

FINANCEMENT PARTICIPATIF

Les Nordistes bientôt tous mécènes sur la Toile ?



Adeptes du financement participatif, Christophe Masson et Natasa Bogosa viennent de lancer Cowfunding, la première plateforme du genre dans la région.



A Gravelines, le gigantesque chantier du navire Jean-Bart espère des coups de cœur (30 000 euros).



A Grande-Synthe, une nouvelle génération d'éoliennes à voiles pourrait alimenter 50 foyers (20 000 euros).



Audrey Marchand veut transformer un bus en café itinérant pour les familles béthunoises (1 200 euros).



Il reste 40 jours à Lucie pour réunir les 1 200 euros et réaliser son rêve : visiter le musée Harry Potter.

LES CLÉS

1. Définition

Répandu dans le monde de la musique, où on a vu le chanteur Grégoire lancé grâce aux producteurs-internautes de My Major Company, le crowdfunding (littéralement financement par la foule) décolle. C'est, selon l'Autorité des marchés financiers, « un mécanisme permettant de récolter des fonds (généralement de petits montants) auprès d'un large public, en vue de financer un projet créatif ou entrepreneurial ». Pour financer son rêve à l'heure de la crise économique, les petits ruisseaux font les grandes rivières...

2. Pionnier

Un jeune couple basé à Lille vient de créer Cowfunding, première plateforme du Nord - Pas-de-Calais misant sur le don en échange d'une contrepartie. Il fédère déjà porteurs de projet enthousiastes et généreux contributeurs.

3. Enjeux

Le crowdfunding vise aussi les entreprises. Le Slip français, marque récente d'un entrepreneur de 28 ans, fabrique grâce aux 22 252 euros récoltés en trois mois le slip qui sent bon, dans une entreprise de Saint-André à qui il donne un nouveau souffle.

Pas d'inquiétude si vous ignorez que ce qu'est le financement participatif : vous êtes comme 80 % des Français. Le « crowdfunding » comme on l'appelle en Grande-Bretagne où il a émergé, puis aux États-Unis où il a essaimé, vient de débarquer pour de bon dans le Nord - Pas-de-Calais. Un jeune couple basé à Lille a lancé une plateforme régionale, baptisée Cowfunding, où à l'heure de la crise, on finance les projets de ses voisins, entre troc et prêt solidaire. Sachant qu'on peut tous devenir mécènes...

PAR CLAIRE LEFEBVRE
region@lavoxdunord.fr
PHOTOS SEVERINE COURBE
ET REPROS « LA VOIX »

► **Décollage.** « Le crowdfunding est là pour ceux qui ne sont pas des héritiers », a déclaré la semaine dernière la ministre Fleur Pellerin lors des assises du financement participatif à Bercy. Ils sont nombreux. En quinze jours à peine, la plateforme Cowfunding – jeu de

mots avec la vache (cow), mascotte des fondateurs, Christophe Masson et Natasa Bogosa (ci-contre) – a rassemblé une dizaine de porteurs de projet sollicitant la confiance des internautes d'ici et d'ailleurs. Elle a attiré 6 000 visiteurs (21 000 pages vues). Plus de 5 000 euros ont été collectés.

► **Ancrage régional.** Après la bretonne Octopousse née il y a deux ans, Cowfunding est la deuxième petite sœur régionale des plateformes nationales voire internationales comme Ulule, MyMajorCompany, KissKissBankBank, etc. Depuis leur base lilloise, ses fondateurs soutiennent des projets disparates, allant de l'éolienne à voiles à Grande-Synthe (collecte espérée : 20 000 euros) à une section hockey en fauteuil roulant à Lambersart (5 600...). Ce sont les internautes qui décident s'ils verront le jour. Moins vacharde que la télé-réalité, Cowfunding propose deux principes : le « tout ou rien » (le projet, par exemple la réalisation d'un CD, ne se réalise que si l'objectif est atteint, sinon le contributeur est remboursé) ou « au mérite » (le projet, par exemple une action humanitaire, est réalisable même avec moins d'argent). « Le fait que la plate-

forme soit régionale est un plus : on échange avec des gens près de chez nous mais qu'on ne connaît pas forcément, pour Audrey Marchand, qui demande 3 300 euros pour lancer le Caféméléon, bus qui ira à la rencontre des familles du Béthunois. On pourrait demander une subvention, mais on aime l'idée que ce bus sera là grâce à Untel et Untel qui partagent nos valeurs. »

