

**ISABELLE CALMÉ**  
**STÉPHANE ONNÉE**  
**ÉRIC-ALAIN ZOUKOUA**

IAE de Tours – Vallorem - EA6296,  
université de Tours



# La foule

## Un nouvel acteur dans l'accompagnement à la création d'entreprise

*Cet article a comme objet d'étude l'écosystème d'affaires construit par les acteurs de l'accompagnement à la création d'entreprises en Touraine, en examinant l'arrivée d'un nouvel entrant, les plateformes de financement participatif, et par leur intermédiaire celle de la foule des internautes. Les auteurs interrogent plus particulièrement la place et le rôle que les plateformes peuvent occuper dans cet écosystème et les formes de coopération qu'elles peuvent nouer avec les acteurs en place. Leurs résultats mettent en évidence que l'arrivée du crowdfunding modifie l'écosystème de l'accompagnement et influence le modèle économique tant des plateformes que des acteurs de l'accompagnement.*

La problématique de la mobilisation des ressources financières est au cœur des préoccupations des créateurs d'entreprise d'autant plus que les conditions d'obtention de financement se sont durcies et que les montants investis, tant dans le cadre du capital-risque que dans le domaine bancaire diminuent. Dans ce contexte, les porteurs de projets se tournent davantage vers des modes de financement informels auxquels se rattache le financement participatif ou crowdfunding (CF par la suite). Schwienbacher et Larralde (2010, p. 5), repris par de nombreux auteurs définissent le CF comme « un appel ouvert, essentiellement par internet, pour la fourniture de ressources financières, soit sous forme de dons ou en échange d'une certaine forme de récompense et/ou droits de vote afin de soutenir des initiatives spécifiques ». Onnée et Renault (2013, p. 55) étendent cette définition en précisant que le « CF consiste pour un porteur de projet (quel que soit son statut : particulier, organisation marchande ou non) à avoir recours aux services d'une plateforme de crowdfunding (généraliste ou spécialisée) afin de proposer un projet (finalisé ou non) auprès d'une communauté de financeurs (qualifiés de soutiens ou *backers*) en échange éventuel de contreparties préalablement définies ». Bien que ce phénomène soit moins étendu qu'aux États-Unis, il connaît en France, une véritable montée en puissance : ainsi, en 2014, la collecte de fonds sur les 46 plateformes de CF en activité dans l'Hexagone a presque doublé, pour atteindre 152 millions d'euros, contre 78,3 en 2013<sup>1</sup>.

Devant le potentiel de développement du CF, les acteurs de l'accompagnement à la création d'entreprise ont depuis peu, tant au niveau local que national, mis en place des actions de partenariats avec des plateformes de CF. L'accompagnement s'assimile ici à un dispositif d'offre de services visant à orienter, informer, aider à formaliser un projet (Richez-Battesti et Gianfaldoni, 2005). Ce dispositif regroupe une diversité d'acteurs et peut s'apparenter à un véritable écosystème entrepreneurial (Theodoraki et Messegem, 2014) pour lequel l'arrivée des plateformes de CF constitue une nouvelle donne, porteuse d'opportunités. D'une part, le CF est un levier de financement et d'autre part, il constitue un dispositif habilitant (Ragaigne *et al.*, 2014), tant il contribue à la transformation des relations entre acteurs de l'écosystème entrepreneurial et met à la disposition du porteur de projet les ressources cognitives de la foule (Onnée et Renault, 2013). C'est ainsi qu'en septembre 2014, la CCI de Lyon et la plateforme Wisseed ont créé en partenariat une nouvelle plateforme destinée à financer des start-up en Rhône-Alpes ; dans le même temps, la CCI de Caen a créé en propre une nouvelle plateforme KioskToInvest à laquelle se sont ralliées cinq autres CCI. Le réseau national Initiative France a engagé quant à lui une réflexion visant à encourager le recours au CF par des expérimentations régionales, tel que l'illustre le partenariat noué entre Initiative Picardie et la plateforme Hello-merci. Face à ces initiatives et dans le sillage des travaux académiques dédiés d'une part, à l'accompagnement à la

1. Baromètre publié le mercredi 18 février par la société de conseil en innovation Compinnov - <http://www.latribune.fr/entreprises-finance/20150218trib678689cf2/crowdfunding-plus-de-150-millions-d-euros-ont-ete-collectes-en-france-en-2014.html>.

création d'entreprises et d'autre part, au financement participatif, nous avons débuté une recherche visant à décrire et comprendre le rôle et la place que les plateformes de CF peuvent occuper dans l'écosystème de l'accompagnement à la création d'entreprise en France. Notre question de recherche est donc la suivante : Quelle est la place et le rôle occupé par les plateformes de CF dans le réseau des acteurs traditionnels de l'accompagnement ? Nous prenons ici en considération l'ensemble des modèles de CF, qu'il s'agisse du CF par don, par contrepartie, par prêt ou par fonds propres, et cherchons à savoir comment les acteurs de l'accompagnement perçoivent l'arrivée des plateformes de CF et (ré)envisagent les dispositifs habilitants déjà en place au regard de l'arrivée des plateformes de CF. En particulier, nous souhaitons analyser les modes de coopération mis en œuvre entre les structures d'accompagnement et les plateformes de CF en identifiant les déterminants de ces coopérations.

