

Le Crowdfunding ou financement participatif, une alternative pour le développement du tourisme durable des territoires : étude appliquée à la région d'Occitanie



Sommaire

Présentation générale de l'objet d'étude.....	3
Contexte et problématique de recherche	3
Objectifs	5
Méthodologie	5
Partie I : Analyse descriptive du crowdfunding ou financement participatif	6
1. Les formes de financement du crowdfunding	6
1.1. Les caractéristiques d'une campagne de crowdfunding.....	10
1.2. Les mécanismes de fonctionnement de la campagne de crowdfunding.....	11
1.3. Focus sur les plateformes de crowdfunding.....	12
2. Réglementation et fiscalité, éléments déterminants pour le crowdfunding.....	14
2.1. Cadre juridique et comptable.....	14
2.2. Descriptif financier	17
2.3. La fiscalité applicable aux opérations de crowdfunding	19
3. Le crowdfunding, une opportunité de financement alternative pour le développement des territoires....	20
3.1. Analyse des avantages et risques du crowdfunding.....	20
a. Les avantages.....	20
b. Les risques.....	21
3.2. Un système de partenariat et d'engagement citoyen variés et dynamiques	22
3.3. Des enjeux multiples	23
3.3.1. Un enjeu commercial	23
3.3.2. Un enjeu d'image et de communication.....	24
3.3.3. Un enjeu de qualité : label FPCV.....	25
Partie II : Le crowdfunding ou financement participatif pour les projets Occitanie	26
1. Dispositifs de financement d'une offre touristique écoresponsable pour Occitanie	27
1.1. Mobilités douces	27
1.2. L'aménagement des équipements, des infrastructures d'accueil et petit patrimoine	28
1.3. Circuits courts et agritourisme.....	29
Conclusion.....	32

Présentation générale de l'objet d'étude

Contexte et problématique de recherche

« Nous devons changer nos modes de vie et repenser notre façon de voyager »

Ban Ki-Moon

Cette pensée de l'ancien Secrétaire général de l'ONU (2007-2016) est une invitation voire une alerte pour revoir notre façon de produire et de consommer nos vacances et nos loisirs. Ceci se décline dans les orientations d'un tourisme plus responsable et durable, adoptant une innovation culturelle pour réduire davantage ses émissions de CO2. Par conséquent, les paramètres à surveiller, les leviers à actionner, les tendances à prévoir sont autant d'éléments à prendre en compte par les professionnels et acteurs pour « assainir » voire pérenniser ce secteur pourvoyeur de devises.

Pour cela, il s'agit de responsabiliser chaque maillon de la chaîne touristique en privilégiant une approche ascendante (dite bottom-up) de la plus petite échelle au grand groupe international. En d'autres termes, une dynamique volontariste voire coconstruite qui met en œuvre des actions conjointes entre acteurs publics et privés de la filière. Cette réorientation peut favoriser l'émergence de nouvelles offres pour répondre à un besoin de mutation du système de production, de commercialisation et de consommation du secteur touristique.

C'est en ça que le crowdfunding peut contribuer à faire émerger de nouvelles offres en matière de tourisme durable, qu'il s'agisse de projets de grande envergure ou de petits projets innovants mais qui se butent à des difficultés financières.

Le crowdfunding ou financement participatif est ainsi une révolution financière qui favorise les valeurs de proximité et de consommation collaborative. Ce type de financement implique un réseau d'acteurs (associations, entreprises, individuels, etc.) autour d'un projet souvent d'intérêt solidaire et/ou sociale pour favoriser une sorte d'économie du partage¹.

Dans une perspective de faciliter l'accompagnement lié au financement participatif des projets touristiques dits responsables ou durables à l'échelle locale, la région Occitanie s'inscrit dans une dynamique originale. Rappelons que le tourisme demeure un puissant levier pour l'économie de

¹ Selon l'encyclopédie en ligne **Définitions marketing**, l'économie du partage renvoie à de nouveaux modes de consommation permettant de partager (gratuit ou payant) entre consommateurs, l'usage ou la consommation de produits, équipements ou services.

cette région des Pyrénées à la Méditerranée. Il représente d'ailleurs, la deuxième industrie de la région, devant l'aéronautique, le spatial ou le BTP et derrière l'agro-alimentaire et l'agriculture, soit 10% du PIB régional. (SRDTL, 2017-2021). Face à cette manne financière, le CRTO s'est engagé dans une stratégie de tourisme durable et responsable qui ambitionne non seulement de garantir la pérennité des ressources, du marché touristique et de limiter les impacts négatifs du tourisme sur l'environnement mais aussi d'offrir des prestations de qualité qui répondent aux nouvelles tendances de consommation en vue de créer des retombées économiques équitables et équilibrées sur les territoires concernés.

Ainsi, en tenant compte des orientations stratégiques du CRTO et des spécificités de la région d'Occitanie, on peut se poser un certain nombre de questions pour cerner les contours de notre mission sur le crowdfunding.

- Quels liens existent entre tourisme durable et financement participatif ?
- Quels peuvent être les impacts et les enjeux du crowdfunding sur l'offre de tourisme durable d'Occitanie ?

Répondre à de telles interrogations reviendrait pour nous à mener une étude descriptive et analytique sur les fondements historiques et évolutifs du crowdfunding, sur ses impacts écologiques, économiques et socioculturels qu'il est susceptible d'engendrer et sur les enjeux qu'il sous-tend. Bref, il s'agit d'évaluer en quoi le financement participatif peut-il être une réponse aux projets durables de la région d'Occitanie ?

Étant donné la multiplicité des éléments à étudier, le choix de notre problème de recherche s'est avéré très complexe. Ceci étant, la question principale de recherche retenue est donc la suivante :

Comment le crowdfunding ou financement participatif peut-elle être une alternative de financement et de développement d'une nouvelle offre de tourisme durable au service de la région d'Occitanie ?

Essayer de répondre à une telle question revient pour nous de dresser clairement nos objectifs de recherche.

Objectifs

Notre étude a pour objectif d'appréhender les déterminants du financement participatif ou crowdfunding et leur influence sur l'émergence d'une offre touristique écoresponsable dans la région Occitanie.

De manière spécifique, il s'agit de :

- Décrire les mécanismes et modalités de fonctionnement des plateformes de crowdfunding.
- Identifier les enjeux sous-jacents au crowdfunding.
- Evaluer et proposer des dispositifs de crowdfunding pour les axes de travail du CRTO.

Méthodologie

Pour mieux cerner les objectifs de ce travail sur le crowdfunding, nous avons décidé d'élaborer une méthodologie en deux temps :

- **Un temps de recueil des données à l'aide d'un travail de benchmark des meilleures plateformes de crowdfunding en lien avec l'économie solidaire et sociale.** Il s'agit de ressortir les caractéristiques, les mécanismes de fonctionnements, la réglementation et les enjeux qui sous-tendent ces plateformes. Une analyse SWOT de ces derniers s'en suivent en vue d'en dégager les facteurs clés de succès c'est-à-dire les opportunités de financement alternative pour le développement d'une offre touristique écoresponsables.
- **Un temps d'analyse et de préconisation pour la mise en œuvre d'une plateforme de financement de projets écoresponsables pour la région Occitanie.** Pour cela, il revient à montrer la place de la région dans ce dispositif de financement participatif afin d'en ressortir le modèle adéquat à mettre en place.

En général, ces temps de recherche doivent favoriser l'analyse, la description et l'évaluation en vue de permettre la mise en œuvre de dispositifs de crowdfunding en rapport étroit avec les axes de travail du CRTO.

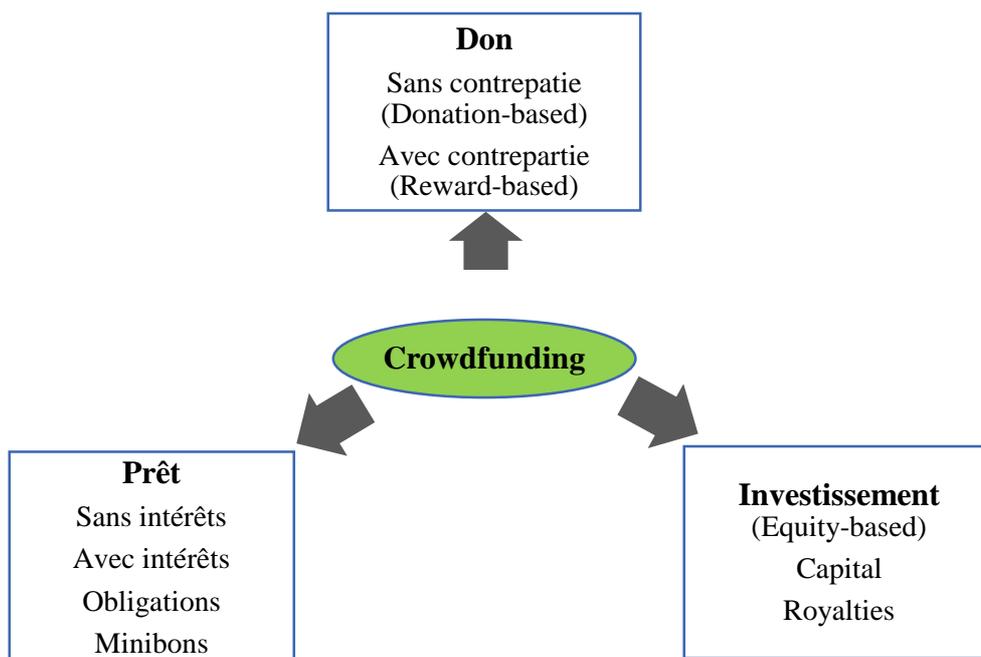
Partie I : Analyse descriptive du crowdfunding ou financement participatif

Le financement participatif, crowdfunding en anglais ou encore sociofinancement au Canada, est la traduction d'une forme de financement par la foule ou les individus. Il est selon Wikipédia, un terme issu du néologisme anglo-saxon crowdsourcing qui fut inventé et popularisé par Howe dans le magazine Wired en 2006. Démocratisé par l'essor d'Internet et des réseaux sociaux, le crowdfunding est une alternative pour les entreprises, les associations, parfois les particuliers pour récolter des fonds auprès du grand public. Ce mode de financement est également un moyen de fédérer le plus grand nombre de personnes autour de son projet finalisé ou non. Cette tendance s'inscrit dans un mouvement de consommation collaborative et de production participative.