► **Effet boule de neige.** Des valeurs couvées par la plateforme. « Notre premier projet hébergé est lié au handicap, pas par hasard, explique Christophe Masson. Il est sous-représenté dans le crowdfunding, alors que des parents et des associations bouillonnent d'idées mais sans l'aide financière et morale. » Cowfunding pourrait réaliser le rêve de Lucie, 17 ans (aller au musée Harry Potter à Londres). Sandrine Demoustier, de Visons la lune, à Villeneuve-d'Ascq, explique : « On organise des tombolas,

des spectacles, mais le crowdfunding nous permettrait de rassembler plus vite les 1 200 euros tout en créant un réseau pour avoir des prestations gratuites. On n'a rien à perdre mais peut-être tout à gagner ! »

► **L'accès à l'emprunt diminuant, c'est un vrai complément à la finance traditionnelle.**

Le financement par la communauté n'est pas nouveau (les impressionnistes échangeaient leurs tableaux contre des repas !), mais il mise désormais sur Internet. « Même sans argent, on peut participer : en cliquant pour partager sur les réseaux sociaux ! », précise Natasa. La notoriété aussi attire les porteurs de projet. « Le but est de répercuter ce qui nous tient à cœur », explique Isabelle Delcroix-Naulais. Cette militante féministe lilloise veut lancer un jeu prônant l'égalité salariale pour les entreprises. La collecte de Rabah Aggar, créateur douaisien de jouets,

est encore à zéro : « Mon jeu sortira quand même. J'espère juste trouver des distributeurs. »

► **Contreparties.** C'est donc une affaire de doux rêveurs... aux pieds bien sur terre. Et un échange de bons procédés. Entre le porteur de projet (il a 35 jours pour récolter 5 000 euros en moyenne) et la plateforme intermédiaire, qui empoche 5 % sur la collecte plus 3 % de frais bancaires. Aussi entre le porteur de projet et le contributeur, via des contreparties. Moins des retours sur investissement que des plus-values symboliques (un goûter avec Lucie), ludiques (une visite du navire selon son grade de donateur, du mousse solidaire au vice-amiral), loufoques (une photo au volant du Caféméléon pour la fête des Pères 2014). « L'accès à l'emprunt diminuant, le crowdfunding est un vrai complément à la finance traditionnelle », estime Audrey Marchand. Mais je crains qu'à force de solliciter l'internaute, cela ne s'essouffle. » Chez Cowfunding, on est optimiste, avec en ligne de mire le monde des start-up et des PME, qui ont elles aussi plus que jamais besoin de mécènes... riches d'idées. ■

ZOOM

Mode d'emploi

► Sur Cowfunding.fr Cliquer sur les différents projets proposés par la plateforme, découvrir où en est la collecte et à quoi elle va servir, mais aussi la contrepartie que vous pouvez espérer. Vous pouvez choisir un projet et cliquer sur « Contribuer » pour verser quelques euros (paiement sécurisé par le leader européen du financement participatif). Vous pouvez aussi laisser un commentaire. Il suffit de consulter le site pour voir si votre projet obtient sa cagnotte ou non...

► Un guide

Un guide régional sera lancé jeudi : Tout ce que vous avez toujours voulu savoir pour réussir votre campagne de crowdfunding (sans jamais avoir osé le demander). Il a été rédigé par Nicolas Dehorter, consultant spécialiste du financement participatif, et Blandine Lebourg, de la Plaine Images à Tourcoing, pôle et incubateur régional à la pointe de la révolution numérique : des conseils pratiques et des témoignages pour savoir comment financer ses rêves. Guide à consulter sur www.plaine-images.fr

Le « slip qui sent bon » : très Net

Soutenir, par le crowdfunding, la création d'un slip... qui sent bon ? Il fallait oser. Guillaume Gibault s'est lancé ; il ne l'a pas regretté. Après s'être notamment fait connaître pendant la dernière présidentielle en parodiant les slogans de candidats (« Le changement de slip, c'est maintenant », pour François Hollande ; « La France forte en slip », pour Nicolas Sarkozy), le jeune patron du Slip français, qui surfe depuis un peu plus de deux ans sur la vague du made in France, a profité de ce mode de financement pour lancer ce produit inédit. Pour son « slip qui sent bon », il espérait recueillir avant l'été 10 000 euros grâce aux internautes ; au final, ce sont 22 252 euros qui ont été collectés via le site My Major Company ! En contrepartie, et selon le montant du don, les contributeurs ont reçu des porte-clés du Slip français, un des premiers exemplaires du « slip qui sent bon »...

