

Comment et pourquoi utiliser le financement participatif ?

AUVERGNE-RHONE-ALPES
SPECTACLE
VIVANT



Crowdfunding, what's that ?!

Mise en relation d'un porteur de projet avec une communauté de contributeurs pour financer son projet.



Les modèles du Financement Participatif

Don



 Kiss Kiss
Bank Bank.com

4 K€

Prêt





130 K€

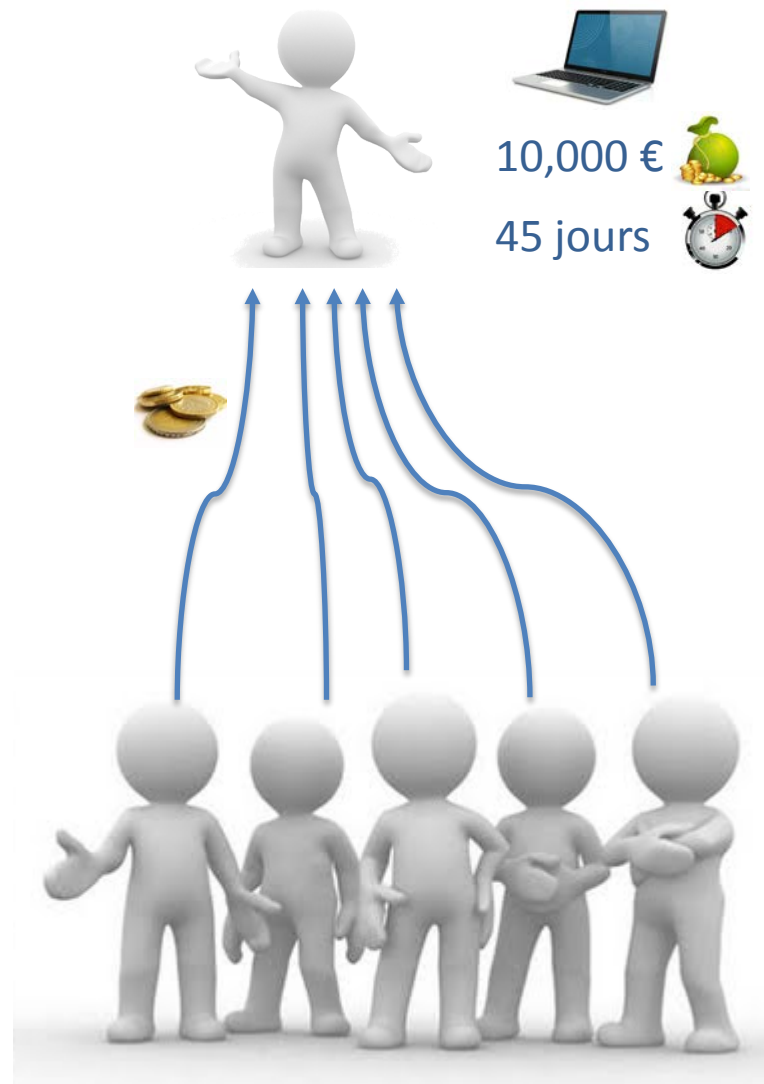
Equity



Incit'financement
Auvergne-Rhône-Alpes

400 K€

Fonctionnement d'une campagne de don

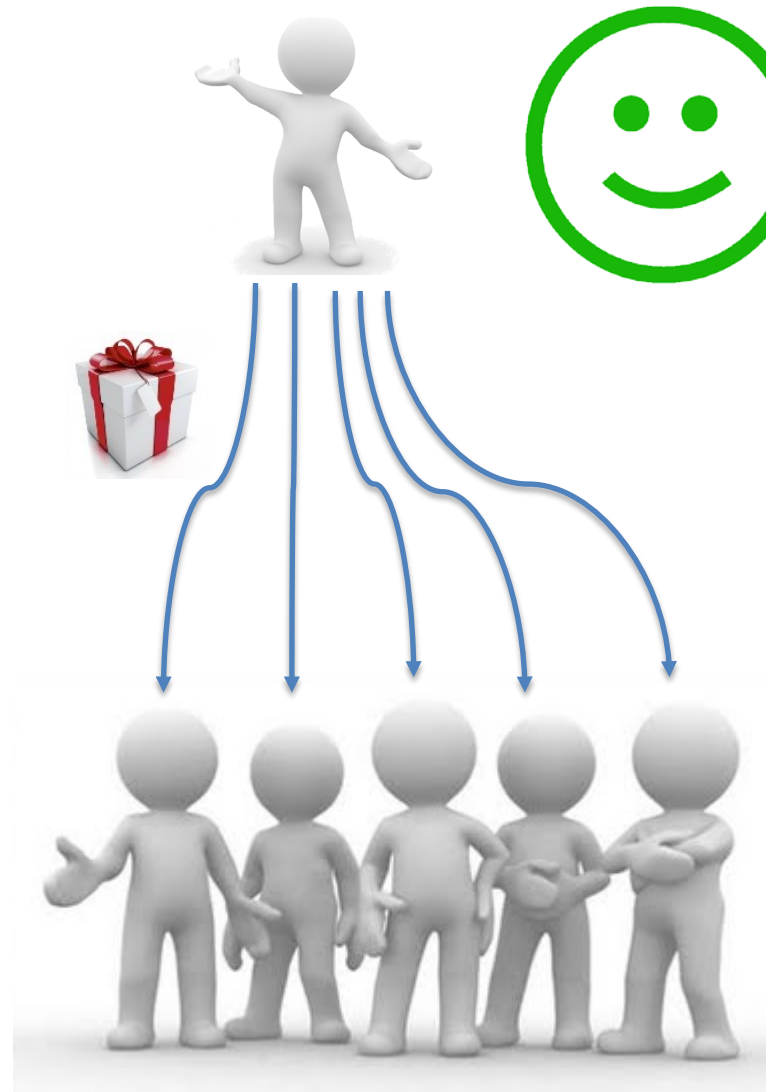




Objectif
(ex : 10,000 €)



Fonctionnement d'une campagne de don



Réussite !





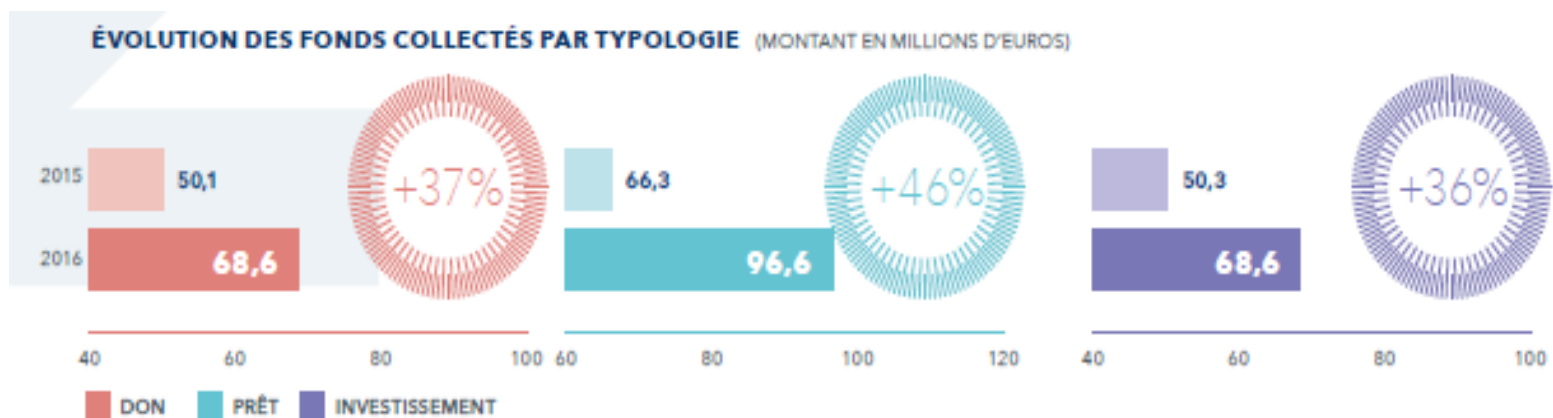
1^{er} palier d'objectif
(ex : 10,000 €)



Fonctionnement d'une campagne



Les chiffres de 2016⁽¹⁾



CONTRIBUTION MOYENNE PAR PROJET (EN EUROS)

Don sans récompense	Don avec récompense	Prêt rémunéré	Prêt non rémunéré	Obligations	Prêt en minibons	Investissement en capital
62	63,4	415	66	3 622	631	6 343



(1) Source Finance Participative France

Les clés de succès d'une campagne de crowdfunding

#1

Les questions à se poser avant de se lancer

Suis-je en mesure d'expliquer mon projet en 2 phrases ?

Ce projet s'adresse-t-il au grand public (BtoC) ?

Ai-je une communauté (clients, réseau) qui suit mon entreprise ?

