

Le commentaire



**CYRIL
DEMARIA**

notre correspondant
permanent à Zurich

Le risque du crowdfunding est de désarmer la masse des investisseurs face à des chefs d'entreprises habituellement d'ores et déjà en situation de supériorité, du fait de leur maîtrise de l'information et de la gestion de l'entreprise. La négociation de pactes d'actionnaires, mais aussi le contrôle de la gestion, et l'exercice des droits politiques et économiques des investisseurs sont déterminants pour une saine gestion, et l'assurance d'un alignement d'intérêts entre investisseur et entrepreneur. Si ce type de financement est indéniablement utile, il appelle à une réglementation pour éviter la fraude et d'éventuels «ponzi scheme» ou autres abus. Il pourrait aussi ouvrir la voie à l'émergence d'une microfinance en pays développé. En effet, les micro-prêts sont notoirement coûteux à gérer pour les acteurs financiers classiques. L'implication de particuliers, appuyés par un cadre réglementaire adapté, pourrait répondre à un besoin de ressources humaines volontaires et motivées. CD

Crowdfunding Masses sages ou faibles?

Face à l'immobilisme croissant des investisseurs et des banques, le crowdfunding se fait une place. Une désintermédiation qui n'est pas sans risque.

«**C**ut the middleman!». Comme beaucoup d'innovations technologiques éliminant les intermédiaires, le crowdfunding, c'est-à-dire le financement direct d'entreprises par les particuliers, est une arme à double tranchant. Il rompt avec l'immobilisme prévalant en matière de financement des PME, notamment les plus risquées telles que les jeunes pousses. En revanche, le crowdfunding expose les particuliers à des asymétries d'information, d'expertise et de savoir-faire potentiellement préjudiciables.

La motivation de Philipp Steinberger, dirigeant de C-Crowd AG fondée en novembre 2010, fut celle d'un conseil d'entreprise «fréquemment confronté à l'inefficacité du processus d'une levée de fonds». Pour les entreprises en recherche de sommes inférieures à un million de francs, le bénéfice est clair. Comme l'explique Mathias Böhm, dirigeant de SuitArt à Zurich, société spécialisée dans le costume sur-mesure abordable et de qualité, «le principe du crowdfunding est très attractif. Non seulement c'est un vecteur de marketing auprès de notre clientèle naturelle, mais même les investisseurs les plus modestes peuvent accéder au capital de SuitArt».

Pour les start-ups

De fait, les plate-formes de crowdfunding comblent un vide important dans le panorama des financements d'entreprises non cotées. Le premier est le financement des entreprises hors des secteurs-stars des technologies de l'information, des biotech et des cleantechs, largement délaissées par les fonds de capital-risque. Le second est l'amorçage et les premiers

tours pour des projets encore largement émergents et délaissés par les fonds de capital-risque. C-Crowd déclare ainsi avoir déjà rassemblé 700 000 francs suisses de financement depuis mi-avril 2011 pour des start-ups. Dans le cas de SuitArt, 80% des particuliers concernés ont investis entre 1000 et 5000 francs (le reste, des montants plus substantiels), d'après C-Crowd.

Risques bien réels

La frontière avec l'appel public à l'épargne, fortement réglementé, est néanmoins assez mince. Les frais de listing (5% des montants levés) sont élevés et comparables à ceux de banques d'affaires, dans le cadre d'introductions en Bourse. Mathias Böhm n'hésite d'ailleurs pas à comparer les conditions de négociation sur C-Crowd à celles prévalant sur les marchés cotés. Même si théoriquement les investisseurs du crowdfunding doivent être représentés au Conseil d'administration des sociétés, le pouvoir et la représentativité de cette représentation peuvent être questionnés.

La Finma oblige les plate-formes de crowdfunding à se soumettre à la réglementation des intermédiaires financiers. Cependant, l'autorité ne peut se substituer à la vigilance et à l'expertise nécessaires au métier d'investisseur. Les business angels suisses disposent d'une plate-forme moderne, car ils doivent désormais faire la preuve de leur sérieux et refuser l'emballage qui prévaut aux Etats-Unis, notamment en matière de financement d'entreprises dédiées au grand public. ■

Par Cyril Demaria