

## LE CROWDFUNDING: UNE INNOVATION FINANCIERE POUR LE DEVELOPPEMENTDES STARTUPS

Dr. TEKFI Saliha\*

### Résumé :

L'objectif de cette communication est de montrer que le Crowdfunding se présente de nos jours pour les fondateurs de startups, comme une alternative très efficace aux moyens traditionnels de financement, afin d'assurer la concrétisation de leurs projets innovants.

L'étude a révélé que le Crowdfunding des startups est une pratique qui est en évolution rapide dans le monde, suite au développement spectaculaire des moyens de communication, surtout l'internet.

Les exemples cités dans cette étude, montrent que le Crowdfunding permet aux startups d'accéder rapidement et facilement au financement sollicité, avec l'obtention de l'appui de toutes les personnes intéressées par la réalisation du projet, ce qui n'est pas le cas pour les moyens traditionnels de financement qui sont limités pour couvrir les besoins des startups.

**Mots-clés :** Crowdfunding- Startups- Platforms de Crowdfunding

**Abstract :** The aim of this communication is to show that Crowdfunding presents today for the founders of startups, an effective alternative to the traditional means of financing, in order to ensure the realization of the is innovative projects.

The study found that the Crowdfunding of startups is a practice which is rapidly evolving in the world, following the spectacular development

of the means of communication, especially the internet.

The examples cited in this study show that Crowd fund inggives startups quick and easy access to solicited funding, with the support of all the persons interested in carrying out the project.

**Key-Words :** Crowd funding- Startups- Crowd funding Platforms

---

\* Maître de conférences A, Université de Sidi Bel Abbes.

## **Introduction :**

Suite à leur rôle très important dans l'économie, qui consiste en la création d'emplois, de la valeur ajoutée et de la croissance économique, le nombre des startups est de nos jours, en évolution rapide dans le monde.

Dans ce cadre, selon l'étude de la société américaine de conseil Compass, il existe en 2015 entre 14.000 et 19.000 start-up aux Etats unis. En Londres, le nombre de startups est également important (entre 3.200 et 5.400). De même pour la France et l'Allemagne qui affichent respectivement un nombre compris entre 2.400 et 3.200 contre 1.800 à 3.000 startups<sup>1</sup>.

Vue leur très petite taille, les startups se caractérisent par une prise de décisions rapide, une circulation efficace des informations et une motivation élevée des employés.

Ces points de force, sont la source de leur flexibilité et leur capacité d'adaptation aux pressions multiples de l'environnement.

D'autre part, elles présentent certaines faiblesses, qui peuvent être la cause de leur disparition, si elles ne parviennent pas à bien les maîtriser.

Cependant, le financement des startups est considéré comme l'obstacle principal qui empêche les fondateurs de ce type d'entreprise à concrétiser leurs projets innovants.

Afin de remédier à ce problème une nouvelle méthode de financement de projets a été innovée grâce à l'évolution des technologies d'information et de communication, il s'agit du Crowdfunding qui a bouleversé le monde des affaires ces derniers temps, par le financement d'un nombre important de projets relevant de domaines différents (technologie- art- mode-design, etc.).

**Cette communication a pour objectif de savoir : comment les porteurs de projets dans une startup, peuvent tirer profit du Crowdfunding pour réussir le financement de leurs projets ?**

Pour répondre à cette problématique, nous avons jugé nécessaire de diviser notre travail en quatre sections dont :

- La première, se focalise sur les startups (définition, caractéristiques et sources de financement);

- La deuxième, étudie le Crowdfunding (définition et typologies),
- La troisième, présente le Crowdfunding comme outil au service des startups (avantages, limites et facteurs de réussite) ;
- La quatrième, présente des cas sur des startups financées avec succès par le Crowdfunding.

## **I. Les Startups : définition, caractéristiques et sources de financement**

**Startup** est un mot anglais d'origine américaine, composé de **Start** qui signifie commencer et d'**up** qui veut dire hauteur ou élévation. Donc, il s'agit littéralement d'une « **société qui démarre** »<sup>2</sup>.

