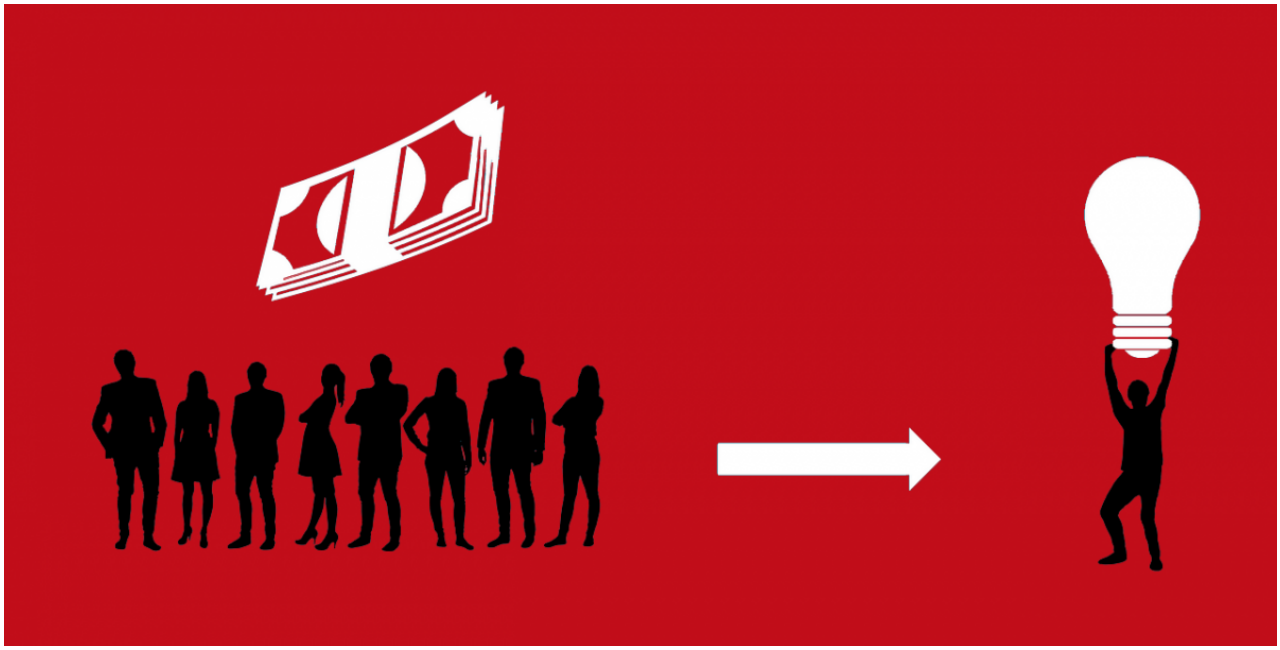
Le crowdfunding, une autre manière de financer et de communiquer !

02 mai 2018

Cette méthode de financement est apparue dans les années 2000 et depuis elle ne cesse de se développer. En 2016, **128 millions de francs** auraient été levés de cette manière en Suisse selon Bilan.

Ce **« financement par la foule » peut prendre trois formes : le don, le prêt et la prise de participation**. Dans toutes les situations, on retrouve une plateforme qui se pose en intermédiaire entre les projets cherchant un financement et les personnes privés. Les projets pouvant être financés sont divers et variés, cela va d'un nouvel album de musique à la prise de participation dans une start-up du secteur de l'horlogerie.

Le crowdfunding le plus connu et le plus repandu est celui sous forme de dons. En échange de la somme d'argent qui est donnée, la personne reçoit toutefois une contrepartie en lien avec le projet. Par exemple un accès en exclusivité et à des conditions préférentielles au nouveau produit, un exemplaire du produit, un accès gratuit au service pour un temps donné etc. Il y a autant de contreparties possibles que de projets existants. Cette méthode est souvent utilisée pour lancer un nouveau produit à destination du grand public, des projets culturels, sociaux, privés etc



Les deux autres formes de crowdfunding sont moins connues du grand public et s'adressent à des profils d'investisseurs plus avertis car la contrepartie est soit une reconnaissance de dettes (un prêt avec intérêt) soit une ou des parts dans l'entreprise. Ces méthodes sont généralement plus appropriées à des projets d'une certaine envergure comme des start-up ou des projets immobiliers, dont le montant est généralement plus important. Les projets sont très diversifiés.

Le choix d'une méthode par rapport à l'autre va dépendre de la nature du projet, du souhait d'ouvrir ou non son capital, de la cible client du produit ou service, du montant ou encore de l'effet marketing recherché.

Du fait que le système soit basé sur une plateforme en ligne, la réussite d'une campagne de crowdfunding est intimement liée à la capacité à communiquer de la structure qui porte le projet. Il s'agit de convaincre ses clients cibles et son réseau. De fait les campagnes sont un puissant outil marketing qui peut avoir plusieurs effets souhaités. Par exemple, dans le cas d'un nouveau produit ou service cela peut permettre de tester rapidement l'adhésion ou non du client cible au produit et ainsi corriger rapidement si nécessaire. **C'est une manière de financer une première série**

Promove - Promotion économique
Rue de la Gare 2, C.P. 1460
1820 - Montreux (Switzerland)

+41 21 963 48 48
info@promove.ch

tout en communiquant autour et en créant une première communauté de clients.

Cécile Enjolras, responsable de projet, Promove : +41 21 943 48 48 | Email | LinkedIn