« Le client consomme d'une façon nouvelle »

« Sans le crowdfunding, nous n'aurions pas pu lancer ce projet, admet sans ambages Guillaume Gibault. Ça nous a permis, très vite, de commencer les tests dermatologiques, de développer le parfum... » Ce projet a eu des répercussions dans la région puisque les mille « slips qui sentent bon » ont été fabriqués chez Lemahieu, à Saint-André (à côté de Lille), spécialisé

dans les sous-vêtements et les technologies de pointe, comme la microencapsulation. Une entreprise créée en 1947 et labellisée, depuis un peu plus d'un an, « Origine France garantie ». Ces deux-là étaient donc faits pour s'entendre : non seulement ils valorisent l'un et l'autre le savoir-faire français mais ils développent aussi des produits innovants. D'ailleurs, leur collaboration est scellée : tous les nouveaux sous-vêtements lancés par le Slip français (boxers, slips, caleçons...) seront produits chez Lemahieu.

Guillaume Gibault estime toutefois que le crowdfunding est aujourd'hui « mal compris en France » : « Il est assimilé à une levée de fonds, affirme-t-il, alors qu'il s'agit simplement d'une commande en avance. Le client consomme d'une façon nouvelle, il participe par la même occasion à un projet. » Fort de son premier succès, le créateur du Slip français, dont la société est très branchée sur les réseaux sociaux, envisage de faire financer un deuxième projet via le financement participatif : un slip... connecté ! ■

MATTHIEU DELCROIX



Les mille premiers exemplaires du « slip qui sent bon » sont sortis de l'usine Lemahieu, à Saint-André, avant l'été. PHOTO « LA VOIX »

« Investir avec une dimension affective »

En lançant il y a deux semaines la première plateforme régionale de financement participatif, baptisée Cowfunding, Christophe Masson, un Dunkerquois voyageur et ex-directeur marketing de l'office de tourisme de Lille, et Natasa Bogosa, pianiste et musicologue originaire de Serbie, sont des pionniers.

- Quel est l'intérêt de lancer une plateforme régionale ?

« Le tissu associatif du Nord - Pas-de-Calais est l'un des plus denses de France, près des marchés belge et néerlandais où l'économie collaborative est déjà développée : des atouts pour faire connaître et développer le concept. Avoir un ancrage régional permet aussi d'avoir une dimension affective, de mettre en avant une communauté de valeurs – nous sommes sensibles aux projets liés au handicap. Mais ça ne nous empêche pas de réunir des porteurs de projet de Paris, d'Alsace ou d'Équateur ! »

- Êtes-vous des utopistes ?

« Non ! Nous sommes très pragmatiques au contraire. Le crowd-



La mascotte de la plateforme Cowfunding. PHOTO SEVERINE COURBE

finding est en train d'exploser : on mise sur 80 % de croissance par an en France ! Tous les jours une nouvelle plateforme se crée dans le monde : investir dans son domaine d'intérêt près de chez soi est dans l'air du temps et fait partie des besoins actuels. On re-

donne du sens aux nouvelles technologies qui nous ont éloignés de nos voisins. En outre, on ne lance pas une collecte comme on jeterait une bouteille à la mer. Notre rôle est de vérifier la maturité d'un projet et que son porteur a déjà un réseau, aussi de définir l'objectif et la durée de la collecte. On est en quête d'idées innovantes, pas de gens qui veulent ouvrir une friterie. Par la suite, on voudrait aussi accompagner, en plus des particuliers et des associations, des entreprises émergentes. Enfin, on se rémunère. On espère quinze nouveaux projets par mois pour pouvoir vivre de Cowfunding dans un an et demi, et créer des emplois. »

- Participer à une collecte, c'est faire une BA ?

« Ce n'est pas un don mais une contribution, ce qui implique davantage. Vous financez quelque chose de concret, qui favorise l'innovation près de chez vous et plus loin, et vous attendez un retour, même symbolique. Ce n'est pas de la générosité 2.0, c'est gagnant-gagnant. » ■ C. L.