En français, l'expression correspondante est celle de « jeune pousse »<sup>3</sup> adoptée par le Ministère de l'économie et des finances.

Une startup peut se définir comme une jeune entreprise innovante avec un fort potentiel de développement et d'innovation, nécessitant des financements importants afin de pouvoir assurer sa croissance rapide<sup>4</sup>.

Bien que la startup se caractérise par sa petite taille elle diffère cependant de la petite et moyenne entreprise (PME) sur les points suivants<sup>5</sup> :

A la différence de la petite et moyenne entreprise, la startup présente un degré faible de maturité ou de croissance. En fait, la startup est le statut de l'entreprise lors de sa création et dans les premiers moments de sa vie, elle a pour objectif de croître et d'évoluer très rapidement. De ce fait, le statut de startup est temporaire et peut devenir au fil du temps une PME, ou une grande entreprise.

Par ailleurs, le lieu dans lequel évoluent les startups est assez distinct par rapport à celui des PME.

Les PME ont souvent leurs propres bureaux et ne partagent pas leur environnement de travail avec d'autres entreprises. Alors que les startups peuvent se développer au sein d'incubateurs qui regroupent un ensemble de startups au sein d'un même environnement de travail, où toutes les entreprises se côtoient et les idées s'échangent.

Enfin, contrairement à la PME qui exécute un modèle économique déjà établi, en connaissant préalablement son produit, ses clients, ses fournisseurs et ses distributeurs, la startup est une entreprise qui cherche encore à découvrir son modèle économique.

En fait, l'innovation dans une startup, peut porter sur le produit en lui-même, en apportant une modification fondamentale. De ce fait, le produit, les clients et les distributeurs ne sont pas forcément définitifs dans une startup et d'importantes modifications peuvent y être apportées.

Afin d'assurer sa croissance, une startup peut se référer à plusieurs sources différentes de financement, qui se présentent comme suit<sup>6</sup> :

\* **Le Bootstrapping** : consiste à lancer son entreprise sur des fonds propres limités sans faire appel à du financement extérieur.

Cette méthode est la moins coûteuse pour financer une startup, mais elle n'est pas adaptée aux entreprises nécessitant de gros investissements.

\* **Les concours de startups** : il s'agit de participer à des concours pour faire connaître son projet, et gagner un prix qui va de quelques centaines à plusieurs milliers d'euros. Néanmoins, les chances de gagner sont généralement minimales, suite au nombre important de participants.

\* **Le « love-money »** : ce sont des fonds fournis par des personnes proches (famille et amis), qui soutiennent le projet. La participation au financement du projet peut se faire sous forme de dons, de prêt ou en prenant des parts dans l'entreprise.

En utilisant cette méthode, le propriétaire de la startup n'a aucun taux d'intérêt à rembourser, mais elle reste inadaptée aux entreprises nécessitant des fonds importants.

\* **Le microcrédit** : il s'agit d'attribuer des prêts de faibles montants à des entrepreneurs avec des taux d'intérêts souvent élevés.

Ce mode de financement assure la rapidité de la disponibilité des fonds requis, mais ne peut porter que sur de faibles montants.

\* **Le prêt bancaire** : il s'agit d'emprunter auprès d'une banque pour réunir la somme désirée.

C'est un moyen de financement qui permet un remboursement sur de longues périodes, mais les taux d'intérêts proposés par les banques font que les sommes remboursées sont plus importantes que les sommes empruntées.

\* **Le financement participatif (crowdfunding)** : permet à des entreprises de financer leur projet, en faisant appel au soutien financier du public à travers des réseaux sociaux de financement.

Cependant, le lancement d'une campagne decrowdfunding nécessite le plus souvent des moyens financiers importants.

\***Les investisseurs providentiels (angel investisseurs)** : les Business Angel sont des personnes qui investissent de l'argent dans une entreprise contre des parts de cette dernière. Ils proposent également leur savoir, leur réseau et leur expérience.

