

Table des matières

Avant-propos9

PARTIE 1

Les dangers cachés du crowdfunding :
entre fragilité certaine et résilience indéterminée

PROMESSES..... 15

Chapitre 1 -Principe de fonctionnement
du crowdfunding..... 15

Chapitre 2 - Les fantasmes du crowdfunding..... 19

A. Démocratisation de l'accès au financement.....21

B. Révolution du système de financement.....27

C. Désintermédiation et neutralité30

D. Proximité du financement.....33

Chapitre 3 - Rôle indiscutable du crowdfunding
dans le développement de l'économie.....35

A. Comblent le *funding gap*36

B. Jouer le rôle de *lead investor*.....36

C. Faciliter la création d'entreprise37

PROBLÈMES.....39

Chapitre 4 - Cupidité et déresponsabilisation des plateformes actuelles de crowdfunding39

A. Manque de flexibilité et de fonctionnalités..... 39

B. Confidentialité et sécurité problématiques 40

C. Ambiguïté et surenchère du discours marketing..... 41

D. Cynisme de la communication sur la dilution 43

E. Évaluations pernicieuses et propositions financières peu amicales...44

Chapitre 5 - L'aveuglement des contraintes réglementaires excessivement prudentes49

A. Des règles trop lourdes et trop faciles à enfreindre accidentellement 49

B. Le coût d'un prospectus est très loin de correspondre à sa valeur ajoutée..... 51

C. Grosso modo les mêmes obligations que les banques et les organismes financiers..... 55

D. Une atteinte exagérée à la liberté de spéculer..... 56

E. L'intérêt spéculatif des particuliers est patent..... 58

Chapitre 6 - Ne comptez pas sur la plateforme pour vous rembourser !..... 61

Chapitre 7 - Le crowdfunding ne perce pas en Belgique 63

Chapitre 8 - Les dérives du crowdfunding 67

A. Exemples de campagnes de crowdfunding qui dégénèrent..... 69

B. La coresponsabilité des escroqueries ne doit pas incomber aux sites 71

C. Faut-il craindre les arnaques ?..... 72

PROBLÈMES39**Chapitre 4 - Cupidité et déresponsabilisation
des plateformes actuelles de crowdfunding39**

- A. Manque de flexibilité et de fonctionnalités 39
- B. Confidentialité et sécurité problématiques 40
- C. Ambiguïté et surenchère du discours marketing 41
- D. Cynisme de la communication sur la dilution 43
- E. Évaluations pernicieuses et propositions financières peu amicales...44

**Chapitre 5 - L'aveuglement des contraintes
réglementaires excessivement prudentes..... 49**

- A. Des règles trop lourdes et trop faciles à enfreindre
accidentellement..... 49
- B. Le coût d'un prospectus est très loin de correspondre à sa valeur
ajoutée51
- C. Grosso modo les mêmes obligations que les banques et
les organismes financiers55
- D. Une atteinte exagérée à la liberté de spéculer56
- E. L'intérêt spéculatif des particuliers est patent58

**Chapitre 6 - Ne comptez pas sur la plateforme
pour vous rembourser !61****Chapitre 7 - Le crowdfunding ne perce pas
en Belgique.....63****Chapitre 8 - Les dérives du crowdfunding.....67**

- A. Exemples de campagnes de crowdfunding qui dégénèrent69
- B. La coresponsabilité des escroqueries ne doit pas incomber
aux sites71
- C. Faut-il craindre les arnaques ?72

**Chapitre 9 - Les procédures de tri ont une faible
valeur ajoutée..... 75**

- A. Les processus de sélection de projets sont à géométrie variable ..75
- B. Le crowdfunding n'est pas la panacée financière..... 76
- C. L'implication de la foule dans la sélection de projets
est surestimée !.....77

Chapitre 10 - Platitude des plateformes 81

- A. Indigence des conseils81
- B. Profusion de services annexes payants83
- C. Des statistiques peu fiables84
- D. Grande disparité dans les services proposés.....85
- E. Lourds tarifs d'intermédiation 86

**Chapitre 11 - Le crowdfunding est en train de
perdre son ADN.....89**

- A. Les acteurs traditionnels s'y engouffrent89
- B. Les acteurs traditionnels ne se sentent pas en danger.....93