Dans cette première partie, nous allons traiter des généralités autour de l'objet d'étude. Après avoir montré d'abord les formes de crowdfunding à travers leurs caractéristiques, leurs mécanismes de fonctionnement et plateformes, nous nous sommes attachés à la réglementation et fiscalité de ce système financier alternatif. Enfin, nous allons tenter de cerner les opportunités et enjeux liés à ce type de financement.

1. Les formes de financement du crowdfunding

Il existe communément trois (3) grandes formes de financement :



- **Le don** (ou donation crowdfunding)

Le don c'est lorsqu'une personne physique ou morale donne de l'argent pour financer un projet (souvent associatif) pour sa création ou développement sans ou avec contrepartie. Les projets financés par le don sont souvent d'ordres solidaires portés par des associations ou des initiatives citoyennes. C'est un mode de financement désintéressé dont le donateur est motivé par l'impact positif d'une cause qu'il soutient.

Toutefois, le bénéficiaire ou porteur du projet peut proposer en retour un geste symbolique. C'est le principe du « *don contre don* » avec contrepartie symbolique ou récompense comme le partage d'un repas, des goodies, des remerciements, une photo, etc.

Le don relève généralement du mécénat ou du préachat. Autrement dit, on a d'abord le don sans contrepartie ou récompense (donation-based crowdfunding), où le donateur ne s'attend à aucune contrepartie (un don « coup de cœur »). Ensuite, on a le don avec contrepartie (reward-based crowdfunding) symbolique comme le cas d'un tee-shirt avec logo au nom de l'entreprise. Enfin, le préachat ou prévente dont la contrepartie attendue n'est pas seulement symbolique puisqu'il est question d'un produit ou service pour lequel la campagne de financement a été lancée. Une fois le produit créé par exemple, il est envoyé à tous les contributeurs comme l'exemplaire d'un CD par exemple.

Montant moyen de don observé et collecté par projet en 2018

Intitulé	Sans contrepartie	Avec contrepartie
Don moyen observé	91€	58€
Montant moyen collecté	2 320€	5 576€

Source : Baromètre du crowdfunding, édition 2018

Le tableau montre clairement la proportion plutôt identique de montant moyen collecté sur une campagne de crowdfunding sans ou avec contrepartie. L'aspect symbolique et solidaire prédomine toujours dans une campagne de don.

Par ailleurs, peu importe le type de don avec ou sans contrepartie, le donateur qu'il soit particulier ou institutionnel peut bénéficier d'une réduction fiscale en fonction du montant du don. Cette information est souvent accessible sur la plateforme.

A titre d'exemple, le « Petit Guide pour consommer Responsable à Lyon et ses environs », campagne de crowdfunding lancée par The Greener Good en février 2020 a été financé par le don via la plateforme **Zeste** à hauteur de 6 750€.

- **Les prêts** (ou crowdlending)

Le crowdfunding par le prêt ou crowdlending permet à des institutionnels ou particuliers de prêter de l'argent à des entreprises ou à des particuliers directement via des plateformes. Les sommes prêtées devront être remboursées dans des délais impartis, avec ou sans intérêts. Sans passer par une banque et tout en conservant sa propriété intellectuelle, le porteur de projet bénéficiant d'un prêt avec ou sans intérêts. Le crowdlending consiste en un financement participant sous forme de crédit.

- Un contrat de prêt sans intérêts où le contributeur est remboursé sur le montant prêtés.
- Un contrat de prêt avec intérêts où le prêteur bénéficie d'un taux d'intérêt élevés en contrepartie du risque pris.
- Un prêt en obligations : une obligation (une forme d'intérêt) représente une dette contractée par son émetteur auprès des prêteurs. Les souscripteurs obtiennent ici en contrepartie le versement d'un intérêt pendant la durée du prêt puis le remboursement des obligations acquises à l'échéance et cela avec un taux fixe ou convertible.
- Un minibon ou bon de caisse qui permet de prêter sans limitation de montant. Le bon de caisse permet aux entreprises de prêter à d'autres entreprises sans avoir à subir certaines conditions contraignantes de la loi Macron² du 6 août 2015 sur les prêts entreprises (SA, SAS, SARL).

NB : Le prêt consenti rémunéré ou non à une durée maximale de 7 ans et le prêt moyen est de 20€. Le taux moyen est au tour de 8%. Le montant est plafonné à 2 000 euros par projet s'il est rémunéré, et à 5 000 euros s'il ne l'est pas.

² Accessible en ligne, https://entreprises.banque-france.fr/sites/default/files/bdf_reffin_chap6_602.pdf

Montant moyen de collecte de prêt par projet en 2018

Intitulé	Prêts non rémunérés	Prêts rémunérés	Prêts en minibon	Prêts en obligations
Prêt moyen	67€	349€	1 785€	7 504€
Montant moyen	2 799€	352 558€	80 690€	617 442€

Source : Baromètre du crowdfunding, édition 2018

Contrairement au don, l'aspect financier prime sur une campagne de prêt. On observe que le prêt moyen augmente parallèlement au montant moyen alloué au prêt. Le but recherché dans une campagne de prêt est le retour sur investissement à moyen ou long terme.

- **Les investissements** (ou equity)

Le crowdfunding en investissement (crowdequity ou crowdinvesting) permet d'investir via une plateforme internet dans le capital d'une entreprise et devenir ainsi un actionnaire. Ce mode de financement favorise la création ou le développement d'un projet. Le porteur du projet conserve toute la propriété intellectuelle ou cède une partie. Les projets investis sont principalement des startups ou PME et la prise de participation peut ouvrir à des avantages fiscaux aux investisseurs. Avec cette forme de financement, on peut bénéficier d'une souscription de titres d'action avec contrepartie en nature (ou equity) ou avec prise de participation ou coproduction (ou royalties).

- L'investissement en capital (equity) : dans ce cas l'investisseur jouit de tous les droits liés à son statut d'actionnaire (dividende, plus-value de cession, etc.).
- L'investissement en royalties est sans prise de parts au capital. L'investisseur bénéficie plutôt d'un droit à un pourcentage du chiffre d'affaires par l'entreprise ou des ventes d'un produit. C'est un contrat sur les revenus futurs avec garantie sur les stocks, une sorte de commission. La plateforme WE DO GOOD est une illustration sur l'investissement en royalties.

Montant moyen d'investissement par projet en 2018

Intitulé	Investissement en capital	Investissement contre royalties
Investissement moyen	10 152€	605€
Montant moyen collecté	360 288€	45 955€

Source : Baromètre du crowdfunding, édition 2018

Ce tableau montre nettement la part non négligeable de l'investissement moyen en capital et en royalties en 2018. La simplification des moyens d'investissements et les facilités qu'offrent une campagne de crowdfunding en investissement semblent justifier le montant moyen collecté en capital et en royalties.

1.1. Les caractéristiques d'une campagne de crowdfunding

Le fonctionnement d'une campagne de collecte de fonds est largement identique, peu importe le mode ou plateforme de financement choisi en amont. Pour une campagne de collecte (don, prêt ou investissement) soit opérationnelle, les éléments ci-dessous sont essentiels :

- Les critères ou modes de sélection des projets par les plateformes
- L'objectif de la collecte c'est-à-dire le montant recherché
- La durée de la collecte
- L'usage prévu des montants récoltés
- Les modalités en termes de risque, durée du contrat, taux d'intérêt, etc.
- Documents nécessaires et utiles comme le contrat.
- La règle de collecte à savoir :
 - La collecte AON (All or Nothing) ou le tout ou rien, est très répandue dans le milieu du crowdfunding notamment pour les investissements ou prêts. Les participants sont remboursés si l'objectif de la collecte n'est pas atteint voire dépasser. Cette règle s'applique quasiment pour les projets artistique, entrepreneuriaux ou d'entreprise qui nécessitent beaucoup de moyens.
 - La collecte KIA (Keep it all) qui propose de libérer le montant collecté même si l'objectif initial n'est pas atteint. Les projets solidaires ou sociaux prédominent.

- La collecte par paliers : on a des objectifs intermédiaires pour chaque palier atteint. Cette règle est rare et peu utilisée par les plateformes.

1.2. Les mécanismes de fonctionnement de la campagne de crowdfunding

Les mécanismes de fonctionnement d'une campagne de crowdfunding peuvent se résumer comme suit :

- Sélection des projets par les plateformes selon leurs critères
- Les internautes participent
- La collecte dure un temps bien défini
- La règle de collecte choisie est de rigueur

Or, en réalité, ils sont plus complexes que cela ; en effet, le fonctionnement d'une campagne tient compte de trois étapes primordiales :

- **Avant la campagne :**

- Auto-évaluer le porteur de projet c'est-à-dire ses motivations et compétences : son énergie et temps à consacrer à la campagne de collecte, sa connaissance et maîtrise des réseaux sociaux, son talent en communication, son réseau personnel mobilisé (amis, clients potentiels, experts, etc.), son budget nécessaire pour la campagne, etc.
- Évaluer le projet voire l'entreprise : décliner le besoin de financement ; les supports de communication (vidéo, infographie, etc.) à mettre en œuvre ; les contreparties proposées, leurs coûts et échéances ; etc. Cette évaluation va permettre de ressortir la crédibilité, la viabilité et surtout l'éligibilité du projet.
- Fixer un objectif réaliste tout en expliquant l'usage des fonds collectés.
- Définir les contreparties : en plusieurs natures et en fonction du montant, fixer un délai d'envoi.
- Choisir la plateforme et compréhension de son fonctionnement : cela peut dépendre de la nature du projet, le mode de financement choisi, les types de contreparties (récompense, prévente, dividendes, etc.), les garanties (propriété intellectuelle), etc.

- **Pendant la collecte :**

- Comprendre le réseau des contributeurs en impliquant et amorçant par son réseau personnel c'est-à-dire miser sur le bouche-à-oreille et le partage d'informations.