Pour répondre à ces questions et compte tenu du peu d'études consacrées au CF et plus particulièrement à sa portée dans les dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise, nous avons adopté une démarche exploratoire à visée compréhensive. Sur le plan méthodologique, notre étude s'est déroulée entre octobre 2014 et février 2015 en prenant comme terrain d'observation l'écosystème de l'accompagnement à la création d'entreprises sur le territoire de la Touraine<sup>2</sup>. Elle s'est articulée autour de trois temps : entretiens semi-directifs avec les principaux acteurs de l'accompagnement en Touraine, étude documentaire des sites internet des plateformes de CF ainsi que

ceux des principaux médias spécialisés dans la création d'entreprises. Le plan de notre étude est le suivant : la première partie pose les bases théoriques offrant des éléments de compréhension quant au rôle et à la place des plateformes de CF dans l'écosystème de l'accompagnement à la création d'entreprises. La deuxième partie précise le cheminement méthodologique de notre recherche et décrit les données utilisées. La troisième partie présente nos résultats, suivis d'une discussion dans une quatrième partie.

## **I – LE CROWDFUNDING : UN OUTIL POUR L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL**

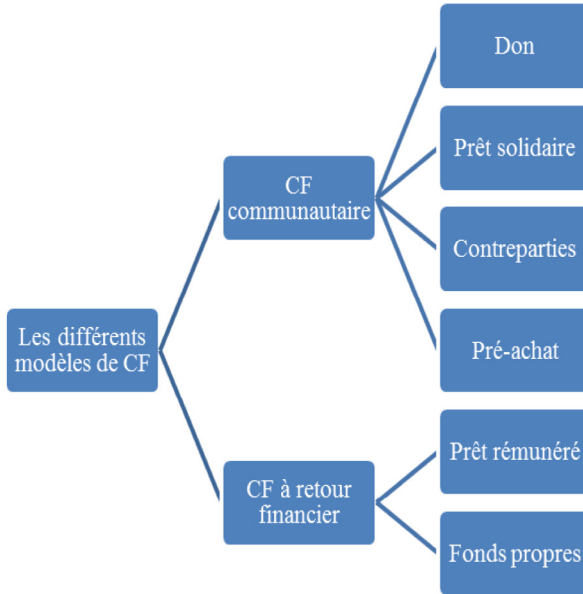
Après avoir précisé les contours du CF et illustré dans quelle mesure il était au service de la création d'entreprise, nous présentons les principales caractéristiques de l'écosystème entrepreneurial dédié à l'accompagnement à la création d'entreprises avec l'arrivée d'un nouvel entrant : les plateformes de CF.

### **1. Le CF : un financement informel au service de l'entrepreneuriat**

Différents modèles de CF peuvent être adoptés par les plateformes de CF : un modèle basé sur le don ou le prêt solidaire, un modèle basé sur les récompenses et/ou le préachat, un modèle fondé sur le prêt rémunéré et enfin, un modèle fondé sur le financement par fonds propres (*equity*). Les deux premiers modèles peuvent se regrouper sous l'appellation de CF communautaire et par opposition, les deux autres sous

2. La Touraine correspond, à peu de choses près, au département de l'Indre et Loire.

**Figure 1** – Les différents modèles de CF



l'appellation de CF à retour financier (cf figure 1).

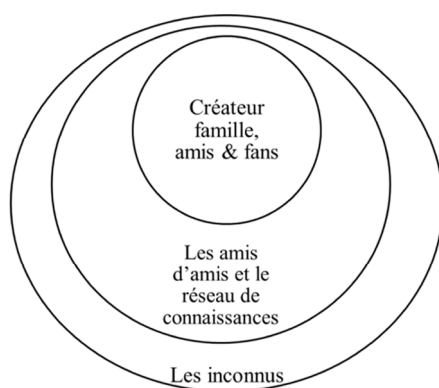
Agrawal *et al.* (2010, p. 2) décomposent la collecte de fonds en trois étapes, et ce faisant décomposent la foule d'internautes en trois cercles de financeurs différents (cf figure 2). La première étape provient du réseau relationnel du porteur de projet. Agrawal *et al.* (2010) montrent l'importance du rôle de ces financeurs qui agissent comme un signal auprès de leurs propres réseaux relationnels qui formeront le deuxième cercle de financeurs avec lesquels le porteur de projet n'a jusqu'alors que peu de liens. La collecte de fonds est susceptible alors de progresser rapidement, créant ainsi un effet d'aubaine auprès d'une troisième catégorie

d'investisseurs, la foule des internautes, désireuse de faire partie d'un projet rendu attractif. La plateforme devient alors un intermédiaire qui comble l'espace vide entre le porteur de projet et les financeurs des deuxième et troisième cercles.

