

**MA**  
**CAMPAGNE**  
**DE**  
**FINANCEMENT**  
**PARTICIPATIF**  
**PAR**  
**ÉTAPES**

Gérer sa campagne  
avant, pendant  
et après !

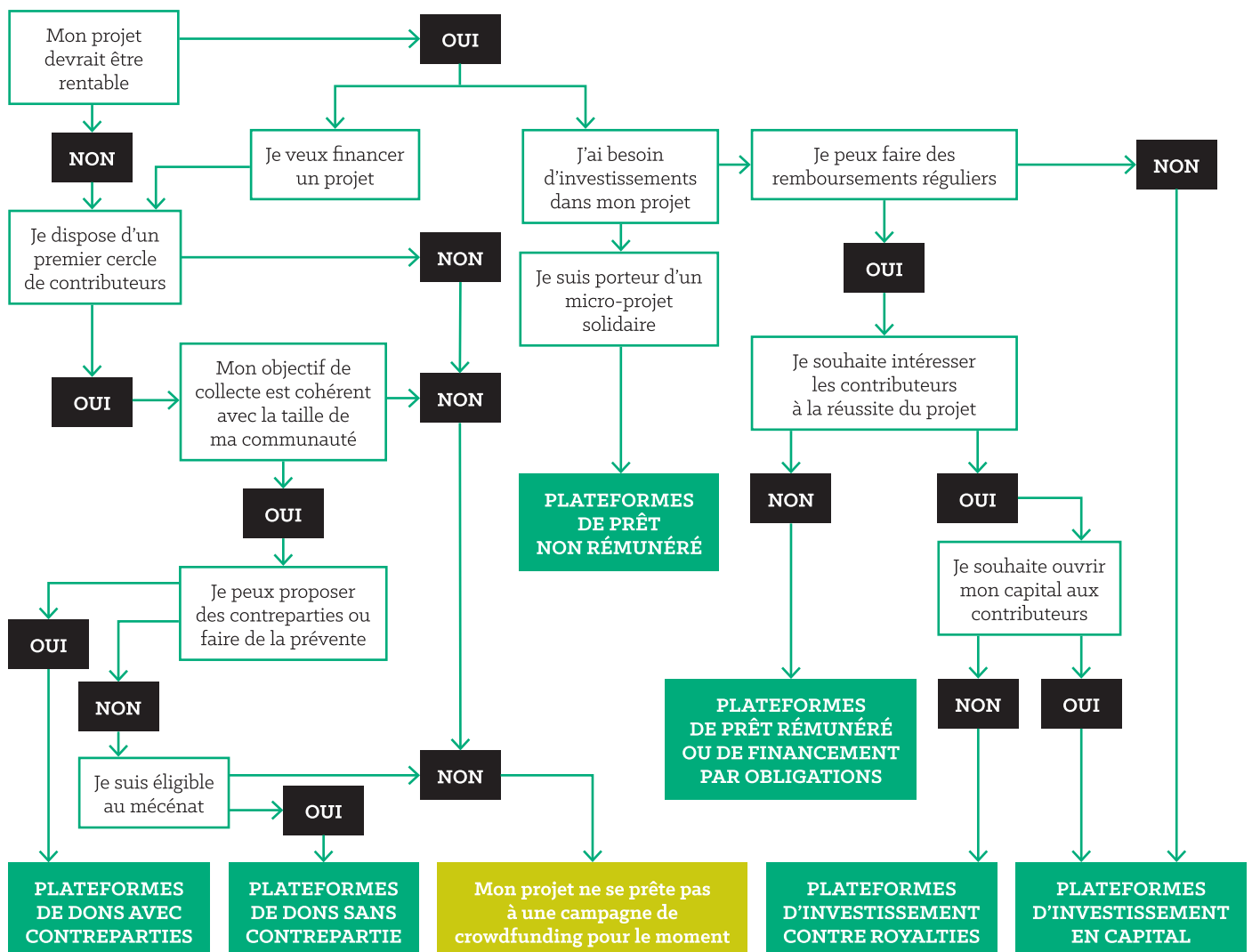


# Mon projet pas-à-pas : avant de se lancer!

## Critères de choix d'une plateforme de dons

- Typologie des plateformes : généralistes ou spécialisées.
- Couverture (locale, nationale ou internationale) : certaines plateformes permettent une présentation multilingue.
- Montant de la commission et frais bancaires.
- Modes de paiement disponibles (carte bancaire, Paypal, chèque).
- Reçus fiscaux : dans un souci de gain de temps administratif, certaines plateformes proposent aux porteurs de projets éligibles au mécénat d'émettre les reçus fiscaux à transmettre aux donateurs.
- Spécificités (collecte AON (All or Nothing) ou KIA (Keep in All)) : la plupart des plateformes pratiquent la collecte AON. Les fonds collectés ne sont alors libérés que si l'objectif de collecte fixé par le porteur de projet est atteint à l'issue de la campagne.