Ce moyen s'adopte le plus souvent après les étapes « bootstrapping » et « love money », lorsque l'entreprise a déjà fait ses premiers pas.

\* **Fonds d'amorçage** : ce sont des partenariats établis pour le long terme contre des parts de l'entreprise. Ces fonds sont généralement utilisés pour financer tous les frais préalables à la mise sur le marché du premier produit de l'entreprise.

Ce moyen de financement est généralement adopté après ou conjointement avec les business angels et avant les capital-risqueurs.

\* **Les investisseurs en capital-risque** :

Consiste à apporter du capital aux startups, et ce dans l'espoir d'obtenir un retour sur investissement rapide et élevé. C'est un moyen adapté aux entreprises nécessitant de gros investissements pour leur développement, mais il offre une faible autonomie dans la gestion de l'entreprise financée.

## **II. Le Crowdfunding : définition et typologies**

Le Crowdfunding est un mot anglais composé du « Crowd » qui signifie la « foule », et du « funding » qui signifie « financement ». De ce fait, le Crowdfunding se traduit en français par « financement par la foule », ou « financement participatif ».

Le Crowdfunding fait référence à une récolte de fonds, généralement de petits montants, avec pour objectif de financer un projet spécifique, qui peut revêtir la nature artistique, humanitaire, sociale ou entrepreneuriale<sup>7</sup>.

Donc, le Crowdfunding se présente comme une alternative aux moyens traditionnels de financement (banques et organismes de prêts), car il permet au public de soutenir financièrement un projet qui le séduit<sup>8</sup>.

Cependant, l'idée du recours à la foule pour financer des projets n'est pas nouvelle, elle existe depuis longtemps, c'est le cas par exemple, de la Statue de la Liberté qui a été financée avec succès par un appel à dons à la fin du XIXème siècle.

Néanmoins, l'évolution des moyens de communication surtout l'internet, a fortement contribué au développement du Crowdfunding qui se répand à une vitesse très remarquable dans le monde.

Selon le site [crowdsourcing.org](http://crowdsourcing.org), le montant total collecté via les plateformes Crowdfunding en 2012 est de 2,7 milliards de dollars, alors qu'en 2013 il atteint 5,1 milliard de \$ soit un taux de croissance de 88%. Le magazine Forbes estime qu'en 2020 le marché du Crowdfunding atteindra plus de 1000 milliards de dollars<sup>9</sup>.

Pour le nombre de plateforme Crowdfunding, il est passé de 283 en 2010 à 536 en 2012, dont la grande partie est aux Etats-Unis.

En fait, 72% du marché du Crowdfunding appartient aux Etats-Unis en 2013, contre seulement 26% en Europe et 2% dans le reste du monde<sup>10</sup>.

Le Crowdfunding est composé de trois acteurs principaux, les entrepreneurs d'une part, les investisseurs d'autre part et finalement les plateformes qui vont jouer le rôle d'intermédiaire<sup>11</sup>.

\* **Les entrepreneurs** : font appel au Crowdfunding, afin de trouver une source de financement pour leurs projets.

\* **Les plateformes** : jouent le rôle d'intermédiaire entre les porteurs de projets et les investisseurs, elles ont pour mission de<sup>12</sup> :

- recevoir le projet d'annonce et l'étudier.
- conseiller les porteurs de projets.
- mettre le projet en ligne.
- recevoir les dons et les encaisser.
- faire la promotion de certains projets.

Dans le cas où le montant demandé est atteint ou dépassé, elles versent la totalité des dons au porteur de projet en retenant leur commission. Si le montant n'est pas atteint, elles remboursent gratuitement les donateurs. Les plateformes ne se rémunèrent que sur les commissions prélevées sur les projets gagnants.

parmi les plateformes de Crowdfunding les plus connues au monde, on trouve : Ulule (un site de crowdfunding européen), KissKissBankBank (une plateforme de crowdfunding française), Kickstarter (première plateforme de crowdfunding américaine) et Indiegogo (un site de financement participatif californien).