Le modèle économique des plateformes est quant à lui assez simple : elles prélèvent une commission – en moyenne de 8 % – sur les sommes collectées et versent le solde au porteur de projet.

Quel que soit le modèle de CF adopté, les plateformes permettent donc à des individus de collecter des fonds en vue de créer leur propre entreprise. Si ce phénomène de recours à la foule n'est pas récent<sup>3</sup>, tout l'attrait et la nouveauté du CF réside

3. En France, son promoteur fut le cardinal Mazarin qui cherchait à réglementer un nouveau mode de financement par la foule sur proposition d'un banquier napolitain dénommé Lorenzo Tonti. Les « tontines » comme on les a alors appelées, ont été introduites grâce à un édit de 1689, pour financer la guerre.

**Figure 2** – Les trois cercles communautaires

Source : inspiré d'Agrawal *et al.* (2010).

aujourd'hui dans le développement du Web 2.0. Les pouvoirs publics l'ont d'ailleurs bien compris en instaurant un cadre juridique<sup>4</sup> adapté au CF. Entré en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 2014, ce cadre permet aux créateurs d'entreprise de lever plus facilement des fonds auprès des internautes. Ici, le CF est le plus souvent perçu comme un financement de substitution qui vise avant tout les créateurs qui rencontrent des difficultés à lever des fonds dans les phases initiales d'un projet qui peut être jugé trop innovant ou complexe par les institutions financières traditionnelles. Au-delà d'un financement de substitution, le CF peut aussi être considéré comme l'expression d'un certain goût de la foule pour l'entrepreneuriat. Toutefois, cet engouement des français ne doit pas mettre le voile sur les doutes, débats et critiques qui

entourent aujourd'hui le CF, confronté à des enjeux tels que le taux d'échec des campagnes de financement, qui peut dépasser 50 % pour le financement par don ou contreparties, les difficultés que connaissent certaines plateformes pour développer leur activité ou encore l'ambiguïté qui existe sur la nature de certaines des causes financées<sup>5</sup>.

## 2. L'accompagnement à la création d'entreprise : un écosystème en tension

Longtemps piloté par les Chambres consulaires, l'appui à la création ou reprise d'entreprise généralement désigné par le terme d'accompagnement a connu une mutation profonde. Si les boutiques de gestion ont été les premières associations à pénétrer le champ de l'accompagnement

4. Signature le 16 septembre 2014 par le ministre de l'Économie, Emmanuel Macron, du décret complétant l'ordonnance du 30 mai 2014 sur le financement participatif promulguée par Fleur Pellerin, alors secrétaire d'État chargée du numérique.

5. Cf le rapport de la commission d'enquête du Sénat sur l'organisation et les moyens de la lutte contre les réseaux djihadistes en France et en Europe (<http://www.senat.fr/notice-rapport/2014/r14-388-notice.htm>) et le Rapport annuel d'analyse et d'activité 2013 publié par Tracfin ([http://www.economie.gouv.fr/files/ra\\_tracfin\\_web\\_2013.php](http://www.economie.gouv.fr/files/ra_tracfin_web_2013.php)).

entrepreneurial, on observe aujourd'hui la présence d'une pluralité d'acteurs dont les spécialités vont du conseil au financement en fonction des publics visés, des projets ciblés et du type de financements alloués. Ils agissent ainsi comme des interfaces entre les porteurs de projet et l'ensemble des acteurs susceptibles de les aider à le réaliser. Cette mutation du marché de l'accompagnement, nous conduit à employer le terme de réseau d'accompagnement ancré dans un territoire et défini comme la combinaison des compétences institutionnelles avec une forte imbrication des expertises techniques de chaque membre du réseau (Richez-Battesti et Gianfaldoni, 2005). Theodoraki et Messeghem (2014) qualifient le réseau d'écosystème composé de « structures d'accompagnement, d'organismes de financement, d'associations de professionnels, d'organismes gouvernementaux, institutionnels et de normalisation ainsi que d'autres parties prenantes qui interagissent durant le processus d'incubation ». À l'intérieur de cet écosystème coexistent différents réseaux territoriaux et/ou nationaux dont l'action est plus ou moins coordonnée ce qui peut engendrer des situations de concurrence, d'autant plus renforcées que le contexte de crise actuel conduit les financeurs publics à rationaliser leur politique de soutien à la création d'entreprise. Ce phénomène de compétition, bien que réel, semble être moins intense sur certains territoires car les financeurs exigent tout de même une coopération entre les acteurs de l'accompagnement. Ainsi, pour Theodoraki et Messeghem (2014), « l'écosystème de l'accompagnement entrepreneurial est marqué à la fois par une intensification des dynamiques concurrentielles et par un

besoin de coopération lié en partie aux exigences des parties prenantes » ; ces relations peuvent alors être qualifiées de coopératives.

