

Investir dans une start-up, un jeu risqué

> **Patrimoine**
Swisscom veut démocratiser le financement participatif en invitant les banques dans la danse

> Une nouvelle plateforme, Raizers, débarque en Suisse

> Les jeunes pousses sont très friandes de cette forme de capital



La start-up de jeux vidéo Sunnyside. Ses créateurs ont récolté 25 145 francs en 60 jours. De gauche à droite, Loïc Duboux, Gabriel Sonderegger, Mathieu Bonvin, Dario Galizia, Daniel Néphi Müller. LAUSANNE, 24 SEPTEMBRE 2014

Marie-Laure Chapatte

Comment donner naissance à *Towaga*, ce jeu d'arcade qui mettra en scène un prêtre de lumière sur iPhone? Pour se lancer, les quatre jeunes associés de l'agence lausannoise Sunnyside Games ont décidé cette année d'avoir recours au financement participatif, *crowdfunding* en anglais. Ils ont choisi la plateforme suisse Wemakeit et ont récolté 25 145 francs en 60 jours. Quelque 70 personnes – dont les deux tiers sont issus du cercle familial et amical – ont donné entre 5 et 7000 francs pour financer ce projet. «Les figurines ne marchaient pas. C'est le pourcentage sur les ventes futures du jeu qui a rencontré le plus de succès. Il y a quand même un «inconnu» qui a injecté 4000 francs», sourit Mathieu Bonvin, un des cofondateurs de la société.

Le fait que l'organisation zurichoise Wemakeit ait cédé début septembre sa licence à Swisscom contribuera à l'accélération du financement participatif en Suisse. «Nous sommes encore au début du phénomène, et cette vente permettra de le démocratiser», estime Rea Eggli, cofondatrice de Wemakeit. «Monsieur Crowdfunding» de Swisscom, Andreas Pages explique que «les banques et entreprises pourront personnaliser leur plateforme [de financement] à leur image. Les retours des sociétés qui utiliseront nos services serviront à améliorer en permanence l'outil de base: cette industrie pourra alors vraiment décoller.»

Un premier établissement bancaire – son nom reste pour l'instant secret – utilisera cette solution sur le cloud au premier trimestre 2015.

Les banques cantonales de Genève et Vaud n'ont pas manifesté d'intérêt, contrairement à Raiffeisen. «Nous nous y intéressons et étudions l'introduction d'une telle plateforme», indique son porte-parole.

«Le citoyen lambda qui perd toute sa mise y réfléchira à deux fois avant de recommencer»

Selon une étude de la Haute Ecole de Lucerne, les fonds levés via le *crowdfunding* devraient encore doubler cette année, à plus de 23 millions de francs. Certes, cela représente une goutte d'eau face au marché américain, qui compte les mastodontes Kickstarter et Indiegogo et se chiffre en milliards de dollars. Pour l'heure, «il n'y a aucune réglementation spécifique pour ce secteur», indique la Finma, le gendarme des marchés financiers en Suisse. D'ailleurs, l'auteur de l'étude sur le secteur, Andreas Dietrich, s'inquiète de ce manque

de cadre réglementaire (lire ci-dessous).

Ce marché en ébullition suscite des convoitises. Fondateur entre autres des «Startup Weekend» en Suisse, Alexis Moeckli réfléchissait à lancer sa propre plateforme avant l'annonce du géant des télécommunications. «Je voulais cibler les jeunes pousses, pour financer le départ de leur aventure entrepreneuriale», explique-t-il. A un stade où Investiere, la plateforme phare du pays, n'entre pas encore en matière. Avec un ticket d'entrée à 10 000 francs, le leader helvétique s'adresse à des *business angels* ou managers de grands groupes qui souhaitent diversifier leur portefeuille. Le processus d'accréditation passe par une connaissance de la finance et du capital-risque (investissement dans de jeunes sociétés innovantes): ils sont actuellement un millier à avoir obtenu leur sésame.

«Ces investissements sont risqués, donc nous conseillons de placer au maximum 15% du portefeuille», précise David Sidler, responsable de la communication d'Investiere. «Ce jeu risqué, c'est

également ce qui pourrait nuire à l'industrie à plus long terme, puisque le citoyen lambda qui perd toute sa mise y réfléchira à deux fois avant de recommencer», souligne un financier genevois.