- Communiquer et animer sa campagne via les réseaux sociaux, les blogs, le mailing, la presse, etc. Il s'agit de diversifier les canaux de communication mais aussi d'être réactif face aux commentaires.
- **Après la campagne :**
 - Tirer des enseignements : même si l'objectif de la campagne est atteint ou pas, il convient de se remettre en question sur les retours liés aux commentaires, likes et partages du projet.
 - Transmettre les contreparties promises dans le respect des échéances.
 - Maintenir le lien avec les contributeurs qui sont un marché ou des clients potentiels.

Les mécanismes de fonctionnement d'une campagne de collecte en crowdfunding nécessitent alors une préparation et une réflexion pour mieux cerner son projet et ses motivations ; pour anticiper les besoins de la plateforme et afin pour répondre aux préoccupations des contributeurs.

1.3.Focus sur les plateformes de crowdfunding

Les plateformes de crowdfunding ne cessent de croître ces dernières années et des revenus intéressants peuvent en découler. Ces derniers sont généralement liés aux commissions issues des montants collectés qui varient souvent entre 5 à 12%. Certaines plateformes sont devenues de véritables catalyseurs de l'innovation c'est-à-dire des supports performants et flexibles. Toutefois, les rôles et motivations des plateformes semblent varier en fonction du type de crowdfunding. Ainsi, on dénombre des plateformes généralistes, spécialisées ou thématiques voire géographiques ou locales qu'il faudra choisir en fonction de son projet, ses attentes et types de financement.



Pour faciliter le choix, nous allons mettre en avant certains avantages et inconvénients de ses plateformes en fonction de leurs catégories.

- **Les plateformes généralistes**

Comme le nom l'indique, ce sont de grandes plateformes réputées pour le nombre de projets, de participants et d'informations accessibles. C'est le cas de KissKissBankBank et d'Ulule pour la France.

- **Avantages** : les plateformes généralistes disposent d'une notoriété au grand public et à l'international et bénéficient d'un meilleur référencement sur l'Internet. Elles disposent également d'un large panel de population pour tester son projet et bénéficier de nombreux retours. Les retombées médiatiques et économiques peuvent être bénéfique pour tout projet innovant.
- **Inconvénients** : difficulté de choix face aux multitudes de projets, accompagnement limité, risque de tomber sur un public inadapté au produit proposé.

- **Les plateformes thématiques ou spécialisées**

Elles jouissent de peu de visibilité par rapport aux précédentes car spécialisées sur un thème précis comme l'agriculture et l'alimentation, l'économie solidaire et sociale, les associations, etc. Á titre d'exemple, il existe **Miimosa** pour l'agriculture et l'alimentation, **Lendosphere** pour les projets de développement durable et **Fundovino** pour le vin.

- **Avantages** : Moins de projets, public averti et concerné par le thème de la plateforme, possibilité de bénéficier de la presse spécialisée, un accompagnement personnalisé.
- **Inconvénients** : peu de chance de toucher le grand public, risque de similitudes sur les projets donc de concurrence directe durant la collecte.

- **Les plateformes géographiques ou locales :**

Elles commencent à se généraliser un peu partout en France. Elles s'adressent aux PME/TPE, commerçants et artisans à l'échelle géographique ou locale comme le cas de **Kengo**, une plateforme de solidarité « à la bretonne ».

- **Avantages** : Stimuler l'attachement territorial et participer à son évolution, bénéficier du soutien des personnes localement (élus, collectivités, population locale, etc.), un bouche-à-oreille, une clientèle locale et ambassadrice du projet, un accompagnement personnalisé de

la plateforme, l'effet « boule de neige » avec une mobilisation des médias locaux et des réseaux sociaux.

- **Inconvénients** : Public restreint, difficulté d'atteindre l'objectif fixé si le projet est ambitieux, plateformes méconnues du grand public, projets restreints car en étroite relation avec la zone géographique, l'histoire et l'avenir du territoire local.

Il s'agit toutefois de noter qu'on peut avoir en même temps une plateforme spécialisée et locale sur un même territoire.

Les plateformes de crowdfunding obéissent à des principes basés sur :

- **L'accessibilité** : toute personne physique ou morale peut participer à une campagne de crowdfunding avec des moyens financiers très faibles.
- **La transparence** : toutes les informations (intérêts, contrepartie, fiscalité, etc.) sont accessibles pour éviter toute incompréhension ou dommage. On peut poser directement des questions ou laisser des commentaires au porteur de projet.
- **La traçabilité** : on peut participer et suivre l'évolution des projets financés.
- **L'autonomie** : possibilité de choisir les plateformes, les projets, les modes de financement sans contrainte particulière.

2. Réglementation et fiscalité, éléments déterminants pour le crowdfunding

Le financement participatif ou crowdfunding ne cesse de connaître un essor fulgurant dans le monde et en France en particulier. Les dispositifs juridiques et fiscaux du crowdfunding demeurent souvent méconnus vis-à-vis des donateurs, prêteurs ou investisseurs d'une part et d'autre part des bénéficiaires et parfois même des plateformes de financement. Dans cette sous-partie, il s'agit de faire de façon synthétique, l'analyse descriptive du cadre réglementaire, financier et fiscal du crowdfunding.

2.1. Cadre juridique et comptable

Le cadre réglementaire applicable au crowdfunding a été assoupli en France en début 2014. Le crowdfunding est régi par l'ordonnance n°2014-559 du 30 mai 2014 et son décret d'application n°2014-1053 entré en vigueur le 1^{er} octobre 2014. Ces deux textes encadrent tout particulièrement l'activité du prêt qui n'est plus monopolisée par les banques. Le cadre juridique et comptable

s'applique aux plateformes, aux porteurs de projet et aux contributeurs ou participants au financement participatif.

- **L'encadrement juridique des plateformes de crowdfunding**

Lors des Assises de l'entrepreneuriat du 29 avril 2013, l'ancien président de la République, François Hollande avait formulé la mise en place d'un cadre juridique de la finance participative pour favoriser son développement. À la suite de l'ordonnance de 2014, des statuts juridiques pouvant être hybrides, intermédiaires ont été adoptés pour les plateformes de crowdfunding. Les plateformes de dons contrairement aux autres bénéficient d'un assouplissement de réglementation. Mais pour exercer leurs activités, elles doivent obligatoirement obtenir un de ses statuts ci-dessous :

- **Le statut d'Intermédiaire en Financement Participatif (IFP)**, ce statut concerne particulièrement les plateformes de prêt et pas obligatoire pour celles de don. Il faut justifier certaines exigences réglementaires dont le professionnalisme pour obtenir ce statut. L'IFP est contrôlé et régulé par l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR), qui est l'organe de supervision français de la banque et de l'assurance.
- **Le statut de Conseiller en Investissement Participatifs (CIP)** concerne les plateformes d'investissement comme WE DO GOOD. L'obtention de CIP tout comme l'IFP est conditionné par des exigences de compétences et règles de bonnes conduites. Une demande d'agrément transmis à l'Autorité des marchés financiers (AMF) est obligatoire.
- **Le statut de Prestataire de Services d'Investissement (PSI)** existait déjà au préalable. C'est un statut difficile à obtenir car régulé à la fois par l'AMF et l'ACPR et conditionné à un capital minimal très élevé. L'avantage de ce statut par rapport au CIP c'est d'exercer dans l'Union européenne et de pouvoir lever des fonds sans contrainte de montant maximal. C'est le cas par exemple de la plateforme de prêt Agrilend qui dispose de ce statut PSI mais aussi des statuts de IFP et de CPI.
- **Le statut de Prestataire de Services de Paiement (PSP)** est une sorte de complément au statuts IFP et CIP pour permettre aux plateformes de fournir des services de paiement ou bien de travailler avec un PSP agréé. Nombreuses sont les plateformes qui disposent de ce statut.

Parallèlement, ces statuts soumettent aux plateformes des obligations communes comme l'immatriculation auprès de l'ORIAS (Organisme pour le Registre des Intermédiaires en

Assurance), le respect des règles de bonne conduite (loyauté, gestion des conflits d'intérêts), entre autres et à des obligations supplémentaires liées à la communication (l'identité des contributeurs et porteurs de projets ainsi que les montants collectés), la gestion de l'information (les obligations fiscales et sociales pour chaque transaction) et du risque encouru.

La Loi de Finance rectificative de 2016 a introduit quant à elle, une nouvelle obligation aux plateformes collaboratives sur l'automatisation sur la transmission de l'information c'est-à-dire transmettre directement les gains des utilisateurs aux administrateurs sociales et fiscales³.

- **Pour les porteurs de projet :**

Pour le crowdfunding, il n'existe pas de condition particulière à l'égard du porteur de projet c'est-à-dire qu'il peut être une personne physique ou morale, un particulier ou professionnel.

- Un **particulier**, c'est-à-dire une personne physique ayant un domicile fiscal en France. Il est passible de l'impôt sur le revenu français en raison de l'intégralité de ses revenus de toute origine. Il s'agit donc d'une obligation fiscale « illimitée ». Les fonds collectés à déclarer correspondent à la catégorie BIC (bénéfices industriels ou commerciaux) ou BNC (Bénéfices Non Commerciaux).
- Une **association** est tenue d'établir une comptabilité. La contrepartie donnée au financeur en fonction de sa valeur ou finalité (don ou prêt) est enregistrée soit sur le compte 754 « Collectes » ou 756 « Cotisations » ; soit sur la classe 70 « Vente de produits finis prestations de services, marchandises » du plan comptable de l'association.
- Un **auto-entrepreneur**, les revenus ainsi perçus doivent donc entrer dans le chiffre d'affaires dans la catégorie BIC (bénéfices industriels ou commerciaux). Il est soumis au régime fiscal de la microentreprise.
- Une **entreprise**, comme les revenus générés via une plateforme de financement participatif en échange de contreparties en nature ne correspondent pas à l'activité courante et normale de l'entreprise, ils ne peuvent être considérés comme du chiffre d'affaires de l'entreprise. Autrement dit, les fonds collectés doivent être inclus dans le bénéfice imposable de l'entreprise. Ils sont à considérer comme des revenus exceptionnels ou liés à l'exploitation

³ Consulté en ligne : <https://www.lefigaro.fr/conjoncture/2016/12/06/20002-20161206ARTFIG00034-les-plateformes-collaboratives-transmettront-les-revenus-des-utilisateurs-en-2019.php>

de l'entreprise. Le montant TTC de la collecte est donc à imputer en compte de classe 771 « Produits exceptionnels sur opérations de gestion ».

