

# Un coup de pouce financier à vos projets

Envie de créer sa boulangerie, relancer son activité ou simplement changer son four ? **Le financement participatif peut vous aider !**

**D**ÉJÀ ÉVOQUÉ DANS NOS COLONNES, LE CROWDFUNDING OU FINANCEMENT PARTICIPATIF, permet à des porteurs de projet de collecter des fonds auprès des particuliers en échange de contreparties (don contre don), via un site en ligne, tel que Kiss Kiss Bank Bank, Ulule ou Tudigo. Prisé des TPE-PME, ce dernier se présente comme une plateforme de proximité. « Notre but est de permettre aux gens d'être acteurs du développement de leur territoire et aux entrepreneurs locaux de trouver des fonds pour se lancer ou étendre leur activité », précise Aurélie Lauriot-Dit-Prévoist, sa cofondatrice. Charge à son équipe d'accompagner les porteurs de projet à chaque étape de leur campagne, la



Avec le financement participatif en ligne, gagnez en notoriété et en apport financier.

première consistant à définir un budget, entre 3 000 et 15 000 € dans la boulangerie-pâtisserie, suivant les plateformes et les projets (compléter un apport en vue d'une création, soutenir un plan d'agrandissement ou acquérir un nouvel équipement). Mieux vaut cependant ne pas être trop gourmand pour s'assurer de toucher les fonds récoltés, ces derniers étant virés seulement si l'objectif est rempli à 100 % minimum. Le cas échéant, vous ne recevez rien. En cas de succès, la somme est rapidement versée, moins la commission de la plateforme, 8 % du total en général. Pour optimiser ses chances, il est possible d'introduire différents paliers, par exemple de 5 000, 10 000 et 15 000 €. Dès le premier niveau atteint, vous êtes assuré de percevoir (au moins) le montant correspondant. Autres avantages du financement participatif : il permet de tester son futur marché et

mobiliser une communauté de soutiens actifs.

### Montrer sa motivation

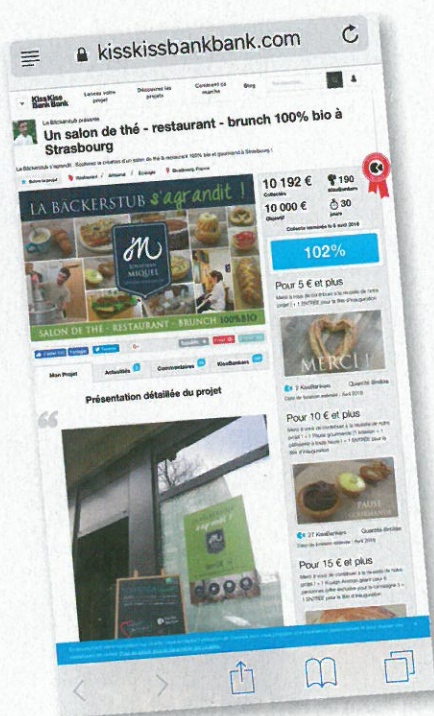
Revers de la médaille : le dispositif requiert du temps et de l'énergie pour promouvoir sa campagne. En amont, il s'agit de créer une belle page de présentation en ligne. « Il faut raconter son histoire, montrer sa motivation, détailler l'usage des fonds, en essayant d'impliquer au maximum les internautes », prévient Aurélie Lauriot-Dit-Prévoist. Textes courts et jolies photos bienvenus. Côté durée, mieux vaut partir sur 45 jours maximum. Plus long, cela peut s'avérer complexe en termes d'animation. Car une campagne réussie nécessite des actions régulières, on et off line. En respectant la règle des « trois cercles », c'est-à-dire solliciter d'abord ses proches, puis les amis de ses amis, et enfin le grand public, voire les médias et les (éventuels) partenaires. Certains s'appuient sur leur

### 4 conseils à suivre

- \* Etre réaliste et raisonnable sur ses objectifs.
- \* Rester transparent dans l'usage des fonds.
- \* Etre généreux dans les contreparties.
- \* Préparer son plan d'actions semaine par semaine.

répertoire clients pour communiquer, quand d'autres organisent des événements de présentation. Dans tous les cas, une fois opérationnel, ne tardez pas (trop) pour livrer les contreparties prévues (suivant les dons, de 5 à 1 000 € : viennoiseries, panier gourmand, abonnement pain, atelier pâtisserie, privatisation de salle...). Question de confiance réciproque. ❖

**Barbara Guicheteau**



La boulangerie La Bäckerstub a soigné sa page projet sur Kiss Kiss Bank Bank.