Andy Ryan, fondateur de la société lausannoise 3BaysOver, qui veut réunir les acteurs du voyage dans une place de marché virtuelle, a récolté cet été un demi-million de francs via Investiere, qui complète toujours un tour de financement plus large. «Cela a permis d'étendre le pool d'investisseurs», se félicite-t-il.

«Toute start-up va un jour ou l'autre contacter les responsables d'une de ces plateformes, admet Damien Conus, spécialiste de ces modes de financement. Elles sont devenues incontournables.» Mais pour cet avocat, associé de l'étude CPV Partners à Genève, «ce financement par la multitude engendre d'une part beaucoup d'actionnaires, donc une gestion administrative compliquée pour une jeune structure, et d'autre part une perte de l'engagement personnel de ces nouveaux investisseurs dans le suivi de la start-up.»

Offrir au quidam la possibilité d'investir dans de jeunes pousses innovantes, c'est l'ambition de la future plateforme Raizers, qui ouvrira en Suisse au mois de novembre. «Notre ticket d'entrée sera plus bas [que chez Investiere]

«Il faut éduquer les gens, et gagner de l'argent avec ce modèle n'est pas encore évident»

pour que tout le monde puisse devenir actionnaire, explique Maxime Pallain, chargé du volet helvétique de Raizers. Notre innovation résidera dans le suivi après la collecte, pour que l'investisseur puisse véritablement participer à l'aventure.»

La zurichoise C-crowd s'adresse déjà au plus grand nombre. «Si quelqu'un a 10 000 ou 20 000 francs qu'il souhaite placer, pourquoi ne soutiendrait-il pas de jeunes entrepreneurs, qui constituent l'avenir de l'économie

suisse? Il investit alors son argent dans cinq start-up qui lui plaisent plutôt que dans le fonds d'une grande banque, et au final, de toute façon, le rendement émotionnel sera plus élevé», encourage Philipp Steinberger, fondateur de la plateforme.

L'émotion, c'est également ce que visent d'autres sites helvétiques, comme Ibelieveinyou ou GoHeidi, qui a vu le jour cette année. La première se consacre exclusivement au sport, la seconde offre un ancrage régional, sur Fribourg. Elle se base sur un modèle de précommandes des futurs produits, une pendule transparente pour citer un projet qui a abouti.

S'il est clair que ces plateformes vont continuer à fleurir, le financement participatif constitue-t-il une panacée? Avec des commissions tournant autour de 10%, frais de transactions bancaires compris (voir tableau), les plateformes suisses ont toutes admis qu'elles n'étaient pas rentables, à l'exception d'Investiere, qui ne communique pas sur ce point. «Cela reste quelque chose de nouveau, il faut éduquer les gens, et gagner de l'argent avec ce modèle n'est pas encore évident en Suisse. Nous nous préparons à offrir des services auxiliaires afin d'élargir nos revenus», annonce d'ailleurs Philipp Steinberger. Face à ces difficultés de rentabilité, d'autres plateformes, comme 7Crowd, ont déjà disparu.

Quant à l'entrepreneur en herbe, il fantasme devant certains succès. Ainsi, le drone Hexo + de la société grenobloise Squadrone System, capable de suivre un sportif en action, a levé 1,3 million de dollars mi-juillet sur la plateforme américaine Kickstarter, alors qu'il en cherchait 50 000. Mais les spécialistes rappellent que le jackpot est rare et le financement participatif très exigeant.

«Pour mener une campagne, il faut investir pour créer une belle vidéo et effectuer un important travail de promotion. Cela est très gourmand en temps», relève Sébastien Flury, auteur du blog Startupolic.com. Lui-même n'a pas encore franchi le pas avec sa société bernoise Coteries. «C'est clair, nous distribuons des flyers dans la rue, nous amétons les grandes sociétés. Les jours où nous n'amenons personne sur le site, nous n'avions aucune rentrée d'argent», se souvient Mathieu Bonvin. Un petit marathon marketing qui permettra toutefois à *Towaga* de voir le jour à la fin de l'année.

«Une réglementation est nécessaire»

> Spécialiste de la finance sur Internet, Andreas Dietrich estime qu'un encadrement de ces nouvelles pratiques va intervenir d'ici un à deux ans

une innovation. Et cette dernière n'est rien d'autre qu'une étape logique de la digitalisation de l'économie.

– Faut-il voir cette tendance comme de la philanthropie ou de l'investissement?