- **Pour les contributeurs :**

Les contributeurs ou investisseurs ont accès à un choix de projets et peuvent recevoir des conseils pour les plateformes disposant des statuts CIP et PSI contrairement à celles du IFP. Généralement, pour éviter d'engagée leur responsabilité vis-à-vis des investisseurs, les plateformes donnent les informations liées aux risques encourus.

- Un **particulier**, les dons versés à un projet porté par une personne physique ou morale qui n'est pas une association ou un organisme à but non lucratif n'ouvrent droit à aucune réduction d'impôt. Ce sont des achats de bien ou prestations de service. En revanche, les dons versés à une association ou à un organisme à but non lucratif peuvent sous condition donner droit à une réduction d'impôts.
- Une **société**, elle est soumise à l'impôt sur les sociétés. Les fonds versés doivent, pour être déductibles, remplir les conditions générales de déduction des frais généraux, qui sont au nombre de trois : ils doivent se traduire par une diminution de l'actif net, c'est-à-dire constituer des frais généraux et non pas une acquisition d'immobilisation; ils doivent être exposés dans l'intérêt de l'exploitation, autrement dit se rattacher à une gestion normale ; ils doivent être régulièrement comptabilisés en tant que tels et appuyés par des pièces justificatives suffisantes⁴.

2.2.Descriptif financier

« Lorsque l'on restreint un usage, un mode de vie, une route, on voit rapidement des chemins parallèles se construire, des modes de vies alternatifs se montrer ... »⁵.

Le crowdfunding considéré comme une alternative ou un complément aux limites des autres modèles de financement de l'économie s'inscrit dans le paradigme de la « finance accessible à tous »⁶. Autrement dit, il est question de répondre aux besoins financiers des différents segments

⁴ Article accessible en ligne <https://www.village-justice.com/articles/crowdfunding-financement-participatif-rappel-des-principes-juridiques-fiscaux,25653.html> (consulté le 15/04/2020)

⁵ Consulté en ligne, le 21 avril : <https://blog.bolden.fr/quel-crowdfunding-choisir/>

⁶ Livre Bleu de l'ONU, 2016

de la population en misant aussi bien sur la diversité que sur la complémentarité des acteurs de la finance à savoir les marchés financiers, le crowdfunding, les instituts de Microfinance, etc.

Le crowdfunding répond d'ailleurs aux besoins de financement non pourvus par les dispositifs traditionnels. Il devient sans doute une sorte de nouvelle finance au service d'une nouvelle croissance. Les éléments catalyseurs de l'avènement de cette dernière demeurent intimement liés d'une part aux progrès de la technologie qui bouleversent le fonctionnement et la vision des entreprises et d'autre part aux effets du changement climatique qui accentuent l'évolution des comportements. En plus, selon un rapport de la commission européenne de 2013, la crise économique de 2008 a mis à mal le financement de l'économie réelle c'est-à-dire l'accès aux aides publiques pour les MPE et aux investissements en capital. Parallèlement, le désintéressement du système bancaire s'accélère. La combinaison de tous ses aspects a favorisé la mise en œuvre d'une nouvelle économie durable et inclusive.

Une nouvelle économie de production et de consommation plus inclusive et durable se mobilise et fonde les bases de l'entrepreneuriat social, de l'économie circulaire et collaborative qui sont les maîtres-mots du financement participatif ou crowdfunding.

- **L'entrepreneuriat social** regroupe des organisateurs privés et la finalité d'intérêt général (social, environnemental) prime sur la recherche de profit, c'est-à-dire concilier activité économique et utilité sociale. Les entreprises sociales présentent souvent un caractère innovant soit à travers leur offre de produits ou services ou bien à travers leur mode d'organisation ou de production. Par exemple, d'après le baromètre de l'entrepreneuriat social 2019, 85% des entrepreneurs sociaux français déclarent collaborer avec des entreprises traditionnelles.
- **L'économie circulaire** vise à promouvoir une croissance durable plus respectueuse des ressources naturelles, humaines et techniques. Elle valorise une croissance économique durable et alternative qui limite la pression de consommation actuelle sur les ressources naturelles pour éviter de dépasser leur capacité de régénération et d'absorption des déchets.
- **L'économie collaborative** cherche quant à elle à refonder les modèles traditionnels de performances des entreprises pour s'adapter aux nouveaux modes de consommation. Ces derniers sont facilités par l'essor d'Internet qui met en relation directement les besoins et les offres à travers des plateformes d'échange et de partage. Sur ce nouveau modèle de production et de consommation, l'usage du bien prédomine sur sa propriété tout en revêtant

3 dimensions essentielles. D'abord, la dimension de redistribution qui fonctionne avec des plateformes comme eBay ou Le Bon Coin mais aussi des plateformes de crowdfunding. Ensuite, on a le paiement d'un service plutôt que la possession d'un bien avec le système de vélos en libre-service (Vélib). Enfin, la dimension de partage et d'utilisation d'actifs mis en œuvre par des systèmes de covoiturage ou de couchsurfing.

Ces dimensions montrent que les consommateurs sont désormais de véritables acteurs à travers leurs arbitrages mais surtout leurs modes de consommation plus durable, active et responsable. De même, la finalité des entreprises n'est plus réduite à la création de richesse et à la maximisation du profit mais plutôt comme vecteur social qui prend en compte l'ensemble des parties prenantes.

2.3.La fiscalité applicable aux opérations de crowdfunding

Le traitement fiscal est différent en fonction du profil des porteurs de projet et celui des contributeurs, de la forme et du montant de la contribution.

La fiscalité est identique pour tous les types de crowdfunding depuis l'application du PFU ou **Flat Tax** le 1^{er} janvier 2018. Tous les revenus issus des intérêts perçus sur les obligations, les contrats de prêts, les dividendes entre autres sont soumis au PFU. En d'autres termes, avec la loi de finances de 2018⁷, les intérêts des prêts participatifs sont désormais soumis à une taxation forfaitaire de 30%, dont 12,8% d'impôt sur le revenu et de 17,2% de prélèvement sociaux.

En outre, les prêts avec intérêts ne peuvent excéder de 1 000€ par prêteur et par projet, et ceux sans intérêts de 4 000€. Si le montant total de tous les prêts consentis excède 760€, les prêteurs doivent le déclarer via le formulaire n°2062 « Déclaration de contrat de prêt ».

Pour les investisseurs, ils doivent déclarer les dividendes et plus-values réalisées. Une entrée au capital d'une PME permet aux investisseurs de bénéficier d'une réduction fiscale de 18% des sommes investies suivant la limite maximale de 9 000€ pour une personne et de 18 000€ pour un couple à la seule condition de conserver les titres pendant une durée minimale de 5 ans.

Toutefois, pour stimuler l'investissement dans l'économie, des mesures fiscales incitatives sont mise en œuvre vis-à-vis des contributeurs.

⁷ Accessible en ligne : <https://www.economie.gouv.fr/cedef/mesures-fiscales-2018>

Lorsque le contributeur est un particulier c'est-à-dire un organisme d'intérêt général, une fondation ou une association reconnues d'utilité publique, les dons sont soit déductibles de l'impôt sur le revenu à hauteur 66% du montant des sommes versées, dans la limite de 20% du revenu imposable du donateur, soit ouvrent droit à une réduction sur l'Impôt de Solidarité sur la Fortune (ISF) à hauteur de 75% du montant des sommes versés, dans la limite de 50 000 € par an : ces deux réductions n'étant pas cumulables. Par ailleurs, lorsque le don est assorti d'une contrepartie, cela ne remet pas en cause l'éligibilité du don au bénéfice de la réduction d'impôt sur le revenu et d'ISF à condition que la contrepartie remise ait une valeur inférieure à 25% du montant du don et soit (la contrepartie) d'un montant maximal de 60€⁸.

Si le contributeur est une entreprise : pour permettre un droit de réduction d'impôt mécénat, des conditions sont à respecter. D'une part, le don devra être au profit d'un organisme d'intérêt général et de ne pas présenter de contrepartie directe ou indirecte vis-à-vis du bénéficiaire. D'autre part, on devra noter une disproportion notable entre le montant donné et la contrepartie issue du bénéficiaire. Le reste reviendra à l'entreprise de donner les preuves liées au respect de ces conditions pour ainsi bénéficier d'une réduction à hauteur de 60% des versements pris dans la limite unique de 5 pour mille de son chiffre d'affaire hors taxe réalisé au titre de l'exercice au cours duquel les versements sont effectués.

3. Le crowdfunding, une opportunité de financement alternative pour le développement des territoires

3.1. Analyse des avantages et risques du crowdfunding

L'analyse du crowdfunding permet de ressortir des avantages et des risques situés aux différentes parties prenantes.

a. Les avantages

Les avantages du financement participatif s'appliquent à l'économie, aux porteurs de projets, aux contributeurs et parfois aux plateformes.

Le crowdfunding est jugé bénéfique pour l'économie car, crée de la concurrence vis-à-vis des autres sources de financement. Autrement dit, la facilitation de l'accès au financement à de petits entrepreneurs pour leur croissance est un véritable avantage. Les porteurs de projet ou

⁸ Accessible en ligne : <https://www.village-justice.com/articles/crowdfunding-financement-participatif-rappel-des-principes-juridiques-fiscaux,25653.html>

entrepreneurs bénéficient ainsi d'un contrôle total sur leur projet sans influence de décisions des partenaires financiers. Ils ne sont dépendants de la banque et valident directement sur la plateforme une idée et un marché potentiel. C'est dire que les likes, commentaires ou partages au-delà de son cercle de proximité peuvent être considérés en soit comme des éléments de validation de son projet (les feedbacks et conseils) ; le cas échéant serait une remise en cause de la crédibilité de son idée. Ils peuvent profiter aussi d'un plus marketing à travers une publicité et presse gratuite et c'est un tremplin pour le projet.

