

# CROWDFUNDING, MODE D'EMPLOI POUR LES ÉDITEURS

Fiche pratique réalisée par



## DÉFINITION

- Le **crowdfunding** ou **financement participatif** est l'ensemble de techniques et de méthodes mises en œuvre pour lever des fonds, dans le but de réaliser un projet.
- Il est généralement utilisé **en complément** d'autres outils de financement tels que les prêts d'honneur, les emprunts bancaires, les subventions.
- C'est également une façon de **se faire connaître** du grand public et de **constituer une « communauté »** qui soutiendra par la suite les projets d'une structure (ou d'un groupe de personnes). Pour cela, il existe des **plateformes sur internet**, qui capitalisent les fonds ; ces fonds sont ensuite reversés aux initiateurs et détenteurs du projet.

## Ce financement participatif peut prendre plusieurs formes : don, prêt ou investissement

Les données ci-dessous se basent sur la situation observée en France et sur la législation française.

<p><b>Don</b> <i>Crowdfunding</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Don sans contrepartie</li><li>➤ Don avec une contrepartie « <i>Reward-based Crowdfunding</i> » (contreparties graduées : marque-page, sac à l'effigie de la maison d'édition, exemplaire signé, tirage limité, etc.)</li><li>➤ Préventes / précommandes de l'ouvrage par exemple pour lequel la ou les maisons d'édition ont fait cette campagne.</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>• Don moyen : 60-70 euros<sup>1</sup></li><li>• Montant moyen collecté : 3 000 à 5 000 euros</li></ul> <p><i>Cette forme reste la plus adaptée pour des projets portés par des maisons d'édition.</i></p>
<p><b>Prêt</b> <i>Crowdlending</i></p>	<p>Ce type de prêt est surtout utilisé pour financer les dépenses non prises en charge par les banques ou non éligibles à des subventions, comme le besoin de liquidité par exemple ou des projets d'investissements immatériels. Une fois le projet abouti, soit les investisseurs récupèrent l'argent qu'ils ont avancé pour le projet, soit ils touchent en plus de celui-ci des intérêts : il y a deux formes de <i>crowdlending</i> (avec ou sans intérêt).</p> <p>Durée maximale du prêt : 7 ans</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Plafond : 2 000 euros pour un projet rémunéré et 5 000 euros s'il ne l'est pas.</li><li>• Montant moyen des contributions : entre 100 et 300 euros suivant si le prêt est rémunéré ou non.</li><li>• Montant moyen collecté : 1 000 à 200 000 euros en fonction du type de prêt.</li></ul>

<sup>1</sup> Source : <http://financeparticipative.org/>

<p><b>Investissement</b> <i>Crowdequity</i></p>	<p>L'investisseur participe au capital d'une société. L'investissement peut être en capital (le financeur est rémunéré sous forme de dividendes ou de plus-values réalisées lors de la cession des titres), en obligations (sa rémunération prend la forme d'intérêts) ou en royalties (sa rémunération prend la forme de commissions sur le chiffre d'affaires). Cette forme est particulièrement utile pour financer le développement de projets innovants ou peu prisés par les investisseurs traditionnels ou pour permettre de compléter les financements nécessaires à l'aboutissement du projet. La prise de participation ouvre dans certains cas à un avantage fiscal pour les investisseurs.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribution moyenne : 400 à 6 000 euros</li> <li>• Montant moyen collecté : 40 000 à 500 000 euros en fonction du type d'investissement.</li> </ul>
---	--

Il existe une réglementation très précise concernant les plateformes de financement participatif suivant les formes que ce dernier prend. Cela dépend aussi des pays et des législations en vigueur. Des agréments sont délivrés à la plateforme par les États et il est important de vérifier que celle-ci répond à [la législation en vigueur](#) avant d'entreprendre tout projet.

### **Annuaire de plateformes de *crowdfunding* (liste non exhaustive)**

- Le portail (en France) [TousNosProjets.fr](http://TousNosProjets.fr) proposé par Bpifrance
- Le [répertoire des plateformes membres de FPF](#) (en France)
- Le site (en France) [Trouverlebonfinancement.fr](http://Trouverlebonfinancement.fr)
- Le site (pour les pays hispanophones) <https://www.universocrowdfunding.com/principales-plataformas-crowdfunding/>
- Le site (pour les pays anglophones) <https://www.crowdfunding.com/>

## **LES GRANDES ÉTAPES D'UNE OPÉRATION DE CROWDFUNDING**

### **Avant la campagne**

Vous devez évaluer :