#### \* Les investisseurs :

Ce sont les personnes qui contribuent au financement d'un projet donné. Ils peuvent également joué un autre rôle, celui de la sensibilisation de leur entourage à propos du projet qu'il soutiennent pour pouvoir atteindre l'objectif de financement le plus rapidement possible.

Selon l'étude de marché d'AdoctA\* (2013), 74% des investisseurs déclarent vouloir faire de la « promotion acharnée » des projets qu'ils soutiennent<sup>13</sup>.

Le Crowdfunding se divise en deux grandes familles : <sup>14</sup> le Crowdfunding spéculatif et non spéculatif.

**a. Le Crowdfunding non spéculatif** : regroupe les 03 types suivants :

\* **Le don ou peer to peerlending** : c'est le type de Crowdfunding le plus répandu, il permet au créateur du projet de demander la participation du public sous forme de don pour financer son initiative. Les porteurs de projets sont le plus souvent des associations et des ONG.

\* **Le don moyennant des contreparties en nature, ou reward-based** : dans ce cas, le créateur de projet fait appel au don et motive les donateurs à l'aide de contreparties en nature liées au projet (dédicace, tee-shirt, CD, billet d'entrée, invitation, abonnement, etc.). Les créateurs sont généralement dans le secteur culturel et artistique.

\* **Le prêt solidaire** : ce type de Crowdfunding est classé dans le domaine de la micro finance, où des gens présentent une aide financière à d'autres grâce à des prêts sans intérêt.

**b. Le Crowdfunding spéculatif** : permet aux prêteurs de retirer des compensations financières, il regroupe les 03 types suivants :

\* **La contribution avec contrepartie numéraire** : ce modèle permet aux investisseurs de récupérer leur mise, voire de gagner plus, par l'attribution des royalties (rémunérations).

\* **Le prêt avec taux d'intérêt** : c'est le type de Crowdfunding qui se développe le plus avec celui du don, il permet aux porteurs de projets d'obtenir le financement dont ils ont besoin, auprès des prêteurs qui vont avancer leur argent contre un prêt rémunéré.

\* **L'investissement contre prise de participation, ou equitybased ou crowdinvesting** : ce modèle est dédié pour le financement des entreprises. Dans ce cas, l'investisseur récupère des parts de l'entreprise dans laquelle il investit, ce qui lui donne le droit à un retour financier<sup>15</sup>.

### **III. Le Crowdfunding au service des startups: avantages, limites et facteurs de réussite**

A la différence du crédit bancaire, le Crowdfunding permet aux startups de concrétiser leurs projets innovants, en accédant facilement à du financement assuré par le grand public, sans aucune contrainte imposée au préalable.

Par ailleurs, le processus de financement est très rapide par rapport aux sources de financement classiques, car les plateformes de Crowdfunding offrent le plus souvent la possibilité de tenir la campagne sur une durée courte allant de 20 à 90 jours maximum.

Un autre avantage est acquis par les startups, celui de l'obtention du soutien de toutes les personnes convaincues de l'importance du projet lancé par ce type d'entreprise. Ces personnes vont devenir des ambassadeurs du projet, et ils communiqueront à leur tour d'autres personnes, ce qui contribue à pousser rapidement le projet<sup>16</sup>.

Concernant les risques encourus en faisant appel au Crowdfunding, ils sont minimes. Cependant, il se peut que les startups perdent beaucoup de temps et d'énergie pour la préparation de la campagne de Crowdfunding lorsqu'un projet n'arrive pas à séduire la communauté<sup>17</sup>.

Bien que le Crowdfunding soit avantageux pour les investisseurs, en leur offrant l'avantage d'obtenir des contreparties, tant matérielles

qu'immatérielles de la part des porteurs de projets, il présente d'un autre côté les risques suivants<sup>18</sup> :

- la non utilisation de l'argent empruntée comme prévu, lorsque les entrepreneurs ont des intentions totalement différentes de ce qu'ils présentent sur la plateforme.