Une présence significative sur les réseaux sociaux ?

Un potentiel de communication autour de mon projet ?

Puis-je proposer des contreparties à mes donateurs ?

Ai-je du temps (et de l'argent ?) à consacrer à ma campagne ?



#2

Les bonnes raisons de faire un crowdfunding



Vérifier si mon concept rencontre son public

Obtenir une preuve de marché (pour des investisseurs, des banquiers,...)

Créer une communauté autour de mon projet et une notoriété pour ma marque



La mauvaise raison : gagner de l'argent !

#3

Comment construire ma page projet

En 3 mots, votre page doit être : **claire, esthétique et synthétique**

Structurer votre page pour y trouver les éléments :

- ✓ Quel est le projet ?
- ✓ Qui est le porteur de projet ? Votre histoire ?
- ✓ Où, quand et comment il se met en œuvre ?
- ✓ A quoi servira le financement
- ✓ Si l'on dépasse...
- ✓ Les partenaires / parrains / sponsors

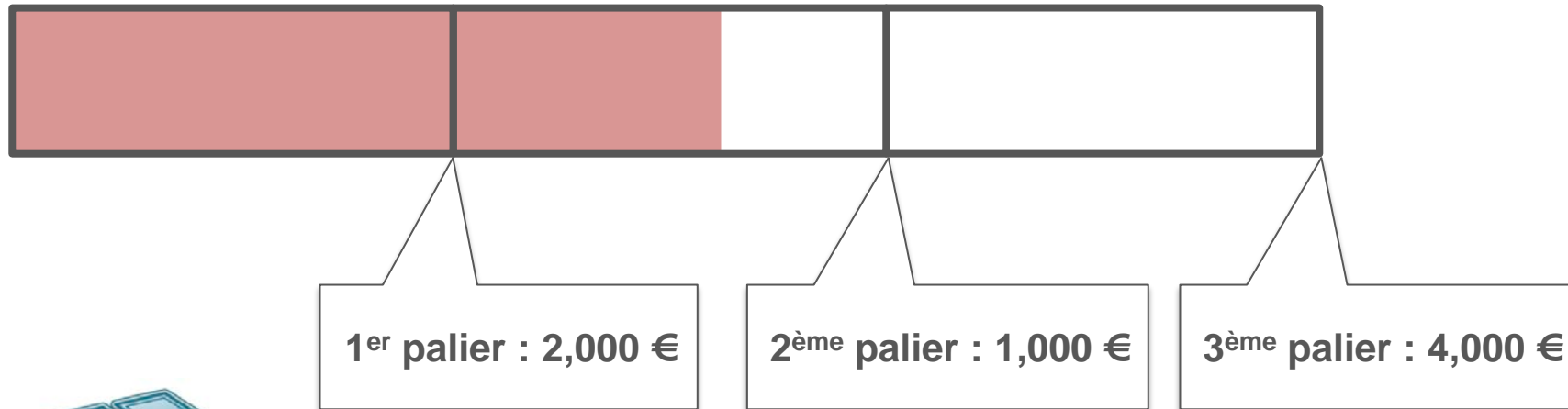
Vidéo de présentation obligatoire :

- ✓ 1 à 2 min max, qui se termine avec un « call to action »
- ✓ En anglais / français si le marché l'exige



#4

Bien définir son objectif de collecte



Quelques statistiques



Sur les plateformes françaises, en moyenne une campagne lève entre 3,000 et 4,000 €



Les projets qui lèvent plus de 10,000 € représentent moins de 1 % des projets

Conclusion : choisissez un objectif réalisable avec un premier palier suffisant pour réaliser à minima votre projet



#6

Quelle durée de campagne

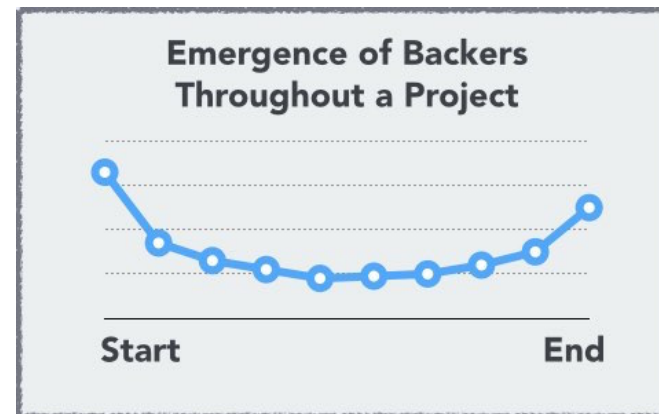
A définir entre 30 et 90 jours

Ce n'est pas parce que la campagne est plus longue que l'on collecte plus !