Les plateformes de CF permettent aux acteurs de l'accompagnement d'accéder aux différentes communautés d'internautes ayant déjà contribué ou pouvant être amenées à contribuer au financement de projets de création d'entreprise ; en ce sens, les plateformes de CF complètent et/ou se substituent aux dispositifs d'accompagnement en place. Une campagne de levée de fonds est en effet un processus dynamique qui mobilise le porteur de projet, le guide et structure ainsi son action ; le respect des exigences de la plateforme qui accepte son projet, la nécessité de présenter son projet de façon convaincante à des cibles très larges, le besoin d'enrichir les échanges et les relations avec les internautes contributeurs ou encore les encouragements et conseils prodigués par la foule sont autant de stimuli qui l'accompagnent et le motivent. Les communautés d'internautes qui visitent les plateformes de CF constituent ainsi un actif clé mis à disposition des acteurs de l'accompagnement et donc des porteurs de projet. En permettant l'exploration de nouveaux espaces de marché, les plateformes, en écho aux travaux De Vogeleer et Lescop (2011), sont à même de constituer des acteurs intermédiaires importants.

## II – PRÉSENTATION DE L'ÉCOSYSTÈME DE L'ACCOMPAGNEMENT À LA CRÉATION EN TOURAINE ET MÉTHODOLOGIE

Comme le montre la figure 3, les différents stades de l'accompagnement sont pris en

charge d'un côté, par des acteurs institutionnels<sup>6</sup> qui travaillent séparément et consacrent le principal de leur activité à la phase de diagnostic et de pré-montage du projet, et d'un autre côté, par des acteurs associatifs, parmi lesquels on distingue Initiative Touraine qui gère les prêts d'honneurs, le Cre-sol (pour les projets relevant de l'économie sociale et solidaire), le Réseau Entreprendre Val de Loire pour des projets à potentiel d'emplois et la BGE Touraine. Autour de ces différentes structures gravitent d'autres organismes relevant soit du privé, soit du public. Les organismes bancaires occupent ici une place importante : ils peuvent à la fois être un relais vers les acteurs institutionnels et associatifs de l'accompagnement, siéger dans leurs instances décisionnelles en participant notamment à leur comité de sélection, voire encore prendre une participation financière chez l'un d'eux (cas d'Initiative Touraine). Des établissements de caution mutuelle comme la SIAGI<sup>7</sup> mais aussi BPI France sont également présents. Enfin, sous l'impulsion de la communauté de communes de Tours (Tours plus), se sont installées récemment deux pépinières d'entreprises rattachées au réseau Interfaces.

D'un point de vue institutionnel, certains acteurs sont structurés autour de réseaux nationaux (Réseau BGE, Réseau Initiative France, Crédit Coopératif, BPI France, Réseau de pépinières Interfaces, etc.) qui exercent un rôle de lobbying, de coordination et d'impulsion des actions et initiatives déclinées sur le territoire de la Touraine.

D'autres acteurs cherchent davantage à coordonner leurs actions à l'échelle de la région (la CCI, l'ADIE) ou du département (SIAGI, CMA, Réseaux entreprendre Val de Loire, Cre-sol, etc.). En outre, avec le poids des contraintes financières, des flots de concurrence ont façonné cet écosystème ; de nouveaux entrants sont apparus sur des positionnements bien ciblés comme l'économie solidaire ou sur des services absents jusqu'ici en Touraine, comme l'offre de locaux. Face à ces nouveaux entrants, les acteurs historiques cherchent à faire évoluer leur offre en l'élargissant vers du post-suivi ou vers du financement. Ces pressions concurrentielles et ces différents modes de structurations institutionnelles permettent de mieux saisir la dynamique de coévolution entre les acteurs et le rôle d'intermédiaire occupé par les plateformes de CF.

### III – RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

Nous présentons nos résultats en trois temps en portant une attention particulière aux différents échelons institutionnels (national, régional ou local) qui contribuent à la dynamique de l'écosystème étudié.