- Pertinence de la plateforme dans le secteur du livre et équivalents : les outils statistiques indiquent le volume des fonds collectés et le taux de succès par catégorie sectorielle.
- Notoriété et e-réputation : importance de la communauté propre de la plateforme sur les réseaux sociaux, nombre de membres dans le monde entier, avis et commentaires.
- Partenariats : les entreprises partenaires offrent une visibilité et un abondement financier complémentaires aux porteurs de projets sélectionnés.
- Accompagnement : formation gratuite, accompagnateur dédié qui assiste le porteur de projet de la création à la promotion de la campagne, FAQ, forum, etc.
- Mise à disposition de statistiques (sommes collectées, nombre de contributeurs, nombre de projets financés, taux de succès, etc.). Elles donnent des indications pour créer une campagne pertinente (par exemple, la contribution moyenne permet d'estimer le nombre moyen de contributeurs nécessaire pour atteindre son objectif de campagne et de vérifier s'il est réaliste).
- Simplicité d'utilisation.



# Le financement participatif

**Les plateformes de financement participatif peuvent revêtir plusieurs formes : le don, le prêt, l'investissement. Elles peuvent être généralistes, thématiques ou géographiques.**

## Quelques chiffres

- **336 M € de fonds collectés** (24,6 % dons, 58,1 % prêts, 17,3 % investissement) dont :
  - 13,4 % (secteur culturel)
  - 4,6 % (secteur de l'édition, journalisme et publications)

En moyenne :

- **financeurs par projet :**  
**55** (sans contrepartie) ; **72** (avec contreparties)
- **contribution :**  
**69 €** (sans contrepartie) ; **62 €** (avec contreparties)
- **montant collecté :**  
**4 001 €** (sans contrepartie) ; **4 785 €** (avec contreparties)

Source : *Baromètre du crowdfunding 2017* (KPMG - Financement Participatif France)

## Plateformes de dons : projets associatifs et culturels

- **sans contrepartie :** pour les porteurs de projets éligibles au mécénat.
- **avec contreparties :** pour les porteurs de projets pouvant recourir à la prévente ou proposer des contreparties en nature. Pour les projets éligibles au mécénat, le donateur peut bénéficier d'une défiscalisation, sous réserve que les contreparties offertes en échange des sommes reçues soient symboliques.

**Commission prélevée :** 8 % en moyenne du montant total des fonds collectés (frais bancaires inclus).

## Quelques exemples

- Commeon :** mécénat participatif
- Dartagnan :** secteur du patrimoine
- Helloasso :** associations
- Kickstarter :** projets créatifs
- Kisskissbankbank :** projets créatifs, innovants ou solidaires
- Proarti :** mécénat culturel participatif
- Sandawe :** projets de bande dessinée
- Tipeee :** créateurs fournissant du contenu gratuit / récurrent
- Ulule :** projets créatifs, innovants ou solidaires

## Plateformes de prêt : emprunt (particulier / entreprise)

- **non rémunéré :** pour les micro-crédits à taux 0 (les prêteurs sont remboursés sans profit).
- **rémunéré :** pour les petites entreprises (versement d'intérêts réguliers, en contrepartie du risque pris).

## Contrats de prêt

- Plafond d'emprunt (IFP\*) : 1 M €
- Plafond de prêt (IFP\*) :
  - non rémunéré : 5 000 € / particulier prêteur
  - rémunéré : 2 000 € / particulier prêteur

**Commission prélevée :** 4 % en moyenne du montant des fonds empruntés (taux d'intérêt : 3 à 12 %).

## Minibons

Selon le décret n° 2016-1453 du 28 octobre 2016, les personnes morales peuvent désormais prêter aux sociétés par actions et aux SARL (> 3 ans d'ancienneté), grâce au « minibon » émis par les plateformes ayant le statut de conseiller en investissement participatif (CIP\*) ou de prestataire de services d'investissement (PSI\*).