67% des campagnes réussies sont sur 30 à 40 jours

Eviter les fins de campagne un week-end

Augmenter la durée si la campagne chevauche des vacances



#7

Quelles contreparties

4 types de contreparties :

- des contreparties symboliques (remerciement sur page Facebook...)
- des goodies
- votre produit service (avec réduction sur le futur prix d'achat)
- expériences de vie

Attention :

- la contrepartie autour de 50 € est souvent centrale : elle doit donner envie



#8

L'animation, le nerf de la guerre !



Une communication **régulière, abondante et positive** (ne pas quémander)

Il y a un avant... → préparer sa communauté, la constituer

... un pendant → remercier, répondre aux questions, inciter au partage

... et un après ! → tenir informé, expédier les contreparties

#8

L'animation, le nerf de la guerre !

Etape 1 :

Ecrire des emails personnalisés à ses contacts, puis aux adresses extraites de vos amis Facebook, LinkedIn,...

Etape 2 :

Partager votre projet sur les réseaux sociaux en invitant à partager un maximum et bien sûr, à contribuer !

Inviter vos partenaires / sponsors / parrains à parler de votre projet à leur tour

Etape 3 :

Créer de la viralité sur les réseaux sociaux (sponsoring de campagnes,...)

Prévoir des relais presse, radio, etc.

Kocoriko !

Première plateforme de
financement participatif dédiée aux
projets 100 % Auvergne-Rhône-Alpes

Kocoriko, ses atouts...

1 - Une plateforme régionale

Une communauté de porteurs et de donateurs qui se reconnaissent et s'épaulent par affinité de proximité

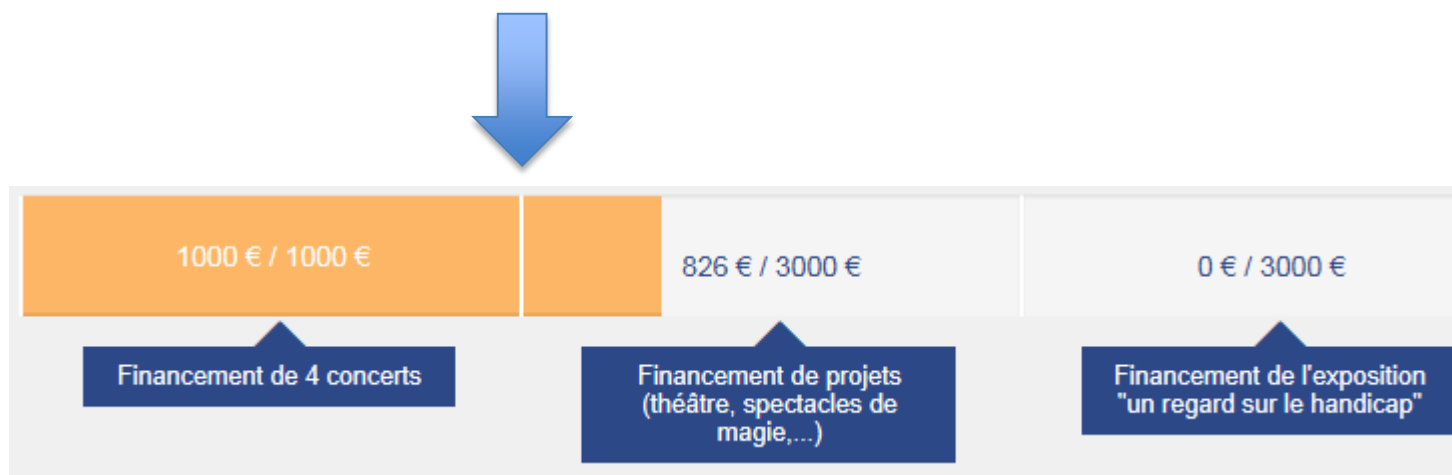
Kocoriko, ses atouts...

2 - Un accompagnement humain

pour qualifier le projet et organiser la campagne de levée de fonds.

Kocoriko, ses atouts...

3 - Une campagne sécurisée par des paliers



Kocoriko, ses atouts...

4 – Sponsoring et mécénat participatif

Fonds de Dotation Banque Populaire Auvergne Rhône Alpes double les dons pour les projets d'Intérêt Général (dans la limite de 1,500 €/projet)

Appel à projet entrepreneurial Banque Populaire