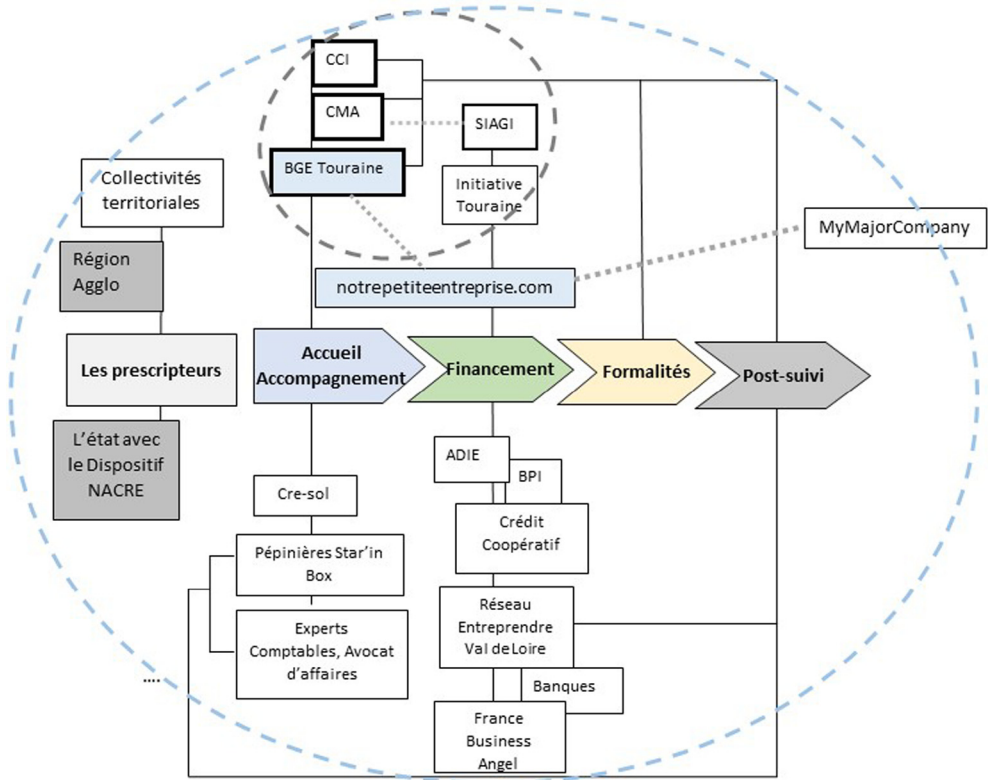
#### 1. Le CF : au-delà d'un phénomène de mode, une alternative aux financements traditionnels

Les acteurs interrogés témoignent tous de leur intérêt pour le CF qui dépasse à leurs yeux un simple phénomène de mode.

6. Chambre des métiers et de l'artisanat d'Indre et Loire (CMA), CCI Touraine.

7. La SIAGI créée par les CMA en 1996 pour faciliter l'accès des entreprises artisanales au crédit bancaire tend aujourd'hui à intervenir de plus en plus en amont de la phase de financement à travers notamment un dispositif de pack prêt à financer en partenariat avec les CMA.

Figure 3 – Les principaux acteurs de l’accompagnement à la création en Touraine



« C’est le financement de demain, je ne vois pas comment on peut échapper à ça » déclare le représentant de la CCI. Progressivement, le CF s’ancre dans toutes les activités économiques en apparaissant globalement comme plus complémentaire que concurrent du secteur bancaire. « Il ne se substitue à rien dans le paysage du financement » précise le responsable de la Siagi. Pour Initiative Touraine, le CF permet de renforcer les fonds propres du porteur de projet ce qui peut lui donner davantage de garantie pour l’obtention ultérieure d’un prêt bancaire. D’autres acteurs comparent

le CF avec le prêt d’honneur et mettent en perspective une éventuelle logique de substitution qui vaudrait d’autant plus que l’on peut anticiper, selon la CCI, un « assèchement du prêt d’honneur ». Si l’un des acteurs interviewés souligne la possible concurrence entre les plateformes de CF et les banques, le représentant du Crédit coopératif Tours tempère en précisant que « s’il y a concurrence avec les banques, c’est davantage sur le prêt (...) mais vu les niveaux de collecte, le financement bancaire a de beaux jours devant lui ».