- le non remboursement par la plateforme, lorsqu'un projet n'atteint pas son financement. Dans ce cas, la plateforme se doit de rendre l'argent aux investisseurs.

- la faillite d'une Plateforme ou son piratage par des personnes malintentionnées.

- la mauvaise estimation financière d'un projet, menant ainsi à une surestimation ou une sous-estimation de fonds nécessaires, et faisant en sorte que l'utilisation de l'argent ne soit pas optimale.

En fait, une campagne de Crowdfunding nécessite une bonne préparation pour assurer sa réussite. Dans ce cadre, les porteurs de projets dans une startup doivent prendre en considération les facteurs suivants<sup>19</sup> :

- Préparez le contenu promotionnel de la campagne avant son lancement, ce qui permettra au porteur du projet d'avoir suffisamment de temps pour parler de lui et de son projet, une fois la campagne lancée<sup>20</sup>.

- Construire une communauté autour du projet avant son lancement. Le porteur du projet doit se faire connaître aux autres, en parlant également de son projet en détails, afin d'obtenir le soutien d'une large communauté, qui sera ensuite le relais de la campagne de collecte de fonds. Cependant, la communauté qui contribue au financement d'un projet se divise généralement en trois niveaux, dont<sup>21</sup> :

- \* le premier représente l'entourage ou les amis du porteur du projet, leur soutien soit financier ou non est important pour réussir la collecte de fonds.

- \* le deuxième est constitué des relais d'influence (les amis des amis du porteur du projet), ce sont des personnes moins proches du propriétaire du projet, mais qui vont jouer un rôle central dans le processus de collecte.

- \* le troisième représente le grand public, qui peut être intéressé par le financement du projet, en communiquant auprès des bloggeurs et

journalistes, mais cela doit se faire au bon moment, lorsque la collecte de fonds est bien avancée.

- Fixer avec précision le montant visé par le projet, en chiffrant les différentes dépenses qui lui sont liées, car une fois le projet mis en ligne il sera impossible de modifier le montant de la collecte<sup>22</sup>.
- Choisir une plateforme de Crowdfunding bien connue par plusieurs personnes, car dans le cas contraire, cela peut inhiber les donateurs à s'impliquer dans le projet.
- Le moment du lancement de la campagne du Crowdfunding doit être bien choisi, car il y a des périodes dans l'année où les gens n'ont pas trop d'argent : la rentrée scolaire, les vacances, les fêtes, etc.
- La durée de la campagne ne doit pas être assez longue. Dans ce cadre, la plateforme américaine kickstarter, pionnier du Crowdfunding, indique que les campagnes qui atteignent le plus souvent leur objectif durent un mois<sup>23</sup>.
- Proposer des contreparties intéressantes : ces récompenses ont pour but d'inciter une personne à donner un peu plus que ce qu'elle pensait donner, par exemple inciter une personne à donner 30€ à la place de 10€.

#### **IV. Cas de Startups financées par le Crowdfunding :**

Notre investigation sur le net, nous a permis de découvrir un nombre important de projets financés par le Crowdfunding. A titre d'exemple, sur la plateforme américaine kickstarter, le nombre de projets intégralement financés à ce jour est de 114 665 avec la participation de 11 927 946 contributeurs<sup>24</sup>.

De même pour la plateforme française Kiss Bank qui a collecté 57 976 419 € pour 23 380 projets innovants grâce à 1 020 344 contributeurs<sup>25</sup>.

Cependant, cette étude citera comme exemple, les startups les plus innovantes qui ont marqué l'évolution technologique et qui ont pu concrétiser leurs projets grâce au Crowdfunding.

##### **\* Le Projet de la montre connectée:**

En 2012 la Start up américaine **Pebble Technology** qui s'active sur le marché des montres connectées, a lancé une campagne de collecte de fonds sur le site de crowdfunding Kickstarter , afin de concrétiser son

projet de fabrication d'**une montre connectée** destinée à mesurer l'activité physique.