- Le **degré de maturité** du projet : le projet ne doit pas être à l'état d'ébauche.
- Vos **réseaux personnels et professionnels** (la « communauté » autour du projet) : ce sont eux qui soutiendront le projet à ses débuts et aideront à sa diffusion. La qualité de votre réseau est primordiale. Cette communauté peut reposer aussi sur le réseau d'un partenaire partie prenante du projet, ou de l'auteur d'un livre par exemple.
- Les **moyens de communication** de votre maison d'édition : newsletter, réseaux sociaux, articles de presse, etc.
- La **présence de partenaires** intéressés par le projet : vous pourrez bénéficier le cas échéant de leurs carnets d'adresses.
- Le **temps et l'énergie** importants que cette campagne demandera (il faudra parfois même envisager d'embaucher un chargé de communication pour le projet, ou de faire appel à un professionnel indépendant pour cette mission).
- Le **budget nécessaire** pour lancer la campagne de communication (par exemple : vidéos, réalisations d'éléments graphiques, embauche ponctuelle...).

Par ailleurs, certains points sont cruciaux pour garantir la réussite de votre projet :

- Avez-vous un produit ou un prototype à montrer ? Une vidéo de présentation ?
- Avez-vous une histoire à raconter qui donne envie d'en faire partie ? Est-ce novateur ou d'utilité publique ?
- Quelles contreparties proposez-vous et quel est leur coût ?

N.B : la plateforme que vous aurez choisie vous conseillera en amont et durant la campagne mais c'est à vous de statuer sur le temps imparti, les contreparties, etc. Il est essentiel de mettre en place une véritable campagne de communication : il faudra réussir à capter l'attention et convaincre !

### **Pendant la campagne (40 jours maximum)**

- **Solliciter vos proches (la communauté** que vous aurez constituée) pour leur demander de « partager » l'information et la diffuser sur les réseaux sociaux
- Animer **au quotidien** la campagne (par exemple : publications d'extraits d'un livre, entretien vidéo avec l'auteur) : comme pour les réseaux sociaux, il est important d'entretenir un lien très régulier avec les personnes qui vous suivent
- **Promouvoir la campagne** : *storytelling*, mailings, newsletters, animation des réseaux sociaux, communiqués et dossiers de presse.

### **Fin de la campagne**

**Si la collecte aboutit dans le temps imparti :**

- L'argent est reversé 72 heures après la date de fin de la collecte.
- Pour fonctionner, les plateformes prennent une commission sur le montant des sommes récoltées (5 à 12 %).
- Les investisseurs attendent leurs contreparties promises, qu'il est important de remettre dans les délais annoncés. Il faut donc les prévenir via la plateforme pour tout retard ou imprévu même quand la campagne est finie.
- Si ce premier projet de *crowdfunding* en annonce d'autres, il est important de conserver l'attention et la confiance des donateurs, en respectant les délais par exemple. Ce sera déjà un public acquis pour les futurs projets.
- Les discussions et les commentaires publics sur la plateforme vous permettront aussi d'avoir un retour sur la campagne et d'apprendre à connaître le public qui vous a soutenu, de tirer leçons de cette expérience pour d'autres projets à venir.

**Si celle-ci n'aboutit pas**, c'est ce que l'on appelle une « opération blanche » et tous les dons sont retournés aux investisseurs. La plateforme ne prélèvera pas de pourcentage.

## LA CAMPAGNE DE CROWDFUNDING : RETOUR D'EXPERIENCE DES UTILISATEURS

Un projet ...	DON (82 %)	PRET (15 %)	INVESTISSEMENT (17 %)
...découvert via...	L'entourage (62 %)	L'entourage (46 %)	L'entourage (41 %)
...un montant de...	La moitié a versé 50 € au moins	La moitié a versé 300 € au moins	De 2 800 € en moyenne (soit une somme importante pour 66 % des personnes)
...dont la motivation est de...	Soutenir un projet local (49 %), aider une connaissance (44 %)	Soutenir un projet local (43 %), aider une connaissance (21 %)	Soutenir un projet local (44 %), aider une connaissance (25 %)
...un usage de la plateforme...	Très facile pour 49 %	Très facile pour 38 %	Très facile pour 48 %
...générant une satisfaction...	Très forte (59 %)	Très forte (42 %)	Très forte (36 %)