---

## MÉTHODOLOGIE

---

Au vu du peu d'études dédiées au CF, nous avons adopté une démarche exploratoire à visée compréhensive. Le choix de la Touraine comme terrain de recherche se justifie par un opportunisme méthodique ; les auteurs y sont bien implantés ce qui a facilité l'accès aux données. Le [tableau 1](#) répertorie les 10 acteurs de l'accompagnement issus du secteur associatif et institutionnel que nous avons rencontré lors d'entretiens semi-directifs menés à l'aide d'un guide structuré autour de 5 points : la vision générale du CF et du rôle que les acteurs de l'accompagnement assignent au CF ; le projet ou l'expérience que l'interviewé a eu avec le CF ; leur retour d'expérience (et si rien n'existe, comment les acteurs envisagent de prendre en compte le CF). Ces entretiens, d'une durée moyenne de 1 h, se sont déroulés entre décembre 2014 et février 2015. Des données secondaires (documents institutionnels, site internet, articles de presse) ont également été traitées. Enfin, afin de bénéficier d'éléments de contexte permettant de mieux apprécier et analyser le contenu de nos entretiens, nous avons effectué une veille documentaire à partir de sites spécialisés dans le CF et/ou la création d'entreprises<sup>8</sup>. Suite à la retranscription des entretiens, nous avons procédé à un codage axial, permettant d'identifier les thèmes généraux, puis à un codage sélectif pour les idées récurrentes. Afin de réduire le biais méthodologique lié au processus d'interprétation du chercheur, un double codage des entretiens a été opéré. Une analyse de contenu thématique, verticale et horizontale, a été menée.

### 2. Formes de coopération et rôles respectifs entre plateformes de CF et structures d'accompagnement

Nous avons pu observer que les acteurs interrogés agissent selon deux principales modalités : soit ils nouent un partenariat avec une plateforme de CF existante (logique de co-branding), soit ils créent une nouvelle plateforme, et dans ce cas ils peuvent utiliser l'outil technique d'une plateforme existante – on parle alors de marque blanche<sup>9</sup> – ou créer leur propre outil technique. Le choix de la

modalité est confié, soit à l'échelon national, dans l'objectif d'un déploiement local, soit à l'échelon local, pour éventuellement être ensuite diffusé.

Le choix d'une plateforme co-brandée, à l'image de *notrepetiteentreprise.com* créée en septembre 2013 par le réseau national des BGE en partenariat avec la plateforme MyMajorCompany, traduit une volonté de s'allier à une marque forte, qui « apporte un gage de solidité et de sérieux pour les projets, sécurisant pour les futurs contributeurs en ligne »<sup>10</sup>, et qui offre aussi au

---

8. Sites étudiés : <http://www.scoop.it/> ; <http://www.crowdsourcing.org/> ; <http://crowdfundbeat.com/> ; <http://www.journaledunet.com> ; <http://financeparticipative.org/> ; <http://www.apce.com> ; <http://www.economie.gouv.fr/crowdfunding-financement-participatif>.

9. Certaines plateformes de CF développent des « marques blanches » qu'elles commercialisent. Cet outil technique sert de support pour monter sa propre plateforme et il n'y a aucun lien avec la plateforme fourni par la plateforme existante.

10. <http://www.bge-flandrecreation.fr/createurs-repreneurs-bge-flandre-creation/le-financement-participatif-avec-mymajorcompany>.

**Tableau 1** – Présentation des acteurs rencontrés

<b>Organismes</b>	<b>Secteur d'activité</b>	<b>Personnes rencontrées</b>	<b>Fonction</b>
BGE Touraine	Accompagnement, conseil structure associatif	2	Directeur et chargé de mission CF
CCI Indre et Loire	Accompagnement, conseil structure consulaire	1	Directrice de l'espace entreprendre
Chambre des métiers, Tours	Accompagnement conseil structure consulaire	1	Chargé de mission
Crédit coopératif, Tours	Accompagnement financier banque de l'ESS	1	Conseiller financier
Crédit coopératif Paris	Accompagnement financier banque de l'ESS	2	Chargé du développement des partenariats et responsable du développement du CF
Initiative Touraine	Accompagnement financier	1	Responsable
Réseau entreprendre Val de Loire	Accompagnement financier, conseil et parrainage	1	Responsable région
Siagi	Structure de caution solidaire	1	Directeur régional
Interfaces	Pépinière d'entreprise (conseil et hébergement immobilier)	2	Directeur Tours et directeur de Perpignan
Cré-sol	Structure associative d'accompagnement orientée vers les projets solidaires	1	Coordinateur

porteur de projet, la possibilité de bénéficier des ressources de la communauté (foule) de la plateforme. Selon les acteurs de BGE Touraine, cette coopération vise à avoir un interlocuteur unique mais aussi à faciliter le transfert de connaissances de la plateforme vers BGE afin de leur permettre d'animer au niveau local leur plateforme.

Le choix de créer une plateforme en propre se justifie en particulier pour certains acteurs au regard de leurs valeurs. Ainsi, le Cré-sol

a décidé de créer une plateforme de prêt sans intérêt qui respecte les principes de l'économie sociale et solidaire. L'objectif du Cré-sol est de situer son action au cœur de sa cible, mais également de contourner le modèle économique d'une plateforme de CF. « Beaucoup de plateformes vendent leur marque blanche aux territoires et multiplie cette opération x fois (...) ; pour nous l'outil technique n'est pas un problème car je peux mettre des développeurs

bénévoles dessus, cela me reviendra moins cher ».