De manière générale, le financement participatif permet un retour sur investissement plus rapide qu'il soit un retour social, financier, ou en forme de récompense pour les contributeurs ou porteurs de projets. En effet, dans certains cas, le crowdfunding renforce le lien social et l'appartenance à une communauté. L'engouement pour un projet local est plus facile car plus proche, plus concret et ceci a prouvé son efficacité. Les capacités des plateformes de crowdfunding à fédérer et coconstruire se déclinent sous la forme du⁹ :

- Crowdwisdom : capter l'intelligence de la foule
- Crowdcreeation : capter le potentiel créatif des foules
- Crowdvoting : capter le jugement de la foule
- Crowworking : faire travailler la foule

b. Les risques

Par ailleurs, le crowdfunding renferme un certain nombre de risques vis-à-vis des porteurs de projets mais également et principalement pour les contributeurs.

Le risque pour les porteurs de projet :

Le principal risque pour les porteurs de projets est le plagiat du projet si d'une part la plateforme ne garantit pas la protection des droits de propriété intellectuelle. D'autre part, ce risque de plagiat peut être lié au partage d'informations sensibles lors de la campagne de collecte de fonds. Le risque de perte de temps est aussi noté si malgré son investissement personnel, le projet ne séduit pas les contributeurs et que l'objectif fixé n'aboutit pas. Le modèle de crowdfunding utilisé (don, prêt, investissement) peut justifier aussi les risques encourus par les porteurs de projets.

- En don : risque de non-réalisation du projet, de perte de la contrepartie escomptée ;

⁹ Le crowdfunding : Pourquoi, pour qui et quel moment ? Brest Business School, 2016, p19.

- En prêt : risque de retard de paiement si le projet rencontre des difficultés imprévues, risque de perte totale ou partielle des sommes prêtées en cas de mauvaise gestion ou de faillite ;
- En investissement : risque de perte totale ou partielle des sommes investies si le projet fait faillite et risque d'illiquidité des actions détenues.

Le risque pour les contributeurs :

Les risques vis-à-vis aux porteurs de projets demeurent faibles à comparaison avec ceux pris par les contributeurs. Pour limiter les risques de ces derniers, des plafonds par projet ont été fixés et la législation et fiscalité renforcée.

- Risque de fraude, lié au manque de transparence dans la gestion finale de l'argent collecté ; ce risque peut être renforcé par le fait que les contributeurs ne bénéficient pas toujours de contacts personnes du porteur de projet.
- Risque de mauvaise gestion de l'argent collecté au cas où le plan financier du projet est mal estimé à travers une surestimation ou une sous-estimation de fonds nécessaires.

3.2. Un système de partenariat et d'engagement citoyen variés et dynamiques

L'essor du crowdfunding s'accompagne de la mise en œuvre d'un système de partenariat autour des plateformes. Ce système de partenariat peut se situer d'une part entre plateformes et acteurs historiques du financement et d'autre part entre plateformes et territoires.

Les plateformes en tant qu'intermédiaires financiers d'une nouvelle croissance ont pu favoriser un partenariat avec les acteurs classiques du financement à savoir les banques, les assurances et fonds d'investissement. Les origines de ce partenariat demeurent liées au constat qu'une campagne de crowdfunding suffit rarement pour concrétiser un projet et que les porteurs de projets se lancent dans une campagne de crowdfunding afin d'obtenir un prêt bancaire par la suite. C'est dire que le crowdfunding est ainsi un levier actionné par certains créateurs d'entreprise pour constituer un apport personnel plus conséquent et être bancable par la suite. C'est ce qui justifie ce rapprochement entre plateformes de crowdfunding et banques pour travailler ensemble. Ce partenariat gagnant-gagnant en termes de positionnement et d'innovation se situe à trois niveaux : technique, commercial et financier.

- Le niveau technique concerne la gestion des solutions liées au système de paiement, de cautionnement, etc.
- Le niveau commercial permet aux deux partenaires de faciliter la distribution de certains produits et services complémentaires.

- Le dernier niveau financier, met en exergue les éléments de levées de fonds, de prises de participation, etc. En guise d'illustration, la plateforme Kiss Kiss Bank Bank et la Banque postale sont partenaires et la banque finance ainsi à hauteur de 50% certains projets proposés sur la plateforme.

Par ailleurs, les plateformes ont noué d'autres partenariats avec les collectivités territoriales pour valoriser ou stimuler l'engagement citoyen. Ce partenariat a facilité l'ancrage local avec des plateformes spécialisées et territorialisées comme Kengo pour la Bretagne.

3.3.Des enjeux multiples

Étant le maillon manquant de la chaîne de financement c'est-à-dire une source de financement incontournable pour les projets en phase de lancement et de développement car jugés trop risqués par les acteurs habituels de la finance (banques, fonds d'investissement, microfinance, etc.), le crowdfunding renferme de véritables enjeux.

3.3.1. Un enjeu commercial

L'enjeu commercial du crowdfunding est la conséquence du partenariat entre certaines plateformes et les banques. Ce partenariat vise à proposer des offres combinées entre financement participatif et prêt bancaire.

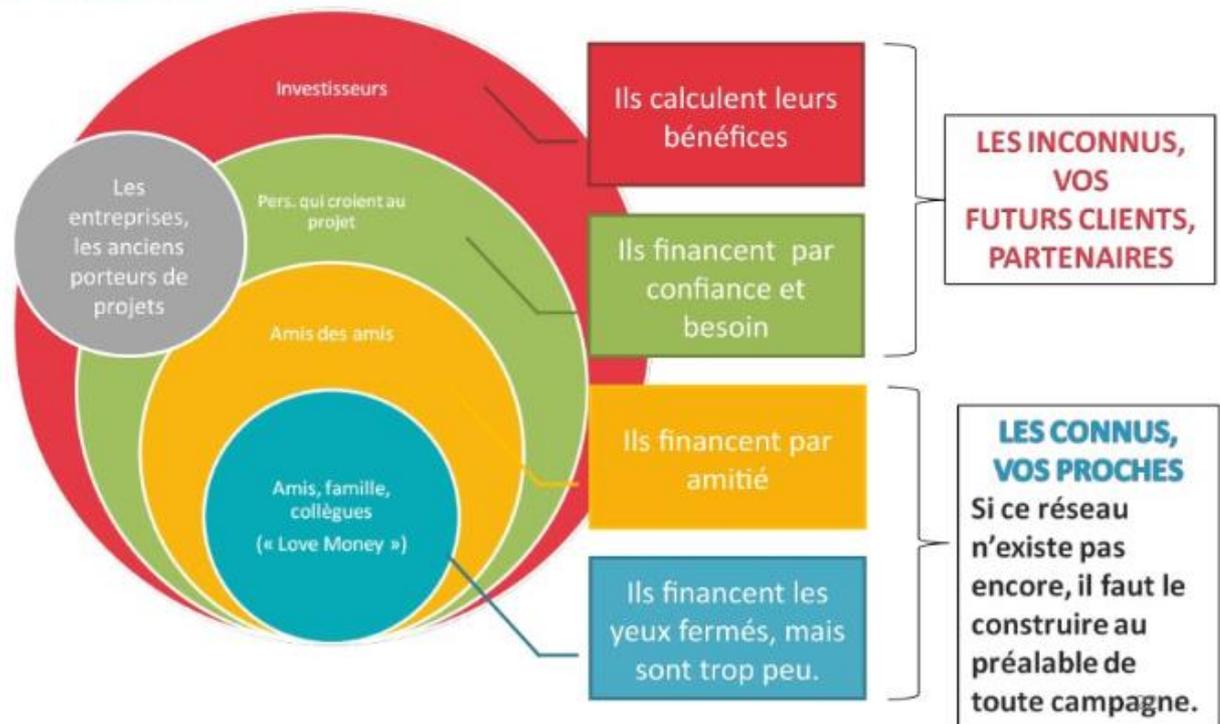
L'enjeu commercial pour les banques est de récupérer une nouvelle clientèle à la recherche de fonds propres et de proposer de nouveaux services innovants. En effet, les plateformes de prêt en l'occurrence, constituent une source d'inspiration pour les banques pour innover à travers la mise en place de véritables processus et le développement d'outils pour étudier les dossiers de crédits en un temps record, sans garantie ni caution. A titre d'exemple BNP Paribas et Ulule, la première plateforme européenne de financement participatif se sont associés depuis 2013. Alexandre Boucherot, fondateur d'Ulule témoigne : « *En s'engageant ensemble auprès des entrepreneurs, Ulule et BNP Paribas mettent en place un véritable tremplin pour les projets innovants, et démontrent la complémentarité entre le financement participatif et le financement bancaire* ». En d'autres termes, la relation commerciale entre banques et plateformes facilite le positionnement sur un marché florissant, rassure les utilisateurs, attire une nouvelle clientèle et favorise l'innovation.

3.3.2. Un enjeu d'image et de communication

La collaboration avec les plateformes de crowdfunding permet aux acteurs historiques de la finance de bénéficier de l'image positif que dégagent les startups en matière de durabilité et d'innovation socioéconomique. Les banques partenaires des plateformes deviennent des acteurs responsables et innovants en renforçant leur engagement et positionnement RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises).

Le crowdfunding est un puissant outil de communication et de promotion aussi bien pour le porteur du projet mais surtout pour la plateforme auprès du grand public. L'effet « boule de neige » facilite la propagation de l'information relayés aux différents cercles durant une campagne de collecte de fonds. Le premier pallier qui est constitué des proches (cercle bleu et jaune), déclenche le coup d'envoi de la communication avec le bouche-à-oreille. Le second pallier savoir les inconnus, les futurs clients et les partenaires vont relayés le premier via les réseaux sociaux, les médias et la presse spécialisée.

• Le réseau des contributeurs :



Source : *Le crowdfunding : Pourquoi, pour qui et quel moment ?* Brest Business School, 2016

Au travers de ces cercles, le crowdfunding crée un réseau dans lequel l'enjeu d'image et de communication est énorme : assurer la visibilité d'un projet, fédérer une communauté autour d'une idée, améliorer l'attractivité d'un territoire, tester un marché, un service et/ou produit, etc. Par

exemple certaines plateformes comme *Collecticity* disposent d'un onglet « référendum » pour donner la parole à la foule.