**Chapitre 12 - Le crowdfunding est une activité
difficilement rentable 95**

- A. Le business modèle actuel n'est pas idéal.....95
- B. Seule une poignée de sites parvient à engendrer des volumes ..98
- C. Peut-on construire un modèle rentable qui ne soit pas basé
sur les frais de transaction ?102

PIEGES105**Chapitre 13 - Le rendement annoncé n'est jamais
garanti... et ne sera probablement jamais atteint... 105**

- A. Nids de vipères105
- B. Viviers de sangsues109
- C. Miroir à alouettes !.....110

Chapitre 14 - Quasi impossibilité de récupérer sa mise avant l'échéance	115
Chapitre 15 - Il fleure comme un petit air de bulle sur la planète crowdfunding.....	119
PÉRILS	123
Chapitre 16 - Foisonnement d'offres rivales plus compétitives	123
A. De nombreuses solutions de remplacement existent	123
B. l'alternative <i>Syndicate Fundin g</i>	125
C. Facteurs externes qui affectent la rentabilité de l'industrie du crowdfunding	128

PARTIE 2

Un nouveau type de plateforme de crowdfunding

LE MODÈLE <i>ContributorDating</i>©	137
Chapitre 1 - Constats	137
A. Le marché du <i>seed investment</i> est fragmenté et peu structuré ..	137
B. Les particuliers préfèrent qu'on leur laisse l'initiative	139
C. La sélection est trop classique et trop consensuelle	142
D. Inanité du soutien aux mini-investisseurs	144
E. Pas ou peu d'aiguillage vers les bons relais	145
Chapitre 2 - Présentation de la solution <i>ContributorDating</i>©	147
A. Générateur de rencontres entre porteurs de projet et contributeurs privés	147
B. Utilisateurs du service	148
C. Business modèle élémentaire	149

Chapitre 14 - Quasi impossibilité de récupérer sa mise avant l'échéance 115

Chapitre 15 - Il fleure comme un petit air de bulle sur la planète crowdfunding 1 19

PÉRILS 123

Chapitre 16 - Foisonnement d'offres rivales plus compétitives 123

- A. De nombreuses solutions de remplacement existent 123
- B. L'alternative *Syndicate Funding* 125
- C. Facteurs externes qui affectent la rentabilité de l'industrie du crowdfunding 128

PARTIE 2

Un nouveau type de plateforme de crowdfunding

LE MODÈLE *ContributorDating*© 137

Chapitre 1 - Constats 137

- A. Le marché du *seed investment* est fragmenté et peu structuré ..137
- B. Les particuliers préfèrent qu'on leur laisse l'initiative 139
- C. La sélection est trop classique et trop consensuelle 142
- D. Inanité du soutien aux mini-investisseurs 144
- E. Pas ou peu d'aiguillage vers les bons relais 145

Chapitre 2 - Présentation de la solution *ContributorDating*© 147

- A. Générateur de rencontres entre porteurs de projet et contributeurs privés 147
- B. Utilisateurs du service 148
- C. Business modèle élémentaire 149

- D. Comparaison avec une plateforme type d'appariement classique 150
- E. Principe novateur 152

Chapitre 3 - Objectifs de l'outil 155

- A. Révolutionner le parcours des porteurs de projet 155
- B. Initier un cercle vertueux , 157

Chapitre 4 - Fonctionnement de l'outil 159

- A. Comment ça marche ? 159
- B. Visibilité de l'utilisateur au sein du service 161
- C. Les principales fonctionnalités du service 162
- D. L'algorithme de *ContributorDating* 165
- E. Fiches et types de recherches concernant les projets 166
- F. Fiches et types de recherches concernant les contributeurs 178
- G. Fiches et types de recherche concernant les intermédiaires 189

Conclusion 201

Annexes 205

Annexe 1 – Type de recherche de projet ou de start-up : version complète 205

Annexe 2 – Errance de la valorisation des startups 223

Annexe 3 – Estimation du volume de fonds collectés dans le monde en 2015 par l'ensemble des plateformes de crowdfunding 225

Lexique 227

Bibliographie 237