

Dans quelle mesure le crowdfunding permet-il à un étudiant ou jeune diplômé de se lancer dans l'entrepreneuriat ?

Étudiant ou jeune diplômé, vous avez un projet entrepreneurial ? Vous cherchez du financement ? Le crowdfunding (« financement participatif » en français) peut vous y aider.

De récentes études ont montré que les PME françaises seraient sujettes à un manque de financement de 60 milliards d'euros, d'ici 3 ou 4 ans. Pour enrayer cette tendance, le financement participatif se dévoile comme un moyen alternatif pour lever des fonds.

Ce phénomène, venu des États-Unis, prend de l'ampleur. Les chiffres en France sont éloquentes : les fonds collectés ont été multipliés par 3 en un an, de 2012 à 2013, atteignant les 78.3 millions d'euros. Face à cette expansion, la législation s'adapte : dernière réglementation du jour, le 1^{er} octobre 2014, favorisant aussi bien les porteurs de projet que les contributeurs.

Jusqu'où ira cette expansion ? Et comment tirer son épingle du jeu ? En particulier en tant qu'étudiant/jeune diplômé, porteur de projet entrepreneurial. Présenter son projet sur Internet et récolter des fonds : quoi de plus simple pour certains. La réalité est tout autre.

Tout d'abord, quelle forme de crowdfunding choisir ? Le don avec ou sans contrepartie, l'achat par anticipation, le prêt ou encore l'entrée en capital. Le mode qui semble le plus adapté aux étudiants/jeunes diplômés est le don avec contrepartie. Il crée du lien entre le porteur de projet et le contributeur et apparaît comme le moyen le plus rapide, facile et moins risqué pour les deux parties.

Après avoir opté pour le mode de crowdfunding, faites un tour du côté des plateformes spécialisées. Que vous choisissiez MyMajorCompany, Ulule ou autre, les actions à réussir sont les mêmes pour parvenir à lever son objectif de fonds.

La présentation du projet est primordiale. Elle est votre vitrine et

doit convaincre aussi bien le particulier du coin de la rue que les investisseurs rodés. Après avoir présenté son projet sur la plateforme choisie, le chemin n'est pas fini. Tout au long de la campagne de levée de fonds, la communication est essentielle. Il faut faire parler de soi, parvenir à fédérer une communauté qui deviendra les ambassadeurs de votre projet.

Le principe du crowdfunding repose sur cet esprit de collaboration et cet effet viral. On a pu voir des projets comme celui des Français de « Lima » atteindre les 1.229.074\$ pour 69.000\$ d'objectif, mais aussi une multitude de projets qui n'ont pas réussi leur levée de fonds par manque d'implication au long de leur campagne. Le crowdfunding est viral mais cette viralité a un point de départ : vous-mêmes. Sans implication, comment impliquer les autres ? Surtout s'il s'agit d'inconnus. Pour réussir sa campagne, il est intéressant de prendre exemple sur les projets qui ont réussi mais sans faire de copier/coller car c'est votre authenticité qui amènera les contributeurs à vous aider.

Il ne faut pas aussi oublier que le crowdfunding sert à « se lancer », c'est le coup de pouce d'amorçage. Souvent le financement ne s'arrête pas au crowdfunding, d'autres besoins de financement se font sentir au cours de l'avancée du projet. Ce qui est également fréquent est de ne pas demander toute la somme nécessaire directement et fixer un montant en-dessous pour montrer que vous mettez vous aussi la main à la pâte. Fixer un bon objectif de collecte dès le départ est donc à ne pas négliger.

Vous l'aurez bien compris le crowdfunding ne sert pas qu'à amasser de l'argent. Se lancer dans l'entrepreneuriat via le crowdfunding en tant qu'étudiant/jeune diplômé permet de récolter de l'argent certes mais aussi de fédérer une communauté autour de soi qui croit en votre projet et le soutient via leur participation. Il s'agit là d'un moyen de tester son projet directement sur le marché, sans prendre de grands risques contrairement au financement classique par la banque (endettement,

risque de refus sans avoir même testé son idée, etc.).

En-soi le crowdfunding présente beaucoup d'avantages mais requiert pour cela beaucoup de contreparties pour le porteur de projet. On n'a rien sans rien.

Le crowdfunding permet à un étudiant/jeune diplômé de se lancer, mais jusqu'où et jusqu'à quand ?

La plupart des projets financés par le crowdfunding correspondent à des petits montants de quelques milliers d'euros. Le budget est restreint mais correspond en général à celui des étudiants/jeunes diplômés se lançant dans un projet. Si le projet prend de l'ampleur, un mode de financement complémentaire sera nécessaire.

Face au phénomène, on se demande jusqu'à quand le marché continuera son expansion, à quand la saturation ? En France, les grands acteurs du début tels que Ulule et KissKissBankBank

« Les PME françaises seraient sujettes à un manque de financement de 60 milliards d'euros, d'ici 3 ou 4 ans. »

commencent à être profitable tandis qu'une multitude de nouvelles plateformes apparaissent. Ajouté à cela, et si les grands

acteurs américains comme Kickstarter entraient sur le marché européen ? En allant encore plus loin, et si un réseau social tel que Facebook entrait en jeu, en ajoutant simplement un bouton « Financer » à une page de projet ? La concurrence serait d'une telle férocité, qu'il n'y a nul doute qu'un nombre important d'acteurs n'aura pas la chance de survivre. Le risque est également qu'en plus d'une saturation du marché, une saturation de l'esprit des particuliers se produise, qu'ils en aient assez d'être sollicités de toute part pour financer tel ou tel projet. Et les jeunes dans tout cela, comment leur donner la chance de donner vie à leurs idées ? Se rediriger vers les banques ? Il n'est pas sûr qu'elles aient changé de politique de financement d'ici là.

D'ici une potentielle saturation du marché, pourquoi ne pas se lancer si l'on a l'envie et la possibilité ? En tant qu'étudiant/jeune diplômé, la réussite ou l'échec sera bénéfique car il s'agit d'une enrichissante expérience à la fois professionnelle et humaine.