3.3.3. Un enjeu de qualité : label FPCV

Dans une visée de soutien des actions de participation citoyenne et les projets en faveur de la transition énergétique et écologique, le ministère de la tutelle a signé une convention de partenariat avec l'association financement participatif France pour mettre en place le label « financement participatif de la croissance verte¹⁰ » ou FPCV. Au début, on enregistrait 12 plateformes labellisatrices dont Agrilend et Miimosa.

Ce label a deux principaux objectifs à savoir la :

- La récompense et la valorisation des initiatives favorables à la réalisation de la transition écologique et énergétique ;
- L'essor ou le fléchissement des investissements citoyens sur des projets dits « verts ».

L'association financement participatif France en rapport avec l'État ont permis la validation de 21 plateformes de crowdfunding¹¹ et ces dernières considérées comme labellisatrices peuvent à leur tour labelliser des projets qu'ils hébergent. Le label FPCV est un outil essentiel des plateformes de financement participatif pour identifier et accompagner les projets de l'économie verte. Il touche toutes les formes de financement participatif : dons, prêts, capital, obligations, bons de caisse, etc.

Pour être labellisé FPCV, un projet doit répondre à certains critères pour être éligible et cela peu importe l'objectif fixé par le porteur projet pour la campagne de collecte de fonds. Ces critères se déclinent sur deux aspects :

- Avoir une activité sensible à l'économie verte et sociale ;
- Fournir des informations transparentes sur le projet et ses effets socio-environnementaux en mettant en évidence les aspects positifs. Pour cela, on peut miser sur les indicateurs d'impacts du projet liés à la gestion de l'eau, de la biodiversité, de l'économie circulaire, etc. Par exemple, le projet *La Charrette*, un site de circuits court des produits locaux est financé via la plateforme WE DO GOOD.

¹⁰ Pour plus d'informations, visitez : <https://financeparticipative.org/label-croissance-verte/>

¹¹ Cf. partie Benchmark des 21 plateformes labellisatrices

En région Occitanie, on peut citer à titre d'exemple, les projets « **le Bousquet d'Orb** » et le « **Parc éolien d'Arfons** » qui ont été labellisé FPCV respectivement par *AkuoCoop* et *Lendosphère*. Ces deux projets pertinents justifient sans doute les critères cités ci-dessus.

Le projet « le Bousquet d'Orb » qui porte le nom d'un village à l'ouest du département de l'Hérault, est une friche industrielle reconvertie en site de production d'énergies propres pour près de 22 000 habitants de la communauté de communes du Grand Orb. Il a été initié en 2010.

Situé dans la commune d'Arfons, à l'extrémité sud du département du Tarn et à la frontière du département de l'Aude, le « Parc éolien d'Arfons » a été construit en 2009. Ce projet est une des rares centrales implantées en forêt Domaniale de la Montagne Noire, dans le Parc Naturel Régional du Haut-Languedoc.

Partie II : Le crowdfunding ou financement participatif pour les projets Occitanie

Pour répondre aux attentes des professionnels et des partenaires institutionnels, le CRT Occitanie en collaboration avec la Région ont lancé un ambitieux Plan d'Actions de Relance (PAR) avec 25 actions pour redonner le souffle au secteur touristique affaibli par la crise sanitaire du Covid-19. Ce PAR vient réconforter les orientations stratégiques déjà établies du CRTO en matière de tourisme durable. Dans le cadre de l'axe 1 du PAR à savoir répondre à la crise et générer des clients dans les hébergements et en priorités les hébergements marchands, le crowdfunding a été choisi pour stimuler les réservations de séjours et de repas dans les restaurants avec un système de bon solidaire bonifié.

Le financement participatif constitue un véritable enjeu pour la région Occitanie. En effet, celle-ci se positionne en 3^{ème} rang sur les fonds collectés via des plateformes de crowdfunding (généralistes, spécialisées ou locales) selon le Baromètre du crowdfunding en France en 2018. Cela constitue un avantage considérable à prendre en compte pour valoriser la mise en place d'une véritable plateforme régionale bien structurée et spécialisée dans le tourisme durable.

D'ailleurs, certaines régions comme la Bretagne dispose déjà de plateformes de crowdfunding locales : **Kengo.bzh** et **GwenneG**. Ces derniers favorisent les projets Bretons ou en lien avec la Bretagne qui cherchent du financement. Elles permettent ainsi de créer un réseau, d'accentuer la solidarité et de contribuer au développement de l'économie locale.

Les différentes stratégies de résilience du secteur touristique face aux risques sanitaire et environnementale actuelle ont renforcé l'importance des plateformes de financement participatif dans cette nouvelle dynamique touristique et régionale.

1. Dispositifs de financement d'une offre touristique écoresponsable pour Occitanie

La fragilité du secteur notée face à la crise sanitaire du covid-19 a interpellé les acteurs touristiques de l'urgence de le rendre plus résilient en proposant des offres de plus en plus écoresponsables et de proximité. Cette prise de conscience collective des acteurs touristiques s'accompagne de la mise en œuvre de plans d'actions à tous les échelons. Le CRTO a su mobiliser des moyens conséquents à travers son Plan d'Actions de Relance pour accompagner la transition économique et écologique. Le financement participatif constitue une action prioritaire de ce plan de relance pour faciliter la transition à travers la mise en œuvre d'une offre touristique écoresponsable à l'échelle territoriale et régionale.

D'ailleurs, de nombreux projets sur l'aménagements d'équipements et infrastructures, les mobilités, l'agritourisme continuent à être financés par des campagnes de crowdfunding dans les différents départements de la région Occitanie. La crise sanitaire du Covid-19 a renforcé l'usage de ce modèle de finance avec des systèmes de souscription à des bons d'achats. De même des fonds de relance ont été alloués pour créer des plateformes ou actionner des campagnes de collectes solidaires.

1.1.Mobilités douces

Les mobilités douces renvoient généralement à l'ensemble des déplacements non motorisés. L'essor de ces modes de transport dits respectueux à l'environnement demeure lié à de nouveaux comportements dû à la prise de conscience des impacts du changement climatique et des bienfaits que ces nouvelles mobilités peuvent apporter à la fois à l'environnement mais aussi sur l'individu. Ils favorisent entre autres l'aménagement (voies cyclables, vertes ou de rando) et la gestion des territoires, l'usage de la technologie comme les applications, l'éducation ou la sensibilisation de la population.

Le crowdfunding a permis de financer certains projets d'itinérances en Occitanie. En effet, le projet de création de la **Route Européenne d'Artagnan** a bénéficié d'une campagne de collecte de la plateforme *Dartagnans* pour sa mise en œuvre. Ce projet était une opération de réaménagement et de mise en valeur de la place du village, la Place d'Artagnan en vue de faire de Lupiac le point de départ et d'arrivée de la première Route Culturelle Equestre. Ce projet ambitieux a reçu le soutien

du Conseil de l'Europe. La **Route Européenne d'Artagnan** visait ainsi à créer des itinéraires équestres à dimension transnationale et tout comme les chemins de Saint-Jacques de Compostelle, ce projet a bénéficié également le soutien de la commission Européenne. La route pourra se faire également à vélo ou à pied. Au-delà d'être une route de mobilité douce, le village natal de d'Artagnan est devenu un haut lieu historique, de mémoire et touristique.

Par ailleurs, la mobilité résiliente post confinement ne peut se passer du vélo qui est devenu une véritable alternative. Alors pour renforcer cette mobilité post confinement notamment en milieu urbain, des aménagements cyclables provisoires ont été effectués dans beaucoup d'agglomérations dont Toulouse. Construire une mobilité résiliente autour du vélo est considérée comme un mode écologique de déplacement mais aussi un geste barrière pour limiter la propagation du virus. C'est pour cela, le ministère de la Transition Ecologique et Solidaire a annoncé un plan de 20 millions d'euros à travers la mise en place à partir du 11 mai de la plateforme : le *Coup de Pouce Vélo*¹². Cette plateforme vise à encourager davantage la pratique du vélo par les français après le déconfinement.

1.2.L'aménagement des équipements, des infrastructures d'accueil et petit patrimoine

De nombreuses campagnes de crowdfunding ont permis le financement des aménagements d'équipements, d'infrastructures d'accueil et de petit patrimoine dans la région Occitanie.

La mairie de Juvignac avait lancé le 9 Avril 2018, une souscription populaire pour la construction d'un monument aux morts. La plateforme *Collecticity* a été choisi pour lancer la campagne de collecte de dons. Le monument aux morts et son allée sont devenus ainsi un outil mémoriel et pédagogique.

La plateforme *Collecticity* va permettre aussi le financement pour la rénovation d'une piscine municipale pour la ville de Decazeville en Aveyron. La campagne intitulée **Mobilisons-nous pour notre piscine !** avec un objectif de 35 000€ a permis de collecter 51 616€ de dons pour compléter le montant estimé des travaux (840 000€).

Inscrit aux Monuments Historiques, le **Café Plana** est restauré à la suite d'une campagne de financement participatif lancée par la Mairie d'Olonzac (Hérault) via la plateforme *Dartagnans*. Le lieu est devenu un patrimoine social et architectural d'Olonzac et du Minervois.

¹² Accessible en ligne : <https://coupdepoucevelo.fr/auth/home>

La plateforme *Commeon* à la demande de la Mairie de la ville de Tournefeuille a démarré une campagne de collecte de fonds avec un objectif de 16 000€ pour permettre la restauration de la maison du **Grenier de Toulouse** qui est une des plus anciennes compagnies de théâtre de France. Une somme de 21 515€ a été récolté pour cet espace pour les artistes et amateurs du théâtre.

Le financement participatif apparait souvent comme une solution pertinente face aux moyens limités des collectivités pour faciliter l'aménagement des équipements, des infrastructures d'accueil et du petit patrimoine. De nombreux projets en région Occitanie a ainsi bénéficié d'une campagne de crowdfunding, souvent de don défiscalisable, pour se réaliser.