– Les deux. Il faut distinguer quatre différentes formes de *crowdfunding*, qui est un terme général: le *crowddonating* (dons sans contrepartie), le *crowdsupporting* (soutien à des projets, contre des biens ou des services, typiquement la société Wemakeit), le *crowdlending* (octroi de prêts en ligne à des particuliers en échange d'un intérêt), et le *crowdinvesting* (financement de start-up par une participation dans l'entreprise).

– Où en est la Suisse dans ce domaine par rapport à d'autres pays?

– En retard! Surtout par rapport aux Etats-Unis et à la Grande-Bretagne. En termes de volume total, l'Allemagne est aussi plus avancée que la Suisse, mais en termes de volume par habitant, nous nous trouvons au même niveau.

– Les personnes qui s'y intéressent sont-elles conscientes des risques?

– Beaucoup de gens ne connaissent pas les différentes formes, ni même le *crowdfunding* en général. Il est évident que cela peut être risqué. Dans une économie qui se porte bien, comme aujourd'hui, les dangers sont limités. Mais l'éventualité de tout perdre existe. D'où le besoin d'une protection de l'investisseur.

– Une réglementation dans le domaine du «crowdfunding» est-elle nécessaire?

– Oui, j'en suis persuadé. De plus en plus d'acteurs – regardez Swisscom – s'y intéressent. Cela me fait penser que des discussions vont intervenir d'ici un à deux ans pour encadrer ces pratiques, avant tout dans le *crowdinvesting* et dans le *crowdlending* qui comportent le plus de risques. Cela dit, il faut faire attention. Si l'on réglemente trop, on risque d'étouffer ce marché en développement et qui a aussi des bienfaits.

Propos recueillis par Mathilde Farine LUCERNE

Les principales plateformes de «crowdfunding» en Suisse

Nom de la plateforme et année de fondation	Focus	Modèle	Projets réalisés	Montant levé (en francs)	Commission
Investiere (2010)	Start-up	Capital-risque	25	10 187 000	6,5% (start-up) et 4,5% (investisseur)
Wemakeit (2012)	Culture, sociétés	Donations et contreparties	798	6 000 000	10%
100-days.net (2012)	Généraliste	Donations et contreparties	310	2 100 000	5%
C-crowd (2011)	Start-up	Capital-risque	3	900 000	10%
GoHeidi (2014)	Sociétés	Sponsoring et précommandes	6	16 000	9,5%
Ibelieveinyou (2013)	Sport	Contreparties	130	60 000	5% et 4% (frais bancaires)

SOURCE: LI. SOCIÉTÉS

Exemple de campagne actuelle: le réseau social lausannois Nodz

Le projet de réseau social lausannois Nodz a démarré le lundi 22 septembre à 19h une campagne de *crowdfunding* sur la plateforme américaine Indiegogo. «Nous cherchons à lever 900 000 dollars, note Lionel Tinguely, cofondateur du projet avec Pascal Bruegger, professeur d'informatique à l'Ecole d'ingénieurs et d'architectes de Fribourg. Notre choix final s'est porté sur Indiegogo pour être vus internationalement. C'est la plateforme qui permet de se faire connaître et de sensibiliser un large public.» Le projet lausannois a 35 jours

pour convaincre de potentiels investisseurs. «Ils ne pourront pas prendre de participations dans notre société mais obtiendront des récompenses non monétaires, précise Lionel Tinguely. Ce qui les anime, c'est généralement de voir le projet de leur rêve se réaliser.» L'équipe d'informaticiens romands a opté pour un financement fixe. «C'est de tout ou rien. Nous percevons les fonds collectés seulement si l'objectif est atteint.» De son côté, la plateforme Indiegogo empêche au passage la somme de 7%. En cas de succès, Lionel Tinguely

prévoit de lancer d'ici à 12 mois un réseau social capable de protéger les données personnelles de ses utilisateurs. «Actuellement, ces fichiers privés peuvent être copiés et dédoublés à volonté. En outre, ils ne se périment jamais», souligne l'informaticien. Il a ainsi conçu une plateforme qui permet d'envoyer des fichiers sans avoir recours à un serveur centralisé. L'utilisateur devra télécharger une application gratuite. Il devra également s'équiper d'un petit boîtier permettant de stocker, gérer ou transférer des données. Ghislaine Bloch

Le Temps: Le «crowdfunding» est-il davantage qu'une mode?

Andreas Dietrich: Oui, clairement. Et il a un potentiel très important. D'autant qu'il ne repose pas sur une idée



vraiment nouvelle, qu'il s'agisse de dons ou de prêts. Seule la plateforme qui permet cette activité représente