L'objectif de financement fixé à 100.000\$, a été atteint en deux heures seulement, avec la contribution de 68.000 investisseurs, intéressés par cette montre caractérisée par un design épuré, étanche, et une compatibilité avec les iPhones et les smart phones Android.

Après deux ans de son lancement sur le marché, les fondateurs de la startupse tournent à nouveau vers les internautes pour financer un nouveau modèle de montre intelligente : la **Pebble Time**.

La campagne de Crowdfunding a réussi une nouvelle fois, avec la collecte de la somme sollicitée qui est de 10 millions de dollars en 12 heures seulement<sup>26</sup>.

#### \* **Le projet de l'oreillette connectée : DASH**

En 2014, la startup allemande **Bragia** lancésur le site de financement participatif Kickstarter un appellaux internautes, afin de contribuer au financement de son projet de **l'oreillette connectée**, qui répond aux exigences des sportifs et des personnes qui n'aiment pas s'encombrer d'un appareil pour écouter de la musique.

L'objectif de financement fixé à 3 millions de dollars a été atteint, grâce aux internautes qui ont été très intéressés par la concrétisation du projet. En fait, Dash diffère des autres oreillettes par sa mémoire de 4 Giga octets, son microphone intégré, son moniteur cardiaque pour les sportifs, son traqueur fitness et son étanchéité<sup>27</sup>.

#### \* **Le projet de l'ordinateur CHIP à 9 dollars :**

En 2015, la startup californienne **NextThing Co** s'est appuyée sur unecampagne de Crowdfunding, afin de concrétiser son projet qui consiste en la fabrication de l'ordinateur CHIP caractérisé par sa très petite taille qui ressemble à celle de la puce. Il se démarque également par un processeur de 1 GHz, une mémoire interne de 512 Mo, un espace de stockage de 4 Go et de deux puces pour le connecter en Wi-Fi ou via la technologie Bluetooth.

L'objectif initial de 50 000 dollars fixé par l'entreprise a été dépassé, en collectant la somme de 717 000 dollars grâce à la participation de plus de 14 150 internautes<sup>28</sup>.

### \* Le Projet du casque **Batband**

En 2015, la startup américaine **StudioBanana Things** a lancé via la plateforme Kickstarter un appel aux internautes, afin de contribuer au financement de son projet **Batband**. C'est un casque audio qui permet d'écouter de la musique tout en ayant les oreilles libres grâce au principe de conduction osseuse. L'objet se place à l'arrière de la tête, et il prend la forme d'un serre-tête en acier.

En fait, le principe de conduction osseuse permet de répartir les ondes sonores, par les os du crâne jusqu'à l'oreille interne. Ce principe est adopté depuis longtemps par les militaires et dans les dispositifs médicaux dédiés aux malentendants, alors qu'il est peu connu par le grand public.

A quatre jours de la fin de la collecte, les fondateurs de la startup sont parvenus à recueillir plus de 821 015 dollars auprès de 4 516 contributeurs, pour un objectif initial de 150 000 dollars<sup>29</sup>.

### \* Le projet des petites voitures programmables: **Cannybots**

En 2015, la startup britannique **Cannybots** a lancé une campagne de financement participatif sur la plateforme Kickstarter, afin de financer le développement de ses voitures de course programmables. La voiture **Cannybot** permet aux enfants de fabriquer, puis de programmer leurs propres petites voitures de course connectées.

C'est un moyen selon la startup d'inciter les enfants à s'intéresser à la programmation informatique, à l'intelligence artificielle et à la robotique.

L'objectif initial de 40 000 dollars fixé par l'entreprise a été dépassé en deux semaines du coup d'envoi de la campagne, en collectant la somme de 141 000 dollars grâce à la participation de plus de 460 internautes<sup>30</sup>.