1.3.Circuits courts et agritourisme

L'agritourisme peut être considéré comme l'ensemble des activités touristiques pratiquées sur une exploitation agricole située souvent en milieu rural. La pratique est un vecteur de développement pour les territoires. Elle véhicule une image positive de l'agriculture et du monde rural. Un circuit court renvoie à un mode de commercialisation des produits agricoles et services (hébergements, loisirs, découvertes). Cette commercialisation (vente à la ferme, marchés) ne requiert pas d'intermédiaires et est considérée comme durable et viable. Alors l'agritourisme et circuits courts sont intrinsèquement liés par leur finalité de développement d'une offre rurale responsable.

Par ailleurs, la région Occitanie est la 2^{ème} région en termes de superficie et la 1^{ère} en surface plantée et de production d'agriculture bio. De plus, elle est une des régions les plus ensoleillée de la France métropolitaine. Des projets agricoles respectueux des équilibres naturels à l'échelle régionale ou locale tirent aussi avantage au financement participatif.

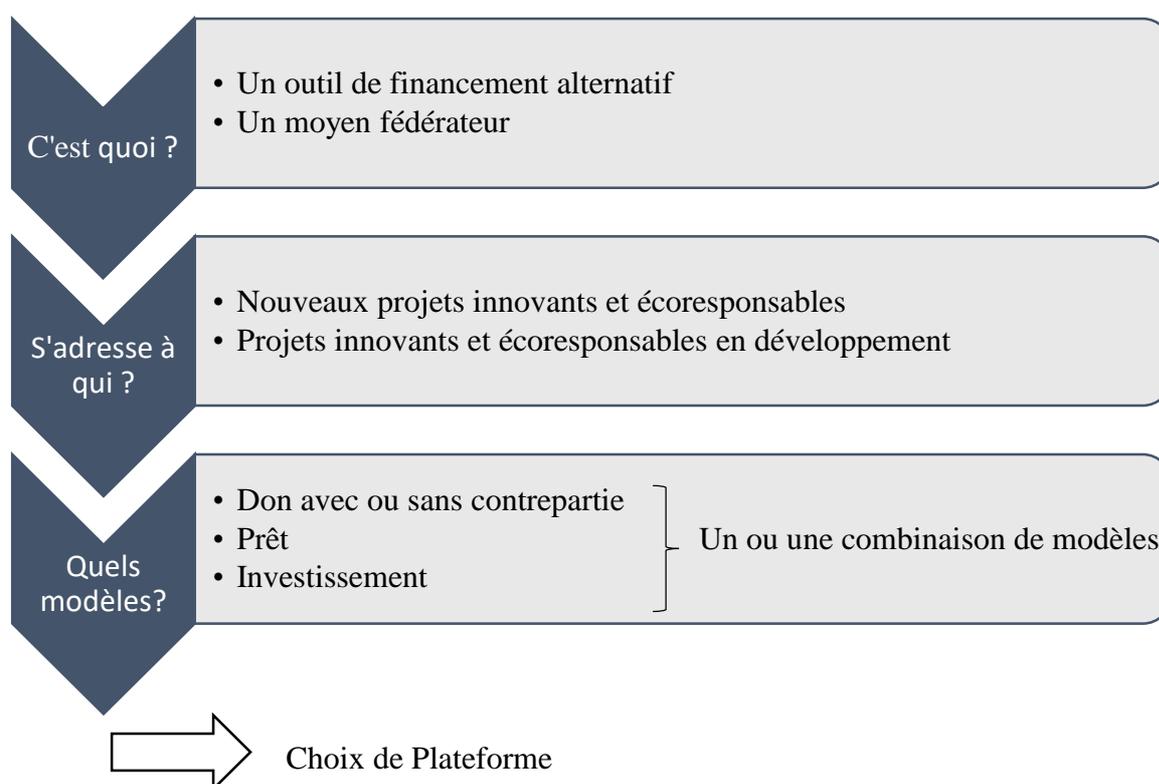
La plateforme *Miimosa* avec sa campagne **un verger en permaculture** dans le Gers a permis la plantation de 85 arbres sur 2000 m² pour expérimenter l'autonomie fruitière territoriale. Il s'agit de noter que ce projet avait déjà atteint un premier objectif au bout de 20 jours seulement et propose un nouvel objectif de 6 000€ pour l'acquisition de matériel de transformation des fruits. Autrement dit, ce projet crédible aux yeux des contributeurs parce qu'il vise une autonomie territoriale via une agriculture plus saine, accessible et responsable à lancer une campagne de collecte en phase de création et de développement.

Pas de tisane sans eau ! lancée par *Blue Bees* était une collecte de fonds pour une micro ferme bio initiée par un paysan tisanier installé dans la vallée des Corbières. La collecte avait pour finalité le financement d'un système d'irrigation solaire, d'une houe maraichère et l'achat

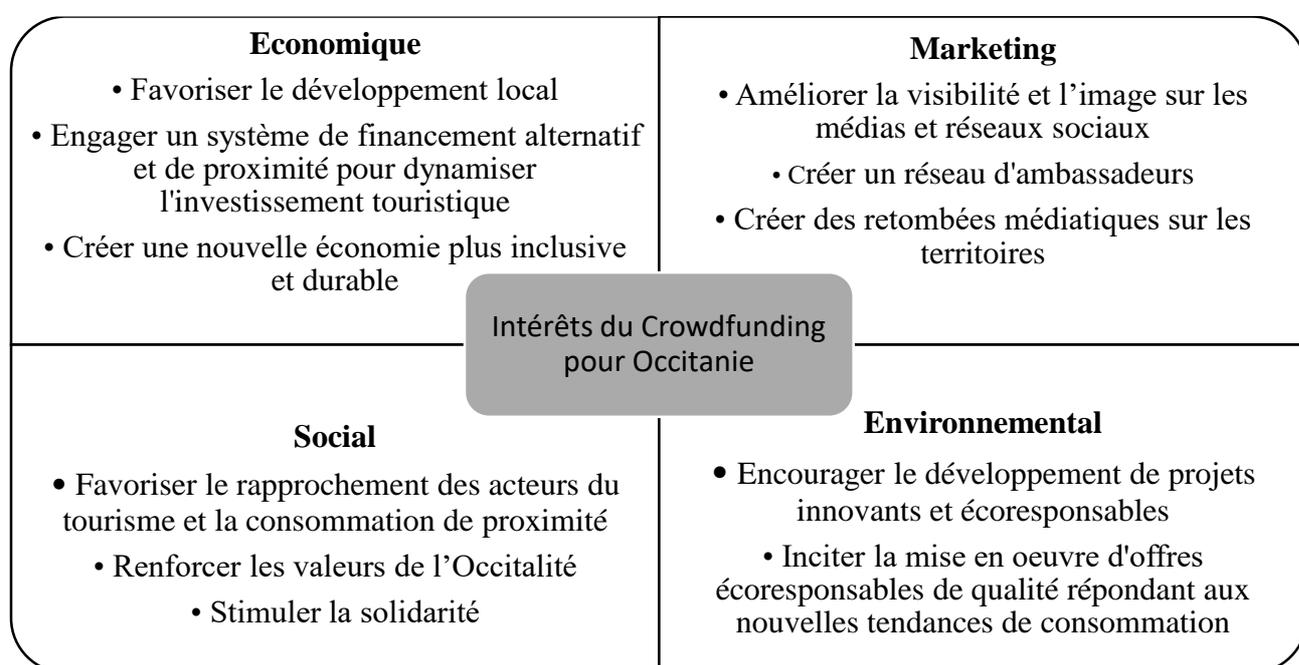
d'arbres. L'installation d'une exploitation paysanne dans un milieu rural isolé a contribué au maintien des équilibres naturels et au partage des savoirs ancestraux liés aux plants médicinaux. La plateforme spécialisée dans le domaine agricole et alimentaire, *AgriLend* avait favorisé l'**Équipement d'une serre de plants Bio** dans le Gers en lançant une campagne de prêt.

L'urgence sanitaire dû au covid-19 a favorisé aussi la résilience alimentaire à l'échelle régionale ou locale à travers la mise en œuvre de plateforme de souscription pour la vente et la distribution de produits du terroir en circuits courts. La plateforme *Course contre la montre* en est une illustration car, elle favorise des achats solidaires et de proximité. Nous avons aussi la plateforme *Des bras pour ton assiette* qui a favorisé la mise en réseau entre producteurs et travailleurs ou bénévoles pour éviter la pénurie de main-d'œuvre dans le secteur agricole pendant l'épidémie de coronavirus.

Eu égard à tous ses aspects, engager une démarche de crowdfunding pour la région Occitanie constitue un enjeu de taille dans la stratégie globale du CRTO de mettre en œuvre un programme opérationnel tourisme durable et responsable. Favoriser l'investissement touristique par le biais d'une plateforme de crowdfunding spécialisée Occitanie reviendrait sans doute à définir au préalable ses attentes et cibles. Celles-ci peuvent se résumer par ce schéma ci-dessous :



Le choix de la plateforme à mettre en œuvre dépendra sans doute de beaucoup aspects dont la faisabilité économique, technique et humaine. Toutefois, les intérêts pour le CRTO de disposer ou de piloter sa propre plateforme spécialisée dans des projets écoresponsables mettant en avant les valeurs de l'Occitalité demeurent évidents et justifiés. Ce tableau suivant fait ressortir les possibilités qui peuvent découler de cette orientation stratégique du CRT Occitanie aussi bien au niveau économique, marketing, social et environnemental.



Conclusion

Il est utile de rappeler que le crowdfunding est une alternative ou un complément de financement très intéressant pour les collectivités territoriales, les entrepreneurs et les investisseurs. Le crowdfunding renferme d'énormes avantages dont la création d'emplois et le fait de créer des ambassadeurs.

Le financement participatif est une activité très prometteuse vis-à-vis des modes de financement classiques. Il dispose d'un vrai potentiel de croissance car il répond à des besoins exprimés par les entrepreneurs et investisseurs. Les entrepreneurs ou porteurs de projets utilisent le crowdfunding sans doute pour tester un marché, communiquer gratuitement voire créer un réseau de clients potentiels. Les participants décident quant à eux de l'affectation finale de leurs épargnes c'est-à-dire choisir les projets qu'ils vont financer et donner ainsi du sens à son argent. Cela au grand bénéfice des territoires qui ont pu mobiliser les capacités de financement de leurs habitants au profil de plateformes locales. Donc, nous sommes en présence d'un mode de financement basé sur des dynamiques ascendantes, la résilience, et surtout le pouvoir du collaboratif.

