

# Table des matières

Avant-propos .....9

## 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 neutralité .....30

D. Proximité du financement.....33

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

A. Comblent le *fundings gap* .....36

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

C. Faciliter la création d'entreprise .....37

**PROBLÈMES.....39**

**Chapitre 4 - Cupidité et déresponsabilisation des plateformes actuelles de crowdfunding .....39**

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 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 perçoit 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

**PROBLÈMES .....39****Chapitre 4 - Cupidité et déresponsabilisation  
des plateformes actuelles de crowdfunding .....39**

- 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  
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

**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 conseils .....81
- B. Profusion de services annexes payants .....83
- C. Des statistiques peu fiables .....84
- 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 engouffrent .....89
- 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

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

- A. Nids de vipères .....105
- B. Viviers de sangsues .....109
- C. Miroir à alouettes !.....110

<b>Chapitre 14 - Quasi impossibilité de récupérer sa mise avant l'échéance .....</b>	<b>115</b>
<b>Chapitre 15 - Il fleure comme un petit air de bulle sur la planète crowdfunding.....</b>	<b>119</b>
<b>PÉRILS .....</b>	<b>123</b>
<b>Chapitre 16 - Foisonnement d'offres rivales plus compétitives .....</b>	<b>123</b>
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**

<b>LE MODÈLE <i>ContributorDating</i>© .....</b>	<b>137</b>
<b>Chapitre 1 - Constats .....</b>	<b>137</b>
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
<b>Chapitre 2 - Présentation de la solution <i>ContributorDating</i>© .....</b>	<b>147</b>
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**