pas été réuni, seul l'argent récolté est envoyé au micro-entrepreneur, il appartient alors à l'IMF de compléter le montant en faisant appel à d'autres bailleurs. Un cas de figure qui jusqu'à maintenant ne s'est jamais présenté, puisque l'argent collecté par Babyloan (environ 300 000 euros chaque mois) a toujours permis de financer entièrement la totalité des projets.

Le modèle économique

Babyloan est une entreprise sociale qui dispose de trois sources de revenus : les contributions payées par les in-

ternantes (en moyenne 5 % du montant total prêté), les revenus tirés des partenariats conclus avec des entreprises et les frais de gestion payés, chaque trimestre, par les IMF partenaires. Les prêts de Babyloan sont labélisés FINANSOL en tant que produits de finance sociale et solidaire. La plateforme compte d'importants actionnaires, parmi lesquels plusieurs grandes banques françaises et la Caisse des dépôts et consignations.

Avec un taux de remboursement de 100 % et plus de 12 millions d'euros prêtés, Babyloan a prouvé qu'il était tout à fait possible de faire de la microfinance par le biais du *crowdfunding*. Toutefois, il s'agit probablement de l'un des métiers les plus compliqués dans le secteur, d'où le petit nombre d'acteurs ayant émergé sur ce segment.

Être présent dans 19 pays exige une analyse poussée des risques pays, des audits fréquents sur le terrain et génère des problèmes de gestion des devises (les prêts sont octroyés en euros). La réglementation est également une contrainte forte, particulièrement quand une plateforme souhaite solliciter des prêteurs dans d'autres pays. En effet, il est possible de financer des projets partout dans le monde, mais Babyloan ne peut promouvoir sa plateforme et ses activités dans tous les pays (cela lui est interdit en Belgique et en Suisse, par exemple). La France est le premier pays européen à avoir adopté une réglementation claire concernant les plateformes de *crowdfunding*, mais il reste encore un long chemin à parcourir pour obtenir une réglementation harmonisée à l'échelon européen et ainsi assurer l'émergence de puissants acteurs du financement participatif. Sans même parler des réglementations en vigueur dans les pays en développement, qui sont très en retard sur ces sujets, alors même que c'est dans ces pays que se trouvent d'énormes relais de croissance du *crowdfunding*, notamment en matière de mobilisation des flux financiers des diasporas. Une thématique forte, sur laquelle Babyloan travaille depuis plusieurs années, avec, déjà, des expérimentations en cours de déploiement (en Afrique, notamment).