- Plafond d'emprunt :** 2,5 M € / 12 mois glissants (CIP\*/PSI\*)
- Plafond de prêt :** aucun

## Quelques exemples

- Babyloan :** micro-projets solidaires
- Lendopolis :** plateforme de prêt du groupe Kisskissbankbank
- Unilend :** prêt aux PME

## Plateformes d'investissement : lancement de startup

Le financement en royalties permet de solliciter des investisseurs sans diluer son capital et de verser à échéance régulière un pourcentage de son chiffre d'affaires.

- Plafond de levée de fond :**
  - 2,5 M € / 12 mois glissants (CIP\*)
  - 5 M € / 12 mois glissants (PSI\*)

## Quelques exemples

- Anaxago :** investissement dans le capital de PME (entreprises innovantes)
- Spear :** épargne solidaire
- Wiseed :** investissement secteurs variés (santé, numérique...)

# Retours d'expérience et ressources

## Témoignages

### Librairie À titre d'Aile, Lyon

« Soutenez la librairie À Titre d'Aile »

(Ulule – Objectif : 50 000 € – Collecté : 63 600 €)

« La librairie s'est vu retirer son décuvert autorisé par la banque au mois d'août 2015. Nous étions contraints d'envisager la fermeture définitive de la librairie... Nous avons eu l'impression qu'une sirène d'alarme venait d'être tirée : échanges avec le CNL, accompagnement pour la mise en œuvre d'une campagne de crowdfunding avec le soutien de l'ARALD, édition et distribution de tracts... La campagne a été lancée pour 45 jours et pour une demande à hauteur de 70 000 €, du jamais vu... Il aura fallu moins de deux semaines pour atteindre ce montant ! On peut dire que les réseaux sociaux ont fonctionné : famille, amis, habitants, clients et toutes ces personnes que nous ne connaissions pas mais qui ont répondu à l'appel... Voilà une histoire qui aura marqué la librairie, nous avons compris que ce lieu n'était pas qu'un commerce pour ceux qui l'ont défendu. »

### КОТОJI Éditions, Nancy

(Ulule – Objectif : 3 000 € – Collecté : 5 905 €)

« КОТОJI Éditions est une maison d'édition spécialisée dans la BD asiatique. Dans, ce cadre, nous avons une politique d'auteurs. Pour l'un de nos auteurs chinois, nous avons sous la main des histoires courtes et plusieurs illustrations magnifiques qu'il nous semblait indispensable de montrer au public français. Toutefois, le potentiel commercial était trop limité pour pouvoir espérer entrer dans nos frais. Nous avons alors discuté avec nos partenaires chinois de la possibilité de lancer une campagne de crowdfunding. Les résultats obtenus par cette campagne nous ont permis de financer notre projet en minimisant les risques pour rendre l'ouvrage rentable pour notre société. »

### Annemasse Agglo

« Aidez-nous à acquérir une partie de la bibliothèque personnelle de Michel Butor ! »

(Dartagnan – Objectif : 5 000 € – Collecté : 14 965 €)

« Lorsque l'écrivain Michel Butor est décédé en 2016 à Lucinges, il a laissé derrière lui une riche bibliothèque. Le bureau, véritable cabinet de curiosités, est le reflet de toute une vie d'écriture et de collaborations. Déjà engagée avec la commune de Lucinges sur un projet de création d'une bibliothèque patrimoniale, Annemasse Agglomération a rapidement relevé l'intérêt d'une telle acquisition et s'est positionnée en faveur de l'achat de la maison. Afin d'acquérir l'intégralité du bureau-bibliothèque, la collectivité a fait appel à une campagne de financement participatif qui a permis de récolter 14 965 €, une très belle contribution pour la conservation de ce lieu incroyable ! 161 personnes ont participé à cette campagne en l'espace de trois mois. Cette belle réussite est aussi le fruit de la mobilisation de la famille de Michel Butor, qui a offert de belles contreparties.

Ainsi, la maison de l'illustre écrivain sera ouverte à la visite et deviendra un lieu d'accueil de résidences d'artistes et d'écrivains, d'ici fin 2019. »

## Ressources

- *Le crowdfunding*, Cécile Palusinski – PUF, coll. « Que Sais-je » – 2018
- **Environnement réglementaire et actualité**  
Site de financement participatif France : <http://financeparticipative.org/>  
Actualité : <https://www.goodmorningcrowdfunding.com/>
- **Trouver la plateforme adaptée à son projet**  
<https://tousnosprojets.bpifrance.fr/>
- **Trouver le bon financement**  
<http://www.trouverlebonfinancement.fr/>
- « **Crowdfunding : gérer l'avant et l'après campagne** »  
Forum Entreprendre dans la culture, 20-21 novembre 2017, Lyon, Arald et La Nacre.  
<https://www.sondekla.com/user/event/8024>
- **Comptabilité et fiscalité**  
Tout savoir sur le financement participatif, guide du Conseil supérieur de l'Ordre des experts comptables (CSOEC)