Pour d'autres acteurs (CCI, France Initiative, SIAGI), le choix d'un mode de coopération ou encore des modèles de financement reste à définir. Cet attentisme s'explique par le fait que la décision, pour ces structures, ne relève pas systématiquement de l'échelon local. Dans un communiqué de presse<sup>11</sup>, le président du réseau France Initiative déclare ainsi que « face à la diversité des modèles de plateformes de finance participative, qui fait d'ailleurs écho à la diversité des projets qu'accompagnent les plateformes Initiative, il n'est pas pertinent de nouer un partenariat avec un acteur en particulier, mais de choisir une plateforme de CF en fonction des caractéristiques de chaque projet à financer ». Pour la CCI Touraine, la décision ne peut être prise qu'au niveau régional en tenant compte des besoins et des attentes variés des CCI locales. « En termes de porteurs de projet ou de repreneurs, on n'a pas tous les mêmes besoins. La CCI 28 avec la Cosmetic Valley, elle est confrontée à de très gros projets, nous c'est beaucoup plus ponctuel et c'est surtout en termes de reprise. Sur de la création on a de très jolis projets en innovation mais c'est très à la marge... ». Ces structures mènent pour l'instant des études de faisabilité en rencontrant des plateformes de CF et en restant en veille sur des initiatives engagées dans différents territoires.

### 3. Les freins et motivations à s'engager vers le CF

Parmi les motivations évoquées, ressort principalement le souhait « d'apporter de la valeur ajoutée à leurs dispositifs » (CCI),

« de valoriser leurs prestations » (Initiative Touraine) et ainsi de faire rentrer du chiffre d'affaires dans leur offre d'accompagnement. « Ne pas y aller serait un vrai manque à gagner pour demain » complète le représentant de la CCI. Pour la BGE Touraine, ce dispositif va compléter leur portefeuille d'outils d'accompagnement et au regard de leur public va être « un produit d'appel pour des porteurs qui n'ont pas d'apport et souhaiteraient l'utiliser comme levier pour aller vers du prêt bancaire ». Le CF est ici vu comme un levier de communication, un outil qui peut apporter des conseils de proximité et peut donc contribuer à attirer des porteurs de projets, en somme un dispositif habilitant.

Tout en reconnaissant de façon unanime l'importance du CF pour l'accompagnement des entreprises, force est de constater qu'un seul acteur l'a pour l'instant réellement déployé : BGE Touraine. Les autres sont au stade de la préparation, de la réflexion ou n'envisagent simplement pas de le mettre en place. Ils identifient un certain nombre de freins notamment les compétences internes que le CF implique et dont ne disposent que rarement les acteurs interrogés. Certains, au regard de leurs cœurs de métier, s'interrogent sur ce qu'ils pourraient faire dans le CF : « nous on est un peu sur notre faim de ce côté-là... Si la SIAGI venait à se mettre dans ce dispositif on se pose les questions suivantes : d'abord qu'est-ce que la SIAGI viendrait y faire ?... elle pourrait promouvoir, orienter, guider, c'est possible ». Pour d'autres, les freins concernent le risque que peut induire le choix de coopérer avec telle ou telle autre plateforme, et le choix du modèle de

11. [http://www.initiative-france.fr/Media/Files/197\\_dossier\\_finance\\_participative](http://www.initiative-france.fr/Media/Files/197_dossier_finance_participative)

financement. Ils s'interrogent également sur la rentabilité d'une telle opération : auront-ils notamment le volume d'affaires suffisant pour se lancer par exemple dans l'*equity* CF ?

#### IV – DISCUSSION ET CONCLUSION

Notre papier met en évidence que le CF n'est pas un simple effet de mode mais un phénomène qui tend à s'ancrer dans la réflexion des acteurs tant il leur offre de nouvelles possibilités en termes de levée de fonds, tout en complétant et enrichissant la panoplie de leurs outils d'accompagnement. Le CF est perçu par les acteurs de l'accompagnement comme un levier d'attraction de nouveaux porteurs de projet et de diversification de leur portefeuille clients. Nos résultats illustrent les travaux de [De Vogelee et Lescop \(2011\)](#) et ils confirment que l'arrivée des plateformes de CF permet d'explorer de nouveaux espaces de marché et de participer à la construction de l'écosystème d'accompagnement en y intégrant deux catégories de décideurs : 1) la plateforme de CF, qui sert de support, d'animation et de captation des ressources de la foule ; 2) la foule qui, à travers le rôle d'expert ou encore de passionné qui lui est dévolu, peut se prononcer sur les chances de succès ou d'échec d'un projet voire permettre aussi au porteur de projet de faire évoluer son offre.