### \* Le projet du gant connecté qui libère la musique :

En 2016, la startup française **Specktr** s'est appuyée sur une campagne de Crowdfunding lancée sur la plateforme KissKissBankBank, dans l'objectif de financer son projet consistant à produire un **gant connecté** qui permet de créer, mixer et contrôler la musique de manière plus expressive et plus amusante.

Le **gant connecté (Spektr)** se présente en **deux versions** : l'une pour les professionnels (**Spektr Pro**) et l'autre pour les amateurs (**Spektr Play**).

Le projet a été très apprécié par les fans de la musique. Cependant, à six jours seulement de la campagne, les fondateurs de la startup sont parvenus à recueillir 32 465 € auprès de 195 contributeurs, pour un objectif initial de 30 000 €<sup>31</sup>.

En fait, d'après les exemples cités dans cette étude, on a remarqué que toutes les startups, font appel au Crowdfunding non spéculatif, et plus spécifiquement au **don moyennant des contreparties en nature (reward-based)**, où le porteur du projet motive les donateurs à l'aide de contreparties en nature liées au projet.

A titre d'exemple, la startup **Spektra** définit pour chaque somme versée par les donateurs des contreparties différentes qui se présentent comme suit <sup>32</sup>:

- pour 5 € et plus : remerciements plus publication du nom du contributeur sur le site internet et la page facebook de la startup.

- pour 25 € et plus : réception d'un tshirtSpektr en remerciement.

- pour 50 € et plus : réception d'une pochette de rangement pour ordinateur ou tablette, avec le logo Spektr.

- pour 120 € et plus : réception d'un gant Spektrplay.

- pour 150 € et plus : réception d'un gant Spektrplay avec le prix de 120€ au lieu de 180€.

- pour 200 € et plus : réception du gant Spektr pro au prix de 200 € au lieu de 280€.

- pour 220€ et plus : réception d'une paire de Spektrplay au prix de 220€ au lieu de 300€.

- pour 380€ et plus : réception d'une paire de Spektr pro au prix de 380€ au lieu de 450€.

- pour 1000€ et plus : personnalisation du Spektr pro au monde visuel du contributeur (choix de la couleur et de la broderie).

## **Conclusion :**

De cette étude, il ressort que les porteurs de projets dans les startups, en faisant appel au Crowdfunding, acquièrent plus d'avantages par rapport aux moyens traditionnels de financement.

A la différence de ces moyens, le Crowdfunding lorsqu'il est bien mené, assure aux porteurs de projets une collecte rapide de la somme demandée, avec l'obtention du soutien de toutes les personnes intéressées par le projet.

En fait, pour bien réussir, le Crowdfunding des startups nécessite de la part du porteur du projet une bonne préparation en termes de :

- détermination du contenu promotionnel de la campagne avant son lancement ;
- construction d'une communauté autour du projet avant son lancement ;
- fixation avec précision du montant visé par le projet ;
- choix d'une plateforme de Crowdfunding reconnue à l'échelle mondiale ;
- choix du moment du lancement de la campagne du Crowdfunding. De même pour la durée de la campagne qui ne doit pas être assez longue ;
- définition de contreparties intéressantes.

Enfin, il est nécessaire de donner suffisamment de temps pour chaque étape, et ne pas se précipiter à passer à l'étape suivante, car cela peut se répercuter négativement sur la réussite de la campagne du Crowdfunding.