\* **GLOSSAIRE** \* Cercles de sociabilité : 1 : proches et premiers relais ; 2 : amis d'amis et ambassadeurs ; 3 : grand public – Conseiller en Investissement Participatif (CIP) : statut permettant de proposer aux investisseurs des titres de capital et de créances définis par décret (actions ordinaires, obligations à taux fixe, minibons) – Intermédiaire en Financement Participatif (IFP) : statut permettant de mettre en relation des porteurs de projets et des prêteurs via un site internet dans un cadre régulé – Prestataire de Services d'Investissement (PSI) : statut permettant de proposer des investissements dans toutes les catégories de titres financiers et des conseils en investissement dans l'Espace Économique Européen.

# Comptabilité et fiscalité du financement participatif

## Plateformes de dons

statut juridique	enregistrement comptable (fonds perçus, nets de commission)	TVA	imposition
<b>auto-entrepreneur</b>	Inscription dans le livre des recettes.	<b>TVA non applicable</b> (art. 293B du CGI).	<b>CA imposé</b> : règles du régime fiscal de la micro-entreprise (micro BIC ou micro BNC) au titre de l'impôt sur le revenu.
<b>entrepreneur individuel</b>	Comptabilisation selon le régime fiscal de l'entrepreneur (régime réel normal, régime réel simplifié, régime micro-entreprise).	<b>TVA applicable</b> , sauf franchise en base de TVA.	<b>CA imposé</b> : impôt sur le revenu (BIC ou BNC). Régime micro sous réserve du respect de certains seuils de CA. <b>(1)</b>
<b>société commerciale (SA, SAS, SARL...)</b>	Considérés comme des produits comptabilisés en compte de classe 7 (produits d'exploitation ou produits exceptionnels)	<b>TVA applicable</b> , sauf franchise en base de TVA.	<b>Revenus du financement participatif imposables</b> : impôt sur le revenu ou impôt sur les sociétés, selon le statut juridique de la société.
<b>association</b>	Si tenue d'une comptabilité : en compte 75X (collecte, dons manuels) si la contrepartie est symbolique ou nettement inférieure aux revenus perçus. Ou en compte de classe 7, conformément au plan comptable de l'association (équivalents de ventes de produits finis, de marchandises ou de prestations de services).	Régime de franchise en base de TVA possible si l'association réalise des activités lucratives à titre accessoire (TVA non applicable, association exonérée des impôts commerciaux). <b>(2)</b>	Si l'association répond aux critères de non-lucrativité <b>(3)</b> , elle n'est pas soumise aux impôts commerciaux. Elle peut s'assurer auprès de l'administration fiscale de son éligibilité au mécénat : rescrit fiscal.

**(1)** Chiffre d'affaires maximum :

- exploitants (commerce principal : vente marchandises, objets, fournitures, denrées à emporter ou consommer sur place, ou fourniture de logement) : 82 800 € HT ;
- prestataires de services : 33 200 € HT.

**(2)** Application automatique de la franchise d'impôt aux conditions suivantes :

- gestion désintéressée de l'association ;
- activités non lucratives restant « significativement prépondérantes » ;

- montant maximal des recettes d'exploitation provenant des activités lucratives encaissées au cours de l'année civile : 61 145 € (hors TVA) (revenus patrimoniaux, résultats des activités financières lucratives et participations financières soumis à l'IS de droit commun, opérations immobilières non exonérées de TVA, recettes de 6 manifestations annuelles de bienfaisance ou de soutien qui bénéficient d'une exonération spécifique cumulable avec la franchise : non pris en compte dans le calcul).

**(3)** Pour qu'une association soit considérée comme non-lucrative sur le plan fiscal, elle doit remplir les 3 critères suivants :

- gestion désintéressée ;
- si elle se livre à une activité concurrentielle : dans des conditions différentes de celles des entreprises commerciales (règle des 4P) ;
- elle ne doit pas avoir pour activité de rendre des services à des entreprises qui en retirent un avantage concurrentiel.

## Plateformes de prêt

### Comptabilisation

Frais de dossier et commissions (de « succès » sur l'emprunt et sur la gestion des flux appliquée aux mensualités de remboursement) : débit du compte 627.

### Fonds collectés

Crédit du compte 168 « autres emprunts et dettes assimilées ».