Source : [https://www.challenges.fr/finance-et-marche/agriculteurs-cadres-jeunes-ces-francais-qui-misent-sur-le-financement-participatif\\_587314](https://www.challenges.fr/finance-et-marche/agriculteurs-cadres-jeunes-ces-francais-qui-misent-sur-le-financement-participatif_587314)

## LES POINTS FORTS D'UNE CAMPAGNE DE CROWDFUNDING POUR UN PROJET ÉDITORIAL

- ✓ **Le suivi** : la plateforme que vous choisissez vous conseille, vous propose des formations (parfois gratuites) et vous suit durant toute la campagne.
- ✓ **La connaissance du public** : le *crowdfunding* fait connaître la maison d'édition et ses projets ; c'est une campagne de communication et de partage d'information. Indirectement, cela vous permettra de faire une étude de marché. Les participants peuvent ainsi donner leur opinion sur le projet, sur les espaces de discussion publics de la plateforme. Si la campagne échoue, il conviendra de déterminer pourquoi et d'en tirer les leçons. Si elle réussit, les participants deviendront les promoteurs de vos futurs projets.
- ✓ **Une relation unique avec le public** : le *crowdfunding* permettra un véritable échange entre les promoteurs du projet et les investisseurs. Cette stratégie de communication communautaire fédère alors un public autour d'une cause ou d'un projet et une telle campagne a pour vocation de toucher un public de plus en plus large, voire international. D'une certaine façon, le *crowdfunding* permet de co-construire un projet avec le public, de par sa dimension participative et évolutive. De futurs projets peuvent naître si le public s'identifie et se retrouve dans les idéaux et les causes défendues.
- ✓ **Un mode de financement solidaire et « alternatif »** : il permet de financer un projet en se passant des banques (ou des subventions selon les cas) et dans des délais relativement courts pour les projets de petite taille.

## CONTRAINTES ET DIFFICULTÉS

- ✓ **Tous les projets ne sont pas adaptés** : il faut en général un caractère visuel fort. La bande dessinée et les beaux livres rencontrent entre autres un fort succès. Pour les ouvrages de sciences sociales ou de littérature, il est conseillé de s'appuyer sur un réseau déjà construit autour de la cause de l'ouvrage (pour un ouvrage sur l'écologie, les réseaux écologistes

existants pourront diffuser le projet ; pour un ouvrage sur le féminisme, ce seront les réseaux féministes...).

- ✓ **Taux d'échec important** : 30 à 50 % des campagnes de *crowdfunding* se soldent par un échec. Généralement, les échecs sont liés à une campagne de communication mal gérée, à un manque de clarté du projet, à une somme d'argent demandée trop importante, etc.
- ✓ **Investissement en temps et en argent** : une campagne de *crowdfunding* demande un grand investissement en temps et donc en ressources humaines, qu'il faut anticiper en amont de la campagne. Toute une campagne de communication est à mettre en place, le public est à relancer quotidiennement. Il faut donc se préparer financièrement et humainement pour une campagne de communication quotidienne sur plusieurs semaines.

### Sources et documentations

- Agence française entrepreneur : <https://www.afecreation.fr/pid14215/crowdfunding.html> (18/06/2018)
- Financement participatif France : <http://financeparticipative.org/barometres-crowdfunding/barometre-du-crowdfunding-2017/> (18/06/2018)
- Le blog du Labo de l'édition : <https://labodeledition.wordpress.com/2014/01/28/crowdfunding-comment-financer-son-projet-editorial/> (18/06/2018)
- La ruche : <https://laruche.wizbii.com/18311-checklist-campagne-crowdfunding/> (18/06/2018)
- Challenges : [https://www.challenges.fr/finance-et-marche/agriculteurs-cadres-jeunes-ces-francais-qui-misent-sur-le-financement-participatif\\_587314](https://www.challenges.fr/finance-et-marche/agriculteurs-cadres-jeunes-ces-francais-qui-misent-sur-le-financement-participatif_587314) (18/06/2018)

### Merci !

Cette fiche pratique a été réalisée par Djamilatou DIALLO – que l'Alliance remercie vivement !  
Merci aussi à toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de cette fiche (Lorraine, Mariette, Delphine...), en partageant et transmettant leurs expériences.



Réseau de **550 maisons d'édition**  
de **53 pays** dans le monde en faveur de la bibliodiversité  
[www.alliance-editeurs.org](http://www.alliance-editeurs.org)  
[Facebook](#) / [Twitter](#)  
[equipe@alliance-editeurs.org](mailto:equipe@alliance-editeurs.org)