## Références bibliographiques

- <sup>1</sup> : Nicolas Rauline, « Les Etats-Unis, centre du monde pour les start-up, loin devant l'Europe », Les Echos, 03/08/15, <http://www.lesechos.fr/>
- <sup>2</sup> : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Startup>
- <sup>3</sup> : Groupe Coface, « La France, une terre propice au développement des startups ? », LES PUBLICATIONS ÉCONOMIQUES DE COFACE, Février 2015, [www.coface.fr](http://www.coface.fr)
- <sup>4</sup> : Student.be, « Startup et PME : Quelles sont les différences? », 29/02/2016, <http://www.student.be/>
- <sup>5</sup> : Ibid.
- <sup>6</sup> : Entrepreneur Club, « Comment trouver les types de financement adaptés à ma startup ? », 03 mai 2016, <http://entrepreneurclub.orange.com/>
- <sup>7</sup> : Autorité des marchés financiers AMF, « Financement participatif - Crowdfunding : Présentation », <http://www.amf-france.org/>
- <sup>8</sup> : Centre national du théâtre, « Le Crowdfunding », [www.cnt.asso.fr](http://www.cnt.asso.fr)
- <sup>9</sup> : Louis Cazemajour, « La place du Crowdfunding Philantropique », Centre d'étude et de recherche sur la philanthropie, [www.cerphi.org/](http://www.cerphi.org/)
- <sup>10</sup> : Ibid.
- <sup>11</sup> : Michaël Riga, « Le Crowdfunding : bilan et perspectives », UNIVERSITE CATHOLIQUE DE LOUVAIN, Belgique, 2013-2014, [www.ipdigit.eu](http://www.ipdigit.eu)
- <sup>12</sup> : Anne, « Crowdfunding : Se lancer sans passer par la case Banque », VivaBee, 2016, <http://www.vivabee.com/>
- <sup>\*</sup> : AdoctA : Plateforme d'études marketing en ligne.
- <sup>13</sup> : Michaël Riga, op.cit.
- <sup>14</sup> : Anne, op.cit.
- <sup>15</sup> : Louis Cazemajour, op.cit.
- <sup>16</sup> : Petite entreprise, « Crowdfunding : avantages et inconvénients », 20 octobre 2014, <http://www.petite-entreprise.net/>
- <sup>17</sup> : Hoel Le Gallo, Isabelle Viennois et Emmanuel Autier, « Le financement participatif de la transition énergétique : état des lieux et perspectives », Energypoint, 30 novembre 2015, <http://energypoint.bearingpoint.com/>
- <sup>18</sup> : Ibid.
- <sup>19</sup> : Latoilescoute, « 10 conseils pour réussir son Crowdfunding », 27 novembre 2013, [www.latoilescoute.net](http://www.latoilescoute.net)
- <sup>20</sup> : The business plan shop, « 7 conseils pour réussir votre campagne de Crowdfunding », [www.thebusinessplanshop.com](http://www.thebusinessplanshop.com)
- <sup>21</sup> : Mavilab, « Méthodologie pour recourir au Crowdfunding », 09/02/2016, <http://movilab.org/>
- <sup>22</sup> : Ibid.
- <sup>23</sup> : Lélia De Matharel, « Crowdfunding : réussir sa levée de fonds en 10 leçons », journal du net, 24/06/2013, <http://www.journaldunet.com/>
- <sup>24</sup> : <https://www.kickstarter.com>
- <sup>25</sup> : Ibid.
- <sup>26</sup> : Damien hypolite, « Pebble, la montre connectée qui bat des records sur Kickstarter », SCIENCES ET AVENIR, 27/02/2015, [www.sciencesetavenir.fr](http://www.sciencesetavenir.fr)

<sup>27</sup> : Unilend, « Les 5 projets les plus innovants financés par le crowdfunding », Figaro partner, 13/08/2015, <http://unilend.lefigaro.fr/>

<sup>28</sup> : Juliette Raynal, « C.H.I.P : l'ordinateur à 9 dollars qui cartonne sur Kickstarter », Industrie et Technologies, 11/05/2015, <http://www.industrie-techno.com/>

<sup>29</sup> : Juliette Raynal, « Batband : le casque qui utilise les os du crâne pour propager le son », Industrie et Technologies, 23/10/2015, <http://www.industrie-techno.com/>

<sup>30</sup> : Juliette Raynal, « Cannybots, le jeu de robots qui cartonne sur Kickstarter », Industrie et Technologies, 13/10/2015, <http://www.industrie-techno.com/>

<sup>31</sup> : <https://www.kisskissbankbank.com>

<sup>32</sup> : Ibid.