Remboursement d'emprunt : débit des comptes 168 (part de remboursement de capital), 661 (intérêts de l'emprunt) et, le cas échéant, 616 (assurance).

NB : le remboursement d'emprunt se fait par prélèvement de la plateforme qui se charge ensuite de répartir la mensualité entre tous les prêteurs.

## Fiscalité des dons (contreparties liées au don)

### Dons versés à des associations d'intérêt général

Réductions d'impôts possibles (particuliers, entreprises) si le versement (qualifié de don ou de cotisation) est consenti à titre gratuit, sans contrepartie, au profit du donateur. L'administration fiscale estime que les contreparties institutionnelles ou symboliques ne sauraient priver le donateur de l'avantage fiscal.

### Contreparties tangibles (remise de biens, prestations)

Octroi possible si elles restent dans un rapport de 1 à 4 avec le montant du don (25 %) et ne dépassent pas la limite forfaitaire de 65 €. Pour les dons des entreprises, seul le plafond de valeur de 25 % du don est applicable.

### Valeur de la contrepartie

Égale à son coût de production ou d'achat (+ coût éventuel de sa distribution).

# En avant pour la campagne : mon programme idéal !

## AVANT

### DÉFINIR

**La durée et les dates de la campagne**  
entre 30 et 90 jours

**Attention** aux dates (vacances scolaires à éviter, livraison des contreparties avant les fêtes, etc.)

**Conseils :** 30 jours pour une campagne plus dynamique  
**Durée de l'après-campagne :** de 1 à 6 mois

**Un slogan percutant**  
message et valeurs clés

**Attention !** c'est autour des valeurs définies que la communauté va se constituer

**Les contreparties**  
• originales et personnalisées (notion de privilège)  
• échelonnées  
• avec des dates de livraison

**Attention !** équilibrer le coût des contreparties, la valeur perçue par les contributeurs et le besoin de financement

**Conseil :** prévoir des contreparties plus importantes pour les entreprises

**Son objectif de collecte**  
• un plan de financement  
• un objectif de collecte minimum  
• une collecte par palier

**Attention !** intégrer les coûts (revient, livraison des contreparties, masse salariale, commission de la plateforme, TVA, impôts, etc.)

**Conseil :** faire preuve de transparence (utilisation des fonds collectés) et estimer si l'objectif de collecte est réaliste

### PRÉPARER

**La présentation du projet** de façon professionnelle

**Conseil :** personifier le projet, être enthousiaste, raconter une histoire, privilégier la vidéo

**Sa communication**  
• listes de personnes (cercle 1\*)  
• relais (ambassadeurs, presse, blogueurs, etc.) ou partenaires/mécènes  
• réseaux sociaux  
• contenus numériques et papier  
• supports de communication (kit média)  
• newsletter de lancement

**Conseil :** échanger de vive voix avec son réseau proche en amont, consacrer 1 h/jour à la communication, **les premiers jours sont essentiels pour la collecte**

**Un rétroplanning de campagne**  
• production /diffusion des supports papier et numériques  
• soirée (lancement ou en cours de collecte)  
• production des contreparties

**La mise en ligne du projet**  
créer un compte sur la plateforme choisie

**Attention !** prévoir une semaine avant la validation de la campagne par la plateforme

## PENDANT

### LANCER SA CAMPAGNE >>> COMMUNIQUER

**Sur la plateforme**  
• animation quotidienne  
• remerciements personnalisés

**Sur les réseaux sociaux**  
• animation quotidienne (cercle 2\*)  
• mobiliser les influenceurs  
• développer la communauté

**Conseil :** attendre avant de communiquer sur les réseaux (seuil de crédibilité de 30 % de la collecte)

**Via la newsletter**  
envois réguliers

**Sur des lieux physiques**  
flyers pour des relais identifiés (commerçants, etc.) et dans ses locaux

**Via les médias**  
communiqué de presse

**Conseil :** attendre avant de contacter la presse (seuil de crédibilité de 50 % de la collecte)

**Organiser un événement**  
soirée de lancement ou rencontre à mi-parcours

**Conseil :** prévoir une urne

### BOUCLER SA CAMPAGNE >>> ANNONCER LA FIN À J-3

## APRÈS

### COMMUNIQUER

**Animer sa communauté**  
• mail de remerciement  
• communiqué de presse

### LIVRER

**Ses contreparties**  
gérer l'envoi aux contributeurs

### FAIRE LE BILAN

• bilan financier  
• retombées presse  
• bilan statistique sur les réseaux sociaux