D'ailleurs, pour stimuler l'investissement dans l'économie, des mesures fiscales incitatives sont mise en œuvre vis-à-vis des contributeurs peu importe la forme de crowdfunding choisie. De même le cadre réglementaire a été assoupli et les taux d'intérêts notamment pour le prêt parviennent à séduire davantage de participants.

On aboutit ainsi à une nouvelle économie de production et de consommation plus inclusive et durable qui mobilise et fonde les bases de l'entrepreneuriat social, de l'économie circulaire et collaborative.

Par ailleurs, la crise sanitaire du Covid-19 a mis en exergue la nécessité de faire appel au financement participatif dans les stratégies de résilience pour booster la reprise de l'économie touristique en particulier.

Au-delà d'un simple effet de mode, le financement participatif s'inscrit désormais de façon durable dans le paysage financier avec des projets innovants et ambitieux. Beaucoup d'entreprises et de collectivités intègrent le crowdfunding dans leurs plans de financement car il résout non seulement le problème d'accès au financement mais surtout il crée un réseau.

La région Occitanie se positionne sur le financement participatif qui a permis de continuer de financer de nombreux projets en lien avec les mobilités, les aménagements d'équipements et d'infrastructures et les circuits courts ou agritourisme. Pour renforcer davantage l'identité et la visibilité de l'Occitanie il s'agit de créer une plateforme locale spécialisée dans le financement de nouveaux projets touristiques écoresponsables ou en phase de développement.

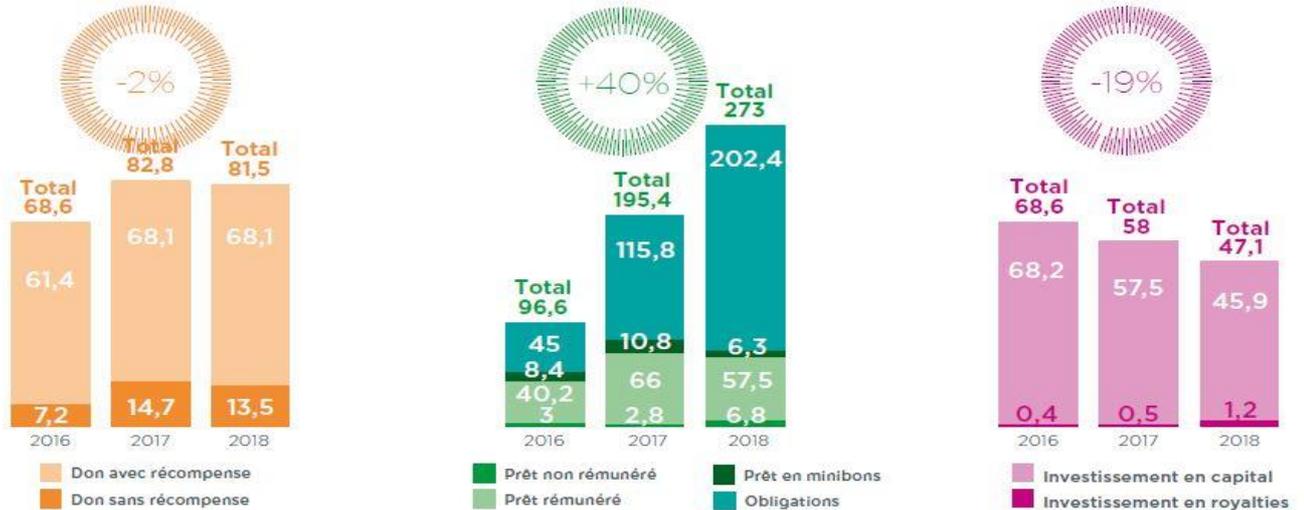
La plateforme nationale de résilience *sauve ton commerce*¹³ avec sa version régionalisée par l'Occitanie en collaboration avec certains partenaires dont le groupe de La Dépêche s'inscrit dans les axes prioritaires du plan de relance. Cette initiative au-delà de son aspect solidaire, vise à favoriser l'attractivité et la proximité des acteurs du territoire tout en faisant des participants aux campagnes de crowdfunding de véritables ambassadeurs.

Dans une logique de continuité et de durabilité, et pour aller dans le sens du travail lancé à la fois par la Région Occitanie avec le SRADDET et son Plan de transformation, le « Green New Deal » mais aussi le plan d'actions en matière de Tourisme durable du CRTO en construction, il convient de créer une plateforme spécialisée de tourisme durable pérenne au sein de la région Occitanie via le CRTO pour valoriser davantage le financement de projets professionnels ou individuels, de grande envergure ou de petits projets innovants, nouveaux ou en phase de développement qui font face à des difficultés financières. Pour éviter toutes contraintes juridiques et réglementaires en matière de crowdfunding, la plateforme devra à ses débuts se baser sur un principe de don avec ou sans contreparties puis de prêt ou d'investissement.

¹³ Pour accéder à la plateforme régionale Occitanie : <https://tourismeoccitanie.sauvetoncommerce.fr/tourismeoccitanie>

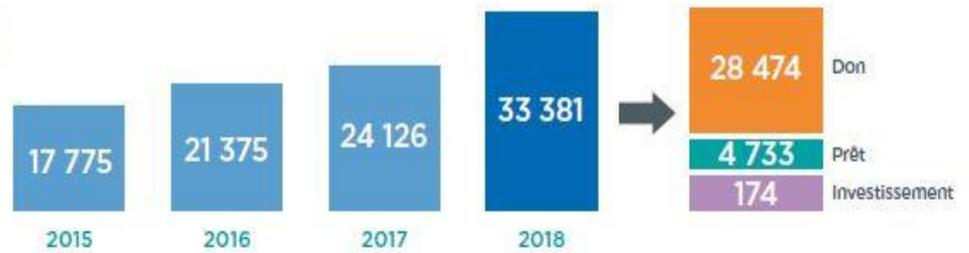
Annexe 1 : Baromètre du crowdfunding en France 2018

LES FONDS COLLECTÉS PAR TYPOLOGIE (MONTANT EN MILLIONS D'EUROS)



LES PROJETS FINANCÉS

Nombre de projets financés



MONTANT MOYEN DE LA COLLECTE PAR PROJET EN 2018 (EN EUROS)



Annexe 2 : Capture de campagnes de collecte en cours sur la plateforme Blue Bees, le 04/05/2020 à 14h36

The screenshot shows the Blue Bees platform interface with three campaign cards. At the top left is the Blue Bees logo, and at the top right are links for 'Se connecter' and 'S'inscrire'. Each card features a representative image, a title, a description, location, campaign details, and a progress bar.

Campaign Name	Description	Location	Duration	Contribution Type	Progress (€)
APIWILLY !	L'Abeille a Besoin d'un Environnement idéal, moi de vos Lumières pour mon Labo-miellerie, afin que tous Ensemble, ce soit un Succès. Bzz Bzzz !	Marais-Vernier (27) Apiwilly	J-19	Don avec contrepartie	3 527 / 5 000 €
SOLIDARITÉ CORONAVIRUS : DES REPAS POUR NOS SOIGNANTS	Offrons à celles et ceux qui nous soignent des repas sains et préparés par des traiteurs travaillant avec des producteurs locaux. 10€ = 1 repas	Mulhouse, Lyon, Marseille, Avignon, Dinan, Strasbourg, Bergerac, Paris	J-8	Don avec contrepartie	51 250 / 50 000 €
LA RÉSILIENCE DES VINS DU DOMAINE CINQ PEYRES	Commandez les vins biodynamiques de Charles Bonnafont, afin de le soutenir dans cette difficile période de confinement	Cahuzac-sur-Vère (81) Domaine V Peyres	J-39	Vente en ligne	2 675 / 5 000 €

Annexe 3 : Nuage de mots du crowdfunding, google images



Annexe 3 : Quelques plateformes de crowdfunding¹⁴ pour projets écoresponsables

Plateformes	Objets	Modalités de financement	Principes de contreparties
Jamaafunding	Solidaires, sociaux, innovants et de développement économique	Don de temps (Timefunding) et d'argent	Don avec ou sans contreparties
AkuoCoop	Production d'énergies renouvelables	Co-investir	Rentabilité de l'investissement est fonction du productible
Miimosa	Agriculture et Alimentation	Don, Prêt	Intérêts de 2% à 5%
Blue Bees	Agriculture et Alimentation durable	Don, Prêt	Dons avec ou sans contrepartie
AgriLend	Agriculture	Prêts	Remboursement avec ou sans intérêts
Zeste	Transition écologique et citoyenne	Don	Dons avec ou sans contrepartie
WE DO GOOD	Royalties	Investissement	Contrepartie financière
Collecticity	Collectivités locales	Don, Prêt	Dons avec ou sans contrepartie
Kengo	Solidarité bretonne	Don, Prêts, Participation au capital.	Avec ou sans contrepartie / Actionnaire

¹⁴ Voir le Benchmark pour plus d'informations

Annexe 4 : Quelques plateformes de résilience durant la crise sanitaire Covid-19

Plateformes	Objets	Modalités de financement
Sauve ton resto	Restos, Hôtels, Expériences et Boutiques populaires	Bons d'achat
Sauve ton commerce	Restos, Vacances et Voyages, Hébergements, etc.	Ticket restaurant ou Bon avec bonus
Petits commerces	Petits commerçants et artisans	Bons d'achat
Sauve ton hôtel	Hôtels	Réservation à des offres solidaires
J'aime mon bistrot	Cafés-Hôtels-Restos	Fonds solidaires
Bars	Bars-Restos	Bons d'achat
Course contre la montre	Commerces, artisans et producteurs	Bons d'achat
Vialala	Destinations touristiques	Voyages sur mesure
Des bras pour ton assiette	Agriculture	Main-d'œuvre
Coup de Pouce Vélo	Particuliers	Réparation, remise sur selle, stationnement temporaire