Nos observations et résultats illustrent enfin les travaux mobilisés autour du CF, en particulier la théorie des réseaux sociaux. En effet, l'hésitation entre la création d'une plateforme en *co-branding* ou la création d'une plateforme en propre repose principalement sur un arbitrage entre l'existence d'une communauté de soutiens existante par

le biais d'une plateforme en activité et la volonté de créer une communauté de soutiens entièrement dédiée au territoire. Cette volonté peut s'analyser comme la reconnaissance du lien créé par la proximité géographique et affective, identifiée comme un levier de motivations dans la littérature ([Gerber et al., 2012](#)). Dans tous les cas, la plateforme offre l'accès à un enchevêtrement de réseaux sociaux et de communautés, qui contribuent à la réussite du processus entrepreneurial ([Hoang et Antoncic, 2003](#)), en particulier si certaines compétences-clés font défaut au porteur de projet. Ainsi, la participation de la foule permet d'évaluer le potentiel du projet, se substituant dans certains cas au traditionnel business plan demandé à tout porteur de projet en quête de financement.

D'un point de vue managérial, notre article peut permettre d'aider les structures dédiées à l'accompagnement à la création dans leur choix de recourir ou non au CF et dans la définition des modalités de mise en œuvre de ce choix. D'un point de vue théorique, notre recherche inscrit le CF dans les théories entrepreneuriales, en particulier dédiées aux écosystèmes, et offre ainsi une lecture nouvelle sur le processus d'intégration d'une innovation dans un réseau d'acteurs sans cesse en mouvement. Les différents apports développés dans notre travail doivent toutefois être considérés au regard des limites de cette recherche, liées à sa nature idiographique et exploratoire. Les partenariats mis en place constituent un dispositif qui s'ajoute à d'autres dispositifs habilitants proposés aux porteurs de projet. Notre étude n'offre ainsi qu'une vue partielle de l'ensemble des dispositifs en œuvre. Nous sommes également conscients du biais d'optimisme qui peut

entourer les propos de nos interlocuteurs désireux de mettre en valeur leur stratégie et de le faire savoir. Ceci nous conduit à prendre de la distance et à souhaiter prolonger notre travail

Plusieurs pistes sont envisagées, soit au sein du même territoire, par une étude longitudinale et par un suivi des coopérations engagées ou en voie de l'être, soit au sein d'autres territoires pour lesquels on relève des dynamiques territoriales contrastées. Ces prolongements permettront d'étudier de manière plus approfondie les différents

modes de partenariats noués entre les plateformes de CF et les structures d'accompagnement. Ces prolongements pourraient alors permettre de montrer comment les *business models* des plateformes interagissent avec ceux des structures d'accompagnement, d'autre part par une analyse de *business model* comment le CF modifie la vision des structures impliquées au sein de ces écosystèmes. En référence aux travaux d'Osterwalder A. et Pigneur Y. (2013), une analyse de business model de type canvas pourrait s'avérer ici particulièrement utile.

## BIBLIOGRAPHIE

- Agrawal A., Catalini C. et Goldfarb A. (2010). "Entrepreneurial finance and the flat-World hypothesis: Evidence from crowd-funding entrepreneurs in the arts", WP 10-08, septembre.
- De Vogeleer E. et Lescop D. (2011). « Plateformes, coordination et incitations », *Management & Avenir*, vol. 7, n° 46, p. 200-217.
- Gerber E.M., Hui J.S. et Kuo P. (2012). "Crowdfunding: Why people are motivated to participate", *working paper*, Northwestern University.
- Hoang H. et Antoncic B. (2003). "Network-based research in entrepreneurship. A critical review", *Journal of Business Venturing*, vol. 18, n° 2, p. 165-187.
- Onnée S. et Renault S. (2013). « Le financement participatif : atouts, risques et conditions de succès », *Revue Internationale Gestion*, vol. 32, n° 3.
- Osterwalder A. et Pigneur Y. (2013). "Designing business models and similar strategic objects: The contribution of IS", *Journal of the Association for information systems*, vol. 14, p. 237-244, May.
- Ragaigne A., Oiry E. et Grimand A. (2014). « Contraindre et habiliter : la double dimension des outils de contrôle », *Comptabilité Contrôle Audit*, vol. 20, n° 2, p. 9-37.
- Richez-Battesti N. et Gianfaldoni P. (2005). « Gouvernance territoriale et réseaux : Une illustration par l'accompagnement à la création d'entreprises en France », *Annals of Public & Cooperative Economics*, 76, p. 621-644.
- Schwienbacher A. et Larralde B. (2010). "Crowdfunding of small entrepreneurial ventures", *SSRN Electronic Journal*.
- Theodoraki C. et Messeghem K. (2014). « Écosystème de l'accompagnement entrepreneurial : une approche en termes de coopération », *Entreprendre & Innover*, 10.

